



Pembuatan Website dan Pelatihan Komunikasi Pemasaran Untuk Penggalangan Dana Pada TPQ Maika, Conggeang, Sumedang

Website Development and Marketing Communication Training for Fundraising at TPQ Maika, Conggeang, Sumedang

Lukman Saleh Waluyo¹, Noor Falih, Sarika Afrizal

¹ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta Selatan

Corresponding author: lukman@upnvj.ac.id

Abstrak

TPQ Maika adalah TPQ yang terletak di Desa Conggeang Wetan, Kecamatan Conggeang, Kabupaten Sumedang. TPQ ini merupakan TPQ bebas biaya yang bermimpi untuk melahirkan generasi pembelajar yang berakhlak mulia. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk melakukan pelatihan pemasaran dan pembelajaran digital bagi TPQ Maika. Metode kegiatan adalah ceramah, latihan, dan praktik langsung. Adapun yang kami gunakan adalah untuk bisa mendorong kegiatan dan juga dinamika dialog dalam workshop adalah google form dan quizizz. Peserta akan diminta untuk melakukan brainstorming dan praktek langsung dengan melakukan simulasi pembuatan video animasi pembelajaran yang menarik dengan menggunakan aplikasi Powtoon, dan juga Canva. Serta pelatihan memasang iklan di media sosial untuk penggalangan donasi secara online. Kegiatan berjalan dengan lancar dengan pemateri 3 orang dari UPN Veteran Jakarta, peserta anak-anak sekitar 75 orang dan guru sebanyak 4 orang. Dosen yang datang dari UPN Veteran Jakarta adalah Lukman Saleh Waluyo, Zayyin Abdul Quddus, dan Gustiana Sabarina. Games juga dilaksanakan untuk memeriahkan acara dengan hadiah yang sederhana. Pihak TPQ mengeluhkan tentang infrastruktur TPQ yang sudah terlalu kecil mengingat TPQ Maika sangat diminati oleh anak-anak dari dalam desa Conggeang maupun dari luar. Dari tim UPN berencana akan membuat website untuk menyebarkan informasi tentang TPQ Maika dan juga untuk mengusahakan pertambahan donasi untuk mendukung operasional TPQ Maika.

Kata Kunci: Pemasaran, pembelajaran, online

Abstract

TPQ Maika is a TPQ located in Conggeang Wetan Village, Conggeang District, Sumedang Regency. This TPQ is a free TPQ that dreams of giving birth to a generation of students with noble character. This PKM activity aims to conduct marketing training and digital learning for TPQ Maika. The activity methods are lectures, exercises, and hands-on practice. What we use is to be able to encourage activities and the dynamics of dialogue in the workshop, namely Google Forms and Quizizz. Participants will be asked to brainstorm and practice hands-on by simulating the creation of interesting learning animation videos using the Powtoon application, as well as Canva. As well as training to place advertisements on social media to raise donations online. The activity went smoothly with 3 speakers from UPN Veterans Jakarta, about 75 children participating and 4 teachers. The lecturers who came from UPN Veterans Jakarta were Lukman Saleh Waluyo, Zayyin Abdul Quddus, and Gustiana Sabarina. Games are also held to enliven the event with simple prizes. The TPQ complained about the TPQ infrastructure which was too small considering that the Maika TPQ was very popular with children from within the village of Conggeang and from outside. The UPN team plans to create a website to disseminate information about TPQ Maika and to seek additional donations to support TPQ Maika's operations.

Keywords: Marketing, learning, online

PENDAHULUAN

Komunikasi pemasaran adalah sarana di mana organisasi berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung

maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual (Jerslev, 2014). Komunikasi pemasaran mempresentasikan "suara" organisasi dan mereknya serta merupakan sarana di mana organisasi dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen. "TPQ Maika". Adalah TPQ yang terletak di Desa Conggeang Wetan, Kecamatan Conggeang, Kabupaten Sumedang. TPQ ini merupakan TPQ bebas biaya yang bermimpi untuk melahirkan generasi pembelajar yang berakhlak mulia serta mampu memberikan kebermanfaatan pada kemanusiaan.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk melakukan pelatihan pemasaran dan pembelajaran digital bagi TPQ Maika agar dapat memperlancar kegiatan belajar-mengajar siswa dan mendapatkan lebih banyak bantuan pembiayaan yang dapat menunjang keberlangsungan program di TPQ tersebut. Setelah dilangsungkannya kegiatan ini, akan dilakukan secara kontinyu dengan mandiri oleh pengelola TPQ Maika untuk pengembangan kemampuan komunikasi pemasaran mereka.

TPQ Maika adalah TPQ bebas biaya yang bermimpi untuk melahirkan generasi pembelajar yang berakhlak mulia serta mampu memberikan kebermanfaatan pada kemanusiaan. TPQ Maika sedang berikhtiar untuk menjadi TPQ model berbasis komunitas dan sukarelawan yang berkomitmen untuk tidak memungut sepeserpun biaya bagi anak-anak yang berasal dari keluarga yang kurang beruntung.

TPQ Maika tidak memungut uang apapun untuk siswa yang berasal dari keluarga kurang mampu. Biaya operasional TPQ ini dibantu oleh perorangan, komunitas dan yayasan yang setiap bulannya #PatunganPendidikan

Di TPQ Maika terdapat guru ngaji yang setiap harinya mendampingi adik-adik kita merangkai mimpi masa depannya. TPQ Maika ingin mengajak lapisan masyarakat untuk terlibat dalam gerakan dukungan pembiayaan yang diperuntukan bagi kelangsungan operasional TPQ.

Namun bagaimana cara mengelola untuk menarik minat donatur, yayasan atau TPQ serupa di Indonesia jumlahnya tidak sedikit. Dengan upaya pengelola dalam mempromosikan TPQ Maika, pengelola berharap TPQ Maika dapat menjadi tempat yang layak untuk melanjutkan pendidikan agama masyarakat yang kurang mampu dan dapat bersaing dengan TPQ lainnya di Indonesia. Pengelola objek wisata TPQ Maika masih banyak yang tidak mengetahui bagaimana cara praktik komunikasi pemasaran yang baik untuk menunjang promosinya terutama dalam komunikasi pemasaran digital.

Selain itu, di masa pembelajaran hybrid seperti ini, TPQ Maika masih belum efektif melakukan pembelajaran online dan hybrid, dikarenakan terbatasnya fasilitas dan juga pengetahuan dari sumber daya yang ada. Oleh karena itu kami

selaku tim PKM dari UPN Veteran Jakarta akan melakukan pelatihan pembelajaran online dan juga pelatihan penggalangan donasi secara online

Konsep “kesenjangan digital” (digital divide) pertama kali diperkenalkan dalam laporan The National Telecommunication and Information Administration (NTIA) - sebuah badan pemerintah federal AS yang mengurus bidang telekomunikasi dan informasi. Laporan tersebut memilah warga negara ke dalam dua kelompok: mereka “yang memiliki” dan “tak memiliki” akses pada teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Kesenjangan digital, sebagaimana ditambahkan Steyn & Johnson (2011), tidak hanya berhubungan dengan akses fisik (baca: infrastruktur). Kesenjangan digital juga berhubungan dengan kesenjangan dalam bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, gender, etnisitas, geografis, dan demografis.

Persoalan kesenjangan ini terus mengiringi perkembangan teknologi informasi. Terlebih bagi negara dunia ketiga, persoalan ini adalah momok bagi pembangunan. Bahkan di negara maju sekali pun, dengan masyarakat yang “melek” terhadap teknologi digital, hambatan dalam akses TIK masih saja terjadi.

Meski jangkauan internet semakin luas, Indonesia masih menyimpan berbagai macam persoalan. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan paket kebijakan digital dengan mempercepat penetrasi internet di seluruh Indonesia. Program Indonesia Digital Network (IDN) dihadirkan sebagai solusi bagi konektivitas nasional. Tujuan program tersebut bukan hanya mendukung digitalisasi masyarakat Indonesia, melainkan juga meningkatkan daya saing masyarakat Indonesia dalam menjawab tantangan global yang sudah di depan mata, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 adalah salah satunya.

Tentu, kebijakan ini patut kita apresiasi. Sayangnya, kebijakan ini menempatkan internet sebagai semata-mata entitas bisnis dengan hanya menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi. Alih-alih mengatasi ketimpangan akses internet, solusi konektivitas nasional melalui penanaman investasi teknologi informasi malah berpotensi memperlebar kesenjangan teknologi dan menciptakan eksklusivitas sosial.

Upaya mengatasi kesenjangan digital tidak cukup dengan hanya menggelontorkan investasi infrastruktur secara besar-besaran. Langkah ini memang terkesan membereskan seluruh persoalan, namun sebenarnya masih menyisakan aspek-aspek penting lain yang tak tersentuh. Pertemuan World Summit on the Information Society yang diselenggarakan oleh PBB telah merumuskan solusi integratif dan berkelanjutan dalam mengatasi problem kesenjangan digital, yakni dengan membangun infrastruktur TIK, membentuk masyarakat informasi, dan edukasi TIK. (Postigo, 2016)

Kurangnya perhatian negara dalam edukasi dan pembentukan masyarakat informasi ini ditambah oleh gerakan akar rumput. Gerakan DEMIT adalah salah satu inisiatif yang digerakkan masyarakat desa melalui pengembangan inovasi teknologi informasi berbasis open source. Gerakan ini sukses menggerakkan lebih dari 300 desa di seluruh Indonesia untuk berpartisipasi dan terlibat aktif pembahasan RUU Desa di akhir tahun 2014 silam melalui video conference. Hingga saat ini, DEMIT terus mengkonsolidasikan diri sebagai entitas pembangunan masyarakat desa. Selain itu, salah satu inovasi yang cemerlang lainnya adalah program 1000 web desa gratis dengan domain Desa.id yang semakin gencar belakangan ini. (Downing, 2006)

Oleh karena itu banyak sekali kesempatan yang hadir karena maraknya media digital, namun sayangnya masih banyak sekali yang tidak paham karena membutuhkan suatu terobosan-terobosan kreatif agar bisa mengambil kesempatan yang ada saat ini di dalam Masyarakat (Straubhaar, 2008). Dalam kegiatan ini kesenjangan digital dapat diatasi dengan bagaimana peserta memahami melalui aktivasi “kreatif” yang mana sudah mengalami perkembangan dan cara mengaplikasikannya yang meluas terutama hal berprilaku serta bersikap terhadap perkembangan ini. (Pamilu, 2007)

METODE

Metode kegiatan PKM ini dengan menggunakan berbagai metode pelatihan sebagai berikut:

Ceramah. Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep pelatihan digital marketing yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta. Latihan / Praktik. Pemilihan metode ini bertujuan agar peserta secara langsung dapat mengaplikasikan pelatihan digital marketing. Selain hal tersebut peserta pun akan melakukan FGD tentang peluang apa yang bisa dimanfaatkan di zaman digital ini. Adapun yang kami gunakan adalah untuk bisa mendorong kegiatan dan juga dinamika dialog dalam workshop adalah google form dan quizizz. (Kusuma & Sugandi, 2018)

Preview, Evaluasi dan Tanya Jawab. Metode ini digunakan sebagai acuan untuk menilai seberapa besar kemampuan pemahaman peserta terkait pelatihan digital marketing. Peserta akan diminta untuk melakukan brainstorming dan praktek langsung. Praktek langsung disini dengan melakukan simulasi pembuatan video animasi pembelajaran yang menarik dengan menggunakan aplikasi Powtoon, dan juga Canva. Serta pelatihan memasang iklan di media sosial untuk penggalangan donasi secara online. (Ciglič et al., 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan berjalan dengan lancar dengan pemateri 3 orang dari UPN Veteran Jakarta, peserta anak-anak sekitar 75 orang dan guru sebanyak 4 orang. Ibu Gustiana Sabarina sedang menyampaikan materinya di depan anak-anak TPQ Maika. Anak-anak peserta sangat antusias dan bertanya dalam acara pengabdian yang dijalani. Anak-anak yang datang bukan hanya dari Kecamatan Conggeang, bahkan ada dari kecamatan tetangga. Dosen yang datang dari UPN Veteran Jakarta adalah Lukman Saleh Waluyo, Zayyin Abdul Quddus, dan Gustiana Sabarina.

Gambar 1:



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Games juga dilaksanakan untuk memeriahkan acara dengan hadiah yang sederhana. Hal tersebut berhasil memeriahkan acara yang dibawakan oleh para dosen dari UPN Veteran Jakarta. Pihak TPQ mengeluhkan tentang infrastruktur TPQ yang sudah terlalu kecil mengingat TPQ Maika sangat diminati oleh anak-anak dari dalam desa Conggeang maupun dari luar. Dari tim UPN berencana akan membuat website untuk menyebarkan informasi tentang TPQ Maika dan juga untuk mengusahakan pertambahan donasi untuk mendukung operasional TPQ Maika.

Gambar 2:



Sumber : Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

TPQ Maika sangat diminati karena sudah memiliki banyak prestasi yang membanggakan baik dari TPQ maupun warga sekitar. TPQ diminati karena menambah aktivitas yang bisa dilakukan oleh anak-anak di desa selain di sekolah, dan juga tidak ada beban biaya yang diwajibkan untuk dibayar oleh para santri TPQ Maika.

Kedatangan para dosen cukup membuat senang para guru dan santri karena selain materi juga ada santunan yang dibagikan kepada mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciglič, R., Komac, B., Steinfuhrer, A., & Matija, Z. (2012). *Natural hazards and education in Europe*. 128, 65–74. <https://doi.org/10.1002/yd>
- Downing, K. (2006). Next generation: What leaders need to know about the millennials. *Leadership in Action: A Publication of the Center for Creative Leadership and Jossey-Bass*, 26(3), 3-6.
- Jerslev, A. (2014). New media talk - An introduction. *Northern Lights*, 12(1), 3–9. https://doi.org/10.1386/nl.12.1.3_7
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Postigo, H. (2016). The socio-technical architecture of digital labor: Converting play into YouTube money. *New Media and Society*, 18(2), 332–349. <https://doi.org/10.1177/1461444814541527>



Pamilu, A. (2007). Mengembangkan kreativitas dan kecerdasan anak. Yogyakarta: Citra Media.

Straubhaar, J. (2008). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology, Instructor's Edition, Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology, Instructor's Edition. 0, 576.*