

Optimalisasi Promosi melalui Visualisasi dengan menggunakan *Microsoft PowerPoint*

Alvian Alrasid Ajibulloh

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial

Universitas Amikom Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

alviana@amikom.ac.id

Abstrak: Pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan tentang cara membuat desain visual promosi dengan menggunakan Microsoft PowerPoint sebagai upaya cara memaksimalkan (mengoptimalkan) aktivitas promosi jual beli di media online. Metode kegiatan ini berupa pelatihan yang dilakukan secara luring dan daring melalui aplikasi Zoom, adapun sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM sebanyak minimal 10 peserta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebanyak tiga kali, yakni; Pertama, pada tanggal 05 Juni 2022, yang dilaksanakan secara luring di Desa Srimulyo, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan melibatkan dua narasumber, lima mahasiswa dan dihadiri sembilan peserta. Kedua, Pada tanggal 25 Juni 2022 di Carney Café yang berlokasi di Kledokan Caturtunggal Kab. Sleman. Ketiga, melalui daring atau video conference zoom pada tanggal 18 Juni 2022 dan juga melibatkan praktisi desain. Ketiga, Pada tanggal 17 Juni 2022, kegiatan dilakukan secara daring via platform zoom yang dihadiri sebanyak sembilan belas peserta dan dua pemateri. Adanya kegiatan pengabdian ini berdampak pada sisi pengetahuan peserta, dimana peserta mengetahui bahwa Microsoft PowerPoint juga dapat digunakan untuk keperluan desain visual promosi. Sehingga tidak perlu kesulitan lagi dalam mempelajari software desain visual lainnya.

Kata Kunci: *Microsoft PowerPoint*; Promosi; Visualisasi

Abstract: *This community service aims to provide knowledge on making promotional visual designs using Microsoft PowerPoint to maximize (optimize) buying and selling promotion activities in online media. The method of this activity is in the form of training, which is conducted offline and online through the Zoom application. In contrast, the target of this activity is MSME actors with a minimum of 10 participants. This community service activity was carried out three times. First, on June 5, 2022, held offline in Srimulyo Village, Special Region of Yogyakarta, involving two resource persons and five students and attended by nine participants. Second, on June 25, 2022, at the Carney Café in Kledokan Caturtunggal Kab. Sleman. Third, via online or zoom video conference on June 18, 2022, and also involve design practitioners. Third, on June 17, 2022, the activity was carried out online via the zoom platform, which nineteen participants and two presenters attended. This service activity's existence impacted the participants' knowledge side, where participants knew that Microsoft PowerPoint could also be used for promotional visual design purposes. So there is no need to have more difficulties learning other visual design software.*

Keywords: *Microsoft PowerPoint*; Promotion; Visualization

© 2023 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian masyarakat Masyarakat

Received: 29 Agustus 2023 **Accepted:** 25 Februari 2023 **Published:** 28 Februari 2023

DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i1.6257>

How to cite: Ajibulloh, A. A. (2023). Optimalisasi promosi melalui visualisasi dengan menggunakan microsoft powerpoint. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 204-210.

PENDAHULUAN

Meski pandemi Covid-19 memunculkan masalah bagi pelaku UMKM dan koperasi, di sisi lain, ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM dan koperasi bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar (Fadila, 2020). Hal ini memberikan angin segar bagi pelaku usaha untuk menjadikan peluang tersebut sebagai solusi terhadap keuangan usahanya agar tetap sehat dan bisa bertahan di masa sulit ini.

Salah satu bentuk teknologi informasi dan komunikasi yang bisa digunakan oleh pelaku UMKM yakni memanfaatkan media sosial. Secara data, masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan media sosial. Berdasarkan data dari agensi marketing *We Are Social* dan *platform* manajemen media sosial *Hootsuite*, dalam laporannya yang berjudul *Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital* melaporkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 61,8 persen, sedangkan angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020 (Banyumurti, 2022). Penetrasi media sosial dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Penetrasi Media Sosial di Indonesia

Manfaat internet dan media sosial atau jejaring sosial semakin sangat

terasa bagi para pemakainya. Perannya pun sudah mengalami perkembangan, dahulu internet dan media sosial dikenal sebagai pencarian informasi dan jejaring sosial (Siddiq et al., 2020). Kini, seiring perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat, peran tersebut mengalami perubahan (Cahyono, 2016). Salah satunya yakni sebagai media pemasaran, media jual beli dan transaksi, perubahan ini biasanya disebut dengan istilah *digital marketing* (Koetsier, 2020).

Perubahan ini banyak yang mengalami manfaatnya, seperti misalnya para internet *marketer*, *narablog*, *blogger*, dan juga sekarang UMKM yang mulai hijrah dengan membuka toko *online*. Kini toko *online* semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu (Azpeitia, 2021). Akan tetapi untuk sebagian pelaku usaha, tidak semuanya paham akan transisi ini dan peluang ini. Mereka masih minim pemahaman tentang cara mengoptimalkan transaksi jual beli di media *online*, terutama cara membuat konten promosi yang menarik di digital (Rizkinaswara, 2020).

Berbagai cara bisa dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk mengoptimalkan kegiatan pemasarannya di media *online* atau digital, seperti digital *branding*, digital *promotion*, *sales promotion*, memanfaatkan *website*, *social media*, *e-commerce*, *search engine*, *marketplace*, dan lain-lain (Febriyantoro et al., 2014). Berdasarkan kegiatan pengabdian penulis di tahun awal tahun 2020, hasilnya para pelaku UMKM masih berpikir bahwa proses pembuatan desain visual untuk keperluan promosi memerlukan biaya yang tidak sedikit (Ajibulloh & Community, 2020). Hal ini selaras

dengan apa yang dirasakan oleh *florist* (dekorator bunga) mereka menyampaikan bahwa kami terlalu fokus dalam mendekorasi, sehingga dalam aktivitas promosi seadanya, tidak memperhatikan desain visual. Maka dari itu tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menentukan bahwa aktivitas PkM di tahun 2022 akan fokus dalam memberikan pengetahuan tentang cara membuat desain visual promosi dengan menggunakan Microsoft PowerPoint sebagai upaya cara memaksimalkan (mengoptimalkan) aktivitas promosi jual beli di media *online*.

PkM ini diinisiasi oleh Universitas Amikom Yogyakarta, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang cara membuat desain visual promosi dengan menggunakan Microsoft PowerPoint. Hal ini dikarenakan Microsoft PowerPoint sudah terinstal di beberapa *gadget* atau laptop terkini, sehingga *software* tersebut bisa langsung digunakan oleh beberapa peserta nantinya dan ini bagian dari upaya percepatan hasil dalam proses pembuatan. Sehingga akhirnya akan berdampak positif dalam memaksimalkan (mengoptimalkan) penggunaan media sosial, karena semakin cepat membuat desain, semakin rajin promosi dan konsumen akan semakin banyak menerima terpaan promosi melalui desain promosi.

METODE

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode pendekatan *workshop* atau pelatihan praktik yang dilakukan melalui dua cara yakni secara luring dan daring. Kegiatan luring merupakan kegiatan yang dilakukan secara langsung di tempat kegiatan (*offline*) pada hari yang telah ditentukan, dengan dihadiri oleh peserta dan pemateri. Sedangkan daring merupakan kegiatan yang dilakukan secara jarak jauh melalui media *online*, untuk kegiatan ini penyelenggara menggunakan platform Zoom *meeting*.

Adapun kegiatan ini lebih fokus berkolaborasi dengan berbagai kegiatan yang memiliki tema dan tujuan yang sama, yakni sama-sama membahas tentang strategi pemasaran. Berdasarkan fokus tersebut, kegiatan PkM ini dilakukan di beberapa tempat, yakni: Pertama, Pada tanggal 05 Juni 2022 di Desa Srimulyo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedua, Pada tanggal 25 Juni 2022 di Carney Café yang berlokasi di Kledokan Caturtunggal Kab. Sleman. Ketiga, pada tanggal 17 Juli 2022 dilakukan secara daring melalui platform Zoom *meeting*.

Sasaran kegiatan ini dibuka untuk umum (dihadiri sekitar 5 orang) terkhusus untuk para pelaku usaha kecil menengah (dihadiri 6 orang). Prosedur kegiatan program PkM ini meliputi beberapa tahapan (Ajibulloh, 2021): (a) studi pendahuluan, (b) pelaksanaan, (c) evaluasi. Perincian kegiatan di masing-masing tahapan diuraikan seperti berikut:

Pertama, pada tahapan studi pendahuluan akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut: (1) Analisa persoalan pada situasi saat ini yang kemudian dikaitkan dengan keinginan atau tujuan mulia dari mitra dan rumpun keilmuan dari pelaksana program PkM ini. (2) Melakukan penyusunan rencana kerja dan instrumen pelaksanaan program. (3) Penetapan tim pelaksana dan uraian kerjanya sesuai kepakaran yang dimiliki.

Kedua, tahapan pelaksanaan, kegiatan PkM ini dilaksanakan dengan dua metode, yakni secara luring dan *daring*, untuk daring kegiatan ini dilakukan melalui *virtual (video conference)* dengan menggunakan aplikasi Zoom. Ketiga, tahapan evaluasi. Pada tahapan evaluasi, penulis menggunakan aplikasi *google form*, dengan cara menyebarkan tiga pertanyaan kepada peserta untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada di aplikasi tersebut. Adapun

pertanyaannya sebagai berikut: (1) Apakah Anda ingin diadakan kegiatan *webinar* kembali dengan topik yang berbeda. (2) Apakah Anda merasa puas dengan materi hari ini. (3) Apakah *template* design visual yang kami berikan, sangat bermanfaat bagi Anda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manfaat *Microsoft PowerPoint* Untuk Keperluan Mendesain.

Kegiatan pertama yang dilaksanakan pada tanggal 05 Juni 2022 ini dilakukan secara luring di Desa Srimulyo, Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan melibatkan mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta sebanyak 5 mahasiswa, narasumber ahli sebanyak 2 orang, dan peserta sebanyak 9 orang disajikan pada gambar 2. Materi yang disampaikan pada kegiatan pertama ini terdapat dua materi yakni; (1) Materi tentang pemanfaatan *Microsoft PowerPoint* untuk keperluan desain visual. (2) Materi tentang *local branding*. Kegiatan di tunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Kegiatan PkM di Desa Srimulyo, Daerah Istimewa Yogyakarta

Melalui kegiatan ini dapat diketahui bahwa masih banyak peserta yang masih belum tahu bagaimana cara memaksimalkan (mengoptimalkan) penggunaan *Microsoft PowerPoint* untuk keperluan desain visual. Secara umum mereka memahami bahwa *Microsoft PowerPoint* digunakan untuk keperluan presentasi dengan tujuan agar menjadi lebih menarik. Karena terdapat beberapa fitur yang bisa membuat materi presentasi menjadi menarik, seperti; *input* gambar, terdapat animasi,

input bentuk, warna, varian teks, dan lain-lainnya (Maryatun, 2015).

Akan tetapi lambat laun *software* tersebut dikembangkan, beberapa fitur sudah *update*, seperti; input video, audio, menghilangkan *background*, melukis bentuk sesuai keinginan, menambahkan beberapa bentuk diagram, dan terkoneksi dengan beberapa *platform* lainnya, dan pada akhirnya materi presentasi menjadi lebih menarik dan interaktif (Ajibulloh & Community, 2020). Sehingga *Microsoft PowerPoint* bisa digunakan untuk membuat beberapa bentuk produk desain grafis, seperti; poster, *flyer*, *banner*, sertifikat, infografis, dan lain-lain (Sanjaya et al., 2022).

Menurut Muhroghibi (Maryatun 2015), *Microsoft PowerPoint* memiliki beberapa kelebihan, sebagai berikut: (a) Penyajiannya lebih menarik, karena terdapat banyak varian *font*, warna, huruf dan bentuk yang bisa kita bentuk sesuai keinginan. (b) Varian *font*, warna, gambar dan lain-lainnya bisa dibuat menjadi sebuah animasi, yang sudah terdapat di fitur animasi, sehingga menjadi lebih menarik. (c) Mudah digunakan karena sudah terinstal di setiap laptop atau computer. (d) Tidak diperlukan spek computer atau laptop yang mahal untuk keperluan mendesain.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian dan PkM sebelumnya, dari kegiatan tersebut banyak peserta yang memiliki manfaat ketika mereka mengetahui bahwa *Microsoft PowerPoint* bisa digunakan juga untuk keperluan mendesain. Terlebih untuk keperluan desain promosi, sehingga *brand owner* atau pelaku usaha bisa menghemat biaya jasa desain, apalagi pada saat itu pada masa pandemi (Ajibulloh & Community, 2020).

Pada kegiatan kedua, kegiatan PkM ini tim berkolaborasi dengan kegiatan PkM dari dosen lain Ibu Riski Damastuti dari Universitas Amikom Yogyakarta. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 5 *florist*

(dekorator bunga). Tujuan kegiatan ini untuk memaksimalkan dari hasil kegiatan sebelumnya, karena ternyata masih banyak dari masyarakat, komunitas, pelaku usaha membutuhkan banyak masukan, ilmu pengetahuan dari sisi visualisasi, bukti dokumentasi pada ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3 Kegiatan Abdimas di Carney Café

PkM dilaksanakan di Carney Café yang berlokasi di Kledokan Caturtunggal Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, pada hari Senin, 25 Juni 2022 mulai pukul 11.00 s/d 15.00 WIB, dihadiri oleh 10 peserta yang terdiri dari para pelaku usaha Bunga dari beberapa daerah yakni Yogyakarta, Magelang, Wonosari. Adapun tujuan dari kegiatan ini yakni mentransfer keilmuan tentang strategi pemasaran dengan cara mengoptimalkan visualisasi *database*. Dimana catatan-catatan perusahaan divisualisasikan sehingga mudah dibaca dan menjadi lebih menarik.

Visualisasi data dapat memberikan kemudahan dalam memahami suatu data, sehingga memudahkan para pengambil kebijakan untuk memahami data serta membantu mereka menemukan pola, memahami, informasi bahkan membentuk opini. Karena fungsi utama visualisasi sebagai media penyampaian informasi agar mudah dipahami (Athoillah et al., 2022). Hal ini juga selaras dengan hasil PkM yang dilakukan oleh Loka & Natalia (2019), yang menyatakan bahwa data yang terus menerus berkembang dapat membuat kesulitan dan membutuhkan waktu yang

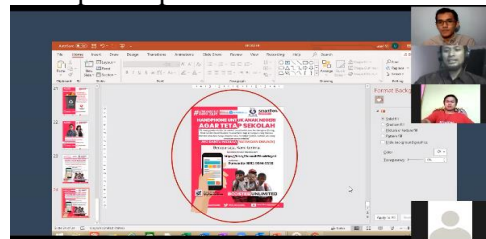
lama bagi pengelola, sehingga berpeluang terjadi *human error*.

Melalui pelatihan ini, para peserta mendapatkan keilmuan baru tentang manfaat visualisasi data. Data yang awalnya berupa catatan angka, ketika divisualisasikan ternyata mudah dipahami dan menjadi lebih menarik. Tidak hanya itu, melalui visual kita juga dimudahkan untuk membaca suatu data untuk keperluan pengambilan keputusan. Visualisasi data dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Visualisasi Data

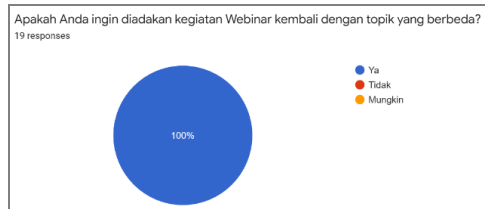
Sedangkan kegiatan ketiga ini yakni dilakukan secara *daring* melalui media *conference*. Yang menghadiri narasumber praktisi desain sebanyak 2 orang dan dihadiri peserta sebanyak 19 orang. Adapun pada kegiatan ini fokus materi yakni tentang mendesain menggunakan *Microsoft PowerPoint*, dilaksanakan pada tanggal 17 Juli 2022, ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5 Kegiatan PkM secara *Daring*

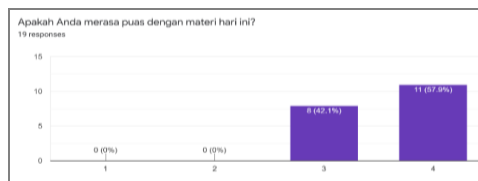
Antusiasme peserta sangat besar pada kegiatan ini. Banyak yang mengajukan pertanyaan hanya saja waktu yang sangat terbatas sehingga peserta merasa kurang puas, terutama pada materi praktik. Setelah kegiatan berlangsung peserta diminta kesediaannya untuk memberikan *feedback* melalui *google*

form yang sudah disediakan. Hanya saja *feedback* yang didapatkan hanya kegiatan *daring*, sedangkan kegiatan luring kita hanya bisa mendapatkan *feedback* berupa lisan. Dari 19 peserta yang mengisi form tersebut, 100% dari mereka menginginkan kegiatan seperti ini diadakan kembali, dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Hasil *Screenshot* Kuesioner Pertama

Sedangkan untuk *feedback* kepuasan pada kegiatan, 11 peserta memberi tanggapan sangat puas (57,9%) dan 8 peserta memberi tanggapan puas (42,1%). Pada kuesioner ini yang sangat disayangkan adalah tidak ada pertanyaan lanjutan atau *indicator* yang dapat mengetahui kenapa sangat puas dan puas, dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Hasil *Screenshot* Kuesioner Kedua

Pertanyaan ketiga; "Apakah *template* design visual yang kami berikan, sangat bermanfaat bagi Anda?" 12 peserta menjawab sangat bermanfaat (63,2%) dan 7 peserta menjawab bermanfaat (36,8%), dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8 Hasil *Screenshot* Kuesioner Ketiga

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan yakni; Pelaksanaan kegiatan PkM ini berjalan dengan lancar, sesuai rencana dan tujuan kegiatan, serta memberikan dampak positif. Beberapa capaian juga telah sesuai dengan apa yang ditetapkan. Melalui kegiatan ini peserta mendapatkan keilmuan dan pengalaman baru tentang visualisasi dengan menggunakan *Microsoft PowerPoint* yang dapat dioptimalkan untuk beberapa keperluan seperti promosi, pengambilan keputusan, memudahkan dalam membaca data, dan dikerjakan secara mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajibulloh, A. A., & Smartfren Community. (2020). Pemanfaatan *microsoft powerpoint* sebagai solusi strategi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 474–478.
- Athoillah, M., Pramesti, W., Gili, I. L., & Findiariska, Y. (2022). Pelatihan visualisasi data sekolah smk sepuluh nopember sidoarjo. *Kanigara II*, (2), 312–21.
- Azpeitia, J. (2021). Social media marketing and its effects on tiktok users. 44–51.
- Banyumurti. (2022). *Digital 2022 Indonesia Overview Report*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Fadila, R. U. (2020). 1.785 Koperasi Dan 163.713 UMKM Terdampak Pandemi Covid-19.
- Febriyantoro, T. M. & Arisandi, D. (2014). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi asean. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 61–76.
- Koetsier, J. (2020). Digital crack

- cocaine: the science behind tiktok's success. *Forbes*.
- Loka, W. I., & Natalia, F. (2019). Perancangan dan pembuatan visualisasi data dana penelitian internal dan hibah dikti lppm universitas multimedia nusantara. *Ultima InfoSys: Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, 10(1), 61-68 10(1), 61–68.
- Maryatun, M. (2015). Pengaruh penggunaan media program *microsoft powerpoint* terhadap hasil belajar strategi promosi pemasaran mahasiswa semester 2 program studi pendidikan ekonomi universitas muhammadiyah metro tahun ajaran 2014/2015. *Jurnal Promosi*, 3(1), 1–13.
- Rizkinaswara, L. (2020). UMKM online jadi solusi bertahan saat pandemi covid-19. <https://Aptika.Kominfo.Go.Id/>. Retrieved January 29, 2023 (<https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/umkm-online-jadi-solusi-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>).
- Sanjaya, A., Komala, S., Juwita, Z., Pratama, S. M., Salam, M. I. L., & Sandy, K. H. (2022). Pelatihan Desain Grafis menggunakan Microsoft Powerpoint bagi Pelajar. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 454-462.
- Siddiq, M., Hartini, S., & Khatib, A. J. (2020). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam metode bercerita. *Jurnal TEKNODIK* 24(2), 131–46.