

Pelatihan Optimasi Digital Marketing Google Map Bisnisku Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Ami Dki Jakarta

Mareanus Lase¹, Robi Sopandi², Muhammad Qomaruddin³,
^{1,2,3} Universitas Nusa Mandiri

Jl. Raya Jatiwaringin No.2, RW.13, Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Kota
Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13620, Indonesia
e-mail: ¹ mareanus.mle@nusamandiri.ac.id, ² robi.rbs@nusamandiri.ac.id,
³ qomaruddin.mqn@nusamandiri.ac.id

Info Artikel

Diterima:24-04-2022	Direvisi: 02-05-2022	Diterima:16-05-2022
---------------------	----------------------	---------------------

Abstrak - Wabah pandemi nasional atau internasional salah satu sektor yang terkena dampak secara operasional adalah objek wisata dan pariwisata, selama pandemi setiap warga masyarakat dilarang untuk melakukan kegiatan yang berpotensi untuk mengundang kerumunan masyarakat banyak. Hal ini juga yang terjadi dengan museum-museum yang ada di Indonesia terutama museum yang ada di DKI Jakarta. AMI merupakan sebuah asosiasi yang menaungi beberapa museum yang ada di Indonesia khususnya di DKI Jakarta. Dengan kondisi pandemi seperti saat ini dan berdasarkan data kunjungan dengan jumlah minat atau ketertarikan masyarakat terhadap museum juga tidak terlalu besar perlu rasanya melakukan peningkatan atau perubahan metode publikasi atau kampanye kegiatan yang berlangsung pada museum. Peran sosial media digital juga sangatlah penting ditengah masa pandemic ini. Salah satu platform atau media digital social yang bisa digunakan adalah Google map bisnisku, dimana kita bisa meningkatkan jumlah minat masyarakat terhadap museum tentunya dengan pembuatan konten photo atau video yang menarik ditambah kekuatan media google map bisnisku, AMI bisa melakukan publikasi berupa kontek yang menarik baik photo dan video melalui google map binsisku untuk menarik minat masyarakat terhadap museum atau kujungan ke museum.

Kata Kunci : Museum, Google bisnisku, AMI Jakarta

Abstracts - National or international pandemic outbreaks, one of the sectors that are operationally affected is tourism and tourism objects, during a pandemic every citizen is prohibited from carrying out activities that have the potential to invite large crowds of people. This is also the case with museums in Indonesia, especially those in DKI Jakarta. AMI is an association that houses several museums in Indonesia, especially in DKI Jakarta. With the current pandemic conditions and based on visit data, the number of people's interest or interest in museums is also not too great, it is necessary to increase or change the method of publication or campaign activities that take place at the museum. The role of digital social media is also very important in the midst of this pandemic. One of the platforms or digital social media that can be used is Google map my business, where we can increase the number of people's interest in certain museums by creating interesting photo or video content plus the power of my business google map media, AMI can publish in the form of interesting contexts both photo and videos via google map my business to attract public interest in museums or visiting museums.

Keyword : Museum, Google My Bussines, AMI Jakarta

I. PENDAHULUAN

Melihat perkembangan penyebaran kasus positif covid-19 saat ini menjadikan hal yang sangat memprihatinkan, imbas dari penyebaran Virus Corona salah satunya adalah banyak perusahaan yang mengalami kerugian dan harus menutup sementara perusahaan mereka, dengan adanya hal itu berdampak pada banyaknya karyawan yang terkena PHK dan kehilangan pekerjaan. Beberapa perusahaan juga harus mengatur dan memutar ulang anggaran yang menjadi pengeluaran dari perusahaan. Biaya atau anggaran marketing dan promosi merupakan salah satu dari beberapa anggaran yang di tinjau ulang untuk dilihat efektifitasnya.



Berbicara efektifitas selama pandemi ini tentu saja dengan adanya beberapa kebijakan terkait PSBB dan PPKM yang diberlakukan oleh pemerintah tentu saja sangat membatasi sebaran ruang promosi dan publikasi yang bisa dilakukan oleh setia perusahaan, organisasi maupun Lembaga pemerintah maupun swasta.

Dari 87 museum se-Jakarta anggota Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya yang berada di bawah berbagai institusi atau instansi pengelola. Baik itu Museum Kementerian, Museum Lembaga Negara, Museum Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Museum BUMN, Museum BPP-TMII, Museum Yayasan, Swasta, dan Pribadi belum semuanya siap Dalam menghadapi situasi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat merebaknya pandemi Covid-19.

Kemitraan ini dilaksanakan disekertariat Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya dengan jumlah keanggotaan sebanyak 78 museum.



Gambar 1. Kegiatan Pameran Tenun di Museum Tekstil

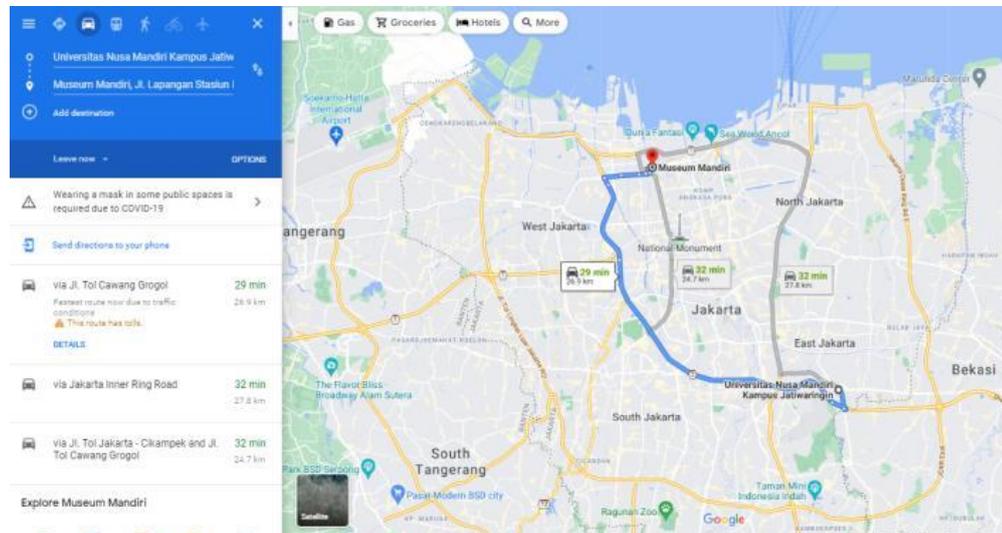
Dalam rangka mewujudkan pelayanan bagi publik maka harus diadakan pelatihan atau workshop bagi anggota Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya agar mampu untuk melihat prospek dan melakukan usaha yang tepat dengan menggunakan digital marketing melalui teknologi informasi dan Komunikasi.



Gambar 2. Kegiatan Kunjungan museum sebelum masa pandemi Covid-19

Peta Lokasi Mitra

Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya berlokasi di Museum Bank Mandiri, Jl. Lapangan Stasiun No. 1, Pinangsia, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.



Gambar 3. Peta Lokasi Mitra

Pemasaran digital diartikan dengan pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada transmisi digital. Namun sejauh ini, internet merupakan media digital paling signifikan[1]. Banyak sekali tokoh yang mengemukakan bahwa terjadi perubahan dalam pemasaran yang disebabkan karena perkembangan teknologi, terutama internet. Keuntungan dari digital marketing menggunakan internet adalah lebih mudah, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi[2], Dengan kondisi seperti saat ini pemanfaatan media digital marketing merupakan salah satu pilihan yang cukup tepat yang bisa dijadikan pilihan sebagai media promosi dan publikasi. Pertanyaannya seberapa besar kita memanfaatkan media social untuk media promosi, sudah tepatkah pilihan wilayah, pilihan umur, gender untuk sasaran kita promosi dan publikasi. Berdasarkan beberapa pertanyaan diatas kami bermaksud ingin melakukan kegiatan pengabdian masyarakat untuk melakukan bentuk “Pelatihan Optimalisasi Digital Marketing Google Map Bisnisku Di Masa Pandemi Covid-19 Pada AMI DKI Jakarta”.

II. METODE PENELITIAN

Pengabdian masyarakat dilaksanakan menggunakan metode ceramah dengan teknik presentasi materi dilanjutkan dengan diskusi, sedangkan praktikum secara langsung dikemas dalam bentuk workshop. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Staff AMI DKI Jakarta juga belum banyak yang memahami dengan detail dalam pengenalan digital marketing google map bisnisku. Kegiatan ini diadakan pada hari Sabtu, tanggal 24 April 2021 yang dihadiri oleh 10 orang staff AMI DKI Jakarta. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 4. Skema Pengabdian Masyarakat

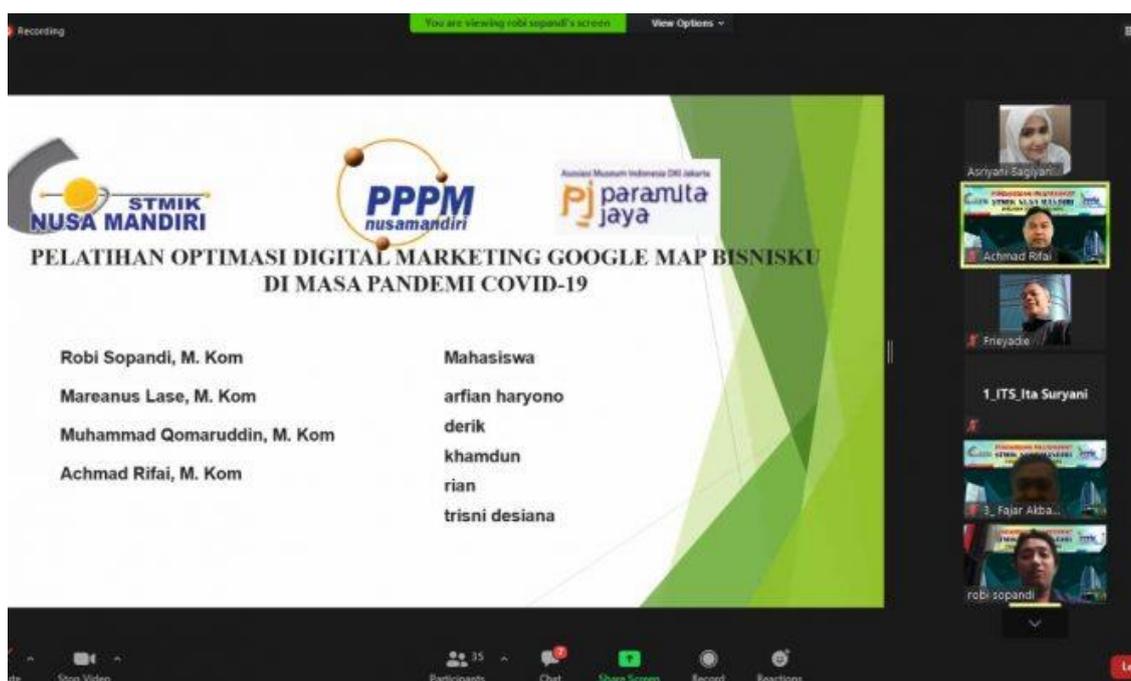
Berikut ini adalah penjelasan dari gambar 3 yaitu skema pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan.

1. Analisa awal. Pada tahap ini kelompok pengabdi melakukan kunjungan pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan dalam hal ini AMI DKI Jakarta dan wawancara kepada staff dengan zoom. Dalam tahap ini dicari kendala dan permasalahan yang dihadapi oleh para staff dalam kurang memahami marketing digita secara online dengan Belum mengetahui Teknologi Digital Marketing dengan google bisnisku, setelah itu membuat pengajuan proposal kegiatan pengabdian berdasarkan analisa kebutuhan.
2. Persiapan kegiatan pengabdian yang meliputi persiapan tempat pelaksanaan, materi pelatihan, absensi panitia dan peserta, spanduk.
3. Bentuk kegiatan yang akan dilakukannya dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah melalui pelatihan dalam pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan Teknologi Digital Marketing dengan google bisnisku. Teknik yang digunakan dalam menyampaikan materi Pengabdian Masyarakat adalah menjelaskan dan memaparkan bagaimana menggunakan google bisnisku dengan menggunakan alat bantu multimedia berupa laptop dan wifi agar terhubung langsung dengan aplikasi Zoom.
4. Penutup, panitia mendokumentasikan kegiatan berupa foto-foto baik secara langsung maupun via zoom, merekap dan mengolah data kuesioner, membuat laporan kegiatan, membuat press release dan jurnal pengabdian masyarakat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor wisata di masa pandemik Covid 19 ini sudah lebih satu tahun melanda di dunia termasuk di Indonesia sangat berpengaruh terhadap kunjungan ke sektor wisata termasuk museum. Wisata museum di Jakarta termasuk sektor yang terdampak oleh covid-19 dengan berkurangnya wisatawan yang berkunjung, karena selama ini pemasaran dilakukan menggunakan media cetak brosur, koran dan majalah. Oleh karena itu STMIK Nusa Mandiri yang sekarang bertransformasi menjadi Universitas Nusa Mandiri melalui para Dosen dari Program Studi Teknik Informatika yang terdiri dari Robi Sopandi, Mareanus Lase, Muhammad Qomaruddin serta Ahmad Rifai, serta melibatkan lima orang mahasiswa STMIK Nusa Mandiri sebagai anggota melakukan penyuluhan Optimasi Digital Marketing menggunakan Google Bisnisku pada Asosiasi Museum Indonesia (AMI) DKI Jakarta.

Pelatihan Optimasi Digital Marketing menggunakan Google Bisnisku untuk karyawan dan staff AMI Jakarta ini bertujuan untuk memberikan kinerja yang lebih baik sehingga tercermin pada kualitas layanan Museum Ami Dki Jakarta sebagai salah satu tujuan wisata, Pengabdian masyarakat ini telah terselenggara dengan baik sesuai dengan jadwal pada tanggal 24 April 2021 hari Sabtu.



Gambar 4. Penyampaian Materi

Tujuan dari diadakannya kegiatan pelatihan workshop ini adalah Sebagai wujud dari pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi salah satunya bidang pengabdian yang melekat kewajibannya pada seluruh Dosen. Kemudian pemanfaatan agar para staff AMI DKI Jakarta lebih memanfaatkan digital marketing dengan menggunakan google bisnis.

Kegiatan ini dilaksanakan secara online dimana pemateri menyampaikan materinya via aplikasi zoom, Selain itu juga dosen menyiapkan materi dalam bentuk modul dan tutorial video pelatihan agar nantinya dapat dipelajari lagi setelah pembelajaran selesai.

Respon dari peserta sangat baik, tercermin dalam kehadiran seluruh karyawan AMI yang berjumlah 20 orang. Seluruh peserta, baik staf maupun pihak pengurus Asosiasi Museum Indonesia Surakarta bertahan sampai dengan acara usai melalui media online zoom.



Gambar 5. Penyampaian Materi

Dari pengabdian masyarakat ini, peserta dari Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya telah memahami dalam mengoptimasi Digital Marketing Google Map Bisnisku dan dapat mengaplikasikannya dalam mengoptimasi Digital Marketing Google Map Bisnisku sehingga kegiatan organisasi dapat di selesaikan dengan efektif dan efisien dan berguna untuk memberikan informasi secara digital melalui google map bisnisku.

IV.KESIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat sat ini dan penggunaan berbagai macam platform digital seperti sosial media lebih menekankan pada konten mengenai museum, hal ini bertujuan untuk mengubah stigma museum yang membosankan, kuno, sepi dan terkesan anker karena hanya memajang benda-benda mati sehingga kurang menarik minat pengunjung menjadi tantangan bagi pengelola museum di Indonesia.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat mengenai mengoptimasi Digital Marketing Google Map Bisnisku dan dapat mengaplikasikannya dalam mengoptimasi Digital Marketing Google Map Bisnisku berjalan dengan sangat baik, pemaparan materi penyuluhan dan pendampingan menambah wawasan mengenai penggunaan digital marketing dengan google map bisnisku, menambah pengetahuan bagi SDM yang terlibat dalam pengelolaan museum.

Kegiatan pengabdian Masyarakat mengoptimasi Digital Marketing Google Map Bisnisku pada Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya perlu dilakukan sebagai Sebaiknya kegiatan dapat dilakukan secara berkala dalam bentuk kegiatan lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Serta para persera anggota dan staff Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya dapat mengembangkan kemampuannya dalam memanfaatkan fitur-fitur pada google map bisnisku untuk media informasi digital, diusulkan pula kepada anggota dan staff untuk dapat mencoba media digital informasi yang lainnya untuk perbandingan dan sebaiknya dapat dilakukan pelatihan secara langsung (tatap muka) untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk selanjutnya peserta dapat mengajukan pelatihan serupa yang dapat dilaksanakan kembali dengan peserta yang lebih banyak/luas. Universitas Nusa Mandiri siap untuk bekerja sama kembali dengan mitra dalam pengadaan pelatihan tentang teknologi yang lain sesuai dengan kebutuhan mitra.

V. REFERENSI

- B. Lian, "Tanggung Jawab Tridharma Perguruan Tinggi Menjawab Kebutuhan Masyarakat," *Pros. Semin. Nas. Pendidik. Progr. Pascasarj. Univ. PGRI Palembang*, vol. 2, pp. 999–1015, 2019.
- B. Arianto, W. Warjio, and U. Tarigan, "Kepemimpinan Lurah dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Perangkat Kelurahan," *J. Adm. Publik Public Adm. J.*, vol. 6, no. 2, p. 107, 2016, doi: 10.31289/jap.v6i2.1050.
- Bird, D, *Commonsense Direct & Digital Marketing*. London : Kogan Page, 2007
- D. D. Anggiawan, E. S. Y. Pandie, and M. Boru, "Sistem Informasi Pelayanan Publik Kelurahan Bakunase Kota Kupang Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis Web," *J-Icon*, vol. 6, no. 2, pp. 8–13, 2018.
- Nurhijrah, H. Syam, Syamsidah, and S. Widodo, "Prosiding Seminar Nasional 2019 Prosiding Seminar Nasional 2019 Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan dan Teknologi , vol . 2 , 2019 , ISSN : 2622-0520," vol. 2, pp. 26–27, 2019.
- M. Ziveria, R. Sefina Samosir, and M. Rusli, "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Perangkat Adobe Photoshop Untuk Manipulasi Foto Bagi Tim Teknologi Informasi YPU," *ABDIMAS J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–11, 2020, doi: 10.53008/abdimas.v1i1.21.
- Ryan, D & Jones, C, *Understanding Digital Marketing : Marketing strategies for engaging the digital generation*. London : Kogan Page, 2009.
- Suhardi, S., Prasetyo, F., & Ardiansyah, D. (2022). Sosialisasi Bahaya NARKOBA dengan Memanfaatkan Teknologi Sistem Informasi pada Karang Taruna Harapan Bangsa Cikande Karawang. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 1(1), 8-15.
- Taufik, A., & Sopandi, R. (2021). Klasifikasi Tweet Influencer Nu Dengan Gnpf-Ulama Menggunakan Naive Bayes Dan Support Vector Machine. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 5(2), 258 - 276. doi:10.36841/cermin_unars.v5i2.1246
- Tabrani, M., Sopandi, R., Fajarudin, A., Suryo, J., Firmansyah, L., & Dzaky, M. (2020). Pemanfaatan Pembelajaran Online Di Tengah Pandemi Covid 19 Kepada Panti Sosial Asuhan Anak Yatim Piatu Nurul Iman Yayasan Yapinuri. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 2(1), 25-30. Retrieved from <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/abdimas/article/view/1749>