

DESAIN KONTEN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN PROMOSI ORGANISASI NIRLABA

Joanna Ardhyanti Mita Nugraha*¹, Fedelis Brian Putra Prakasa²

Departemen Informatika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}

Email : joanna.mita@uajy.ac.id *¹, fedelis.brian@uajy.ac.id ²

Abstract: The use of social media has now penetrated all lines, from general users to business people or organizational actors. Many benefits are obtained from the use of social media, one of which is used as a means of promotion. Promotional activities are needed from the business sector to non-profit organizations whose main purpose is not for profit, but is defined in terms of social, cultural, educational, and other non-profit purposes. Current promotions have used information technology a lot because of the ease and effectiveness of its use. However, there are still many actors in non-profit organizations who do not have this ability, one of which is Transcendental Meditation Yogyakarta. Transcendental Meditation Yogyakarta is a non-profit organization that teaches simple meditation techniques. These organizations are also affiliated with international meditation organizations, and operational funds are obtained from sponsorship funds. In Indonesia, Transcendental Meditation is spread in several cities, including in the cities of Bali, Jakarta, Bandung, and Yogyakarta. Transcendental Meditation Yogyakarta faces several problems in relation to organizational promotion. Although these organizations already have social media and websites, these media have not been used optimally. Lack of knowledge of human resources about how to use information technology, is one of the problems of this organization in getting new potential members. Starting from the limited knowledge of information technology, the concept of Community Service was formulated. The purpose of this activity is to provide training for Yogyakarta Transcendental Meditation administrators so that they can use information technology to promote their organization. In addition, this service also produces organizational catalogs and content on social media that have been used as promotional media.

Keywords: social media; promotion; non-profit organization

Abstrak: Penggunaan media sosial saat ini telah merambah pada semua lini, dari pengguna umum hingga pebisnis atau pelaku organisasi. Banyak manfaat yang didapatkan dari penggunaan media sosial, salah satunya digunakan sebagai sarana promosi. Kegiatan promosi sangat diperlukan dari sektor bisnis hingga organisasi nirlaba yang tujuan utamanya bukan untuk mencari keuntungan, melainkan didefinisikan dalam hal sosial, budaya, pendidikan dan tujuan non profit lainnya. Promosi saat ini telah banyak memanfaatkan teknologi informasi karena kemudahan dan efektivitas penggunaannya. Tetapi masih banyak pelaku organisasi nirlaba yang belum memiliki kemampuan tersebut, salah satunya adalah Meditasi Transendental Yogyakarta. Meditasi Transendental Yogyakarta merupakan organisasi nirlaba yang mengajarkan teknik meditasi sederhana. Organisasi ini juga terafiliasi dengan organisasi meditasi *international*, dan dana operasional diperoleh dari dana sponsor. Untuk di Indonesia Meditasi Transendental tersebar di beberapa kota, antara lain di kota Bali, Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta. Meditasi Transendental Yogyakarta menghadapi beberapa permasalahan dalam kaitannya dengan promosi organisasi. Walaupun organisasi ini sudah memiliki media sosial dan *website*, akan tetapi media tersebut belum digunakan secara maksimal. Kurangnya pengetahuan sumber daya manusia tentang bagaimana penggunaan teknologi informasi, menjadi salah satu masalah organisasi ini dalam mendapatkan anggota potensial baru. Berawal dari keterbatasan pengetahuan akan teknologi informasi inilah konsep Pengabdian Pada Masyarakat ini disusun. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan kepada pengurus Meditasi Transendental Yogyakarta agar dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan organisasi mereka. Selain itu pengabdian ini juga menghasilkan katalog organisasi dan konten di media sosial yang telah digunakan sebagai media promosi.

Kata kunci: media sosial; promosi; organisasi nirlaba

1. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu digital *platform* yang berkembang semakin pesat pada saat ini. Banyak keuntungan yang didapatkan ketika menggunakan media sosial, diantaranya memfasilitasi penggunaannya untuk saling bersosialisasi baik berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video atau cuplikan video (Junawan & Laugu, 2020). Dengan menggunakan media sosial, pengguna dapat mengakses informasi secara *real time* dan tak terbatas. Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta yang berarti jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8% dari total populasi Indonesia. Tingkat persentase ini meningkat jika dibandingkan pada tahun sebelumnya (Kemp, 2021).

Informasi dalam kacamata pelaku organisasi dapat dimanfaatkan menjadi sarana komunikasi dan promosi dengan masyarakat atau konsumen. Pentingnya promosi dapat mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan dalam organisasi nirlaba (Goenawan, 2021). Tujuannya adalah untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa secara luas pada masyarakat atau calon konsumen potensial, selain itu juga dapat digunakan untuk menjangkau konsumen baru serta menjaga tingkat loyalitas konsumen tersebut, membantu meningkatkan penjualan dan juga keuntungan perusahaan, meningkatkan keunggulan dan juga membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitor lain, dll. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan utama promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk atau jasa organisasi tersebut (Permana & Cendana, 2019).

Organisasi nirlaba merupakan organisasi yang tidak mencari keuntungan dalam kegiatan yang dilakukannya. Tujuan utama organisasi nirlaba dapat didefinisikan dalam hal sosial, politik, budaya, pendidikan dan tujuan non profit lainnya (Irianto, Herlina, & Primasari, 2021). Dengan tujuannya yang tidak komersial atau tidak bersifat mencari keuntungan, sumber daya utamanya berasal dari donatur yang tidak mengharapkan laba. Dan apabila organisasi nirlaba mampu menghasilkan laba, nominal yang didapatkan tidak akan pernah dibagikan kepada pemilik entitas. Organisasi nirlaba menggunakan promosi dalam usaha memperoleh konsumen yang lebih luas dan membantu perkembangan hubungan jangka panjang.

Masyarakat modern saat ini tidak lepas dari penggunaan teknologi informasi. Salah satunya teknologi internet yang semakin berkembang karena kemudahan akses dan penggunaannya (Rini & Arini, 2019). *Website* dan media sosial sebagai salah satu media alternatif yang bisa dilakukan oleh organisasi, pengusaha, perorangan atau pemerintah dalam memberikan informasi atau promosi (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Belum banyak organisasi nirlaba yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi dan informasi khususnya di bidang meditasi. Terbatasnya pengetahuan akan teknologi informasi inilah yang membuat organisasi hanya memakai teknologi informasi sebatas pada media sosial yang mereka gunakan dengan fasih. Media sosial tersebut antara lain Instagram, Twitter, Facebook, dan lain-lain. Penggunaan media sosial tersebut juga belum dimaksimalkan secara optimal agar dapat menjangkau masyarakat secara luas dan tepat sasaran.

Berdasarkan situasi dan kondisi di atas, maka disusunlah konsep Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) untuk memberikan solusi dalam bentuk promosi organisasi nirlaba. Pemilik organisasi akan diberikan pelatihan secara mendalam tentang *website* dan media sosial sebagai sarana promosi sekaligus diberi pengetahuan dan pelatihan dalam mengadministrasi situs web untuk mempromosikan jasanya. Selain itu juga dari pengabdian masyarakat ini organisasi akan dibimbing bagaimana cara memajukan promosi organisasi dengan menambah konten-konten media sosial yang lebih menarik untuk mempromosikan organisasi agar organisasi lebih dikenal sehingga dapat menambah anggota organisasi.

Sebagai pihak akademis yang juga memiliki tugas untuk memberikan edukasi kepada masyarakat luas, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam hal ini Departemen Informatika Fakultas Teknologi Industri mempunyai tanggung jawab untuk dapat mengedukasi masyarakat khususnya organisasi nirlaba di Yogyakarta tentang promosi dengan menggunakan teknologi informasi. Selain itu, kegiatan ini juga dapat menjadi sarana promosi dan pengenalan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan Fakultas Teknologi Industri di kalangan masyarakat umum. Bagi masyarakat, khususnya organisasi kegiatan ini diharapkan

dapat mempromosikan organisasi nirlaba di Yogyakarta dan dapat meningkatkan pengetahuan organisasi tentang teknologi informasi.

2. ANALISIS SITUASI

Sasaran untuk kegiatan ini adalah organisasi nirlaba di Yogyakarta. Mitra yang dipilih menjadi pelaksana kegiatan adalah Meditasi Transendental Yogyakarta. Meditasi Transendental merupakan organisasi nirlaba yang mengajarkan teknik meditasi sederhana, alamiah dan tanpa usaha yang dipraktikkan selama 20 menit dua kali sehari dengan mata tertutup sambil duduk dengan nyaman. Teknik ini berasal dari sebuah tradisi pengetahuan kuno tentang kesadaran di India yang telah ada selama ribuan tahun dan sekarang telah diverifikasi melalui berbagai penelitian ilmiah tentang manfaat-manfaatnya. Maharishi Mahesh Yogi yang sudah dikenal luas sebagai pendiri dari teknik ini mulai memperkenalkannya ke seluruh dunia sejak tahun 1957. Meditasi Transendental bukan suatu agama, filosofi, ataupun gaya hidup tertentu. Sudah lebih dari enam juta orang dari segala usia, budaya dan agama telah mempelajari dan berlatih teknik Meditasi Transendental. Teknik Meditasi Transendental memungkinkan pikiran semakin tenang ke dalam diri melampaui level pikiran yang terhalus dan mencapai keadaan kedamaian batin (kesadaran murni—keadaan kesadaran yang paling tenang dan damai) tanpa perlu menggunakan konsentrasi atau usaha, di saat yang sama tubuh berada dalam keadaan istirahat dan relaksasi yang dalam. Melalui istirahat yang

didapatkan ini memungkinkan untuk menghilangkan kelelahan dan stres-stres yang telah berakar dalam di tubuh (<https://meditasitm.com/>).

Saat ini Meditasi Transendental juga terafiliasi dengan organisasi meditasi *international*. Untuk di Indonesia Meditasi Transendental tersebar di beberapa kota, antara lain di kota Bali, Jogja, Jakarta, dan Bandung. Pusat Meditasi Transendental terletak di Bali, dengan pelatih meditasi berjumlah 15 orang. Setiap tahunnya kurang lebih 1.000 orang (sektor pendidikan) dan 100 orang (sektor non pendidikan) di Bali telah belajar dan menerapkan teknik Meditasi Transendental. Sedangkan di kota Jakarta saat ini terdapat 4 orang pelatih meditasi, Bandung 2 orang pelatih meditasi dan Jogja 2 orang pelatih meditasi. Gambar 1 menunjukkan pusat meditasi di Bali yang rutin melakukan meditasi.

Cabang Meditasi Transendental di Yogyakarta baru dibuka pada bulan Februari 2021, sampai dengan saat ini baru terdapat 15 orang yang sudah belajar mengenai Meditasi Transendental dan saat ini sedang mencoba memasuki instansi pendidikan di Yogyakarta.

Berdasarkan studi awal yang telah dilakukan tentang kegiatan-kegiatan di organisasi Meditasi Transendental di Yogyakarta, dapat digali beberapa permasalahan yang dihadapi oleh organisasi Meditasi Transendental dalam kaitannya dengan promosi dan kemajuan organisasi. Permasalahan-permasalahan ini dapat dikategorikan berdasarkan beberapa aspek yaitu aspek edukasi, ekonomi dan aspek budaya.



Gambar 1. Meditation Centre Bali

2.1 Aspek Edukasi

Masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman organisasi Meditasi Transendental di Yogyakarta tentang teknologi informasi dan manfaat yang dapat ditimbulkannya. Organisasi Meditasi Transendental di Yogyakarta memiliki pemikiran bahwa promosi melalui media sosial dan pengelolaan web membutuhkan pendidikan khusus agar tepat sasaran.

Masih kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menggunakan teknologi informasi khususnya media sosial secara maksimal. Walaupun saat ini sudah banyak pelatih meditasi yang menggunakan media sosial, akan tetapi masih ada beberapa pelatih meditasi yang masih belum menggunakannya dengan baik dan benar. Saat ini untuk melakukan promosi Meditasi Transendental di Yogyakarta memanfaatkan media sosial yaitu Facebook, Instagram, Youtube dan *website*. Akan tetapi media sosial dan *website* belum dimanfaatkan secara maksimal karena masih banyak anggota meditasi yang mendapatkan informasi hanya dari mulut ke mulut. Pengorganisasian *website* juga masih belum maksimal, pegawai masih merasa kesulitan dalam melakukan update informasi dan pemanfaatan fitur-fitur pada *website*. Konten-konten di media sosial juga belum dibuat secara menarik agar dapat menarik keingintahuan masyarakat tentang organisasi.

Dengan program pengabdian ini organisasi Meditasi Transendental di Yogyakarta mendapatkan edukasi tentang penggunaan media sosial dan manfaatnya. Selain itu mereka juga mendapatkan pelatihan oleh pelaksana kegiatan bagaimana mengelola media sosial dan *website* yang baik dan benar.

2.2 Aspek Ekonomi

Bagaimana memberikan bantuan dan pengetahuan kepada organisasi Meditasi Transendental bahwa dalam promosi melalui media sosial atau mengelola *website* tidak membutuhkan biaya yang besar. Mereka beranggapan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk promosi dan mengelola *website* tidak sebanding dengan pemasukan yang mereka dapat dari sponsor mereka. Usaha untuk memelihara sebuah *website* juga membutuhkan waktu, tenaga dan biaya sehingga mereka beranggapan lebih baik waktu, tenaga dan biaya tersebut digunakan untuk promosi secara langsung.

Dengan program pengabdian ini organisasi Meditasi Transendental mendapatkan pemahaman tentang gambaran biaya dan waktu yang akan dikeluarkan organisasi, sehingga mereka tidak beranggapan bahwa mahal untuk mengelola sebuah *website* dan promosi melalui media sosial.

2.3 Aspek Budaya

Bagaimana memberikan bantuan dan pemahaman kepada organisasi Meditasi Transendental Yogyakarta tentang perkembangan teknologi saat ini. Budaya masyarakat saat ini sudah berkembang dan berbeda dengan masa lalu. Promosi sudah mulai menggunakan teknologi informasi, promosi *online* sudah banyak digunakan dan promosi secara konvensional mulai berkurang. Promosi menggunakan media sosial salah satunya saat ini sudah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan atau organisasi-organisasi, dengan biaya yang murah dapat menjangkau masyarakat luas. Promosi yang dikemas dengan menarik dan kreatif dapat menarik calon anggota baru, informasi yang *update* mengenai kegiatan komunitas juga menjadi pertimbangan untuk menarik calon anggota baru.

Dengan program pengabdian ini organisasi Meditasi Transendental Yogyakarta mendapatkan pemahaman tentang promosi yang efektif yang dapat menjangkau anggota baru.

3. METODE PELAKSANAAN

3.1 Metode

Pendekatan yang digunakan sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya berupa pelatihan *website*, pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi, dan pelatihan pembuatan konten di media sosial. Kegiatan ini diadakan untuk menjawab permasalahan pada aspek edukasi, ekonomi dan aspek budaya. Materi pelatihan mencakup: a) Pengorganisasian *website* (melakukan *update* & penggunaan *website*); b) Pemanfaatan fitur-fitur tambahan di *website*; c) Cara promosi menggunakan *website* dan media sosial; d) Pelatihan pembuatan konten di media sosial; e) Pembuatan katalog organisasi.

Peran mitra di sini adalah sebagai peserta pelatihan dan penyedia data yang dibutuhkan. Peserta pelatihan ini adalah pegawai Meditasi Transendental Yogyakarta. Pengumpulan data

akan dilakukan dengan model wawancara dan diskusi. Kebutuhan data akan digunakan untuk *update website* agar informasi di *website* lebih *update* dan mudah dipahami oleh masyarakat pengguna potensial. Pendampingan pelatihan juga dilakukan untuk memberikan penjelasan bagaimana cara promosi melalui media sosial agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas. Pelatihan pembuatan konten juga dilakukan kepada mitra agar mitra dapat membuat konten media sosial yang lebih menarik lagi.

3.2 Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dibagi ke dalam tiga tahap yaitu tahap Persiapan, tahap Pelaksanaan dan tahap Pelaporan. Pada tahap persiapan dilakukan perencanaan kerja, persiapan materi untuk pengumpulan data dan mempersiapkan materi-materi untuk pelatihan pengorganisasian, pembuatan konten dan promosi melalui media sosial. Selanjutnya pada tahap pelaksanaan terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah pelatihan ke mitra tentang penggunaan sistem *website*, penyuluhan promosi di media sosial dan pelatihan pembuatan konten media sosial dan katalog mitra.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu tahap persiapan data, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan. Pada tahap persiapan data kami membuat perencanaan kegiatan pengabdian, perencanaan kegiatan ini akan digunakan sebagai panduan kerja bagi kami dan mitra agar pengabdian ini dapat dilaksanakan dengan lancar. Kami dan mitra bertemu untuk membahas materi-materi apa saja yang diperlukan oleh mitra. Setelah itu kami juga menyiapkan materi-materi yang akan digunakan untuk kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Pertemuan dilakukan sebanyak tiga kali, di mana pertemuan pertama membahas tentang apakah Meditasi Transendental Yogyakarta bersedia untuk dijadikan mitra pengabdian ini serta membahas tentang apa kekurangan yang dimiliki Meditasi

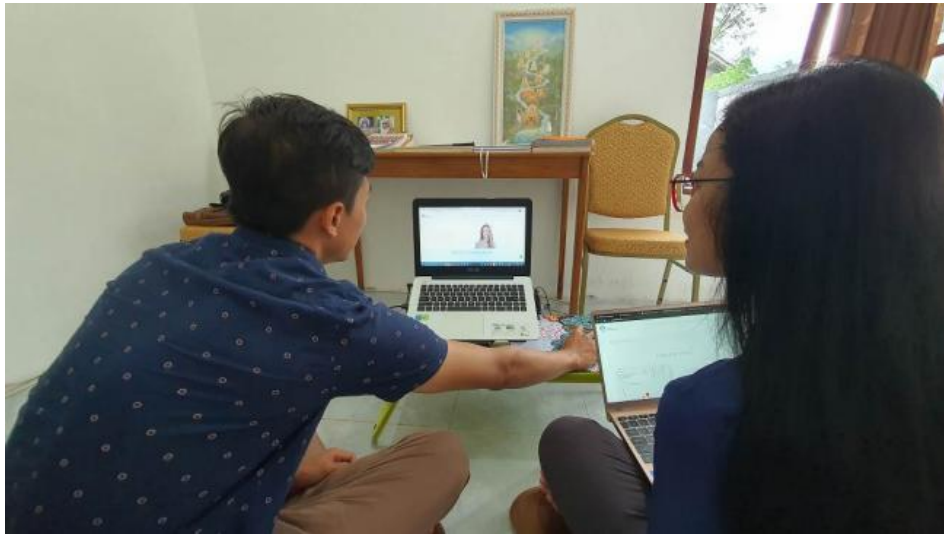
Transendental saat ini sehingga bisa kami bisa membuat topik sesuai dengan apa yang dibutuhkan Meditasi Transendental. Setelah melakukan diskusi, ditentukan bahwa Meditasi Transendental memiliki kekurangan yaitu kurangnya promosi sehingga kurang berkembang. Lalu ditentukan juga bahwa materi yang akan ditambahkan selain pemanfaatan media sosial adalah tentang cara pengorganisasian, pembuatan konten dan promosi melalui media sosial. Pegawai Meditasi Transendental belum memahami cara pengorganisasian dan pemanfaatan fitur-fitur tambahan pada *website* yang dimiliki, sehingga terdapat kesulitan apabila akan menambahkan berita atau foto pada web. Sehingga perlu adanya pelatihan tentang cara pengorganisasian dan pemanfaatan fitur-fitur tambahan pada *website*. Pertemuan kedua dengan pegawai Meditasi Transendental membahas tentang waktu dan tempat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Lalu pertemuan ketiga dengan pegawai Meditasi Transendental adalah melakukan pengecekan kembali materi yang akan disampaikan, waktu dan tempat, lalu apakah ada tambahan materi yang diminta oleh Meditasi Transendental atau tidak. Hal ini bertujuan agar saat pelaksanaan nanti, tidak terjadi kesalahpahaman antara kelompok kami dengan pegawai Meditasi Transendental.

Pada tahap pelaksanaan kami memberikan pelatihan ke pegawai Meditasi Transendental tentang cara penggunaan sistem *website*. *Website* ini sudah dibuat pada tahun 2021, akan tetapi belum di-*update* secara regular karena *website* dibuat oleh pihak ketiga dan para pegawai belum dibekali keahlian untuk mengoperasikan *website* tersebut.

Materi pelatihan yang diberikan adalah mengenai pengorganisasian *website* dengan melakukan *update* konten dan penggunaan *website*. Selanjutnya dalam pelatihan juga diberikan materi mengenai pemanfaatan fitur-fitur tambahan di *website*. Gambar 2 merupakan proses pelatihan kepada mitra tentang penggunaan *website*.

PROSIDING

Seminar Nasional Dies Natalis ke-57
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Gambar 2. Pelatihan Pengoperasian Website

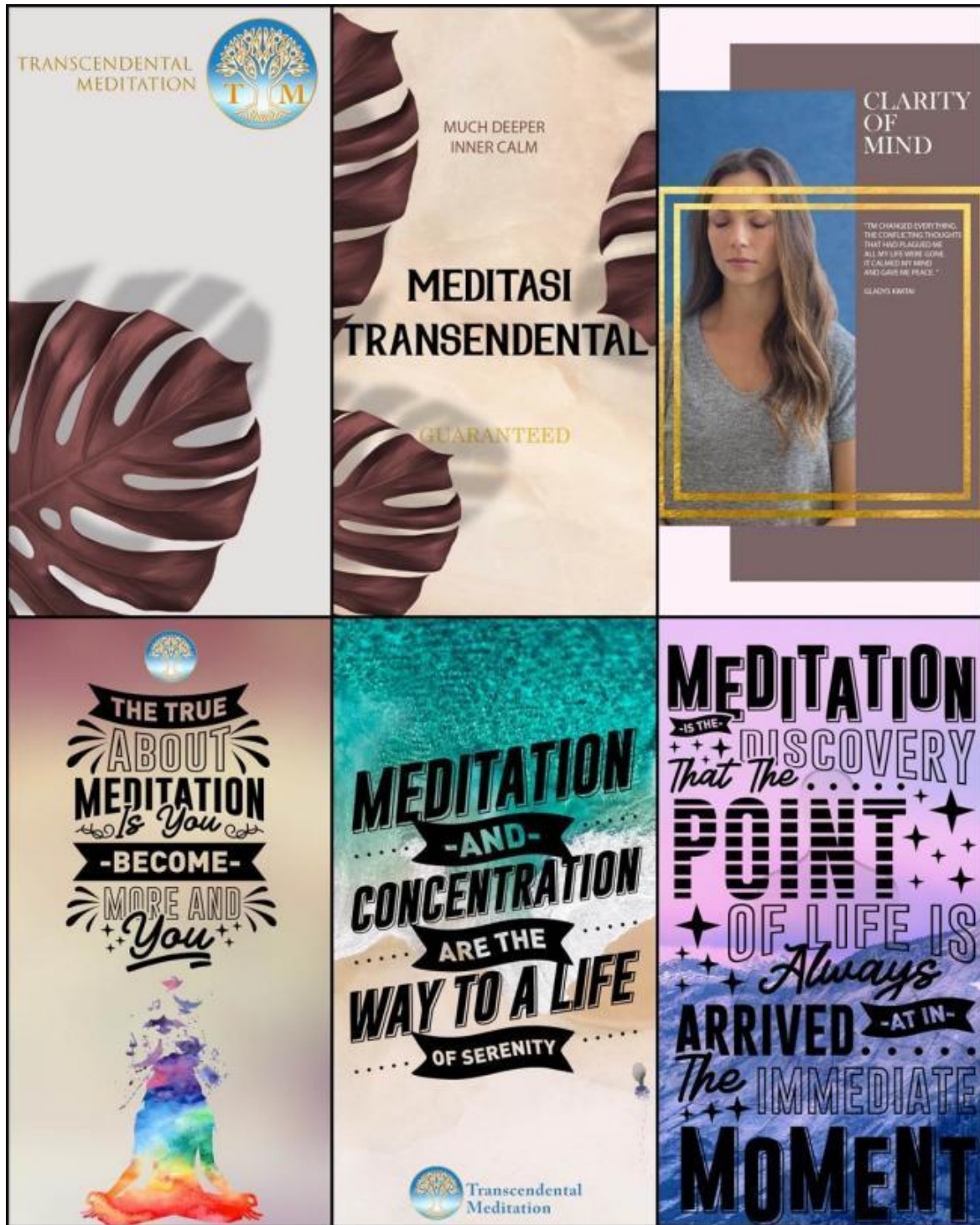
Halaman admin digunakan untuk melakukan *update* informasi *website*. Pada halaman ini pegawai Meditasi Transendental diajari untuk mengoperasikan *website*, mulai dari menambah berita, memperbarui berita, menghapus berita, menambah kategori berita, menambah kategori galeri, menambah pengguna, pengaturan buku tamu, membuat *newsletter*, dll. Dari modul yang telah dibuat, mitra menjadi lebih jelas mengenai pengorganisasian *website*, sehingga *website* dapat dimanfaatkan lebih maksimal lagi.

Promosi yang dilakukan organisasi ini pada saat membuka cabang di Yogyakarta hanya melalui mulut ke mulut atau secara langsung menawarkan proposal ke sekolah atau instansi-instansi. Tidak lama kemudian baru mulai masuk ke media sosial Facebook, Instagram dan *website*. Banyak kendala yang dialami saat akan melakukan promosi di media sosial, salah satunya adalah tingkat partisipasi dan kunjungan dari netizen yang kurang. Oleh sebab itu dilakukan pelatihan cara promosi menggunakan *website* dan media sosial. Pada pelatihan ini mitra diberi penjelasan antara lain bagaimana menentukan target konsumen, membuat profil yang unik dan berciri khas, membuat kalender konten yang konsisten, bagaimana memberikan respons dengan cepat, bagaimana membuat *hashtag* yang konsisten dan bagaimana mempromosikan sosial media di semua *platform*.

Untuk membuat profil media sosial terlihat unik dan berciri khas, maka diberikan pelatihan pembuatan konten di media sosial. Konten di media sosial dibuat semenarik mungkin untuk menarik konsumen. Karena mitra telah memiliki keahlian dasar di *software editing* gambar, maka mitra tidak memiliki kendala saat belajar membuat konten yang menarik. Gambar 3 merupakan hasil konten yang dibuat untuk *story* di media sosial Instagram.

Sebagai pengantar proposal ke instansi atau sekolah diperlukan media yang menjelaskan apa itu Meditasi Transendental secara singkat dan menarik. Oleh sebab itu diperlukan sebuah katalog organisasi yang sederhana, jelas dan menarik. Selain itu juga diberikan pelatihan tentang cara pembuatan katalog organisasi. Gambar 4 merupakan hasil katalog organisasi yang telah dibuat. Data katalog organisasi diperoleh dari mitra kemudian disusun berdasarkan masukan dari mitra dan pengabdian.


Pengabdian pada masyarakat ini telah memberikan manfaat kepada mitra. Mitra menjadi lebih paham tentang pengorganisasian *website* mereka, mitra dapat memanfaatkan secara maksimal media sosial mereka untuk melakukan promosi. Katalog organisasi atau *booklet* dapat digunakan mitra sebagai salah satu media promosi ke sekolah/universitas/instansi-instansi.



Gambar 3. Contoh Hasil Konten di Media Sosial Instagram

PENDIDIKAN UNTUK PERDAMAIAN


www.atjg.ac.id
@educationatworldpeace



PENDIDIKAN UNTUK PERDAMAIAN


Empat alasan mengapa para Dokter menyarankan teknik *Meditasi Transendental*

1 Mengurangi Stres



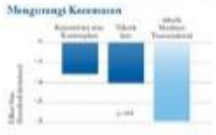
“Penyakit yang berhubungan dengan stres adalah umum dalam masyarakat modern. Menurut meta-analisis dari program perisetan diri yang tersedia, Meditasi Transendental adalah program yang paling efektif untuk mengurangi stres dan kecemasan. Dengan informasi ini, para dokter dapat merasa yakin untuk memusatkan Meditasi Transendental kepada para pasien mereka, karena telah disediakan program pengurangan stres yang lebih efektif saat ini.”
—Steven Bartz, M.D., *Psikolog Sekolah Keperawatan Harvard*

2 Meningkatkan Kesehatan Mental



“Teknik Meditasi Transendental membantu meningkatkan kesehatan mental dan emosional. Hal ini terutama membantu para pasien saya yang menderita depresi, kecemasan, dan insomnia. Saya kemudian menemukan manfaat yang signifikan di antara para veteran yang menderita gangguan stres pasca-trauma dibandingkan dengan kelompok kontrol yang menerima psikoterapi untuk gangguan yang sama.”
—Vanessa Horvath, M.D., *Psikiatri dan Psikiatri di Hawaii dan Australia*


Mengurangi Kecemasan



Salah satu analisis dari 146 studi yang secara signifikan menunjukkan bahwa teknik Meditasi Transendental yang paling efektif dengan orang yang mengalami masalah stres.

Behavioral Journal of Clinical Psychology 43(8): 917-924, 1995.

Meningkatkan Kesehatan Mental




Salah satu studi anak dari para veteran militer dengan gangguan stres pasca-trauma menunjukkan bahwa program perisetan diri dapat mengurangi keparahan, insomnia dan kecemasan akibat pada kelompok yang berlatih teknik Meditasi Transendental, dibandingkan dengan kelompok kontrol yang menerima perawatan psikoterapi.

Behavioral Journal of Counseling and Development 84: 212-215, 1995.

2 www.atjg.ac.id | @educationatworldpeace

PENDIDIKAN UNTUK PERDAMAIAN

Praktis! Menunjukkan bahwa teknik TM memiliki berbagai manfaat:





TM secara Singkat

- Diadakan persesangan oleh para yang sangat terlatih
- Kegiatan berlangsung di semua tempat dan waktu
- Tidak dipelajari dalam 1 minggu
- Durasi 20 menit dua kali sehari
- Menunjukkan efek yang signifikan dalam beberapa hari atau minggu
- Tidak bergantung kepada siapa
- Dibuktikan oleh 123 studi peer-review
- Biaya \$0.00 Tidak layak untuk dibayar


4 www.atjg.ac.id | @educationatworldpeace

PENDIDIKAN UNTUK PERDAMAIAN


STIMIK Primakara, Denpasar

Universitas Warmadewa, Denpasar



Fakultas Kedokteran & Ilmu Kesehatan Universitas Warmadewa, Denpasar



26 www.atjg.ac.id | @educationatworldpeace

Gambar 4. Hasil Katalog Meditasi Transendental

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan kepada mitra memberikan dampak yang positif. Mitra memiliki keahlian dalam mengoperasikan *website*-nya, dan mitra dapat memanfaatkan secara maksimal media sosial mereka untuk melakukan promosi. Selain itu mitra juga sudah memiliki katalog/*booklet* organisasi yang dapat mereka gunakan sebagai media promosi ke sekolah, universitas atau instansi-instansi.

Saran ke depan untuk pengembangan lebih lanjut adalah dengan menambah fitur-fitur baru di *website*, diantaranya adalah membuat sistem informasi pendataan anggota secara *online* agar mitra dan donatur dapat mengorganisir anggota meditasi secara *online* dan membuat sistem dalam aplikasi *mobile* agar mempermudah dan dapat menarik minat konsumen.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, Vol. 4, No. 2, Pp. 1-20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>
- Goenawan, F. M. (2021). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI INSTAGRAM PADA GALERI DE LA MACCA DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Tanra* Vol. 8, No. 2, Pp.152-160. <https://doi.org/10.26858/tanra.v8i2.22656>
- Irianto, A. B., Herlina, & Primasari, C. H. (2021). Pemberdayaan Organisasi Nirlaba dalam Memanfaatkan Website Sebagai Media Sosial dan Promosi Potensi Ekonomi Desa. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, Pp. 276-281.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4, No. 1, Pp. 41-57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kemp, S. (2021). *We Are Social*. [Online] Available at:

<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> [Accessed: Maret 2022]

- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 17, No. 1, Pp. 13-27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Permana, S. D., & Cendana, M. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Sustainability Bisnis UMKM. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol 7, No. 2, Pp. 163-168. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4382>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, Vol. 3, No. 1 Pp. 71-80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rini, E. S., & Arini, N. W. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Promosi Produk Hasil Kerajinan Dynler (Dainy Leather). *JURNAL ILMIAH POPULER*, Vol. 2, No. 1. Pp. 118-123.
- Social, W. A. (2021). *Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Capai 4,2 Miliar*. [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar> [Accessed: Maret 2022]