



LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 28 November 2020



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 28 November 2020

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp.(0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : **Mulia Sulistiyono, M.Kom**
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

Kulit Muka : **Bernadhed, M. Kom.**

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp. (0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

Cetakan I, Januari 2021

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh bagian isi buku ini tanpa
izin tertulis dari penerbit.



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

Agus Purwanto., M.Kom.

**Anggit Dwi Hartanto,
M.Kom. Mei P.**

Kurniawan, M.Kom.

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.

**Windha Mega Pradnya Duhita,
M.Kom. Mardhiya Hayaty, S.T.,
M.Kom.**

Lilis Dwi Farida, S.Kom., M.Eng.

Sumarni Adi, S.Kom., M.Cs.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 dapat terselenggara. Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan-permasalahan masyarakat. Banyak permasalahan-permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan. Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 ini sebagai keynote speaker adalah Bapak Putut Purwandono, S.E., M.S.E., M.Sc. yang menjabat sebagai Kepala Sub Bagian Kerja Sama Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 terdapat 89 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana. Kepada keynote speaker kami juga mengucapkan terimakasih atas kesediaannya untuk membuka wawasan dan membagi pengalaman tentang pengabdian masyarakat.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2020

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PENINGKATAN MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA TERNAK LELE MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI APLIKASI BERBASIS ONLINE Ade Pujiyanto	Halaman 1-6
PENINGKATAN LITERASI INFORMASI MENGHADAPI INFODEMIC BAGI SISWA SMP DI ERA PANDEMI COVID-19 Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	7-12
PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN DENGAN SISTEM MONITORING PENGAJIAN PADA YAYASAN INSAN PRIMA DI MASA PANDEMI COVID-19 Afrig Aminuddin	13-18
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN TANGGUH BENCANA PADA KOMUNITAS OMAH PARENTING YOGYAKARTA Afrinia Lisditya, Tanti Prita Hapsari	19-24
PENERAPAN VIRTUAL ASSISTANT E-COMMERCE DALAM MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRE-ORDER DI USAHA JAS FORMAL CARPIGIANI Agit Amrullah	25-30
E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BONSAI WALUYO Agung Nugroho	31-36
PKM PENINGKATAN BRANDING PRODUK UNTUK MENUNJANG STRATEGI PEMASARAN ONLINE UKM "SERBA BISA TAILOR" SAAT PENDEMI COVID-19 Agus Fatkhurohman	37-42
STRATEGI PENJUALAN ONLINE DALAM PENGUATAN BUMMAS UNTUK MENYONGSONG NEW NORMAL MARKET Ali Mustopa	43-48
PEMANFAATAN MICROSOFT POWERPOINT SEBAGAI SOLUSI STRATEGI VISUAL DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DI MASA PANDEMI Alvian Alrasid Ajibulloh	49-54
PENGEMBANGAN GERAKAN NGAJI LITERASI DI LINGKUNGAN SANTRI DENGAN MOBILE JOURNALISM Andreas Tri Pamungkas	55-60
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA VIO LAOUNDRY Andriyan Dwi Putra	61-66
PELATIHAN KOMUNIKASI MARKETING DAN DIGITAL BRANDING DI TENGAH COVID-19 BAGI PELAKU USAHA DESA GENTAN Angga Intueri Mahendra	67-71
INISIASI PENGELOLAAN INFORMASI BISNIS UNTUK ANGGOTA KOMUNITAS DAKWAH EKONOMI SYARIAH Anggrismono	72-77
PENINGKATAN PERILAKU BERSIH SEHAT UNTUK MENDUKUNG KESIAPAN TATANAN BARU DI LINGKUNGAN SEKOLAH TK ABA SURYOCONDRO Ani Hastuti Arthasari	78-83

SOCIAL CHAMPAIGN PENGGUNAAN PEMBALUT RAMAH LINGKUNGAN Ardiyati, Rina Pramitasari	84-89
DIGITALISASI MEDIA PEMBELAJARAN PADA PAUD TERPADU ALLIFA Arifiyanto Hadinegoro, Andrian Tri Muryanto	90-95
PENYUSUNAN WEBSITE ASOSIASI PROFESI IKATAN AHLI PERENCANAAN (IAP) DIY SEBAGAI WADAH PUBLIKASI DAN KOMUNIKASI Bagus Ramadhan, Pramudhita Ferdiansyah	96-101
PELATIHAN PEMBUATAN GAME UNTUK SISWA SD MUHAMMADIYAH KADISOKA Bayu Setiaji, Windha Mega PD	102-107
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA RENDANG “UNI LEN” MUJA MUJU TIMOHO Bety Wulan Sari	108-113
PEMANFAATAN TEKNOLOGI INTERNET UNTUK PELAKSANAAN KERJA DARI RUMAH DI MSV STUDIO Bhanu Sri Nugraha	114-119
PEMANFAATAN POSTER SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN Deani Prionazvi Rhizky, Ni'mah Mahnunah	120-125
PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN PENGENALAN BENTUK UNTUK ANAK USIA PAUD Dina Maulina	126-131
LITERASI PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT MENGHADAPI NEW NORMAL AKIBAT WABAH COVID-19 MELALUI MEDIA DIGITAL DAN KONVENSIONAL Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana	132-137
WORKSHOP PENYELENGGARAAN KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR (KBM) DAN UJIAN ONLINE UNTUK GURU KIMIA SMA N 7 YOGYA Eli Pujastuti, Stara Asrita	138-143
PENINGKATAN KETRAMPILAN MELALUI PELATIHAN BUDIKDAMBER DALAM UPAYA KETAHANAN PANGAN DAN EKONOMI MASYARAKAT KAMPUNG PASEKAN DI MASA PANDEMI COVID-19 Fahrul Imam Santoso	144-149
OPTIMALISASI PENGGUNAAN TEKNOLOGI WEB UNTUK PROGRAM TAHFIDZ AL-QURAN PADA YAYASAN SABILUL MUTAQIN MARGAMULYA Ferian Fauzi Abdulloh	150-155
PEMBUATAN WEBSITE KAMPUNG SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PERWUJUDAN KELEMBAGAAN KREATIF Ferri Wicaksono, Haryoko	156-161
STRATEGI BRANDING DAN PROMOSI ONLINE “WARUNG SEMBAKO ARFA” DI MASA PANDEMI COVID-19 Fitri Juniwati Ayuningtyas	162-167
PENGUATAN KEPEKAAN LINGKUNGAN PADA ANAK USIA DINI MELALUI CERITA BERGAMBAR Fitria Nucifera	168-173
WORKSHOP ONLINE (WSO) MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI KREATIF DITENGAH PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN PLAYEN, KABUPATEN GUNUNGGIDUL, YOGYAKARTA Fitria Nuraini Sekarsih, Ali Mustopa	174-179

PENINGKATAN KETAHANAN BENCANA PANDEMI COVID-19 DI SMP NEGERI 1 BANTUL Gardyas Bidari Adninda, Aditya Maulana Hasyimi	180-185
PENINGKATAN KUALITAS SDM DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN PADA FIA SOUVENIR DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI KEUANGAN BERBASIS MOBILE Haryoko, Ferri Wicaksono	186-191
PELATIHAN PEMANFAATAN APLIKASI SMARTPHONE UNTUK PEMBUATAN VIDEO PENDEK PADA STAFF BADAN PENGAWAS DAN PEMILU (BAWASLU) SLEMAN Ika Asti Astuti	192-197
DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA PENINGKATAN PROMOSI SEKOLAH DI MASA PANDEMI COVID-19 Ike Verawati	198-203
PELATIHAN DIGITAL FORENSIC DAN PENELUSURAN HOAX BAGI BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM (BAWASLU) KABUPATEN SLEMAN Irwan Oyong	204-209
MOTIVASI DAN KETRAMPILAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBENTUK WIRAUSAHA MUDA PADA REMAJA ISLAM GADING TULUNG (RIGT) Ismadiyanti Purwaning Astuti	210-215
PELATIHAN DIGITAL MARKETING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PROMOSI PENJUAL BUNGA HIAS DI KECAMATAN RUMBIA Jeki Kuswanto	216-221
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI DALAM MEMPRODUKSI HAND SANITIZER DAN DISINFECTAN MANDIRI SEBAGAI UPAYA PENCEGAHAN WABAH COVID-19 Jurni Hayati	222-227
PENINGKATAN KETAHANAN USAHA MIKRO KELOMPOK DISABILITAS TUNA RUNGU DI TENGAH PANDEMI COVID-19 Laksmindra Saptyawati	228-233
PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE UNTUK MEDIA PEMASARAN DAN IKLAN PADA SUMBER LEATHER Lukman, Muhammad Abdul Malik	234-239
PELATIHAN DARING PEMBUATAN DAN DESAIN SERTA MANAJEMEN KONTEN WEBSITE UNTUK STAF DAN PANWASCAM BAWASLU SLEMAN M. Nuraminudin	240-245
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH Majid Rahardi	246-251
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN USAHA MENGGUNAKAN SISTEM INVENTORY PADA GERAJ MILKSHAKE Moch Farid Fauzi	252-257
PENINGKATAN KEMAMPUAN EDITING PENJUALAN BISNIS TEMPLATE CREATIVE MARKET PADA ORGANISASI KEPEMUDAAN Muhammad Misbahul Munir	258-263
PENGENALAN E-LEARNING DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOOGLE DI TK ABA AL IHSAN GUNA MEMBANTU PROSES PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI COVID-19 Ninik Tri Hartanti	264-269

PENGENALAN KONSEP URBAN FARMING SEBAGAI ALTERNATIF SOLUSI KETAHANAN PANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN	270-275
Ni'mah Mahnunah, Deani Prionazvi Rhizky, Irfan Rifani	
PENDAMPINGAN OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DENGAN MEMANFAATKAN GOOGLE ADS	276-281
Nuri Cahyono	
SOSIALISASI DAN PENYULUHAN PEMANFAATAN LIMBAH TERNAK MENJADI BIOGAS SERTA PENATAAN KANDANG UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS WARGA DAN KUALITAS LINGKUNGAN	282-287
Nurizka Fidali, Hanantyo Sri Nugroho	
PEYULUHAN DAN PENETAPAN DALAM UPAYA PENCEGAHAN PENCEGAHAN COVID-19 DI DUSUN SAMPANGAN	288-293
Pramudhita Ferdiansyah, Bagus Ramadhan	
PENINGKATAN KUALITAS FISIK AREA DESA WISATA MELALUI PENATAAN TATA GUNA LAHAN DESA WISATA JONGGRANGAN	294-299
Prasetyo Febriarto, Agustina Rahmawati	
IMPLEMENTASI TEKNOLOGI BUDIDAYA URBAN FARMING DENGAN SISTEM AQUAPONIC SKALA RUMAHAN UNTUK PENINGKATAN KUALITAS LINGKUNGAN PERKOTAAN DAN MENDUKUN KETAHANAN PANGAN MASYARAKAT DI MASA	300-305
RR. Sophia Ratna Haryati	
PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA BINAR BATIK	306-311
Rakhma Shafrida Kurnia	
PEMETAAN PARTISIPATIF RUMAH WARGA KAMPUNG GOWONGAN UNTUK MEMPERMUDAH DISTRIBUSI BANTUAN KEPADA WARGA TERDAMPAK PANDEMI COVID-19	312-317
Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	
PENGUATAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM PENGARUSUTAMAAN GENDER DI LINGKUNGAN HIMPUNAN MAHASISWA ISLAM	318-323
Rezki Satris, Wahid Miftahul Ashari	
URGensi TOILET RAMAH DIFABEL PADA RUMAH TINGGAL PENYANDANG DISABILITAS	324-329
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
PENINGKATAN KETAHANAN EKONOMI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK KULINER SAMUDRA JAYA	330-335
Rivga Agusta	
PENGURANGAN KERENTANAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN COVID-19 MELALUI PENYUSUNAN RENCANA AKSI PENATAAN SISTEM SIRKULASI KAWASAN PERUMAHAN DENGAN PEMBATASAN SOSIAL SKALA LOKAL	336-341
Rivi Neritarani	
PENGOLAHAN NILAI RAPOR SISWA PADA GURU DI MASA PANDEMI COVID-19 DAN PENGOPERASIAN MINI LCD PROYEKTOR DI SDIT IBNU 'ABBAS X SENTOLO KULON PROGO	342-347
Rumini	
PENGEMBANGAN STRATEGI PEMENUHAN KONSUMSI MANDIRI SELAMA MASA PANDEMI PADA KOMUNITAS URBAN FARMING	348-353
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	

MENINGKATKAN KETERAMPILAN WARGA TERDAMPAK COVID 19 DENGAN PELATIHAN DESAIN GRAFIS DAN DIGITAL MARKETING PADA PADUKUHAN MANTUP RT 8	354-359
Septi Kurniawati Nurhadi	
PEMBERDAYAAN PROGRAM LITERASI MEDIA KUAT LAWAN CORONA MENUJU NEW NORMAL ACTIVITY DI LINGKUNGAN DAWIS KUNYIT PERUMAHAN KORPRI - SEMARANG	360-365
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
PENGEMBANGAN WEBSITE SEBAGAI SARANA INFORMASI BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN	366-371
Sri Mulyatun, Joko Dwi Santoso	
PEMANFAATAN KOMIK SEBAGAI MEDIA INFORMASI ALTERNATIF TENTANG COVID 19 DI DESA DRONO KLATEN	372-377
Stara Asrita, Eli Pujastuti	
OPTIMALISASI PENGELOLAAN KEUANGAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI	378-383
Supriatin, Cahya Wahyu Sanditama	
BIMBINGAN MANAJEMEN USAHA BAGI ENTREPRENEUR START UP	384-389
Tanti Prita Hapsari	
PENINGKATAN KOMPETENSI TENTOR LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR G-SMART DENGAN MEMANFAATKAN E-LEARNING	390-395
Theopilus Bayu Sasongko	
PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS ANGGOTA KARANG TARUNA BHAKTI PERTIWI	396-401
Toto Indriyatmoko	
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SERTA PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH SELAMA PROSES WORK FROM HOME PADA SMK NEGERI 1 TEMANGGUNG	402-407
Uyock Anggoro Saputro	
UPAYA PENGURANGAN SAMPAH ORGANIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN ALAT BIOPORI JUMBO	408-413
Vidyana Arsanti, Subektiningsih	
PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR RT-RW NET DALAM Mendukung PEMBELAJARAN DARING PADA MASYARAKAT TEGALSARI	414-419
Wahid Miftahul Ashari, Rezki Satris	
PENINGKATAN KEMAMPUAN ANALISIS SPASIAL BERBASIS SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS UNTUK PENGAJAR GEOGRAFI SEKOLAH MENENGAH ATAS	420-425
Widiyana Riasasi	
TEKNOLOGI CLOUD UNTUK PENINGKATAN KUALITAS KBM SECARA DARING PADA SD MUHAMMADIYAH KADISOKA	426-431
Windha Mega PD, Bayu Setiaji	
PENINGKATAN PELAYANAN PEMBAYARAN PAUD TERPADU ALLIFA MENGGUNAKAN FASILITAS G-SUITE	432-437
Wiwi Widayani	
STRATEGI UPGRADING UMKM PECEL ERA COVID-19	438-443
Yusuf Amri Amrullah	
PELATIHAN PENULISAN KARYA ILMIAH DI MASA PANDEMI BAGI SISWA MTs SALAFIYAH 2 GRESIK	444-449
Zahrotus Sa'idah, Azizah Giani Rahmah	

PENERAPAN DIGITAL PARENTING MELALUI LITERASI MEDIA ONLINE UNTUK MEMBANTU KPM PKH DESA AMBARKETAWANG PADA KONDISI NEW NORMAL PASCA PANDEMI COVID-19 Andika Agus Slameto, Mulia Sulistiyono	450-455
PEMANFAATAN GOOGLE CLOUD SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI COVID-19 Muhammad Tofa Nurcholis, Mulia Sulistiyono	456-461
TEKNIK AIDA DAN COPYWRITING UNTUK MENINGKATKAN OMZET ERA PANDEMI COVID-19 Bahrun Ghozali, Yusuf Amri Amrullah	462-467
OPTIMALISASI DESAIN KONTEN INSTAGRAM MENGGUNAKAN TEMPLATE POWEPOINT UNTUK MEMBANGUN BRANDING USAHA RUMAHAN KUKULALA.DEPOK KAB. SLEMAN Dwi Rahayu	468-473
GERAKAN PRODUKTIF DAN HIDUP SEHAT SERTA PENCEGAHAN LANJUTAN PASCA PANDEMI COVID-19 Kusnawi	474-479
PEMANFAATAN MEDIA RUANG SIAR GURU SEBAGAI PLATFORM GURU UNTUK MENYAMPAIKAN KEGIATAN BELAJAR MELALUI MEDIA ONLINE Nurfian Yudhistira	480-485
MODERNISASI PRODUKSI PERTANIAN DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI Citra Desy Aisyah Alkis	486-491
PENINGKATKAN MINAT BELAJAR ANAK DI RUMAH SELAMA PANDEMI COVID-19 DENGAN APLIKASI VEKTOR PADA PAUD SOKAPALUPI MINOMARTANI YOGYAKARTA Mei Parwanto Kurniawan	492-497
PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA SPS ASPARAGUS II CONDONG CATUR KABUPATEN SLEMAN Ikma	498-503
APLIKASI PENCATATAN TAHFIDZ PADA PONDOK PESANTREN TARUNA ALQURAN PUTERA Atik Nurmasani, Alfonso Aryando Sabilillah, Naris Sefri Syaifuddin	504-509
MEMBANGKITKAN BISNIS KULINER TERDAMPAK COVID-19 MELALUI MULTIMEDIA Alfie Nur Rahmi, Moch Farid Fauzi	510-515
PEMANFAATAN ALIRAN SUNGAI UNTUK PLTA MINI SEBAGAI ALAT PERAGA BELAJAR SISWA SAAT PENDEMI COVID-19 DI DUKUH SENTONO Ika Nur Fajri	516-519
PEMANFAATAN SMS GATEWAY UNTUK AKTIVITAS REMINDER JADWAL DAN SOSIALISASI PROLANIS DI PUSKESMAS BERBAH Hendra Kurniawan	520-525
PELATIHAN KEMAMPUAN DASAR FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA DOKUMENTASI DAN PUBLIKASI BAGI BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM (BAWASLU) KABUPATEN SLEMAN Dhimas Adi Satria	526-531

PENINGKATAN KETAHANAN EKONOMI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK KULINER SAMUDRA JAYA

Rivga Agusta, S.IP., M.A.¹⁾

¹⁾Prodi SI Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email: rivgagusta@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

Pandemi corona atau covid-19 pada tahun 2020 mengakibatkan banyak sektor pekerjaan yang lumpuh. Salah satunya kelompok pekerja yang bekerja di sektor jasa outbond Samudra Jaya di Jalan Kaliurang, Sleman, Yogyakarta. Sejak diberlakukannya social physical distancing dan beberapa kegiatan yang harus dilakukan di rumah atau Work From Home (WFH), Outbond Samudra Jaya sama sekali tidak mendapatkan pemasukan sehingga terpaksa tidak lagi mempekerjakan staff-nya. Untuk dapat bertahan hidup, minimal untuk menghidupi keluarga, Pak Saptoto pengelola Outbond Samudra Jaya banting setir untuk memulai lagi usaha kuliner berbahan baku telur asin. Namun, walaupun telah mengupayakan penjualan sejak Maret-Juni 2020, tidak ada peminat kuliner tersebut karena terbatasnya kemampuan untuk melakukan pemasaran dan promosi. Program pengabdian masyarakat dengan tema "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Masa Pandemi Covid-19 Melalui Program Komunikasi Pemasaran Online Produk Kuliner Samudra Jaya" dilakukan untuk memberi pendampingan, pengetahuan, dan wawasan kepada pengelola Kuliner Samudra Jaya sebagai mitra dalam program ini untuk dapat meningkatkan penjualan produknya. Program ini dijalankan dengan metode pemberian workshop online dan pendampingan online melalui media sosial Whatsapp dengan memanfaatkan fitur group chat dan group video call.

Kata kunci: covid-19, komunikasi, kuliner, media, pemasaran

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kegiatan

Adanya pandemi corona atau Covid-19 di Indonesia pada tahun 2020 ini mempengaruhi banyak sektor, tak terkecuali UKM dan mereka yang bekerja di sektor jasa pariwisata. Budastra menyatakan dalam risetnya mengenai dampak sosial ekonomi Covid-19 bahwa dampak Covid-19 terhadap keberlanjutan usaha juga ditentukan oleh skala usaha. Budastra menjelaskan bahwa usaha skala kecil dan mikro (UKM). lebih rentan terhadap dampak Covid-19, dibandingkan dengan usaha skala besar karena usaha skala besar terdampak dapat melakukan penghentian sementara operasi saat Covid-19 melanda, dan kemudian mampu beroperasi kembali saat keadaan telah normal karena memiliki kapasitas permodalan dan akses pembiayaan yang memadai. Berbeda jauh dengan banyak UKM yang terdampak tidak mampu bangkit kembali beroperasi saat keadaan telah normal karena modalnya terkikis untuk menutupi biaya hidup keluarga. Secara spesifik kondisi ini terjadi karena aliran

pendapatannya macet selama usaha berhenti beroperasi. [1]

Hal tersebut juga terjadi pada salah satu usaha di bidang jasa pariwisata sekaligus UKM Outbond Samudra Jaya. Outbond Samudra Jaya adalah usaha yang berjalan di bidang jasa yang berlokasi di Jalan Kaliurang, Sleman, Yogyakarta. Sejak merebaknya pandemi covid-19 pada Maret 2020, Outbond Samudra Jaya harus merasakan dampak tidak adanya konsumen yang datang untuk menyewa jasa mereka. Sehingga pemasukan hampir tidak didapat sama sekali oleh Outbond Samudra Jaya dan juga lokasi outbond yang juga masih harus dibayar biaya sewanya, maka staff pun terpaksa diberhentikan.

Dalam kondisi tidak adanya pemasukan sama sekali, pengelola Outbond Samudra Jaya, Pak Saptoto, telah mencoba beberapa upaya untuk bertahan hidup dan juga menghidupi keluarganya. Salah satu upayanya yaitu kembali membuat usaha kuliner seafood yang dulu pernah digeluti sebelum merintis jasa outbond. Kuliner yang dibuat adalah gurameh telur asin. Namun, sampai pertengahan bulan Mei, penjualan kuliner gurameh telur asin

tidak lagi dapat dilanjutkan karena sepi peminat dan bahan baku gurameh yang mahal. Sepinya peminat dikarenakan Pak Saptoto hanya bisa menawarkan ke kenalan, keluarga, tetangga, dan teman terdekat.



Gambar 1.1 Kondisi Gubuk Samudra Jaya yang Sepi Pengunjung

Setelah kuliner gurameh telur asin yang tidak berhasil dipasarkan, Pak Saptoto bertahan dengan mencoba berjualan herbal dan ceke ayam matang. Penjualan herbal juga hanya dilakukan dengan menawarkan ke tetangga dan kerabat. Sedangkan ceke ayam matang dijual dengan menitipkan kepada tukang sayur yang biasa lewat di area rumah. Ketiga upaya pemasaran produk kuliner gurameh telur asin, herbal, dan ceke ayam tidaklah memberikan pemasukkan signifikan kepada Pak Saptoto karena kondisi lingkungan sosial masyarakat yang juga membuatnya tidak fleksibel menjajakan dagangannya. Selain itu, Pak Saptoto mengaku belum pernah mencoba mempromosikan dagangannya melalui media sosial seperti Instagram karena memang tidak mengenal media tersebut.

Mengacu pada permasalahan yang dialami Pak Saptoto sebagai pengelola UKM jasa outbond dan kuliner yang terdampak pandemic covid-19, maka kegiatan pengabdian masyarakat yang diajukan adalah Peningkatan Ketahanan Ekonomi Masa Pandemi Covid-19 Melalui Program Komunikasi Pemasaran Online Produk Kuliner Samudra Jaya. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pengelola Samudra Jaya dalam melakukan pemasaran yang berfokus pada produk kulinernya.

1.2 Permasalahan Mitra

- a. Produk kuliner yang dihasilkan Samudra Jaya tidak konsisten karena kurangnya modal untuk membuat kuliner berbahan baku gurameh. Sehingga pengelola hanya bisa mengupayakan penjualan ceke ayam matang kepada tukang sayur.

- b. Sepinya peminat produk kuliner Samudra Jaya karena kurangnya wawasan pengelola Samudra Jaya dalam melakukan komunikasi pemasaran dengan promosi berbasis online.
- c. Kurangnya kemampuan pengelola Samudra Jaya dalam melakukan penjualan produk secara langsung terhadap target konsumen

1.3 Tujuan Program

- a. Memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai pengembangan produk kuliner pengembangan produk kuliner dan melakukan pendampingan dalam menentukan produk kuliner utama
- b. Memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai komunikasi pemasaran berbasis pengelolaan media sosial Instagram, baik dari pembuatan foto produk yang menarik dan strategi promosi lainnya.
- c. Memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai pengelolaan akun media sosial Instagram untuk mempromosikan produk kuliner

1.4 Manfaat Program

- a. Tercapainya pemahaman mitra terhadap produk utama yang dapat dipasarkan
- b. Tercapainya pemahaman mitra terhadap proses komunikasi pemasaran dengan penggunaan media sosial Instagram
- c. Mendorong mitra untuk dapat secara mandiri melakukan pengelolaan media sosial dan pembuatan foto produk yang menarik

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Terdapat beberapa rangkaian kegiatan dalam melaksanakan program Peningkatan Ketahanan Ekonomi Masa Pandemi Covid-19 Melalui Program Komunikasi Pemasaran Online Produk Kuliner Samudra Jaya. Rangkaian kegiatan dilaksanakan pada bulan Juli 2020 hingga November 2020. Sebagian besar kegiatan dilakukan secara online dengan memberikan pelatihan-pelatihan dan pendampingan melalui media sosial.

2.2. Metode Pelaksanaan

Metode program Peningkatan Ketahanan Ekonomi Masa Pandemi Covid-19 Melalui Program Komunikasi Pemasaran Online Produk Kuliner Samudra Jaya dilaksanakan melalui beberapa tahap kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Tahap kegiatan program

No.	Kegiatan	Deskripsi
1.	Pelatihan online mengenai pengembangan produk kuliner dan melakukan pendampingan dalam menentukan produk kuliner utama	Kegiatan ini diawali dengan melakukan koordinasi dan diskusi bersama mitra melalui aplikasi messenger WhatsApp, kemudian dilanjutkan pelatihan secara online menggunakan aplikasi Google Meet
2.	Pembuatan foto produk yang menarik dan strategi promosi lainnya.	Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan pembuatan foto produk, tampilan feed Instagram
3.	Pelatihan secara online mengenai komunikasi pemasaran berbasis pengelolaan media sosial Instagram, baik dari pembuatan foto produk yang menarik dan strategi promosi lainnya.	Kegiatan ini dilakukan secara online menggunakan aplikasi Google Meet

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Pelatihan Online Pengembangan Produk Kuliner

Kegiatan pertama yang dilaksanakan dalam rangkaian program yaitu pelatihan online mengenai pengembangan produk kuliner dan melakukan pendampingan dalam menentukan produk kuliner utama. Dalam kondisi pandemi covid-19 yang membatasi interaksi secara tatap muka langsung, maka kegiatan ini diawali dengan melakukan komunikasi, koordinasi, dan diskusi dengan mitra melalui aplikasi WhatsApp. Secara khusus pengabdian membuat WhatsApp Group dengan nama “Kuliner Samudra Jaya” bersama dengan beberapa anggota mitra.



Gambar 3.1 Koordinasi dan pendampingan melalui WhatsApp Group

Kemudian dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan secara berkesinambungan pengabdian memberikan materi dan pengarahan mengenai proses pemasaran produk berdasar pada prinsip pemasaran *marketing mix* 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*). McCarthy mengelompokkan aktivitas-aktivitas bauran pemasaran 4P tersebut sebagai berikut [4]:

- a. Produk (*Product*): segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen,
- b. Harga (*Price*): nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang,
- c. Distribusi (*Place*): kegiatan perusahaan yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi
- d. Promosi (*Promotion*): sejenis komunikasi yang memberi penjelasan meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

Berdasar prinsip marketing 4P, hal pertama yang dilakukan adalah penentuan produk yang akan dijual. Pak Saptoto dibantu dengan istrinya, Bu Rini, melakukan pengolahan bahan cekeur menjadi nasi cekeur bumbu telur asin dan nasi cekeur balado. Namun demikian, dalam prosesnya bahan baku cekeur termasuk bahan yang mudah sekali habis di pasar. Sehingga pengabdian mengarahkan untuk melakukan pengolahan ayam, khususnya sayap ayam yang lebih mudah dicari.

Dalam masa survey dan penentuan produk, mitra mengalami beberapa kendala yakni terbentur masalah persewaan tempat outbond dimana Pak Saptoto dan keluarga melakukan tempat usaha. Sehingga dalam prosesnya, kegiatan produksi dilanjutkan oleh anaknya, yaitu Hafid. Kemudian

selama masa pendampingan, produk akhir yang akan dipasarkan adalah sayap ayam goreng dengan kentang.

Untuk mendukung penjualan yang sesuai dengan gaya anak muda, nama produk akhir kuliner Samudra Jaya yaitu “Hafid’s Wings”. Nama produk diambil dari potongan nama anak Pak Saptoto, yaitu “Hafid”, dan ditambah istilah asing dari “sayap” (dipotong dari nama sayap ayam) yaitu “Wings”.

Proses penentuan prinsip 4P berikutnya adalah *price/* harga. Dalam tahap ini, ditentukan harga jual adalah Rp 20.000,00, dengan keuntungan Rp 3.000,00 per box. Sedangkan aspek *place/* tempat distribusi, sesuai dengan kemampuan jual Hafid dan Bu Rini maka ditentukan penjualan dilakukan dengan metode PO/ pre-order atau secara spesifik dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu melalui media sosial Instagram/ WhatsApp.

Aspek *promotion* berkesinambungan dengan sistem penjualan dengan menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp. Adapun proses pengelolaan dan pengembangan foto produk “Hafid’s Wings” dilakukan dalam proses pembuatan foto produk, *editing* foto, dan pembuatan desain *layout feed* Instagram.

3.2 Pembuatan Foto Produk

Pada tahap pembuatan foto produk ini dilakukan dengan membuat mini studio untuk melakukan pengambilan gambar secara optimal. Konsep foto produk yang diterapkan yaitu konsep *real* atau seperti visual produk aslinya. Adapun foto produk kuliner ayam dan kentang yang dihasilkan pada tahap ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2 Foto produk 1 sebelum diedit

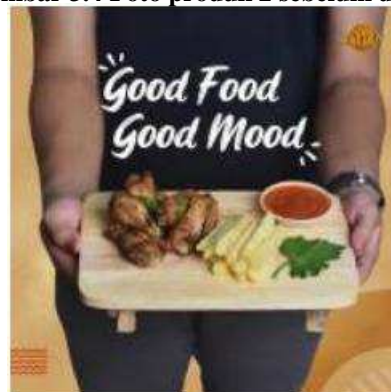


Gambar 3.3 Foto produk 1 setelah diedit

Pada konsep foto real ini tidak dilakukan penambahan-penambahan hal lain di dalam keseluruhan foto dan hanya dilakukan pengambilan gambar untuk keperluan *cropping* foto yang akan diedit dan diolah pada desain layout untuk penambahan keterangan nama produk agar lebih menarik.



Gambar 3.4 Foto produk 2 sebelum diedit



Gambar 3.5 Foto produk 2 setelah diedit

Alat yang digunakan pada proses pembuatan foto produk ini antara lain yaitu:

- kamera + lensa fix 50mm
- 1 buah softbox (dengan flash & payung)
- 1 buah talenan

- d. 1 buah meja
- e. 1 lembar kain putih

Sedangkan dalam proses *editing* foto dan pengaturan *tone* warna menggunakan aplikasi *Snapseed* di handphone, sehingga lebih mudah bagi mitra untuk melakukan *editing*. Untuk melakukan *cropping* foto dan membuat desain layout menggunakan aplikasi *Photoshop*.

3.3 Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Untuk Pemasaran Kuliner dan Pengembangan Foto Produk

Kegiatan pengabdian masyarakat bertema Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Online ini dilakukan berdasar pada pemberdayaan media sosial Instagram yang dapat menyokong promosi produk Samudra Jaya. Media sosial menjadi media utama dalam promosi ini karena memiliki karakter khusus seperti adanya jaringan/infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya, Informasi (*Informations*) yang menjadi entitas penting di media sosial, Arsip (*Archive*) menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun, Interaksi (*Interactivity*) karena media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut, Simulasi sosial (*simulation of society*) yaitu dimana media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual, dan Konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun atau dikatakan sebagai konten oleh pengguna (*user-generated content*). UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.[2]



Gambar 3.6 Pelaksanaan pelatihan pengelolaan media sosial untuk pemasaran kuliner dan pengembangan foto produk

Pada pelatihan ini materi yang diberikan spesifik pada pemaparan mengenai prinsip periklanan khususnya pada fungsi iklan informatif

dan persuasif pada media sosial. Untuk menekankan fungsi-fungsi tersebut, materi yang diberikan menampilkan contoh iklan di media sosial Instagram, contoh tampilan *feed* Instagram untuk bisnis kuliner.

Berdasar karakteristik media sosial tersebut, maka pemberdayaan media sosial Instagram yang kini sangat populer dapat dimaksimalkan sebagai media promosi produk kuliner Samudra Jaya “Hafid’s Wings”. Terlebih pada masa pandemi covid-19 yang membatasi masyarakat untuk dapat melihat suatu produk kuliner yang dijual secara langsung di toko atau warung. Sehingga dengan karakteristik media sosial ini, memberi peluang calon konsumen untuk dapat mengenal dan mengetahui produk kuliner Samudra Jaya. Adapun keunggulan media sosial Instagram meliputi fitur-fitur *Instamazing*, *Findergram*, *WorldCam*, *Webstagram*, *Search Stagram*, dan *Nitrogram* yang mendukung penyebaran informasi secara optimal di media sosial. [3]

Upaya pemberdayaan media sosial Instagram dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan Samudra Jaya dilakukan dengan beberapa rangkaian kegiatan yang didasarkan pada prinsip pemasaran *marketing mix* 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*) yang telah disampaikan pada pelatihan sebelumnya bertopik “Pelatihan Online Pengembangan Produk Kuliner”

Output pada kegiatan ini adalah peresmian logo dari brand kuliner Samudra Jaya, yaitu logo Hafid’s Wings sebagai berikut:



Gambar 3.7 Logo Hafid’s Wings

Selain itu pada pelatihan ini dijelaskan mengenai konsep foto produk pada proses pembuatan foto produk yang dilakukan sebelumnya, dan juga bagaimana contoh tampilan *feed* Instagram yang baik dan menarik pelanggan seperti pada tampilan berikut:



Gambar 3.8 Desain layout feed Instagram untuk produk Hafid's Wings

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan Program “Peningkatan Ketahanan Ekonomi Masa Pandemi Covid-19 Melalui Program Komunikasi Pemasaran Online Produk Kuliner Samudra Jaya” ini antara lain:

- 1) Mitra memahami penerapan prinsip pemasaran *marketing mix* 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*) ditinjau dari penentuan produk yang akan dijual sesuai dengan kemampuan mitra yakni sayap ayam dan kentang, dengan harga Rp 20.000,- per box, dijual dengan sistem pre-order, dan dipromosikan melalui media sosial Instagram dan WhatsApp
- 2) Hasil kegiatan program adalah terlaksananya pelatihan secara online melalui aplikasi Google Meet dan pendampingan melalui aplikasi WhatsApp
- 3) Hasil program ini adalah dibuatnya logo untuk produk kuliner Samudra Jaya “Hafid’s Wings”, foto-foto produk, dan desain layout feed untuk mendukung promosi melalui media sosial Instagram.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih pengabdian ucapkan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan pendanaan sehingga program pengabdian ini dapat terlaksanan dengan sebaik mungkin. Tidak lupa juga terima kasih pengabdian ucapkan kepada mitra yaitu Pak Saptoto, Bu Rini, dan Hafid selaku pengelola kuliner Samudra Jaya “Hafid’s Wings” yang telah bekerjasama dan penuh semangat dalam melakukan program ini.

Daftar Pustaka

- [1] Budastra, I Ketut, 2020, Dampak Sosial dan Program Potensial Untuk Penanganannya: Studi Kasus di Kabupaten Lombok Barat. JURNAL AGRIMANSION. Vol. 20 No.1: April 2020. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Mataram Indonesia.
- [2] Nasrullah, Rulli, 2015, Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Kurniawati, Wenday Dwi Novi, 2016, Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. Jurnal Komuniti, Vol. VII, No. 2, September 2016. Proram Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [4] Sefudin, Akhmad, 2014, Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” ke “4C”. Journal of Applied Business and Economic. Volume 1 Nomor 1 September 2014. Universitas Indraprasta PGRI.