

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Zooming Sarana Marketing

Edisi Juni 2020

Disusun oleh:
Ketua Tim

Dr. Ir. Rudy Trisno MT.

NIDK / NIK 8899260017/10392032

Anggota:

Sidi Ahyar Wiraguna NIM 31719006

Eva Margareta NIM 315160056

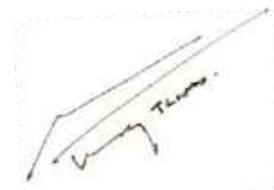
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN ARSITEKTUR DAN PERENCANAAN
PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JUNI 2020

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Judul PKM : Zooming meningkatkan jumlah murid pada masa Pandemi
2. Nama Mitra PKM : Yayasan Bina Citra Jaya
3. Ketua Tim Pelaksana
 - A. Nama dan Gelar : Dr. Ir. Rudy Trisno MT.
 - B. NIDN/NIK : 8899260017/10392032
 - C. Jabatan/Gol. : Lektor Kepala
 - D. Program Studi : Sarjana Arsitektur dan Magister Arsitektur
 - E. Fakultas : Teknik
 - F. Bidang Keahlian : Perancangan & Entrepreneur
 - G. Alamat Kantor : Jl. S. Parman no.1 Grogol Jakarta Barat
 - H. Nomor HP/Tlp : 087880493991
3. Anggota Tim PKM
 - A. Jumlah Mahasiswa : 2 orang
 - B. Nama & NIM Mahasiswa S2 : Sidi Ahyar Wiraguna 31719006
 - C. Nama & NIM Mahasiswa S1 : Eva Margareta 315160056
4. Lokasi Kegiatan Mitra : Jakarta (Daring)
 - A. Wilayah Mitra : Pluit (Daring)
 - B. Kabupaten/Kota : Jakarta Utara (Daring)
 - C. Provinsi : DKI Jakarta
5. Metode Pelaksanaan : ~~Luring~~/Daring
5. Luaran yang dihasilkan : Melakukan Zooming selama 1 Tahun secara periodik
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni/~~Juli-Desember*~~ 2020

Jakarta, Juni 2020

Ketua Pelaksana



Dr. Ir. Rudy Trisno MT.
8899260017/10392032

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Permasalahan Pandemic membuat jumlah permintaan bahasa Jepang menurun, berdasarkan hal ini maka perlu dipikirkan bagaimana promosi bisa tetap dilakukan di masa pandemic agar efisien dan efektif. Pada saat pandemic semua pelajaran dilakukan dengan daring, bagaimana agar peminat belajar bahasa Jepang tetap mau mengikuti pelajaran.

Salah satu celah untuk mengisi adalah mencarikan terobosan baru yaitu dengan menguasai bahasa Jepang dapat bekerja di perusahaan Jepang atau di Jepang, karena permintaan untuk bekerja di Jepang sangat banyak dibutuhkan terutama untuk pekerja; perawat rumah sakit, perawat rumah jompo, pertanian, teknisi dll. Indonesia mempunyai banyak SDM yang potensial baik dari jenjang SMK sampai Sarjana untuk dapat bekerja di Jepang sebagai pekerja magang maupun pekerja skill.

Maka dengan mencari nara sumber dari perusahaan pencari kerja di Jepang dapat meningkatkan potensi untuk belajar dan bekerja di Jepang, Mengingat kondisi Indonesia saat pandemic ini sangat sulit untuk mendapat pekerjaan, diharapkan dengan melatih dan menguasai bahasa Jepang bisa menarik minat belajar dan bekerja.

B. Masalah Mitra dan Solusinya

Bagaimana meningkat jumlah murid untuk belajar pada saat pandemic agar bisa efisien dan efektif untuk mempunyai mimpi untuk bekerja di Jepang dengan gaji yang cukup besar dibandingkan dengan Indonesia karena bekerja sesuai dengan UMR di Jepang.

Dengan menciptakan lapang kerja baru di Jepang yang pada kenyataan tenaga kerja Indonesia sangat dibutuhkan di Jepang, sehingga hal ini sangat menarik untuk dikaji sebagai penyemangat untuk belajar bahasa Jepang, karena belajar bahasa Jepang merupakan jendela untuk dapat bekerja di Jepang. Hal ini merupakan suatu potensi yang harus dimanfaatkan bagi Indonesia yang mempunyai banyak SDM yang bisa bermanfaat untuk dapat penghasilan yang cukup tinggi.

BAB 2

PELAKSANAAN

A. Deskripsi Kegiatan

Pelaksanaan semua dilakukan dengan daring, adapun pencarian masalah dan pemecahan masalah diawali dengan mengumpulkan data-data dengan melakukan meeting dengan stake holder dari Yayasan Bina Citra jaya. Adapun permasalahan berdasarkan meeting yang berkali-kali dilakukan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Peraturan pemerintah yang memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga semua kegiatan sekolah dan kursus ditutup dengan waktu yang belum bisa dipastikan.
2. Bagaimana dengan murid yang sudah membayar uang sekolah dan bagaimana mendapatkan murid baru?
3. Bagaimana dalam kondisi pandemic saat ini untuk dapat belajar walaupun banyak lapangan pekerjaan yang ditutup dan bahkan banyak PHK.

B. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan diatas maka langkah yang harus ditempuh dalam mengatasi permasalahan, maka dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Peraturan pemerintah yang memberlakukan bahwa semua kegiatan sekolah dan kursus ditutup dengan waktu yang belum bisa dipastikan

Jawaban dari permasalahan ini adalah melakukan pembelajaran dengan daring dan mengaktifkan metode pelajaran digital learning yang dulu hanya bersifat eksklusif hanya untuk para pembelajar yang akan dikirim ke Jepang. Metode digital learning merupakan potensi yang tepat pada saat pandemic selain itu, metode digital learning sangat mudah, cepat, dan praktis untuk belajar bahasa Jepang dan juga bisa untuk bekerja di perusahaan Jepang dan di Jepang yang cocok untuk generasi milenial yang pada era ini sangat mendominasi lapangan bekerja.

2. Bagaimana dengan murid yang sudah membayar uang sekolah dan bagaimana mendapatkan murid baru?

Murid yang sudah belajar sebelum pandemic diadakan dengan system daring sesuai metode yang sudah ada. Sedangkan metode digital learning

perlu diintensifkan tidak hanya untuk para pembelajar yang akan bekerja di Jepang, akan tetapi digunakan untuk para lulusan baru yang sulit untuk bekerja pada saat ini. Metode yang cepat, mudah, dan praktis dapat mengisi kekosongan selama menunggu pekerjaan. Karena metode digital learning dalam waktu relative singkat yaitu 6 bulan sudah bisa mendapatkan ujian JLPT N3. Jika sudah lulus dapat bekerja di perusahaan Jepang yang berada di Indonesia dan juga bekerja di Jepang sesuai kebutuhan di Jepang. Bagi mahasiswa sastra Jepang yang telah lulus N3 akan dapat mudah untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan Jepang yang berada di Indonesia (UNESA, 2019) (Primawidha, Wardhaningtyas, & Nurhayati, 2015).

3. Bagaimana dalam kondisi pandemic saat ini untuk dapat belajar walaupun banyak lapangan pekerjaan yang ditutup dan bahkan banyak PHK?

Untuk mengatasi permasalahan ini maka perlu mendapat discount kepada warga belajar disaat pandemic ini. Menurut analisis kami sangat memungkinkan diberikan diskon senilai biaya yang dilakukan pada saat luring seperti: listrik, air, maintenance dan lainnya, yang pada saat luring dibebani warga belajar.

Berdasarkan analisis diatas maka dapat dicarikan benang merahnya sebagai berikut ini:

1. Kelas tetap diadakan dengan metode daring dan perlu ditingkatkan metode pelajaran daring ini untuk langkah lebih jauh dari target sasaran bukan hanya Jakarta tapi luar kota, dengan mutu yang prima dengan metode mudah, cepat dan praktis. Merubah media sosial sebagai alat promosi.
2. Perlu dipikirkan peminatan dengan memberikan informasi bahwa menguasai bahasa Jepang akan menjadi celah untuk bekerja dan juga mempelajari etos kerja dan budaya Jepang.
3. Jadi berdasarkan hal ini maka sangat diperlukan paradigma baru untuk mempelajari platform promosi dan media belajar yang dapat diadaptasi oleh kaum melinial.

BAB 3

PENUTUP

Langkah-langkah yang dilakukan pada saat pandemic dan setelah pandemic, maka semua pekerjaan dapat dilakukan tidak lagi ditempat kerja, bisa saja para pekerja tidak harus datang ke kantor (Lund, et al., 2021). Terutama pada generasi milenial, perdebatan fenomena Milenial saat ini mengeksplorasi kepentingan politik, budaya dan ekonomi (Sorensen & Jorgensen, 2019), Milenial menggambarkan karakteristik asing: sikap kritis, kemandirian, kepercayaan diri, manajemen diri; menunjukkan kekhasan (Pyöriä, Ojala, & Saari, 2017). Apalagi, persepsi Milenial terhadap ruang pribadinya perlu direspon dengan produk-produk inovatif dan layanan terintegrasi (Barton, Koslow, Fromm, & Egan, 2012).

Maka dengan mengedukasi kaum milenial dengan pemberian informasi yang menarik di platform media digital sangat menarik bagi kaum milenial. Maka dengan secara periodic yang dirancang dengan platform digital selama 1 tahun sangat menarik untuk kaum milenial, platform yang dimaksud adalah sebagai alat untuk mendekatkan kaum milenial yaitu zooming, Instagram, facebook, youtube, dan tik tok.



Gambar 1. Media pada platform Instagram, facebook, tik-tok dan zooming
Sumber: Penulis

Bibliography

- Barton, C., Koslow, L., Fromm, J., & Egan, C. (2012). *Millennial Passions: Food, Fashion and Friends*. Boston: BCG Perspective, The Boston Consulting Group, Inc. Retrieved from <https://www.bcg.com/documents/file121010.pdf>
- Lund, S., Madgavkar, A., Manyika, J., Smit, S., Ellingrud, K., Meaney, M., & Robinson, O. (2021). *The postpandemic economy The future of work after COVID-19*. San Francisco: McKinsey Global Institute. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/what-800-executives-envision-for-the-postpandemic-workforce>
- Primawidha, W. N., Wardhaningtyas, S., & Nurhayati, S. (2015). ANALISIS KESULITAN MAHASISWA PBJ UNNES DALAM MENGERJAKAN SOAL CHOUKAI N3. *Journal of Japanese Learning and Teaching*, 4(1), 47-51. doi:<https://doi.org/10.15294/chie.v4i1.8440>
- Pyöriä, P., Ojala, S., & Saari, T. (2017, March 16). The Millennial Generation: A New Breed of Labour? *Sage Open*, 1-14. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/2158244017697158>
- Sorensen, K., & Jorgensen, J. J. (2019). Millennial Perceptions of Fast Fashion and Second-Hand Clothing: An Exploration of Clothing Preferences Using Q Methodology. *Social Sciences*, 8(244), 1-13. doi:10.3390/socsci8090244
- UNESA. (2019, December 2). <https://www.unesa.ac.id/ukur-kemampuan-bahasa-jepang-melalui-jlpt>. Retrieved March 29, 2020