



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](mailto: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 kehadirat 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

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

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



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

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

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

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

## OPTIMALISASI DESAIN KONTEN INSTAGRAM MENGGUNAKAN TEMPLATE POWEPOINT UNTUK MEMBANGUN BRANDING USAHA RUMAHAN KUKULALA.DEPOK KAB. SLEMAN

Dwi Rahayu<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Prodi D3 Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email : [dwirahayu@amikom.ac.id](mailto:dwirahayu@amikom.ac.id)<sup>1)</sup>

### Abstrak

Masa pandemi Covid-19 saat ini juga menjadi permasalahan diberbagai sector dan perlu dilakukan adaptasi secara cepat dan tepat untuk menjadikan kondisi sulit menjadi sebuah peluang. Para pelaku UMKM termasuk didalamnya usaha rumahan pun tidak luput dari dampak pandemic ini, bahkan tidak sedikit pelaku UMKM harus gulung tikar. Pokok permasalahan terdapat pada menurunnya penjualan atau bahkan kebangkrutan akibat pembatasan interaksi. Oleh karenanya teknologi media digital menjadi solusi dan jembatan untuk tetap berjalannya suatu usaha. Media sosial menjadi salah satu alternatif yang dapat dibangun untuk mempertahankan usaha dan transaksi jual beli, selain itu meningkatkan branding. Instagram terbukti menjadi media sosial yang cukup efektif untuk dijadikan media promosi dan katalog produk, sekaligus interaksi jual beli. Masa pandemi dapat menjadi peluang untuk membangun branding suatu usaha..

**Kata kunci :** Pandemi, UMKM, Desain, Instagram, Branding

### 1. PENDAHULUAN

Branding suatu produk menjadi kunci profit dari suatu usaha dibidang ekonomi produktif. Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) termasuk didalamnya usaha rumahan bergerak dibidang olah produk menjadi gagasan yang dapat meningkatkan regulasi dan laju perekonomian, serta meningkatkan kesejahteraan hidup. Namun, dimasa pandemi Covid-19 seperti saat ini, dampak perekonomian dirasakan sangat berat bagi para pelaku UMKM. Hal tersebut dikarenakan UMKM rerata tidak memiliki modal sebesar perusahaan, melainkan hanya mengandalkan perputaran produksi dan penjualan. Alhasil banyak pelaku UMKM yang akhirnya berhenti produksi atau bahkan tutup. Penyebabnya utamanya adalah usaha belum memiliki branding yang kuat, terlebih di dunia maya, sehingga menjadi sangat cepat tenggelam dimasa pembatasan interaksi ini. Seperti yang kita semua ketahui bahwa masa pandemi ini hampir menyeluruh menggeser kegiatan offline menjadi online [1]. Oleh karenanya, pelaku UMKM harus mampu bertahan dengan mengikuti perubahan ini. Banyak para UMKM yang tidak sanggup mengikuti dengan cepat.

Kukulala.depok merupakan salah satu usaha rumahan yang memproduksi aneka kue dan roti yang merasakan dampak tersebut. Profit menjadi

menurun hingga 50%, yang biasanya justru naik saat moment ramadhan dan idul fitri. Brandingnya masih berada dicakupan lingkungan relasi, belum sampai dikenal oleh banyak orang. Instagram menjadi tempat didunia maya yang sudah dimanfaatkan Kukulala.depok untuk mempublikasikan usahanya, namun belum terkelola dengan baik, sehingga belum dapat menarik pelanggan.

Sebuah akun Instagram bisnis dapat dikatakan telah optimal penggunaannya apabila dapat menjadi etalase toko dari si pelaku usaha. Untuk menjadikan Instagram menjadi etalase toko, perlu adanya manajemen Instagram dari sisi konten, desain, caption, dan timing untuk menggugah konten baik pada feed atau story untuk membangun dan meningkatkan interaksi dengan para pengguna media sosial [2]. Instagram kini terintegritas dengan Facebook dan sosial media lainnya. Manajemen Instagram yang sudah baik, harus didukung dengan promote (iklan) untuk menarik orang mengunjungi Instagram tersebut. Pengiklanan dapat dilakukan melalui feed atau instastory promote. Dengan begitu pengunjung akan tertarik terlebih dahulu dengan tampilan desain Instagram yang selaras dan mencitrakan branding produk [3].

Pelaku usaha rumahan membutuhkan konten Instagram yang dapat dengan mudah dan ringan digunakan. Template menjadi solusi yang dapat digunakan oleh semua orang, seperti yang banyak tersedia di fitur-fitur media sosial saat ini. Namun template tersebut memiliki kelemahan, yang mana tidak bisa disesuaikan dengan branding usaha, dan pasti umum digunakan oleh banyak orang. Oleh karena, perlu adanya template yang dibuat sesuai dengan branding dan dapat digunakan secara instan. Template PowerPoint menjadi solusi yang tepat. Hasil desain tidak kalah menariknya dengan hasil olah desain di Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Canva, dan software desain lainnya. PowerPoint juga merupakan software yang ringan digunakan dispeck komputer yang standar dan tools yang sederhana, mudah dipahami. Selain itu pada setiap slide PowerPoint terdapat fitur "Note" yang dapat digunakan untuk membuat draft caption, sehingga semua desain pun dapat terdokumentasi.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang ditempuh Lembaga Pengabdian Masyarakat Amikom Yogyakarta untuk mengatasi permasalahan dari mitra, yaitu dengan cara membentuk tim yang terdiri satu dosen yang menjadi ketua pengusul pengabdian masyarakat ini dan satu mahasiswa yang berkompeten dibidang ini. Khusus untuk foto dan video produk melibatkan pihak luar yakni, agency jasa foto dan video produk.

Dimana metode Pelaksanaan yang digunakan yakni dengan melakukan pelatihan secara langsung dengan mitra pada pertemuan pertama yang merangkap materi sesi pertama dan kedua, kemudian dilanjutkan secara online dan bimbingan secara online juga. Berikut, jadwal pelatihan yang dilakukan:

1. Sesi Pertama merupakan pengenalan manajemen Instagram, yang meliputi desain, konten, caption, hastag, feed, instastory, microblog, media promote, timing mengunggah konten.
2. Sesi kedua pengenalan Software PowerPoint dan penggunaan serta memodifikasi template sendiri. Setelah sesi kedua dilakukan pembimbingan untuk mengelola Instagram selama 7 hari yang kemudian dilakukan promote.
3. Sesi ketiga dilakukannya evaluasi setelah dilakukan promote feed dan instastory.

4. Sesi keempat dilakukan 4 bulan setelah Instagram berjalan untuk mengevaluasi dan melihat perubahan yang terjadi pada akun instagram Kukulala.depok.

## 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Setelah sempat 2 bulan berhenti tidak produksi karna kondisi pandemi, Kukulala Kembali memproduksi pada saat pengabdian masyarakat ini menawarkan manajemen instgram untuk mengoptimalkan konten Instagram agar menjadi etalase toko. Setelah dilakukan observasi dan wawancara ditemukan masalah dan solusi, antara lain sebagai berikut:

### 1. Branding

Kukulala berdiri pada bulan Maret 2017 di Depok Jawa barat. Produk pertama banana milk crispy, dalam sebulan produksi mencapai 100 box. Usaha yang sudah mulai berkembang harus terhenti karena pindah domisili ke Jogja, dan tentu harus memulai branding baru untuk mendapatkan pelanggan. Memulai berjualan September 2018. Dengan berbagai varian produk, seperti brownies, donat, banana strudel, dan bolen. Kukulala hanya memproduksi disaat ada pesanan dan tidak ada toko fisik melainkan hanya berjualan melalui media sosial Facebook dan Instagram.

Saat pandemi Covid-19 ini, Kukulala berhenti tidak produksi lebih dari 2 bulan. Berikut tabel permasalahan branding, solusi yang ditawarkan, hasil capaian dan jenis luaran;

**Tabel 1. Branding**

<b>Solusi</b>	Menciptakan Brand Guidelines kukulala berdasarkan Style Logo, dan dilakukan pengelolaan Instagram mulai dari deskripsi akun bio dan merubahnya menjadi akun bisnis.
<b>Hasil Capaian</b>	Mitra mendapatkan Brand Guideline sekaligus template desain PowerPoint sekaligus materi tutorial. Dan mitra mendapatkan materi panduan pengelolaan Instagram.
<b>Jenis Luaran</b>	- Template Desain PowerPoint - Brand Guideline - Materi Manajemen Instagram - Tutorial Penggunaan Template

## 2. Katalog Online

Permasalahan pada Instagram kukulala adalah belum tertata sebagaimana katalog informasi produk bagi pengunjung. Oleh karenanya pada pengabdian ini ditawarkan solusi sebagai berikut:

**Tabel 2. Katalog Online**

<b>Solusi</b>	Template desain feed dan ig story menggunakan PowerPoint dan Foto Video Semua Produk untuk menunjang konten Instagram
<b>Hasil Capaian</b>	Mitra dapat menggunakan dan menghasilkan desain untuk konten dengan template PowerPoint. Mitra mendapatkan stok foto dan video produk.
<b>Jenis Luaran</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain konten Instagram</li> <li>- Bimbingan upload konten selama 1 bulan</li> <li>- Foto dan Video Produk yang sudah diolah dan siap untuk diupload sebagai konten instagram</li> </ul>

Pada awalnya akun Instagram kukulala merupakan akun pribadi, kemudian diubah menjadi akun bisnis dan penamaan ulang, agar lebih umum, tidak memihak ke suatu daerah, dari “kukulala.depok” diubah menjadi “kukulalapastry”. Deskripsi akun diperjelas informasinya terkait keunggulan dan daya tarik kukulala. Selain itu dengan menambahkan link yang tertuju langsung pada nomor Whatsapp kukulala.

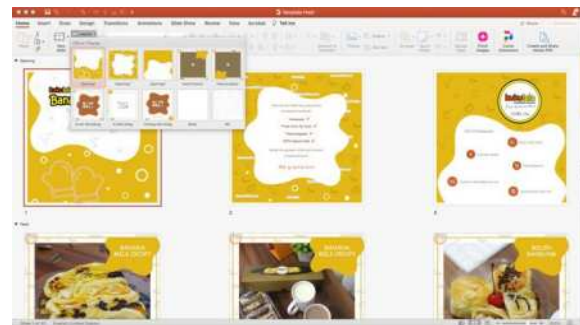


**Gambar 1. Kukulala.depok**



**Gambar 2. Kukulalapastry**

Pemilik kukulala mengatakan bahwa dengan adanya konten yang didesain menarik, membuatnya menjadi percaya diri untuk mengarahkan pelanggan ke inatagram terkait informasi produk. Terdapat 2 template yang berbeda file, yakni template khusus untuk konten Feed Instagram yang ditunjukkan pada gambar 3 dan khusus untuk Instgram Story yang ditunjukkan pada gambar 4, yang mana semua desain memiliki ciri khas identik kukulalapastry yang dominasi dengan warna kuning, seperti logo kukulala pastry yang ditunjukkan pada gambar 5.



**Gambar 3. Template Desain Feed IG**



**Gambar 4. Template Desain IG Story**



**Gambar 5. Logo Kukulala**

Ada penyesuaian warna gradasi kuning lebih gelap yang ditunjukkan untuk menonjolkan logo. Ketika dipadukan dengan tema warna disetiap desain konten Instagram. Seperti yang dicontohkan pada salah satu desain feed konten pada gambar 6. Penggunaan pattern transparan pada dasar warna background kuning tua, bertujuan untuk memperkuat citra bakery, buah

pisang, dan pastry sebagai bahan utama dari produk kukulala. Dan pemilihan warna putih bersih tanpa oramen apapun pada bagian informasi bertujuan untuk penekanan yang mengarahkan pembaca langsung mendapatkan informasi ketika melihat desain konten tanpa harus membaca caption. Berdasarkan pengakuan owner Kukulala, hal ini terbukti berkurangnya calon pelanggan yang hanya sekedar tanya harga maupun produk, melainkan langsung melakukan pemesanan. Owner Kukulala pun apabila ada yang bertanya mengenai katalog langsung diarahkan ke intagram atau cukup mengirimkan gambar katalog seperti pada gambar 7, tanpa harus mengetik, mengingat admin kukulala masih dikelola oleh owner sendiri.



Gambar 6. Contoh Desain Feed IG



Gambar 7. Contoh Desain IG Story

Template Desain Instagram yang dibuat menggunakan aplikasi PowerPoint dirasakan lebih mudah dipelajari dan dipraktekkan oleh pemilik Kukulala. Selain itu aplikasi bisa digunakan secara optimal meski hanya menggunakan komputer dengan spesifikasi rendah. Template desain ini khusus digunakan

untuk feed Instagram, pada fitur note disetiap slide yang ditunjukkan pada gambar 8, yang difungsikan untuk membuat draft caption dan juga hastag. Treatment ini membantu owner kukulalapastry apabila kedepannya ada staff tersendiri yang mendesain dan membuat konten, sehingga owner kukulala dapat mengoreksi sebelum diposting.



Gambar 8. Fitur Note

### 3. Pemasaran

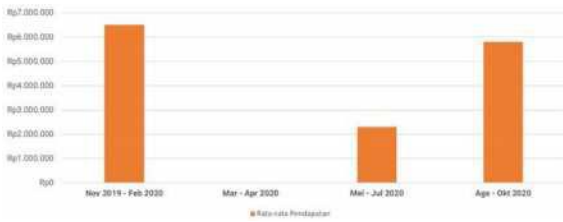
Setelah Instagram sudah menjadi katalog online dan etalase toko, akun dibantu dengan promote untuk meningkatkan popularitas. Berikut solusi dan capaian terkait permasalahan pemasaran ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Pemasaran

Solusi	Hasil Capaian
Pemasangan iklan melalui ig story influencer berceklis biru. Tayang selama 24 jam. Iklan Feed IG selama 24 jam untuk area Yogyakarta	Peningkatan pengunjung pada laman Instagram dan adanya interaksi dengan pengujung. Penawaran kerjasama dan pelanggan baru
Promote akun dengan pasang iklan pada IG Story Influencer berceklis biru, tayang selama 24 jam. Promote konten feed terkait dengan produk baru Kukulala.	

Langkah yang dilakukan berjalan dengan baik sehingga terjadi peningkatan pengunjung dan interaksi di Instagram yang menjadi pelanggan baru. Seiring peningkatan pelanggan, meningkat juga pendapatan Kukulala di masa pandemi ini yang hampir setara dengan pendapatan sebelum terjadi pandemi, ditunjukkan pada gambar grafik pendapatan tahun 2019-2020 berikut ini.



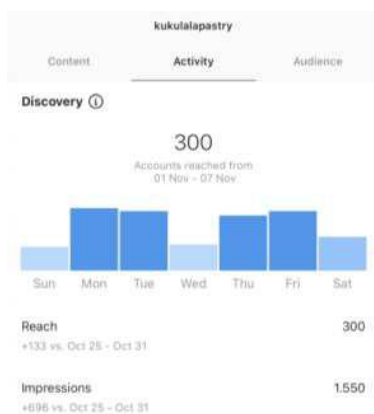


Gambar 9. Grafik pendapatan 2019-2020

Hal tersebut membuat kukulala menambah varian produk baru, mengikuti trend varian kue saat ini seperti choco roll, cheese roll, dan korean bread. Selain itu pemilik juga merasa yakin untuk mengembangkan usahanya meski dimasa pandemi, dengan menambah jumlah karyawan untuk meningkatkan produksi. Pemilik Kukulala melihat potensi pemasaran dan popularitas akun Instagramnya untuk mendukung berkembangnya usaha ini. Berikut kenaikan interaksi Instagram dipaparkan dalam gambar 10 dan 11.



Gambar 10. Insights Sebelum



Gambar 11. Insights Setelah

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dan saran dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini antara lain, sebagai berikut:

- 1) Dimasa pandemi, branding online sangat dibutuhkan untuk menjaga kestabilan usaha, karena toko online tidak harus buka tutup seperti toko yang berwujud.
- 2) Konsistensi upoad konten dan interaksi dengan pengguna Instagram (pengunjung) mampu meningkatkan penjualan. Oleh karenanya harus ada staff tersendiri yang mengurus akun Instagram untuk terus meningkatkan popularitas.
- 3) Template desain menjadi kemudahan dan kecepatan pengguna untuk mengisi konten Instagram sesuai dengan brand produk.
- 4) Ciri khas desain dan informasi yang dikemas dengan baik mampu menarik pengunjung baru dan memudahkan calon pembeli mengenali produk yang dijual.

#### Ucapan Terimakasih

Terimakasih saya ucapkan kepada Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan saya kesempatan dan pendanaan untuk melakukan pengabdian masyarakat ini. Terimakasih kepada Mbak Latifah selaku pemilik dari usaha rumahan KukulalaPastry atas kerjasamanya. Dan terima kasih kepada asisten dan agency foto video produk yang mendukung berjalannya pengabdian ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] Kingsnorth Simon, 2019, *Digital Marketing Strategy*, 2<sup>nd</sup> edition CPI Group (UK) Ltd, Croydon.
- [2] Prof. Meenakshi Singh, 2020, *Instagram Marketing – The Ultimate Marketing Strategy*, International Jprnal of Advance and Innovative Research Vol 7..ISSN 2394-7780.
- [3] Nadia Ferine, Gede Sri Darma, 2019, *Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improve Competitive Advantage*, International Journal of Innovative Science and Research Technology, ISSN 2456-2165

