



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2022

PROSIDING

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 27 November 2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 27 November 2021

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

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.**
Cetakan I, Januari 2022

Penerbit :

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

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 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

**Dr. Andi Sunyoto, M.Kom
Emha Taufiq Luthfi, M.Kom
Sudarmawan, M.T
Hanif Al Fatta, M.Kom
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 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 2021 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 2021 terdapat 105 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.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 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 2021

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PEMBUATAN PERANGKAT BELAJAR SECARA ONLINE KEPADA GURU PAUD KB RUMAH ANAK PINTAR ISLAMI (RAPI) Ade Pujianto	Halaman 1-6
MEMBANGUN KECAKAPAN ABAD 21 PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA MELALUI JURNALISME DIGITAL Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	7-12
PENINGKATAN SECURITY AWARENESS PADA WILAYAH DESA TEGALSARI BERBASIS VISUAL DALAM Mendukung GUNUNGGIDUL SMART CITY Agit Amrullah	13-18
PENERAPAN DAN PEMBUATAN DESAIN PACKAGING DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK HOME INDUSTRI KUE DAN MINUMAN "ANISYA" DI KECAMATAN NGAGLIK, KABUPATEN SLEMAN Agung Nugroho	19-24
PENGEMBANGAN VIDEO PROMOSI DAN PRESENTASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUCIR GARONGAN Ahmad Sa'di, Ria Andriani	25-30
PKM PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DIDUKUNG APLIKASI MOBILE "QASIR" DALAM TOKO AR-RAUDHAH Agus Fatkhurohman	31-36
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM "CREATIVE BATIK" DALAM PENINGKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP DI MASA PANDEMI COVID-19 Ainul Yaqin , Alfriadi Dwi Atmoko, Wiji Nurastuti MT	37-42
PEMBUATAN MEDIA PROFILING KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN Ali Mustopa	43-48
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI EATDULU.ID PADA ERA PANDEMI COVID-19 Andriyan Dwi Putra	49-54
PEMANFAATAN SAMPAH DAPUR MENJADI PUPUK ORGANIK CAIR (POC) DAN PEMASARANNYA MELALUI MARKETPLACE Anna Baita, M. Kom., Fajrul Falahudin Rasyid	55-60
PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN ONLINE DENGAN GAMIFIKASI Ani Hastuti Arthasari	61-66
PEMANFAATAN E-COMMERCE DESA WISATA JIPANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 Anik Sri Widawati , Hanafi, Netci Hesvindrati	67-72
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DIGITAL KOMUNITAS SEDEKAH YOGYAKARTA Anggrismono	73-78
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN VIDIO PROMOSI PRODUK Ardiyati, Akhmad Dahlan	79-84
DIGITALISASI ADMINISTRASI SEKOLAH Arifiyanto Hadinegoro	85-90
PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK KEMBENG ROSO USAHA MIKRO BANYUMILI Arvin Claudy Frobenius	91-95

VIRTUAL TOUR VIDEO WISATA Pemandian Alami Blue Lagoon	96-101
Atika Fatimah , Haryoko	
PEMBUATAN APLIKASI Pencatatan Data Karyawan Sebagai Pendukung Administrasi Yayasan Taruna Alquran	102-107
Atik Nurmasani, Febri Dwi Kurniawan , Oxsal Christal Pamula	
Peningkatan Keterampilan Penerapan Cyber Security Bagi Guru SMK Negeri 2 Yogyakarta	108-113
Banu Santoso, Afin Nur Ikhsan , Rendi Prasetyawan	
Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Untuk Strategi Pemasaran Khayra Cakes	114-119
Bety Wulan Sari	
Pemanfaatan Sosial Media Untuk Konten Promosi Jasa Enggal Jaya Las	120-125
Bhanu Sri Nugraha	
Sosialisasi Pemasaran Online Di UMKM Ibu Sejahtera	126-131
Deani Prionazvi Rhizky	
Pengembangan dan Pelatihan Strategi Pemasaran Di Bumdes Remboko Melalui Disain Visual	132-137
Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Erfanni Bimantara, Fadlurahman Hanif	
Workshop Peningkatan Kemampuan Karyawan UMKM Dalam Marketing Digital Pada Laundry Eve	138-143
Eli Pujastuti	
Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Masyarakat Dusun Gebang, Panggang Gunungkidul	144-149
Fahrul Imam Santoso	
Peningkatan Keterampilan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Internet Di Kebun Belajar Rumah Tumbuh	150-155
Ferian Fauzi Abdulloh	
Penerapan Model Bisnis Kanvas Untuk Pengembangan Usaha Olstore Malik Selama Pandemi Covid-19	156-161
Fitri Juniwati Ayuningtyas	
Pembuatan dan Pengenalan Toponim Kalurahan Bener, Kemantren Tegalrejo, Kota Yogyakarta Melalui Film Bergambar	162-167
Fitria Nuraini Sekarsih	
Pelatihan Sociopreneurship Tahap 2 Dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Karang Taruna Kampung Banaran	168-173
Gardyas Bidari Adninda , Aditya Maulana Hasymi	
Pelatihan Daring Pembuatan Video Pembelajaran Online dan Kuis Interaktif Serta Pemanfaatan Google Application Pada Tk Pertiwi Pandak Baturaden Banyumas	174-179
Haryoko	
Pelatihan Digital Marketing Untuk Askomta Sebagai Sarana Meningkatkan Promosi Usaha Di Masa Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19	180-185
Hendra Kurniawan	
Pemanfaatan Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Digital Pada Toko Kelontong Di Masa Pandemi Covid-19	186-191
Ismadiyanti Purwaning Astuti	

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN KOTABARU	192-197
Ika Afianita Suherningtyas, Rizky , Sola Tri Astuti , Desri Wahyuni	
DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWERENESS UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA JMKM	198-203
Ike Verawati	
PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO MENGGUNAKAN PREMIERE UNTUK PEMUDA PEMUDI KARANG TARUNA P3L DUSUN PANGGUNGAN LOR KALURAHAN TRIHANGGO	204-209
Ika Asti Astuti	
PENINGKATAN KOMPETENSI GURU MELALUI PEMBUATAN GAME EDUKATIF UNTUK MENUNJANG PROSES BELAJAR MENGAJAR PESERTA DIDIK PADA BA AISIYAH JABUNG	210-214
Ika Nur Fajri	
PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PADA USAHA SNACK DAN JAJANAN PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19	215-220
Ikmah , Anik Sri Widawati	
MEDIA PEMBELAJARAN SOCIOFUN BERBASIS MOBILE SEBAGAI PENUNJANG PROSES PEMBELAJARAN SOSIOLOGI KELAS X DI SMAN 1 TURI	221-226
Irma Rofni Wulandari , Laily Nur Hamidah , Yuli Astuti, Lilis Dwi Farida	
PELATIHAN MEDIA SOSIAL BRANDING UNTUK KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN	227-232
Irwan Setiawanto, Kusnawi	
PELATIHAN YOUTUBE CONTENT CREATION UNTUK SARANA PUBLIKASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN	233-238
Joko Dwi Santoso, Erfina Nurussa'adah	
PENDAMPINGAN PENERAPAN APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI KEUANGAN AGEN DAN RESELER UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KLINIK INUSA SKINCARE PLERET BANTUL	239-244
Jeki Kuswanto, Nenden Ranuma Ratri	
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DUSUN GEBANG KELURAHAN WEDOMARTANI	245-250
Jurni Hayati	
SOSIALISASI DAN EDUKASI ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA CLUB PANJI SAKTI (CPS) SINGARAJA	251-256
Kadek Kiki Astria	
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UMKM DELDV	257-262
Laksmindra Saptyawati	
KAMPANYE POLA HIDUP SEHAT DAN SAFETY RIDE DALAM BERSEPEDA SERTA PEMBENAHAN ADMINISTRASI PADA ECOSMO JOGJA	263-268
Lukman	
PEMBUATAN W EBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN BEEIS MADU	269-274
M. Nuraminudin , Tisih Lara Bangun Sasongko	
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI RESELLER PADA HOMESWEETHOME.JOGJA BERBASIS ANDROID	275-280
Melany Mustika Dewi	

PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF ONLINE UNTUK Mendukung Kegiatan Belajar dari Rumah (BDR) pada Masa Pandemi COVID-19 di TK Budi Luhur 1 Majid Rahardi	281-286
IKLAN untuk Meningkatkan Penyebaran Informasi pada Startup Matrash Yogyakarta dengan Motion Grafis Mei Parwanto Kurniawan , Deden Maulana Yusuf	287-292
PENGEMBANGAN Strategi Promosi Pariwisata Desa Ledhok Blotan melalui Media Sosial Monika Pretty Aprilia	293-298
Meningkatkan Transformasi Bisnis dengan Pengelolaan Transaksi Penjualan menggunakan Aplikasi Kasir Berbasis Android Moch Farid Fauzi, Alfie Nur Rahmi	299-304
Membangun Website sebagai Penunjang Promosi Sekolah "SMK Bina Harapan Sleman" Muhammad Misbahul Munir	305-310
Pengenalan Aplikasi Google Form dalam Pembelajaran Jarak Jauh bagi Guru di SLB C Wiyata Dharma 2 Sleman Ninik Tri Hartanti	311-315
Pelatihan Teknik Dasar Fotografi Smartphone sebagai Media Menumbuhkembangkan Kreativitas bagi Pemuda pada Masa Pandemi COVID-19 di Desa Drono, Klaten Ni'mah Mahnunah, Irfan Rifani, Vanny Namiroh	316-321
Pelatihan Foto Produk untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Toko Delapan Bakery Nurfian Yudhistira	322-327
Meningkatkan Branding dan Layanan Digital pada Bumi Perkemahan Taman Tunas Wiguna Babarsari Nuri Cahyono	328-333
Penyuluhan Desa Wisata Alam sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Warga dan Kualitas Lingkungan Desa Jonggrangan Nurizka Fidali	334-339
Peningkatan Literasi Digital: Perempuan Cerdas Tangkal Berita Hoaks Novita Ika Purnamasari, Roghaya Indah Pratiwi , Razan Arvin Pradipa	340-345
Menggalakkan Kegiatan Penghijauan Aktifitas Berkebun Tanaman Hias di Masa Pandemi Prasetyo Febriarto, Rezki Satris	346-351
Strategi Branding dan Instagram Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Azka Roti Rakhma Shafrida Kurnia	352-357
Pengenalan Model Hunian Sehat Produktif di Lingkungan Perkotaan untuk Keluarga Sejahtera di Masa Pandemi COVID19 RR. Sophia Ratna Haryati	358-364
Literasi dan Inisiasi Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	365-370
Pelatihan Strategi Digital Marketing pada UKM Pukis Klaten Ria Andriani , Ahmad Sa'di	371-376

PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK DENGAN SMART PHONE DALAM RANGKA PENINGKATAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PEMASARAN PELAKU UMKM MUNDU SAREN	377-382
Riski Damastuti	
PENANDA KAWASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGUATAN IDENTITAS KAWASAN DESA WISATA SIDOWARNO	383-388
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
EDUKASI PEMASARAN ONLINE UMKM KULINER DAPUR FARIDA DI YOGYAKARTA	389-394
Rivga Agusta	
GERAKAN BIJAK BERSOSIAL MEDIA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI RT 05 KUJONSARI	395-400
Sannya Pestari Dewi, Ulul Azmiyati , Akbar Stallyno	
PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN DESA WISATA WIRUN SEBAGAI SENTRA KERAJINAN GAMELAN	401-406
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	
MENINGKATKAN PERFORMA AREA WISATA DENGAN SISTEM ZONASI DAN PENINGKATAN KAPASITAS PEDAGANG	407-412
Septi Kurniawati Nurhadi , Gardana Purnama	
LITERASI MEDIA, DAN DIGITAL BRANDING "WISATA GOA LANGSE", GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA	413-418
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
EDUKASI DAN PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA NOUNA BAKERY BANTUL	419-424
Sharazita Dyah Anggita	
PENINGKATAN KAPASITAS GURU DALAM PEMBELAJARAN DARING BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN	425-429
Sri Mulyatun	
PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN USAHA MAKANAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI SLEMAN YOGYAKARTA	430-435
Supriatin, Ani Restiyani	
PERENCANAAN USAHA YANG BERBASIS EKONOMI KREATIF BAGI KELOMPOK MILENIAL	436-441
Tanti Prita Hapsari	
PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PEMBELAJARAN BAGI PENDIDIK DI SMP NEGERI 5 WONOGIRI	442-446
Toto Indriyatmoko	
PENGENALAN IOT APLIKATIF UNTUK SANTRI PONDOK INFORMATIKA AL MADINAH	447-452
Uyock Anggoro Saputro	
GALERI OLAH SAMPAH SEBAGAI INOVASI PENGOLAHAN SAMPAH TERPADU DI KELURAHAN BENER	453-458
Vidyana Arsanti	
PEMANFAATAN INSTAGRAM ADS SEBAGAI SOLUSI STRATEGI MARKETING ONLINE UNTUK UMKM (ALEMBANA COFFEE)	459-464
Wahyu Kristian Natalia	
PENGENALAN TEKNOLOGI MONITORING KEGUGUPAN PADA LEMBAGA PELATIHAN KOMUNIKASI	465-470
Wahyu Sukestiyastama Putra	
PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) LUHUR SEMBADA DALAMMENINGKATKAN PEREKONOMIAN DANDAYASAING DI DESASIDOLUHUR, KEC.GODEAN-KAB.SLEMAN	471-476
Widiyanti Kurnianingsih	

PENGLOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS Widiyana Riasasi	477-481
APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati	482-487
STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI) Yusuf Amri Amrullah	488-493
PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IYYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid	494-499
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19 Dwi Nurani	500-505
WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH" Rumini	506-511
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi	512-517
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI Achimah Sidauruk	518-523
PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA Ahlihi Masruro	524-529
PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM Andika Agus Slameto	530-535
PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK Muhammad Tofa Nurcholiz	536-541
PELATIHAN PROGRAM MADRASAH DIGITAL DI PONPES SAAT PANDEMI COVID-19 Muhammad Idris Purwanto	542-547
REALISASI KONSEP FRAMING SABLON DAN PELATIHAN PENGGUNAAN ALAT SABLON PRESISI FRAMING PADA KONVEKSI Bernadhed	548-553
PELATIHAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN WEB PROFILING PADA KONVEKSI BERKART Rum M Andri	554-559
REDESIGN KEMASAN PRODUK DAN PENGADAAN DAN PELATIAN MESIN PRESS KEMASAN UNTUK UKM MAMA YUMMY Yudhi Sutanto	560-565
PELATIHAN MANAJEMEN KELAS DARING UNTUK GURU SMK ISLAM MOYUDAN YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19 Rizqi Sukma Kharisma	566-571

PENINGKATAN LITERASI DIGITAL: PEREMPUAN CERDAS TANGKAL BERITA HOAKS

Novita Ika Purnamasari¹⁾, Roghaya Indah Pratiwi²⁾, Razan Arvin Pradipa³⁾

¹⁾ Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas AMIKOM Yogyakarta

²⁾ Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas AMIKOM Yogyakarta

³⁾ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : vitavincientia@amikom.ac.id¹⁾, roghayaindah53@gmail.com²⁾, pradipawahyu1345@gmail.com³⁾

Abstrak

Banjir informasi yang terjadi di dunia digital tidak lantas diimbangi dengan literasi optimal dalam menangkal berita hoaks. Perempuan khususnya ibu rumah tangga menjadi kelompok paling rentan menerima terpaan berita hoaks. Lebih dari itu, ibu rumah tangga sekaligus menjadi transmitter penyebaran berita melalui keluarga maupun komunitas. Pelatihan peningkatan literasi digital yang dilakukan pengabdian secara spesifik menasar pada kelompok ibu rumah tangga di Dusun Kediwung, Imogiri, Bantul dengan tujuan agar ibu rumah tangga semakin teredukasi, paham dalam membedakan berita hoaks serta mampu berkontribusi menghentikan peredaran berita hoaks. Metode pengabdian dilakukan dalam 2 cara yaitu seminar dan diskusi aktif serta pelatihan antisipasi berita hoaks dengan menekankan pada kemampuan peserta melaporkan berita hoaks melalui nomer telepon dan aplikasi yang dapat diakses melalui gawai masing-masing.

Kata kunci: Berita hoaks, ibu rumah tangga, perempuan, literasi digital

1. PENDAHULUAN

Maraknya peredaran berita hoaks di media sosial dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa di tengah keberlimpahan informasi yang ada, masyarakat belum sepenuhnya memiliki kecakapan digital yang baik. Tidak sedikit pengguna sebatas memanfaatkan fitur yang ada pada gawai mereka untuk berkomunikasi, termasuk berbagi pesan di kolom *chatting* tanpa mengecek lebih dulu kebenaran informasi yang ada. Berita hoaks adalah berita bohong dan belum terbukti kebenarannya.

Ada 2 sebab maraknya peredaran berita hoaks, *pertama* masyarakat benar-benar tidak tahu berita yang disebarkan termasuk sebagai berita palsu/ hoaks sehingga masyarakat percaya begitu saja isi berita yang ada. *Kedua*, pengguna media sosial yang tidak peduli kebenaran informasi yang didapat namun asalkan dikirim oleh orang yang dipercaya maka sumber tersebut diyakini kebenarannya.

Hoaks diproduksi oleh orang pintar namun jahat yang tidak peduli kebenaran informasi dengan dalil yang penting masyarakat tahu dan menjadi viral, serta disebarkan oleh orang baik tapi tidak mau menelusuri lebih dulu kebenaran berita yang ada karena percaya bahwa informasi itu benar. Tujuannya macam-macam, mulai dari menjatuhkan

nama orang atau kelompok lain, merugikan orang lain, menimbulkan kepanikan atau justru karena iseng saja.

Berita hoaks yang mudah dijumpai saat ini bervariasi mulai dari informasi kesehatan seperti berita Covid-19, transaksi jual-beli online, orang tua yang ditelfon dan dikatakan bahwa anaknya sedang kecelakaan atau sakit, serta hoaks di bidang politik. Dampaknya bervariasi mulai dari membingungkan masyarakat hingga kegaduhan pemberitaan yang ada.

Priscillia (2020) menyebutkan bahwa saluran terbanyak yang digunakan dalam penyebaran hoaks adalah media sosial berbasis *chatting* yaitu *Whatsapp*, *Line*, *Telegram* dengan 62,80%, disusul *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* 34, 90% dan 2,3% sisanya hoaks disebarkan di media online. Sementara itu, data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar hoaks dan ujaran kebencian.

Dari data tersebut, usia yang paling rentan terkena berita hoaks adalah usia di atas 35 tahun dan biasa disebut dengan *digital imigran* yaitu para orangtua. Bagi orang tua, pemanfaatan media sosial lebih pada pencarian berita, menambah dan

memperkuat relasi serta membagikan informasi. Sayangnya, mereka tidak selalu memiliki kemampuan memfilter berita dan kecakapan literasi media yang mumpuni. Tidak sedikit anak muda yang sekedar mengajarkan orang tua bagaimana menggunakan *gadget* tanpa mengedukasi lebih lanjut bahaya hoaks yang potensial terjadi.

Menariknya, perempuan adalah pihak yang lebih banyak menyebarkan berita hoaks (Joshina, 2019). Salah satu penyebabnya adalah faktor psikologis yang lebih mudah terpicu. Perempuan diyakini lebih emosional ketika menerima dan membagikan berita dibanding mengutamakan logika. Situasi ini lantas diperparah oleh masih marak dan digandrunginya praktik gosip di kalangan perempuan dari berbagai kalangan maupun usia. Problem psikologis serta rendahnya indeks literasi digital yang dialami wanita (khususnya kalangan ibu-ibu) tidak terlepas dari faktor budaya dan stigmatisasi terhadap wanita pula.

Pada sebagian klaster masyarakat, citra wanita seringkali hanya dipadankan dengan tugas mengurus dapur dan mengurus rumah tangga. Sosok ibu rumah tangga dianggap pihak yang tidak penting dalam memahami teknologi digital. Akibatnya, ibu rumah tangga kerap dilanda salah informasi dan menjadi transmiter berita hoaks di grup keluarga maupun lingkungan.

Hani Noor Ilalhi, dalam risetnya yang berjudul *Women and Hoax News Processing on WhatsApp* menginvestigasi sikap perempuan dalam memproses pesan hoaks tentang penculikan anak di WhatsApp (dalam Priscillia, 2021). Hasilnya, perempuan cenderung mengolah pesan hoaks tentang penculikan anak dengan mengutamakan aspek emosional sehingga mereka rentan meneruskan hoaks melalui *WhatsApp*. Untuk itu, diperlukan gerakan pemberdayaan digital untuk meningkatkan literasi media wanita khususnya ibu rumah tangga.

Upaya menghentikan berita hoaks dapat dimulai dari diri sendiri, yaitu ketika seseorang memahami literasi media digital yang meliputi bagaimana memproduksi pesan dan mendistribusikannya dengan bijak hingga mengetahui konsekuensi bahaya dibalik peredaran berita.

Terdapat 2 fokus pendampingan yang dilakukan oleh pengabdian yaitu kemampuan menangkal berita hoaks dan pemanfaatan teknologi dalam mendukung keterampilan masyarakat menghadapi hoaks. Sadar akan hal itu, pengabdian memfokuskan pengabdian masyarakat pada ibu rumah tangga dengan memfokuskan pada tangkal berita hoaks Covid-19 di media sosial. Pengabdian

dilakukan bekerjasama dengan ibu-ibu warga RT 37, Dusun Kediwung, Desa Mangunan, Kapanewon Dlingo, Bantul.

Dipilihnya lokasi tersebut mengingat lokasi tersebut berada di selatan Kabupaten Bantul di mana pola komunikasi dan akses informasi yang diperoleh memiliki karakteristik yang berbeda dengan ibu-ibu di perkotaan. Riset awal yang pengabdian lakukan didapati kenyataan bahwa ibu-ibu belum paham tentang berita hoaks. Hal ini didukung juga dengan lokasi Dusun Kediwung yang juga memiliki tempat wisata Bukti Panguk, di mana diharapkan ibu-ibu rumah tangga lebih melek informasi dan memiliki filter berita yang baik.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan tangkal hoaks berita covid-19 dilakukan secara tatap muka di selasar lokasi wisata Bukit Panguk, Imogiri, Bantul dengan sasaran utama ibu rumah tangga setempat. Pengabdian dibantu oleh beberapa mahasiswa mempersiapkan *banner*, undangan dan berkoordinasi dengan penanggungjawab lokasi wisata Bukit Panguk, Kediwung. Selanjutnya, acara di mulai pukul 08.00 WIB dengan pembukaan berupa perkenalan dan hiburan sederhana. Tidak hanya ibu rumah tangga, beberapa bapak-bapak pengelola lokasi wisata tersebut bersama dengan pemuda-pemudi setempat tampak antusias mengikuti acara.

Diselenggarakan dalam pandemic Covid-19, pengabdian dan tim mempersiapkan kursi dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Tidak lupa, pengabdian melakukan pemeriksaan suhu, sterilisasi arena pelatihan dengan desinfektan dan mempersiapkan *hand sanitizer* bagi peserta yang akan memasuki area, serta menyediakan masker bagi peserta yang belum mengenyakannya.

Pelaksanaan pelatihan menggunakan *powerpoint* yang didukung dengan proyektor agar seluruh peserta dapat menyimak materi yang pengabdian sajikan. Selanjutnya, pengabdian bersama tim abdi memutar video beberapa kasus berita hoaks melalui Youtube dan diikuti dengan beberapa kasus yang muncul akibat berita hoaks. Setelah itu, pengabdian memulai pelatihan dengan contoh berita hoaks terkait gossip yang sering beredar di kalangan ibu-ibu. Pelaksanaan pengabdian mengutamakan diskusi aktif dan keterlibatan peserta pelatihan atas materi yang pengabdian sajikan.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada saat pengabdian memulai kegiatan pelatihan, ibu-ibu rumah tangga dan peserta secara umum belum benar-benar paham tentang berita hoaks. Benar bahwa mereka tidak asing dengan kata “hoaks” namun, ibu-ibu rumah tangga secara khusus tidak tahu seperti apa berita hoaks. Mereka mengakui bahwa selama ini jika mendapatkan pesan yang dibagikan di aplikasi *Whatsapp*, akan langsung menyebarkan. Terlebih, jika yang membagikan adalah orang yang dipercaya memiliki pendidikan atau jabatan tertentu, dan jika informasi tersebut menyangkut hal yang sedang viral atau ramai diperbincangkan.

Pengabdian kemudian memutar beberapa video dari Youtube berisi kasus-kasus yang timbul dari berbagai bidang mulai dari politik, dan secara spesifik berita-berita hoaks kaitannya dengan Covid-19. Peserta tampak dengan serius menyimak video yang diputar.

Sambil sesekali berinteraksi langsung, pengabdian menjelaskan materi hoaks. Pengabdian memperkenalkan konsep dan definisi berita hoaks, contoh-contoh berita hoaks dan cara menyebarkan berita hoaks mulai dari gossip antar warga hingga media sosial. Di bagian ini, seorang peserta yaitu ibu Mur mengajukan pertanyaan tentang minimnya pengetahuan ibu rumah tangga khususnya di daerah tersebut dalam mendapatkan kebenaran informasi. Bu Mur menjelaskan, bahwa tidak sedikit warga yang dengan mudah percaya jika sakit lebih baik tidak dibawa ke rumah sakit karena takut “di-covidkan”. Selanjutnya ada seorang pemuda yang menimpali penjelasan Bu Mur dengan mengatakan bahwa ia pun menemui kendala membedakan berita hoaks karena menurutnya, jaman sekarang berita-berita dari media online pun berpotensi berisi berita hoaks dan ia pun khawatir jika anak muda maupun orangtua tidak memiliki kemampuan menyaring berita, bukan tidak mungkin praktek peredaran berita hoaks dapat kembali terjadi.

Gambar 1. Konsep hoaks



Sumber: *powerpoint* Pengabdian

Dari penjelasan itu, pengabdian kemudian memaparkan kriteria berita hoaks, ciri-cirinya, tindakan apa yang harus dilakukan apabila mendapat berita hoaks, termasuk juga sanksi hukum bagi para penyebar hoaks. Tidak lupa, pengabdian juga menjelaskan rentannya orang tua sebagai sarana penyebar berita hoaks, serta mengapa orangtua khususnya ibu rumah tangga dan kaum perempuan memiliki peranan penting dalam menghentikan sebaran berita hoaks.

Gambar 2. Materi Pelatihan



Sumber: Pengabdian

Untuk menjaga semangat peserta, contoh-contoh kejadian hoaks disekitar pun tidak luput pengabdian bagikan. Pelaksanaan lebih pada kerjasama antara pengabdian dan peserta, sehingga peserta dapat berlatih menganalisis praktek berita hoaks secara langsung sembari mengenal materi hoaks. Dengan kombinasi ini, pengabdian meyakini peserta lebih nyaman dibanding sekedar mendengar dan menyimak penjelasan.

Dari beberapa diskusi yang pengabdian dapatkan, ternyata orang tua khususnya ibu rumah tangga yang terlibat dalam pelatihan sebatas menggunakan *gadget* untuk berkomunikasi dan berkiriman pesan atau melakukan panggilan. Sejak awal, ibu rumah tangga hanya paham cara menggunakan gawai, menulis dan membagikan berita di aplikasi *Whatsapp* bahkan tidak jarang mereka tidak benar-benar membaca isi berita yang ada dan buru-buru langsung membagikan. Bagi anak muda dan bapak-bapak yang pada kesempatan tersebut mengikuti pelatihan pun mengakui jika mereka sedikit mengetahui berita hoaks namun enggan mengedukasi ibu atau isteri mereka tentang berita hoaks. Mayoritas enggan mengingatkan ibu-ibu untuk waspada berita hoaks. Beberapa peserta laki-laki berpendapat bahwa gawai isteri atau ibu mereka memiliki privasi sehingga mereka jarang atau bahkan tidak pernah mengecek isi percakapan yang ada.

Sementara bagi ibu rumah tangga, beragamnya kegiatan membuat mereka tidak memiliki kesempatan belajar membedakan berita hoaks. Alhasil, apapun berita yang didapat akan

mudah dibagikan melalui media sosial atau melalui percakapan antar ibu-ibu pada saat bertemu. Informasi yang didapat kemudian diolah kembali dan dibagikan ke suami dan anak mereka, termasuk ketika ibu rumah tangga sudah meyakini kebenaran berita yang didapat, mereka akan terus menyampaikan “pembenaran” sepihak itu pada anggota keluarga.

Pengabdian kemudian melakukan diskusi lebih dalam dengan peserta sambil terus menunjukkan kasus-kasus kriminal yang timbul dari alasan ketidaktahuan ibu rumah tangga atas berita hoaks. Pengabdian menjelaskan bahwa hingga pertengahan 2021, 7 orang ibu rumah tangga dilaporkan dipenjara karena menyebarkan berita hoaks terkait Covid-19. Pengabdian menjelaskan pula bahwa salah satunya terjadi di awal 2021 di mana seorang ibu rumah tangga dijatuhi pidana karena menyebarkan berita hoaks terkait rumah sakit yang sengaja mengcovidkan pasiennya dengan tujuan keuntungan sepihak dan guna memperoleh tunjangan covid dari pemerintah.

Pengabdian menjelaskan bahwa berita tersebut sengaja dibuat agar masyarakat panik dan tidak percaya pada kinerja rumah sakit serta tenaga kesehatan yang serius memperjuangkan kehidupan pasien. Pengabdian menginformasikan bahwa praktek pengcovidan dilakukan oleh beberapa oknum saja, jadi bukan seluruh pihak rumah sakit. Belum lagi peredaran berita hoaks seperti konsumsi bawang putih setiap hari dapat mencegah Covid-19 yang sempat viral di kalangan orang tua, mandi dengan air panas untuk membunuh virus Covid-19 dan berbagai contoh berita hoaks lainnya di bidang Covid-19.

Pengabdian kembali menekankan bahwa budaya mudah membagikan informasi dari orang tua pada anggota keluarga, atau melalui media sosial ini perlu dikontrol jika tidak ingin terancam pidana. Pasal 45 Undang-Undang Republik Indonesia No.19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) jelas menyebutkan ancaman pidana penyebar hoaks yaitu 6 tahun. Tidak tahu berita hoaks bukan lagi menjadi alasan ketika segala bukti mengarah pada kegiatan penyebaran hoaks, bahkan oleh orang tua. Dari situlah, peserta kemudian memahami bahaya berita hoaks dan perlahan memahami tindakan apa yang harus dilakukan ketika menerima berita hoaks yaitu memilih mengecek kebenaran berita yang didapat melalui aplikasi yang ada, menghapus berita yang didapat dan tidak menyebarkannya, atau mengingatkan orang lain untuk mengecek kebenaran berita sebelum membagikannya.

Setelah materi berita hoaks selesai, pengabdian bersama tim abdi mengadakan permainan/*games* dengan tujuan menguji serapan materi yang didapat oleh peserta, terutama ibu-ibu rumah tangga. Peserta tampak sangat antusias dengan permainan yang ada, bahkan tidak sedikit peserta yang dapat menjelaskan kembali informasi dan contoh berita hoaks yang dipaparkan dalam pelatihan tersebut.

Gambar 2 Pelatihan Tangkal Berita Hoaks



Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian

Selanjutnya, pengabdian mengajarkan praktek penggunaan *gadget* pribadi peserta guna melaporkan berita hoaks atau apabila peserta mengalami keraguan atas kebenaran informasi yang didapat. Pengabdian bersama tim abdi mendampingi seluruh peserta untuk praktek menggunakan aplikasi Anti Hoax yang dapat didownload di *Play Store*, mengarahkan peserta untuk mencari situs aduan dan cek berita hoaks sambil membantu peserta menyimpan nomor yang dapat dihubungi untuk menguji kebenaran berita yang didapat.

Setelah praktek dilakukan, pengabdian kembali melakukan permainan/*games* ke-2 guna menguji apakah peserta sudah paham penggunaan aplikasi dan situs pelacak berita hoaks atau belum. Antusiasme kembali muncul dan Sebagian besar peserta sudah mahir mempraktekan cara membuktikan kebenaran berita. Tidak hanya itu, dalam permainan ke-2 ini, peserta semakin paham ciri berita hoaks dan mampu membedakan mana berita hoaks dan mana yang bukan hoaks berdasarkan pada penjelasan yang telah diterima. Setelah permainan, sesi diskusi pun kembali dibuka dan peserta tampak antusias bertanya informasi berita hoaks.

4. KESIMPULAN

Melalui pengabdian tangkal berita hoaks di kalangan ibu-ibu rumah tangga ini, pengabdian menyimpulkan beredarnya hoaks yang berasal dari

kalangan ibu-ibu dilatarbelakangi oleh empat hal. *Pertama*, ketidaktahuan dan ketidakmampuan mengenali kredibilitas sumber media. *Kedua*, minimnya pemahaman konsep, karakteristik dan cara membedakan hoaks. *Ketiga*, tidak mengetahui cara mengecek fakta berita dan *keempat* tidak memahami risiko penyebaran berita bohong melalui internet. Jelasnya, ibu-ibu sering terjebak oleh hoaks karena kurangnya pengetahuan.

Dari pengabdian yang dilakukan, antusiasme ibu-ibu bersama dengan bapak-bapak dan beberapa pemuda di Dusun Kediwung, Imogiri, Bantul tinggi dan berharap ada pelatihan lanjutan agar mereka semakin cerdas dalam menangkal berita hoaks. Pelatihan dengan menyasar ibu rumah tangga penting dilakukan mengingat ibu rumah tangga adalah agen penguat informasi dalam keluarga dan bahwa ibu rumah tangga dengan segala kesibukan dan keterbatasan literasi yang dimiliki justru paling rentan sebagai transmitter dan sasaran berita hoaks. Sudah selayaknya ibu rumah tangga mendapat perhatian lebih dari penggiat literasi media.

Daftar Pustaka

- [1] Abner, Khaidir, Mohammad Ridho Abdillah, dkk. 2017. *Penyalahgunaan Informasi Berita Hoax di Media Sosial*. Diakses dari <https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoax-di-media-sosial/>
- [2] Budiman, Arif, Sri Handayana, Imamul Muttaqin. 2021. *Keluarga Era 4.0: Menilik Peran Perempuan Di Tengah Ancaman Hoaks*. Buana Gender Vol. 6, Nomor 1, Januari-Juni 2021 ISSN: 2527-8096 (p); 2527-810x (e) LP2M IAIN Surakarta. <https://dx.doi.org/10.22515/bg.v6i1.3519>
- [3] Dwinanda, Reiny. 2021. *Kominfo temukan 1991 Isu Hoaks Terkait Covid19*. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/r2ropb414/kominfo-temukan-1991-isu-hoaks-terkait-covid19>
- [4] Gustav Rizal, Jawahir. 2021. *Cara Menangkal Orangtua yang Gemar Bagi Hoaks di Grup WA Keluarga*. diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/09/121500865/cara-menangkal-orangtua-yang-gemar-bagi-hoaks-di-grup-wa-keluarga>
- [5] Josina. 2019. *Ini Usia yang Paling Rentan Kena Hoax*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4722443/ini-usia-yang-paling-rentan-kena-hoax>
- [6] Priscillia B., Eka, Wardiham Anwar, Magvira, dkk. 2021. *Ibu-ibu Anti Hoax: Pelatihan Mengidentifikasi dan Menangani Berita Hoax pada Kelompok Ibu PKK*. PENGABDI: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Vol.2, No.1. <https://doi.org/10.26858/pengabdi.v2i1.23178>
- [7] Rismanta Silalahi, Rut, Puri Bestari Mardani, Maria Febiana Christanti. 2021. *Peningkatan Literasi Kesehatan Digital Bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga di Posyandu Flamboyan, Bekasi*. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/276542282.pdf>

