



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 GUNUNGKIDUL, 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

TEKNIK AIDA DAN COPYWRITING UNTUK MENINGKATKAN OMZET ERA PANDEMI COVID-19

Bahrhun Ghozali²⁾, Yusuf Amri Amrullah²⁾

¹⁾ Prodi D3 Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

²⁾ Prodi S1 Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : oza@amikom.ac.id¹⁾, amri@amikom.ac.id²⁾,

Abstrak

Dampak dari pandemi Covid-19 pada bisnis sangat luar biasa baik itu pada penjualan produk maupun jasa, tujuan pengabdian ini untuk membantu meningkatkan skill pemasaran pada staff marketing, dimana era sudah mulai berubah dari pemasaran offline menjadi pemasaran online atau melalui digital marketing. Kurangnya pemahaman mengenai digital marketing memberikan dampak pada proses pemasaran yaitu menjadi tidak tepat sasaran dan biaya yang digunakan juga lebih tinggi. Metode yang digunakan yaitu workshop dan pendampingan, pendampingan diberikan untuk meningkatkan antusiasme dan semangat staff marketing sehingga hasil yang didapatkan maksimal. Hasil yang diharapkan yaitu membantu meningkatkan target marketing perusahaan pada umumnya, dan menaikkan omzet di era pandemi covid-19. Perlu ditingkatkan kompetensi staff marketing dalam bidang pemasaran seperti pembuatan video pemasaran dan teknik presentasi dengan metode onlin.

Kata kunci: AIDA, Copywriting, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Istilah disruptif dalam buku Rhenald Kasali mengacu pada istilah perubahan dalam konteks bisnis, keuangan dan investasi^[2], meskipun sekarang banyak sektor yang terdampak. Pada era disruptif sekarang ini banyak banyak terdapat inovasi yang tidak pernah ada sebelumnya, salah satu inovasi yang mengguncang dunia bisnis yaitu awal kemunculan start up ojek online di Indonesia, dimana sebuah bisnis yang awalnya berjalan secara konvensional diubah menjadi bisnis dengan teknologi yang tidak pernah terpikirkan oleh banyak pelaku bisnis sebelumnya. Hal ini memiliki peran yang sangat besar dalam mengubah perilaku konsumen ojek, yang sebelumnya harus mencari pangkalan ojek terlebih dahulu, dengan adanya teknologi dalam bisnis ojek maka berubah proses bisnisnya yaitu mereka yang mendatangi pelanggannya. Peran ojek online lebih dari itu, aplikasi yang dibuat oleh ojek online bisa dilakukan untuk pembelian makanan, minuman, pembayaran listrik, kartu pra bayar, BPJS kesehatan dan lain sebagainya.

Selain itu proses pemasaran juga sudah mulai berubah, sebelum era disruptif muncul atau industri 4.0 teknik pemasaran masih didominasi dengan media, seperti; radio, koran, televisi, banner, brosur, dan majalah. Yang kemudian dengan adanya disrupti konsep pemasaran berubah ke arah digital marketing, peralatan yang digunakan seperti, media sosial, marketplace, e commerce, email, whatsapp dan website. Pada konten di website dan media sosial terdapat caption atau deskripsi yang dibuat dengan jelas dan menarik. Supaya caption atau deskripsi yang dibuat itu menarik pelanggan maka harus menggunakan teknik copywriting. Copywriting merupakan adalah kalimat yang dibuat oleh copywriter (orang yang ahli dalam membuat kalimat) dan dibuat sedemikian rupa supaya iklan menjadi menarik dan orang menjadi tertarik untuk mencermati (Frank Jefkins, 2009)^[1]. Pada teknik copywriting pada konsep pemasaran ditambahkan formula AIDA (Awareness, Interest, Desire dan Action), Formula AIDA ini sering digunakan pada konsep pemasaran untuk mendapatkan perhatian, menjadikan tertarik, kemudian menjadikan minat dan

sehingga muncul keputusan (Kotler dan Keller, 2009)^[3].

Jogja Synergy Office (JSO) merupakan UMKM yang menggunakan telemarketing dalam proses bisnisnya, seperti whatsapp, email, media sosial dan website. Proses pemasaran di UMKM JSO selama ini lebih banyak dibantu oleh tim IT seperti email blast, membuat artikel di website dan membuat konten pemasaran. Hal tersebut juga dikarenakan latar belakang staff marketing tidak diambil dari pendidikan IT. Dengan adanya pandemi dan penerapan Work From Home, staff pemasaran diharapkan mampu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi. Proses bisnis JSO juga ikut berubah, sebelum era pandemi covid-19 proses bisnis dilakukan secara tatap muka dan pemasaran juga masih sebagian dilakukan secara tatap muka ketika harus melakukan presentasi. Saat ini staff marketing wajib melakukan proses digital marketing secara mandiri, mengingat klien atau customer juga melakukan perubahan proses bisnis ke arah digitalisasi, dan kondisi ini juga merupakan momentum dalam meningkatkan kompetensi karyawan dalam hal pemasaran digital.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra pada era covid-19 ini yaitu :

- a. Staff Marketing belum optimal dalam membuat konten
- b. Staff Marketing belum memahami konsep Awareness, Interest, Desire, dan Action (AIDA).
- c. Staff Marketing belum memahami dalam membuat kalimat deskripsi yang SEO Friendly untuk digital marketing.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan workshop dan konsultasi yang akan dilaksanakan berdasarkan kesepakatan dengan mitra.

a. Workshop dan Pendampingan Pemasaran

Pada kegiatan ini akan dilakukan selama 3 bulan dengan rincian sebulan 2 kali, waktu dan tempat berdasarkan kesepakatan dengan mitra. Mengingat kondisi masih dalam era pandemi covid-19 dan larangan physical distancing, maka akan dipertimbangkan penggunaan aplikasi video conference dalam workshop

pemasaran. Peserta yang diutamakan pada kegiatan ini yaitu staff marketing dan tidak menutup kemungkinan karyawan dari divisi lain seperti IT dan SDM.

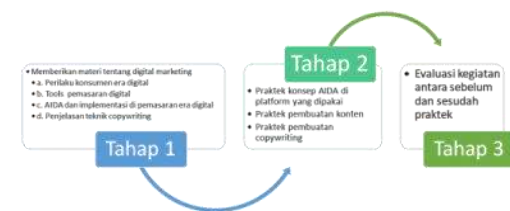
Materi yang akan di sampaikan terkait :

1. Perilaku Konsumen Era Digital
2. Dampak Pandemi Covid – 19
3. Tools Pemasaran Digital
4. AIDA dan Penjelasan Teknik Copy Writing

Setelah pemberian materi tahap selanjutnya akan didampingi dalam praktek AIDA dan copy writing.

b. Tahapan Pemberian Materi

Materi dan konsep yang dilaksanakan :



Gambar 1. Alur Pendampingan

c. Rancangan Kegiatan

Tabel 1. Rancangan Kegiatan

Tahapan	Kegiatan	Metode	Waktu dan tempat
Persiapan	Persiapan bahan, distribusi surat izin Materi.	Studi Literatur	Bulan ke -1 dan ke -2 Mitra
Pelaksanaan	Penyampaian Materi, pendampingan, konsultasi	Ceramah, Diskusi interaktif, pendampingan	Bulan ke 2,3,4 Mitra
Evaluasi dan Laporan	Evaluasi hasil dan pembuatan laporan	Diskusi, Online	Bulan ke 5,6 Zoom Meeting

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Sosiliasiasi dan workshop

Dampak dari pandemi covid-19 sangat luar biasa, dimana kegiatan bisnis dari JSO biasanya dilakukan secara offline harus dilakukan dengan metode online. Maka dari itu kegiatan ini sangat di

harapkan oleh pihak JSO dan dijadikan momentum untuk meningkatkan kompetensi karyawan, baik itu SDM, keuangan, operasional, dan pemasaran. Unit bisnis yang miliki JSO dan yang ikut pada kegiatan ini yaitu, Univ Berdiklat, Unit Manpowerindo, Unit Nisbi Indonesia, Unit Lokal Media Training dan Unit Transindo, dengan total 4 unit bisnis dari 12 unit yang dimiliki. Hal tersebut dikarenakan kesibukan dan ada beberapa unit yang terdampak pandemi secara financial sehingga tidak memiliki karyawan.

Kegiatan ini memaparkan abdimas yang akan dilakukan di Jogja Synergy Office (JSO) selama kurang lebih 5 bulan dan diberikan tentang tehnik AIDA (Awarnes, Interest, Desire, Action) dan Copywriting, kegiatan dilaksanakan pada 25 Juli 2020, dihadiri oleh 10 orang peserta dengan rincian 7 peserta langsung dilokasi dan 3 peserta menggunakan zoom untuk mengikuti kegiatan ini. Pada kegiatan ini digali kesadaran tehnik AIDA dan penggunaannya di era pandemi Covid-19, dimana proses bisnis semua mengarah ke digitalisasi, dasar dari tehnik AIDA yaitu perilaku konsumen yang ikut berubah di era disrupsi.

Staff marketing di JSO sudah melalukan proses digital marketing, akan tetapi mereka belum memahami konsep AIDA dan Copywriting yang benar atau sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga cara membuat poster online masih belum sesuai kaidah-kaidah pemasaran, baik itu dari sisi SWOT (Streng, Weakness, Opportunity, dan Threat), maupun dari sisi value produk yang ditawarkan. Hal ini akan berpengaruh pada customer maupun klien yang sudah pernah mereka dapatkan, yaitu belum sesuai target omzet.

Diakhir sesi peserta diminta untuk membuat poster memakai tehnik AIDA dan Copywriting, untuk lebih meningkatkan semangat dan keseriusan peserta maka dibuat konsep lomba.



Gambar 2. Sosialisasi dan Workshop



Gambar 3. Pemaparan Teknik AIDA



Gambar 4. Pemaparan Materi Copywriting

B. Lomba AIDA dan Copywriting

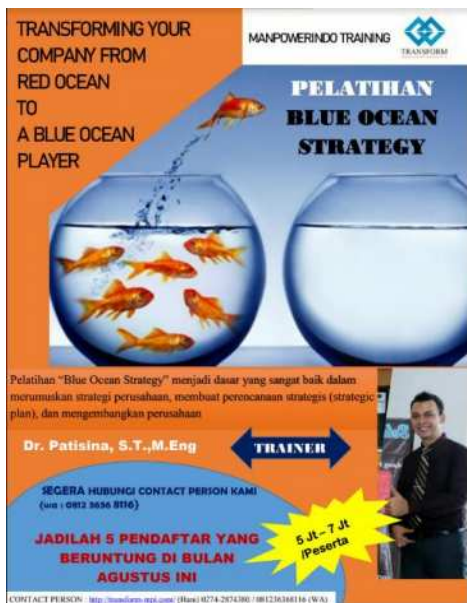
Lomba ini digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman dari peserta workshop, diharapkan dengan lomba disertai dengan pemberian reward dapat meningkatkan keseriusan oleh peserta serta dapat dijadikan ukuran tingkat pemahaman yang dimiliki oleh peserta. Penilaian dilakukan pada pembuatan poster serta melihat unsur AIDA apakah sudah masuk pada poster yang dilakukan. Sebelum lomba dilakukan panitia abdimas dengan dibantu oleh HRD JSO melakukan pengecekan dan evaluasi pada poster yang pernah dibuat, dan hasilnya ada beberapa yang sudah hampir memenuhi AIDA tapi belum ada Call to Action pada poster tersebut, sehingga perlu didampingi pada proses pembuatan poster tersebut. Pendampingan dilakukan secara online menggunakan whatsapp, ada 8 peserta dari 10 peserta worskhop yang mengumpulkan poster online yang dilombakan.



Gambar 5. Poster Lomba Unit Transindo



Gambar 6. Poster Lomba Lokal Media



Gambar 6. Poster Lomba Manpowerindo



Gambar 7. Poster Lomba Nisbi Indonesia



Gambar 8. Poster Lomba Berdiklat



Gambar 9. Poster Lomba Berdiklat



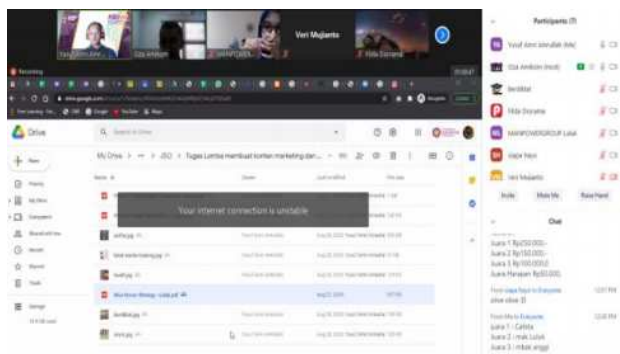
Gambar 10. Poster Lomba Berdiklat



Gambar 11. Poster Lomba Berdiklat

C. Evaluasi kegiatan

Pada kegiatan ini dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan abdimas dan pengumuman lomba pembuatan poster dengan teknik AIDA dan Copywriting, pengumuman menggunakan ZOOM. Menurut bapak Oki, HRD dari JSO, menyampaikan bahwa kegiatan ini sangat membantu marketing dalam meningkatkan pemahaman tentang digital marketing, output dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan omzet marketing pada khususnya dan omzet perusahaan pada umumnya, terutama di era pandemi covid-19. Berdasarkan data keuangan bahwa kegiatan ini membantu meningkatkan omzet marketing kurang lebih 20%, dan ini merupakan hasil yang bagus di era pandemi dan era perubahan bisnis dari offline menjadi online. Staff marketing juga menjadi lebih memahami dalam menerapkan pemasaran menjadi lebih tepat sasaran. Diharapkan bahwa semoga JSO menjadi salah satu pilihan kegiatan abdimas kembali oleh Universitas Amikom Yogyakarta.



Gambar 12. Pengumuman Lomba



Gambar 13. Evaluasi Kegiatan

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan ini sangat dibutuhkan oleh mitra, teknik AIDA dan Copywriting merupakan bagian dari Digital Marketing, hal ini sangat dibutuhkan oleh para pelaku bisnis. Investasi pada digital marketing lebih murah daripada investasi pada offline marketing, apalagi ditambah dengan alat penyampaian dan metode yang digunakan, seperti penggunaan zoom, google meet, webex dan lain sebagainya.

Staff marketing merupakan garda terdepan atau ujung tombak perusahaan JSO, maka kegiatan abdimas yang dilakukan oleh universitas amikom sangat pas terutama di era pandemi. Dengan digital marketing penggunaan kertas berkurang sangat drastis, karena aset-aset marketing diubah kearah digital. Selain itu diperlukan pengawasan oleh divisi marketing yang langsung dibawah direktur, untuk memantau perkembangan atau action plan yang sudah dibuat.

Saran

Perlu ditingkatkan lebih lanjut untuk pendampingan yang digital marketing, yang selama ini digital marketing masih dilakukan oleh IT perusahaan. Pada digital marketing tahap selanjutnya disarankan pada pembuatan video marketing dan teknik presentasi menggunakan media daring.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat tahun 2020. Dan terima kasih kepada pimpinan di Jogja Synergy Office yang telah menjadi mitra dari Universitas AMIKOM Yogyakarta atas terlaksananya kegiatan ABDIMAS sehingga dapat berjalan dengan lancar dan baik.

Tak lupa kepada seluruh pendukung kegiatan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Daftar Pustaka

- [1] Jefkins, Frank ; Daniel Yadin.2004. Public Relations. Jakarta: Erlangga
- [2] Kasali, Rhenald. 2017. *Disruption: Tak ada yang tak bisa diubah sebelum dihadapi, Motivasi saja tidak cukup*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- [4] Tim Penyusun Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. 2020. Panduan Pelaksanaan Internal Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas Amikom Yogyakarta Edisi 2020. Yogyakarta.