

Pengabdian Masyarakat Pemanfaatan Google Business untuk membuat Media Sosial Terintegrasi

Daniel Yeri Kristiyanto¹, Sisilia Thya Safitri², Tectonia Nurul Silvani³
Program Studi S1 Sistem Informasi, Institut Teknologi Telkom Purwokerto^{1,2,3}
E-mail: daniel@ittelkom-pwt.ac.id¹, sisil@ittelkom-pwt.ac.id¹,
sntectonia@gmail.com³

ABSTRAK

Media sosial merupakan sarana digital untuk penyebaran informasi yang lebih baik dari sistem konvensional. Optimasi media sosial perlu didukung oleh pemahaman penggunaan media sosial yang baik dan benar. Lebih lanjut, untuk membuat media sosial yang baik dan benar maka diperlukan integrasi informasi di berbagai media sosial yang dimiliki oleh organisasi. Organisasi dapat memanfaatkan layanan Google Business sebagai sarana penyebaran informasi ke media sosial. Oleh sebab itu, Tim Dosen Institut Teknologi Telkom Purwokerto melaksanakan program pengabdian masyarakat pada Lingkungan Asosiasi Pendeta Indonesia (API) wilayah Banyumas. Capaian dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan tentang peningkatan keterampilan pengelola Gereja wilayah Banyumas dalam menggunakan media sosial sebagai media komunikasi berbasis Google Business. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, pemutaran slide, tanya jawab, dialog interaktif, praktik membuat media sosial menggunakan Google Business. Sebanyak 30 peserta dari perwakilan Gereja yang tergabung dalam API Banyumas, telah berhasil membuat dan menerapkan media sosial berbasis Google Business untuk setiap peserta di Gerejaanya. Materi pada pengabdian masyarakat ini difokuskan kepada praktik memanfaatkan layanan Google Business yakni optimasi akun Gmail untuk korespondensi media sosial dan Google Maps untuk tracking location Gereja. Disimpulkan bahwa peserta mampu memahami pemanfaatan media sosial dengan berbagai kelengkapan fituranya sehingga peserta dapat memanfaatkannya untuk sarana penyebaran informasi Gereja.

Kata kunci : *Google Business, Media Sosial, Aplikasi Ibadah, Gereja.*

ABSTRACT

Social media is better digital means of disseminating information than traditional systems. This situation requires good and correct understanding of how to use social media. Furthermore, to create good and correct social media, information from various social media of the organization platforms must be integrated. Organization can utilize Google Business services to disseminate information to social media platforms. Therefore, the Lecturer team of the Telkom Purwokerto Institute of Technology conducted a community service program for the Church in the Indonesian Pastor Association (API) Banyumas area. This service activity aimed to provide training on improving the skills of Church Administrator in using social media as a Google Business-based communication medium. The training was delivered via the lecture method with slides being played, questions and answers, interactive dialogue, and practice creating social media using Google Business. As many as 30 Church representatives who are Banyumas API members have succeeded in creating and implementing Google Business-based social media for their Church. The content on community service focused on the practice of using Google Business services, such as Gmail account for social media correspondence and Google Maps for tracking Church location. Finally, the participants were able to understand so that they could disseminate Church information.

Keyword : *Google Business, Social Media, Worship Application, Church.*

1. PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial pada masyarakat kian meningkat. Lebih lanjut media sosial memiliki peranan sebagai alat komunikasi yang penting dimasa modern (Yue, 2022). Hampir semua kebutuhan yang dimiliki oleh masyarakat, mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan akan informasi, dapat terpenuhi dengan perantara media sosial (Kristiyanto & Suhartono, 2022). Salah satu upaya dalam meraih capaian tersebut perlu dilakukan sebuah pelatihan pemanfaatan media sosial yang efektif (Kusuma, Sri, Sutjipto, & Maretha, 2020). Pemanfaatan media sosial bertujuan menjadikan media sosial beserta fitur-fiturnya sebagai sarana komunikasi untuk mendapatkan informasi dengan efisien (Dhawan, Hegelich, Sindermann, & Montag, 2022).

Sebagai Institut Pendidikan Tinggi di Jawa Tengah, Institut Teknologi Telkom Purwokerto (ITTP) memberlakukan pengabdian masyarakat sebagai bentuk kontribusi bidang teknologi dan telekomunikasi, sehingga pengetahuan serta keilmuan dosen ITTP dapat diimplementasikan dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Contoh kegiatan pada Sistem Informasi ITTP yang bekerjasama dengan Asosiasi Pendeta Indonesia (API) wilayah Banyumas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai bentuk pendampingan pemanfaatan media sosial bagi API wilayah Banyumas.

Pada tahun 2020, Indonesia mulai mengalami pandemic Covid-19, persebaran virus corona terjadi sangat cepat bahkan banyak menyebabkan kematian (Li, Liu, Yu, Tang, & Tang, 2020). Penggunaan media sosial adalah solusi yang tepat, dari face to face menjadi interface (Mikal, Wurtz, & Grande, 2021). Perubahan drastis terjadi pada bidang keagamaan, dengan menggunakan media sosial kegiatan

spiritualitas mudah diakses (Conteh & Sorie, 2021). Gereja sebagai persekutuan dituntut untuk dapat bersikap adaptif terhadap zaman modern dengan tetap memiliki semangat untukewartakan Injil. Sehingga kehadiran media sosial tepat untuk terus menewartakan Injil di masa modern yang memiliki kemajuan pada bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (Telaumbanua & Arozatulo, 2020).

API wilayah Banyumas, sebagai sebuah perkumpulan yang berupa asosiasi para Pendeta merasa bahwa sumber daya manusia yang dimiliki perlu dioptimalkan agar lebih adaptif terhadap perubahan yang terjadi (Afandi, 2018). Dalam hal ini, API wilayah Banyumas perlu mengambil tindakan untuk menangani kendala yang disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola media sosial. Penyelesaian masalah ini dimaksudkan dengan tujuan Gereja-Gereja yang berada dibawah API wilayah Banyumas, memiliki peningkatan kemampuanewartakan Injil dan berpotensi dilakukannya monetisasi sebagai salah satu cara memperoleh pendapatan untuk penunjang biaya operasional Gereja (Simon, 2022).

2. METODOLOGI

Kegiatan yang diselenggarakan, yaitu pengabdian masyarakat mengenai workshop pelayanan berbasis media sosial dilakukan pada tanggal 6 November 2021. Lokasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat bersama Asosiasi Pendeta Indonesia (API) wilayah Banyumas, di Gereja Sidang Jemaat Pentakosta Di Indonesia (GSJPDI) Kebon Dalem Purwokerto.

Kegiatan workshop pelayanan berbasis media sosial memiliki target yang diupayakan pada kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema pemanfaatan Google Business. Suatu organisasi atau perusahaan menggunakan

Google Business sebagai media sosial terintegrasi (Prayitno & Karomah, 2021). Google Business menyediakan layanan pengelolaan informasi tentang perusahaan atau organisasi yang tersedia gratis secara online. Pengelola Gereja yang tergabung dalam API wilayah Banyumas menerapkan pemanfaatan tersebut. Pentingnya publikasi dan pengelolaan media sosial Gereja bagi pengelola Gereja adalah sebagai penyebaran informasi kegiatan Gereja agar dapat menjangkau jemaat lebih luas (Santoso, 2020).

Terdapat tiga luaran yang diharapkan pasca kegiatan pengabdian masyarakat selesai dilaksanakan. Luaran pertama adalah meningkatnya pengetahuan pengelola gereja pada penggunaan media sosial sebagai salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan publikasi kegiatan gerejani. Luaran kedua adalah tersusunnya laporan kegiatan masyarakat sebagai bentuk pertanggung jawaban terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat. Luaran ketiga adalah adanya publikasi kegiatan masyarakat dalam tulisan publikasi jurnal pengabdian masyarakat.

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat mengenai workshop pelayanan berbasis media sosial dilakukan melalui beberapa tahapan rencana kegiatan antara lain. Pertama persiapan, Persiapan workshop pelayanan diinisialisasi oleh API wilayah Banyumas dengan mengirim permintaan kerjasama kepada IT Telkom Purwokerto untuk memberikan wawasan dan pelatihan kepada anggota API di wilayah Banyumas. Persiapan dimulai oleh tim pengabdian masyarakat ITTP dengan mengunggah surat melalui sistem Igracias, selanjutnya surat disetujui oleh Ketua Kelompok Keahlian (KK) dan ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Dengan demikian, dosen dan mahasiswa pendamping mengunduh surat tugas. Tahap selanjutnya adalah penyusunan materi dan

pembuatan poster kegiatan pengabdian masyarakat. Poster disebarluaskan kepada pengurus Gereja dan jemaat Gereja yang terlibat dalam workshop ini.

Kedua yaitu pelaksanaan pelatihan, pelaksanaan workshop pelayanan menggunakan cara praktik langsung dengan menyampaikan materi secara lisan dengan pemutaran slide berisi materi. Pada akhir materi terdapat dialog interaktif antara peserta dan pemateri terkait materi yang telah dipelajari selama pelatihan berlangsung. Materi I: Pembuatan Akun Medsos dengan sub judul pemanfaatan Google Business untuk membuat Media Sosial Terintegrasi oleh Bapak Daniel S.Kom., M. Kom., M. Si. Materi II: Kiat menambah Subscriber dengan sub judul Tips dan Trik menambah subscriber media sosial untuk pelayanan Gereja maupun pribadi oleh Ibu Sisilia Thya Safitri S.T., M.T.



Gambar 1. Kegiatan Pematerian

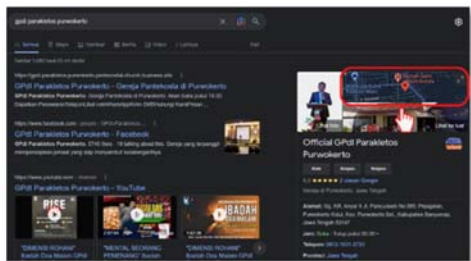
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan workshop ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan praktis pengelola Gereja di lingkungan Asosiasi Pendeta Indonesia (API) wilayah Banyumas dalam penggunaan media sosial (Simanjuntak, 2022). Lebih lanjut, dalam pengimplementasian kegiatan ini mengajarkan praktik langsung kepada peserta. Workshop diawali dengan sambutan oleh ketua Dewan Pimpinan Cabang (DPC) API Banyumas: Pdt. Petrus Abdul Gain, S. Th., M.Mis.

susunan acara berikutnya adalah pelatihan yang disampaikan menggunakan metode ceramah oleh Bapak Daniel S.Kom., M.Kom, M.Si dengan judul pemanfaatan Google Business untuk membuat Media Sosial Terintegrasi.

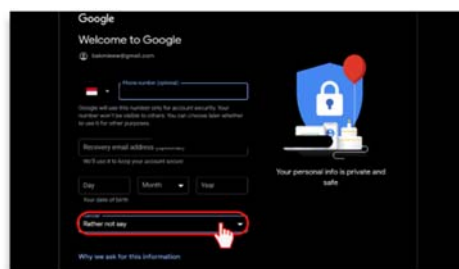
Diantara banyak kegunaan media sosial yang mampu menyajikan informasi sesuai dengan kebutuhan, Google Business hadir sebagai salah satu tool yang dapat menyediakan informasi-informasi bagi pelaku bisnis, baik perorangan maupun organisasi (Manu & Fallo, 2019). Informasi tersebut antara lain adalah nama bisnis yang dijalankan, alamat, email, jam operasional, nomor telepon, foto usaha, website hingga feedback pelanggan.

Terutama pada Gereja, Google Business dapat menjadi penyedia informasi secara lengkap, sehingga jemaat mendapatkan informasi lebih mudah dan akurat (Kirtley & O'Connor, 2020). Google business menyediakan beberapa fitur berupa nama bisnis atau organisasi, lokasi, waktu operasional bahkan dapat menggunakan foto terkait aktivitas atau foto tentang sebuah bisnis maupun organisasi. Salah satu fitur yang terdapat pada Google Business adalah fitur yang memanfaatkan layanan Google Map. Pemanfaatan fitur Google Map bertujuan memandu tamu, jemaat dari luar daerah yang hendak menuju ke Gereja, tanpa memandu secara manual yang sering kali membingungkan atau bahkan berpotensi membahayakan (Lande, 2020).



Gambar 2. Fitur Lokasi Pada Google Business (Google Maps)

Sebelum mengatur lokasi, tahapan awal adalah membuat akun Official Business terlebih dahulu, setelah itu, mengisi kebutuhan data yang sesuai serta perlu memperhatikan dua hal yang penting, yaitu mengatur akun official bersifat rahasia. Akses akun hanya akan diberikan kepada admin sistem informasi Gereja, atau tim praise and worship (PAW) yang ditunjuk. Serta mengatur gender dengan memilih rather not say/ other. Tanggal lahir dapat diisi sesuai tanggal penting dalam sejarah Gereja, seperti tanggal terbentuknya Gereja atau tanggal momentum penting lainnya.



Gambar 3. Pilih Rather Not Say

Proses pembuatan akun telah berhasil dilakukan, tahap selanjutnya ialah workshop tentang tracking location. Pengaturan fitur tracking location memuat penyesuaian Gereja berdasarkan letak sebenarnya. Berikut kerangka proses pemasangan fitur tracking location.



Gambar 4. Kerangka Memproses Tracking Location

Penggunaan tracking location pada Google Map memiliki banyak manfaat menguntungkan bagi Gereja. Fitur ini dapat digunakan sebagai petunjuk arah

yang mudah bagi umat yang ingin datang ke gereja, karena dapat diakses dengan mudah melalui perangkat mobile. Selain itu, penggunaan tracking location juga dapat menjadi parameter untuk tingkat adopsi Teknologi Informasi (TI) dalam Gereja, sehingga Gereja dapat semakin terhubung dengan perkembangan zaman. Fitur ini juga dapat membantu merekam perhatian orang kepada Gereja, sehingga kegiatan Gereja dapat ditampilkan secara lebih menarik dan dapat menarik lebih banyak orang untuk datang atau tergabung. Selain itu, penggunaan tracking location dapat digunakan untuk mengukur kemajuan kegiatan Gerejawi dan membantu orang dalam memutuskan penggunaan alat transportasi menuju lokasi Gereja. Dengan semua manfaat ini, penggunaan tracking location pada Google Map merupakan sebuah langkah yang tepat dan dapat membantu Gereja dalam memperluas jangkauan pelayanan dan kegiatan-kegiatan positif lainnya.

Tidak hanya pemahaman saja yang diberikan, namun workshop pelayanan berbasis media sosial juga memberi kesempatan praktik langsung yang telag dicapai dengan baik. Peserta mempraktikkan dengan pengarahan yang telah dijelaskan dan pendampingan oleh mahasiswa pendamping.

Table 1. Survei Kepuasan Peserta Workshop

No	Indikator	Skala		Jumlah
		Setuju	Sangat Setuju	
1	Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan LPPM ITTP berlangsung sesuai yang	4	15	19

	saya harapkan			
2	Pelaksanaan pengabdian masyarakat berjalan sesuai kebutuhan yang diperlukan	9	10	19
3	Kegiatan ini melibatkan personil/ anggotanya memberikan pelayanan sesuai kebutuhan yang diperlukan	9	10	19
4	Setiap pertanyaan maupun permasalahan yang saya jatuhkan, ditangani dengan baik oleh narasumber/ anggota yang terlibat	6	3	19
5	Apabila kegiatan terselenggara kembali dengan tema yang masih berkaitan, saya bersedia ikut serta dalam kegiatan tersebut	5	14	19

Tabel 1 merupakan tabel rekapitulasi survei peserta kegiatan pengabdian masyarakat. Total peserta yang mengisi survei sebanyak 19 peserta. Rekapitulasi hasil survei menunjukkan

bahwa mayoritas peserta workshop pelayanan berbasis media sosial sesuai dengan harapan dan kebutuhan peserta. Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa narasumber mampu menindaklanjuti setiap pertanyaan. Peserta berharap bahwa kegiatan ini dapat diselenggarakan kembali dengan tema yang masih berkaitan.

4. KESIMPULAN

Workshop pemanfaatan Google Business sebagai media terintegrasi sebagai layanan yang bertujuan meningkatkan wawasan para pengelola Gereja dalam memanfaatkan media sosial terintegrasi. Pemanfaatan tersebut menghasilkan akses yang memudahkan jemaat Gereja mengenai informasi seputar Gereja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Y. (2018). Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi “Digital Ecclesiology.” *FIDEI: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/fidei.v1i2.12>
- Conteh, & Sorie, P. (2021). Correspondence Social media as tool for the Church ’ s mission and response to the COVID-19 pandemic. *E-Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 1(8), 263–269. <https://doi.org/10.3390/re112020092.6>
- Dhawan, S., Hegelich, S., Sindermann, C., & Montag, C. (2022). Re-start social media, but how? *Telematics and Informatics Reports*, 8(October), 100017. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100017>
- Kirtley, O. J., & O’Connor, R. C. (2020). Suicide prevention is everyone’s business: Challenges and opportunities for Google. *Social Science and Medicine*, 262, 112691. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112691>
- Kristiyanto, D. Y., & Suhartono, B. (2022). Pemanfaatan Kelas Online Berbasis Knowledge Management pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kota Ungaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(2), 274–281. Retrieved from <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i2.5655>
- Kusuma, R. D., Sri, S., Sutjipto, U., & Maretha, H. A. (2020). *Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM*. 1(2), 215–222. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.1403>
- Lande, H. M. P. K. P. (2020). *Google Maps*. 178(May). <https://doi.org/10.5120/ijca2019918791>
- Li, H., Liu, S., Yu, X., Tang, S., & Tang, C. (2020). International Journal of Antimicrobial Agents Coronavirus disease 2019 (COVID-19): current status and future perspectives. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 55(5), 105951. <https://doi.org/10.1016/j.ijantimicag.2020.105951>
- Manu, G. A., & Fallo, D. (2019). Implementasi Google My Business (Gmb) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang Dan Sekitarnya. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i2.69>

- Mikal, J. P., Wurtz, R., & Grande, S. W. (2021). Computers in Human Behavior Reports Social media as a modern Emergency Broadcast System : A longitudinal qualitative study of social media during COVID-19 and its impacts on social connection and social distancing compliance. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100137. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100137>
- Prayitno, E. H., & Karomah, N. G. (2021). MEDIA SOSIAL BROADCAST SEBAGAI MULTIMEDIA TERINTEGRASI INDUSTRI KREATIF BAGI DIGITAL NATIVE. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(September 2020), 25–35. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.403>
- Santoso, B. (2020). *Sosial Media Sebagai Sarana Penginjilan : Respon Gereja Masa Pandemic Covid-19*. 1–20. Retrieved from <https://doi.org/10.31219/osf.io/a9k86>
- Simanjuntak, Y. (2022). Produktivitas gereja merupakan suatu hal yang sangat berkaitan sehingga kualitas maupun kuantitas dari jemaat dapat bertumbuh dengan sebelumnya perlu dipahami terlebih dahulu tentang pengertian produktivitas , peran gereja , dan hubungan produktivitas den. *Jurnal Teologi Amreta*, 6(1), 57–97.
- Simon. (2022). Jurnal Salvation Perintisan Gereja dalam Konteks Digitalisasi Masa Kini Pendahuluan. *Jurnal Salvation*, 3(1).
- Telaumbanua, & Arozatulo. (2020). Implementasi Pendidikan Agama Kristen di Era Teknologi. *Sanctum Domine: Jurnal Teologi*, 9(2), 181–196. <https://doi.org/10.46495/sdjt.v9i1.57>
- Yue, C. A. (2022). The paradox of using public social media for work: The influence of after-hours work communication on employee outcomes. *Journal of Business Research*, 149(June), 748–759. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.079>