Volume 3 Nomor 2 DES 2024

E-ISSN 2830-5884
P-ISSN 2962-7885

BINA CIPTA

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Pengelolaan dan Pelayanan Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung.
Donni Juni Priansa dkk.

Penyuluhan Potensi Wisata Edukasi Petani Garam di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung
Agus Selamet dkk.

Strategi Personal Branding Melalui Media Digital Podcast
Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari dkk.

BINA CIPTA

(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Internasional Bali)

Volume 3 Nomor 2, Desember 2024

E-ISSN 2830-5884
P-ISSN 2962-7885

PENGELOLA

PEMBINA
Prof. Dr. Ir. Anastasia Sulistyawati, B.A.E., M.S., M.M., M.Mis., D.Th., Ph.D., D.Ag.

KETUA EDITOR
Dr. Dinar Sukma Pramesti, S.T., M.T.

ANGGOTA EDITOR
Yudha Eka Nugraha, S.Kesos. M.Par
Ni Putu Premierita Haryanti. S.Sos., S.E, M.A.
M. Setia Dharmawan Suarsana, S.Kom.
I Made Kresna Dana, S.Kom., M.Kom

MITRA BESTARI
Made Handijaya Dewantara, S.ST.Par., M.Par., M.Pro. (PRASMUL)
Dr. Nararya Narottama, SE., M.Par., M.Rech. (UNUD)
Dr. Ersy Ervina, S.Sos., M.M.Par (Universitas Teklom)
Prof. Dr. Dewa Putu Oka Prasiasa, A.Par., M.M. (UNDHIRA)
Dr. Dewa Ayu Diyah Sri Widari, A.Par., M.Par. (AKPAR Denpasar)
Dr. Kadek Feni Aryati, S.Pd., M.Pd. (IPBI)
Dr. Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP., MOS. (Universitas Telkom)
Dr. Ni Wayan Purnami Rusadi, S.P., M.Agb. (POLNAS)
Titing Kartika, S.Pd., M.M., M.B.A. (STIEPAR Yapari)
Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani, S.Par., M.Tr.Par.(UNUD)

ALAMAT
Politeknik Internasional Bali
Jalan Pantai Nyanyi, Tanah Lot, Desa Beraban, Kec. Kediri,
Kabupaten Tabanan, 82121, Bali – Indonesia
Telepon : +62 36-880099, +62 87861363532, +62 87855890880
Website : www.pib.ac.id
Email : info@pib.ac.id

E-ISSN 2830-5884
P-ISSN 2962-7885

Volume 3 Nomor 2, Desember 2024

BINA CIPTA

(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Internasional Bali)

DAFTAR ISI

Kata Sambutan ii

Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Pengelolaan dan Pelayanan Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung
Donni Juni Priansa, Vany Octaviany , Fanni Husnul Hanifa 53

Desain Digital Untuk Generasi Muda: Pengembangan Kemampuan UI/UX Menggunakan Figma Pada SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung
I Gede Dody Okta Biantara, I Made Kresna Dana 63

Penyuluhan Potensi Wisata Edukasi Petani Garam di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung
Agus Selamet, Ni Putu Tiya Paristha, Atabuy Frit Elisa Yonce, Komang Satya Permadi, I Made Weda Satia Negara, Made Adi Pramana Krishna Leonard Putra 74

Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pariwisata Melalui Sosialisasi Pelayanan Prima dan Pengembangan Produk Lokal di Desa Batukaang, Kintamani
Dinar Sukma Pramesti, Billy Tanius, Ketut Wibawa 85

Strategi Personal Branding Melalui Media Digital Podcast
Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari, Ulul Azam 98

KATA SAMBUTAN

Om Swastiastu,

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa (*Ida Sang Hyang Widhi Wasa*) karena atas berkatnya dan melalui upaya yang sungguh-sungguh dari redaksi maka Jurnal BINA CIPTA Volume 3 Nomor 2, Desember 2024 dapat diterbitkan sesuai dengan rencana. Saya selaku Direktur Politeknik Internasional Bali (PIB) menyambut baik terbitnya jurnal PkM ini, sebagai pelaksanaan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdia kepada masyarakat.

Sebagai perguruan tinggi swasta sudah merupakan suatu keharusan memiliki jurnal ilmiah, untuk wadah mempublikasikan hasil-hasil pengabdian kepada masyarakat dan atau pemikiran-pemikiran ilmiah dari para sivitas akademikanya, dalam rangka ikut menyebarkan ilmu pengetahuan tersebut kepada masyarakat luas. Kajian-kajian ilmiah ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa, dosen maupun pihak lain dalam rangka mengembangkan pemikiran dan memajukan dunia pendidikan dan kepariwisataan.

Melalui kesempatan ini saya sangat berharap kepada para Dosen di PIB dapat melaksanakan salah satu *dharma* (kewajiban) dalam fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai dengan yang disyaratkan oleh UU No. 12 Tahun 2005 dan UU No. 14 Tahun 2005. Semua hasil kegiatan pengabdian sivitas akademika akan dimuat ke dalam jurnal ilmiah ini secara berkesinambungan, secara periodik, dan akan terus ditingkatkan sampai menjadi Jurnal Ilmiah yang terakreditasi oleh Dikti.

Sebagai kata penutup, saya sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dewan redaksi yang telah berkerja keras dalam upaya penerbitan jurnal ilmiah PIB ini. Demikian juga kepada segenap sivitas akademika yang telah menyumbangkan karya ilmiahnya.

Om Shanti Shanti Shanti Om

Tabanan, 31 Desember 2024
Politeknik Internasional Bali
Direktur,

Prof.Dr.Ir. Anastasia Sulistyawati, B.A.E.,M.S.,M.M.,M.Mis.,D.Th.,Ph.D.,D.Ag

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI
BINA CIPTA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENINGKATAN KAPASITAS KELEMBAGAAN PENGELOLAAN DAN PELAYANAN DESA WISATA PATENGAN, KECAMATAN RANCABALI, KABUPATEN BANDUNG

Donni Juni Priansa[1*], Vany Octaviany[2], dan Fanni Husnul Hanifa[3]
[1*,3] D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
[2] D3 Perhotelan, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
e-mail: donnijunipriansa@telkomuniversity.ac.id[1*]

Received: 30/09/2024 Revised: 27/12/2024 Accepted:28/12/2024

A B S T R A C T

Patengan Tourism Village was an example of community-based tourism development that provided economic benefits while preserving the local environment and culture. However, several challenges arose, including the lack of trained human resources, inadequate infrastructure, and suboptimal management. The lack of trained human resources was one of the serious problems faced by this village, which impacted the quality of service and tourist experience. In response, a community service activity was held on August 25, 2024, at the Patengan Multipurpose Building. This activity was attended by 31 participants from various stakeholders in the tourism sector. It not only strengthened institutional capacity in managing tourist villages but also increased participants' understanding of quality service and sustainable management. Interactive discussions generated new insights and creative solutions to address the challenges in managing tourist villages. Participants gained deeper knowledge about tourism destination management strategies, marketing, and preserving the environment and local culture. The high enthusiasm and activeness of the participants showed their great concern and commitment to enhancing the potential of Patengan Tourism Village.

Keywords: Patengan Tourism Village, Institutional Capacity Building

A B S T R A K

Desa Wisata Patengan merupakan contoh pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus melestarikan lingkungan dan budaya lokal. Namun demikian, sejumlah tantangan muncul, yaitu kurangnya sumber daya manusia yang terlatih, infrastruktur yang tidak memadai, dan manajemen yang belum optimal. Kekurangan sumber daya manusia yang terlatih menjadi salah satu masalah serius yang dihadapi desa ini, yang dapat berdampak pada kualitas layanan dan pengalaman wisatawan. Terkait hal tersebut, maka dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat pada tanggal 25 Agustus 2024 di Gedung Serbaguna Patengan. Kegiatan ini dihadiri oleh 31 peserta yang terdiri dari berbagai pemangku kepentingan dalam bidang kepariwisataan. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat kapasitas kelembagaan dalam pengelolaan desa wisata, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya pelayanan berkualitas dan pengelolaan yang berkelanjutan.

Diskusi interaktif menghasilkan wawasan baru dan solusi kreatif untuk menghadapi tantangan yang ada dalam pengelolaan desa wisata. Para peserta mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang strategi pengelolaan destinasi wisata, pemasaran, dan pelestarian lingkungan serta budaya lokal. Antusiasme yang tinggi dan keaktifan peserta menunjukkan besarnya kepedulian dan komitmen mereka untuk meningkatkan potensi Desa Wisata Patengan.

Kata Kunci: Desa Wisata Patengan, Peningkatan Kapasitas Kelembagaan

PENDAHULUAN

Desa wisata Patengan terletak sekitar 45 km dari Kota Bandung dan berada pada ketinggian 1.670 meter di atas permukaan laut. Desa Patengan memiliki populasi sekitar 2.500 jiwa, dengan mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian, peternakan, dan pariwisata. Daya tarik utama desa ini mencakup pemandangan indah Gunung Wayang, udara yang sejuk dan segar, serta pelestarian kearifan lokal budaya Sunda. Berbagai aktivitas wisata alam dan budaya tersedia, seperti trekking dan hiking di Gunung Wayang, menikmati sunrise dan sunset, berkemah, bersepeda di jalan desa yang asri, mengunjungi situs budaya seperti Kampung Bamboo dan Saung Angklung Udjo, serta belajar membatik dan menari tradisional Sunda. Wisatawan juga dapat mencicipi kuliner khas Sunda yang lezat. Fasilitas yang mendukung aktivitas di Desa Wisata Patengan meliputi homestay dan vila yang nyaman, warung makan yang menyajikan kuliner khas Sunda, toilet umum yang bersih, serta area parkir yang luas (Arifia dan Setiawan, 2022; , Pratama & Warlina, 2022; , Ariesmansyah, 2023).

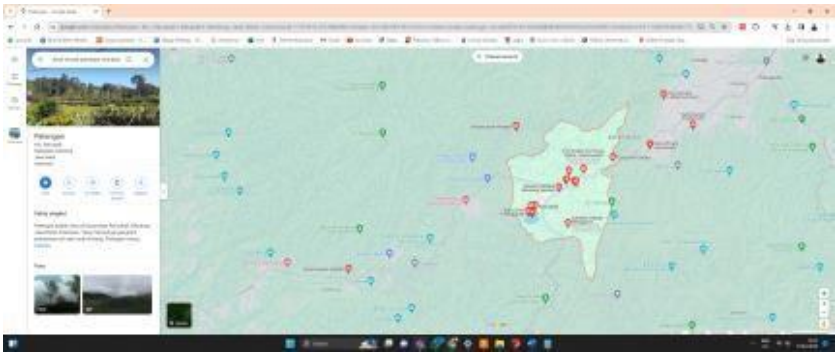
Desa Wisata Patengan, yang terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia, dikenal sebagai salah satu tujuan wisata alam yang menarik berkat keindahan alamnya. Nama "Patengan" berasal dari Bahasa Sunda, di mana "Peteng" berarti gelap dan "Nganyang" berasal dari kata "penerangan" yang berarti cabang atau titik terang. Dengan demikian, nama Patengan dapat diartikan sebagai perjalanan dari kegelapan menuju cahaya. Sejarah desa ini juga signifikan, di mana pada tanggal 8 Juli 1978, Pemerintahan Desa Patengan resmi dibentuk sebagai hasil pemekaran dari Desa Lebakmuncang di Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Pemekaran ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mempercepat pembangunan di wilayah tersebut, yang kini telah berkembang menjadi kawasan wisata yang menjanjikan (Wibisono dan Prasetyo, 2020). Dalam konteks pengembangan pariwisata, Desa Wisata Patengan memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan (Wibisono dan Prasetyo, 2020; Wibisono dan Sari, 2021).

Keberadaan Situ Patengan, sebuah danau yang terletak di kaki Gunung Patuha, menambah daya tarik desa ini, di mana danau tersebut tidak hanya berfungsi sebagai daya Tarik wisata tetapi juga sebagai lokasi untuk berbagai aktivitas seperti memancing dan wisata alam (Akbar et al., 2022; , Maharani, 2023). Di Situ Patengan juga terdapat beberapa jenis ikan yang dapat

dimanfaatkan oleh masyarakat lokal untuk dikonsumsi. Dengan demikian, pengembangan pariwisata di Desa Patengan tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah pengunjung tetapi juga pada keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Selain itu, masyarakat lokal juga mengelola desa wisata, melalui keterlibatan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), tokoh masyarakat setempat, karang taruna, LMD, pegiat budaya, pengelola bisnis wisata, serta pemangku kepentingan lainnya. Komponen masyarakat tersebut bersinergi antara yang satu dengan yang lainnya. Dengan demikian, maka Desa Wisata Patengan merupakan salah satu contoh desa yang mampu mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat, yang dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus melestarikan lingkungan dan budaya lokal. Dengan sejarah yang kaya dan potensi alam yang melimpah, desa ini berkomitmen untuk terus berkembang sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan (Wibisono dan Prasetyo, 2020; Wibisono dan Sari, 2021).

Gambar 1. Kesenian di Desa Wisata Patengan Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumentasi Tim 2024)

Akses menuju ke Desa Wisata Patengan dapat memanfaatkan kendaraan pribadi atau menggunkakan kendaraan umum. Jika menggunakan kendaraan umum dari Kota Bandung menuju Desa Wisata Patengan, wisatawan dapat menggunakan angkutan umum ke arah Terminal Ciwidey. Kemudian dari Terminal Ciwidey, wisatawan dapat melanjutkan perjalanan dengan menggunakan ojek atau angkutan desa menuju Desa Patengan.



Gambar 2. Lokasi Desa Wisata Patengan Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung
(Sumber: Google Map 2024)

Pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia, terutama di daerah pedesaan, menunjukkan kemajuan yang cepat dan signifikan. Desa Wisata Patengan menjadi perhatian utama karena potensi pariwisata dan keberlanjutan yang ditawarkannya. Desa ini berfungsi tidak hanya sebagai tujuan wisata, tetapi juga sebagai pusat kehidupan masyarakat lokal yang terlibat aktif dalam industri pariwisata. Dalam beberapa tahun terakhir, meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman lokal dan kehidupan pedesaan telah menjadikan Desa Wisata Patengan sebagai daya tarik utama bagi pengunjung.

Peningkatan kapasitas pelayanan yang berkualitas di Desa Wisata Patengan sangat penting untuk memastikan pengelolaan destinasi ini berjalan dengan efisien dan memberikan pengalaman positif bagi wisatawan. Hal ini juga berkontribusi pada keberlanjutan pariwisata di desa tersebut. Namun, Desa Wisata Patengan menghadapi beberapa tantangan, termasuk kurangnya sumber daya manusia yang terlatih, infrastruktur yang tidak memadai, dan manajemen yang belum optimal. Kekurangan sumber daya manusia yang terlatih menjadi salah satu masalah serius yang dihadapi desa ini, yang dapat berdampak pada kualitas layanan dan pengalaman wisatawan (Saepudin et al., 2019; , Setiawati & Safiti, 2019).

Sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang pariwisata, pemasaran, dan manajemen sangat dibutuhkan untuk memastikan pengelolaan desa wisata dilakukan dengan benar. Terlatihnya tenaga kerja lokal dalam aspek-aspek ini akan membantu meningkatkan daya saing dan memastikan operasional Desa Wisata Patengan berjalan dengan efisien. Manajemen yang belum optimal juga merupakan masalah yang dihadapi oleh Desa Wisata Patengan. Kesulitan dalam perencanaan, koordinasi, dan pengelolaan sumber daya dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan desa wisata. Penerapan prinsip-prinsip manajemen yang efektif, termasuk perencanaan strategis, pengembangan sumber daya manusia, dan tata kelola yang baik, sangat penting untuk mengatasi tantangan ini. Peningkatan kapasitas manajerial melalui pelatihan dan dukungan dari pihak terkait dapat membantu desa wisata mengelola sumber daya dengan lebih baik dan mengoptimalkan potensi pariwisata di Desa Wisata Patengan. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya peningkatan keterampilan melalui pelatihan dan pendidikan yang berkelanjutan untuk menciptakan tenaga kerja yang profesional dan berkualitas.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Identifikasi Masalah:

1. Kurangnya sumber daya manusia yang terlatih di bidang pariwisata, pemasaran, dan manajemen, yang berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan Desa Wisata Patengan.
2. Infrastruktur yang kurang memadai, sehingga menghambat pelayanan yang prima bagi wisatawan dan mempengaruhi daya tarik destinasi tersebut.

3. Manajemen yang belum optimal, termasuk kesulitan dalam perencanaan, koordinasi, dan pengelolaan sumber daya, yang mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan Desa Wisata Patengan.
4. Kurangnya dukungan pemberian pelatihan berkelanjutan dan pendidikan bagi masyarakat lokal.
5. Kurangnya dukungan pihak terkait dalam upaya peningkatan keterampilan manajerial dan pengelolaan yang efektif di desa wisata.

Rumusan Masalah:

1. Bagaimana cara meningkatkan kompetensi sumber daya manusia lokal di Desa Wisata Patengan dalam bidang pariwisata, pemasaran, dan manajemen?
2. Bagaimana menerapkan manajemen yang efektif dalam perencanaan dan pengelolaan Desa Wisata Patengan untuk mencapai keberlanjutan?
3. Apa langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan keterampilan masyarakat lokal melalui pelatihan dan pendidikan berkelanjutan?
4. Bagaimana peran pihak terkait dalam mendukung peningkatan kapasitas manajerial dan pengelolaan sumber daya di Desa Wisata Patengan?

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan kegiatan pertama adalah peningkatan kapasitas kelembagaan pengelolaan desa wisata. Materi yang akan disampaikan terkait dengan kapasitas kelembagaan pengelolaan desa wisata adalah menyangkut pelatihan kapasitas kelembagaan pengelolaan desa wisata berkelanjutan. Pelatihan Kapasitas Kelembagaan Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan adalah sebuah program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan kelembagaan dalam mengelola desa wisata secara berkelanjutan. Lebih lanjut lagi, tujuan pelatihan ini adalah untuk:

1. Meningkatkan pemahaman tentang konsep desa wisata berkelanjutan.
2. Memperkuat kelembagaan pengelola desa wisata.
3. Meningkatkan kapasitas SDM pengelola desa wisata.
4. Mengembangkan strategi dan program pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan.

Tujuan kedua, yaitu pelatihan SDM pengelola desa wisata. Pelatihan SDM Pengelola Desa Wisata adalah program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap pengelola desa wisata dalam mengelola desa wisata secara efektif dan berkelanjutan. Tujuan Pelatihan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang konsep desa wisata dan pengelolaannya.

Tujuan ketiga adalah peningkatan kapasitas pelayanan desa wisata. Pelatihan Peningkatan Kapasitas Pelayanan Desa Wisata adalah program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan

pengelola desa wisata dalam memberikan pelayanan yang prima kepada wisatawan. Tujuan Pelatihan ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman tentang konsep pelayanan prima dalam desa wisata.
2. Meningkatkan keterampilan dan teknik dalam memberikan pelayanan prima kepada wisatawan

KETERKAITAN

Sesuai dengan rencana strategis Universitas Telkom, secara umum pelaksanaan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom 2014-2038 dibagi menjadi 3 program besar, yaitu:

1. Penerapan hasil-hasil penelitian yang bersifat praktis dan berkelanjutan sangat penting dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Melalui pendekatan yang berbasis pada riset, diharapkan solusi yang dihasilkan dapat memberikan dampak positif dan relevan terhadap isu-isu yang ada, sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat secara langsung.
2. Pengembangan keterampilan masyarakat dalam bidang teknologi, manajemen, dan seni merupakan langkah strategis untuk menciptakan masyarakat yang mandiri. Dengan memanfaatkan potensi dan keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing wilayah, program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat secara bertahap dan berkelanjutan, sehingga mereka dapat berkontribusi lebih efektif dalam pembangunan lokal.
3. Kegiatan yang berfokus pada aspek sosial, ekonomi, budaya, dan kemasyarakatan perlu dilakukan dengan menjalin kerjasama yang erat antara industri dan pemerintah. Melalui pengelolaan dana Corporate Social Responsibility (CSR), diharapkan dapat dilakukan perbaikan terhadap sarana dan prasarana wilayah serta fasilitas umum lainnya, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Program pengabdian kepada masyarakat yang diusung oleh Universitas Telkom bertujuan untuk berkontribusi dalam membentuk, mengelola, dan mendampingi masyarakat agar menjadi mandiri. Masyarakat atau wilayah binaan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ekonomi tidak hanya untuk daerah mereka sendiri, tetapi juga pada tingkat nasional dan global. Pendekatan ini dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan, sejalan dengan perkembangan teknologi dan tuntutan zaman yang terus berubah. Dengan demikian, upaya-upaya ini diharapkan dapat menciptakan sinergi antara pendidikan tinggi, masyarakat, dan sektor industri, sehingga tercipta ekosistem yang mendukung pembangunan berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Metode dalam pengabdian mayarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan. Adapun tahapan dari kegiatan abdimas ini adalah:

1. Pengumpulan Data Jumlah pengelola dan pegawai yang akan menjadi mitra sasar
2. Kebutuhan/ permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasar Pelatihan kapasitas kelembagaan pengelolaan desa wisata berkelanjutan
3. Pelatihan SDM pengelola desa wisata. Materi pelatihan yang diberikan terkait bagaimana mengelola individu maupun warga desa untuk berperan aktif dalam pengelolaan desa wisata.
4. Pelatihan pelayanan prima desa wisata. Materi pelatihan yang diberikan terkait bagaimana memberikan pelayanan prima bagi wisatawan.

Data dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran kondisi existing dengan melakukan wawancara dan FGD dengan pihak Desa Wisata Patengan. Hasil dari pengumpulan data adalah pelatihan. Pelatihan terbagi menjadi 3 sesi, yaitu:

1. Pelatihan kapasitas kelembagaan pengelolaan desa wisata berkelanjutan
2. Pelatihan SDM pengelola desa wisata
3. Pelatihan pelayanan prima desa wisata

PELAKSANAAN dan HASIL KEGIATAN

Gambar 3. Kegiatan Pengabdian di Desa Wisata Patengan Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumentasi Tim 2024)

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang mengusung tema "Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Pengelolaan dan Pelayanan Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung", dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2024 di Gedung Serbaguna Patengan. Kegiatan ini dihadiri oleh 31 peserta yang terdiri dari berbagai pemangku kepentingan dalam bidang kepariwisataan. Di antara peserta yang hadir, terdapat perwakilan dari kelompok

sadar wisata (pokdarwis), tokoh masyarakat setempat, karang taruna, dan sejumlah pelaku usaha pariwisata yang terlibat aktif dalam operasional Desa Wisata Patengan. Peserta berasal dari berbagai lapisan masyarakat yang memiliki peran strategis dalam mendukung pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata di desa tersebut.

Selama kegiatan berlangsung, seluruh peserta menunjukkan partisipasi yang aktif. Mereka tidak hanya mengikuti setiap sesi pelatihan dengan antusias, tetapi juga terlibat dalam berbagai diskusi interaktif. Sesi pelatihan yang diselenggarakan meliputi berbagai aspek penting dalam pengelolaan desa wisata, seperti pengembangan kelembagaan, manajemen pelayanan, pengelolaan sumber daya alam dan budaya, strategi pemasaran, serta penguatan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Materi-materi tersebut disampaikan oleh narasumber yang berpengalaman dalam bidang kepariwisataan dan pengelolaan destinasi wisata berkelanjutan, diantara Bapak Donni Junipriansa, yang merupakan narasumber pelatihan dan pendampingan desa wisata kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, yang juga merupakan salah satu dosen di Universitas Telkom, sehingga peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana mengoptimalkan potensi desa wisata dengan pendekatan yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Antusiasme peserta sangat terlihat, terutama dari banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi tanya jawab. Hal ini menunjukkan tingginya minat dan kepedulian mereka terhadap pengelolaan Desa Wisata Patengan. Peserta tidak ragu untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mendalam terkait isu-isu praktis yang dihadapi dalam pengelolaan desa wisata, seperti bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan, strategi pemasaran yang efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung, serta cara menjaga keseimbangan antara pelestarian alam dan budaya dengan perkembangan wisata.

Selain sesi tanya jawab, diskusi kelompok juga menjadi momen penting dalam kegiatan ini. Para peserta saling berbagi pengalaman dan pengetahuan terkait pengelolaan Desa Wisata Patengan selama ini. Mereka membahas berbagai tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya sumber daya manusia yang terampil, serta perlunya peningkatan kualitas produk wisata yang ditawarkan. Dari diskusi ini, muncul berbagai ide dan solusi kreatif yang diharapkan dapat diterapkan dalam upaya pengembangan desa wisata ke depannya.

Kegiatan ini memberikan banyak manfaat bagi para peserta, terutama dalam hal peningkatan kapasitas mereka dalam mengelola dan melayani wisatawan secara lebih baik. Para pemangku kepentingan memperoleh insight baru terkait inovasi dalam pengelolaan destinasi wisata, penguatan kerjasama lintas sektor, serta pentingnya menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, diharapkan para peserta dapat mengimplementasikan hasil pelatihan ini dalam pengembangan Desa Wisata Patengan, sehingga desa tersebut tidak hanya mampu menarik lebih

banyak wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat. Kegiatan ini juga membuka peluang bagi terwujudnya sinergi yang lebih baik antara masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta dalam memajukan potensi pariwisata di Desa Wisata Patengan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan tema *"Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Pengelolaan dan Pelayanan Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung"* adalah bahwa kegiatan ini diharapkan memberikan dampak positif terhadap para pemangku kepentingan di Desa Wisata Patengan. Dengan partisipasi aktif dari berbagai pihak, seperti kelompok sadar wisata, tokoh masyarakat, karang taruna, dan pelaku usaha pariwisata, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kapasitas kelembagaan dalam pengelolaan desa wisata, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya pelayanan berkualitas dan pengelolaan yang berkelanjutan.

Diskusi interaktif yang diadakan selama kegiatan ini menghasilkan wawasan baru dan solusi kreatif untuk menghadapi tantangan yang ada dalam pengelolaan desa wisata. Para peserta mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang strategi pengelolaan destinasi wisata, pemasaran, dan pelestarian lingkungan serta budaya lokal. Antusiasme yang tinggi dan keaktifan peserta menunjukkan besarnya kepedulian dan komitmen mereka untuk meningkatkan potensi Desa Wisata Patengan.

Dengan pemahaman dan keterampilan baru yang diperoleh, diharapkan para pemangku kepentingan dapat menerapkan hasil pelatihan ini untuk mengoptimalkan pengelolaan dan pelayanan desa wisata. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan mampu mendukung peningkatan daya saing Desa Wisata Patengan sebagai destinasi wisata yang unggul dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, kami mengucapakan terimakasih kepada berbagai pihak yang turut membantu dalam kesuksesan kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu direktorat penelitian dan pengabdian masyarakat (PPM) Universitas Telkom, *Stakeholders* Desa Wisata Patengan, serta berbagai pihak lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., & Setiawan, R. (2022). Keanekaragaman dan Kelimpahan Makrozoobentos Sebagai Bioindikator Kualitas Air di Situ Patengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Biosaintropis (Bioscience - Tropic)*, 8(1), 15-25. doi:10.33474/e-jbst.v8i1.509 5. ,

Arifia, A., & Setiawan, R. (2022). Kesesuaian Lahan untuk Wisata Alam di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. *Media Komunikasi Geografi*, 23(1), 45-58. doi:10.23887/mkg.v23i1.41419

Pratama, A., & Warlina, L. (2022). Perkembangan Jumlah Fasilitas dan Pengunjung Objek Wisata di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. *Majalah Ilmiah Unikom*, 20(1), 12-20. doi:10.34010/miu.v20i1.7715 3.

Saepudin, A., et al. "Pengembangan Desa Wisata Pendidikan di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat." *Sosiohumaniora*, vol. 21, no. 1, 2019, pp. 45-56. doi:10.24198/sosiohumaniora.v21i1.190166. (Digunakan untuk mendukung pernyataan tentang pengembangan pariwisata di desa dan keterlibatan masyarakat lokal).

Setiawati, N., & Safiti, R. "Pengembangan Wisata di Kabupaten Buru Menggunakan Analisis SWOT." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, vol. 1, no. 2, 2019, pp. 23-34. doi:10.7454/jsht.v1i2.56.

Wibisono, A., & Prasetyo, A. (2020). Proposing a Marketing Framework for Sustainable Community-Based Tourism: Case Study on Patengan Village. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 2(1), 45-60. doi:10.2991/aer.k.201221.102 2. ,

Wibisono, A. (2023). Tourism Destinatio3n Governance Plan in the Region Ciwidey, Bandung District. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 2(2), 78-90. doi:10.34013/ijscot.v2i02.1368 3

Wibisono, A., & Sari, R. (2021). A New Strategy Approach to Sustainable Tourism Development: Moving Beyond from Pandemic Outbreak Through Tourism Technology. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 2(3), 112-125. doi:10.2991/aer.k.211106.090

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI
BINA CIPTA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

DESAIN DIGITAL UNTUK GENERASI MUDA: PENGEMBANGAN KEMAMPUAN UI/UX MENGGUNAKAN FIGMA PADA SMA TARUNA BANGSA SENTUL DAN SMK TRIATMAJAYA DALUNG

I Gede Dody Okta Biantara[1*], I Made Kresna Dana[2]
[1*]Bisnis Digital, Politeknik Internasional Bali
[2]Ilmu Komputer, Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha
e-mail: dodyokta10@gmail.com[1*]

Received: 03/12/2024 Revised: 16/12/2024 Accepted:20/12/2024

A B S T R A C T

With the rapid advancement of digital technology, skills in User Interface (UI) and User Experience (UX) design have become increasingly important, especially for the younger generation entering the workforce. This training and workshop on Figma introduction aimed to enhance high school and vocational school students' understanding and skills in digital design, specifically in using the collaborative design tool Figma to create application and website interface prototypes. The methods used in this activity included presentations, live demonstrations, independent exercises, and group projects based on real-world problems. The results of the activity showed that participants were able to grasp the basic concepts of UI/UX design, master the use of Figma, and collaborate effectively in teams. Although there were some challenges related to varying levels of understanding and time constraints, the activity successfully achieved its objectives. This training is expected to have a positive impact on improving students' digital skills and open career opportunities in the creative industry. The activity aligns with government efforts to develop digital talent ready to compete in the 4.0 industrial revolution era. In the future, similar activities could be expanded with longer durations and more intensive mentoring to maximize the learning outcomes of participants.

Keywords: *Training, Figma, UI/UX Design, Vocational Education, Digital Skills, Creative Industry.*

A B S T R A K

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, keterampilan dalam desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) menjadi semakin penting, terutama bagi generasi muda yang akan memasuki dunia kerja. Pelatihan dan workshop pengenalan Figma kepada siswa SMA dan SMK bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam bidang desain digital, khususnya dalam menggunakan alat desain kolaboratif Figma untuk menciptakan prototipe antarmuka aplikasi dan situs web. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi presentasi materi, demonstrasi langsung, latihan mandiri, serta proyek kelompok berbasis masalah nyata. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep dasar desain

UI/UX, menguasai penggunaan Figma, dan bekerja secara kolaboratif dalam tim. Meskipun terdapat beberapa tantangan terkait perbedaan tingkat pemahaman peserta dan keterbatasan waktu, secara keseluruhan kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan keterampilan digital siswa, serta membuka peluang karir di bidang industri kreatif. Kegiatan ini juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam mencetak talenta digital yang siap bersaing di era revolusi industri 4.0. Ke depan, kegiatan serupa dapat diperluas dengan durasi yang lebih panjang dan pendampingan yang lebih intensif untuk memaksimalkan hasil belajar peserta.

Kata Kunci: Pelatihan, Figma, Desain UI/UX, Pendidikan Vokasi, Keterampilan Digital, Industri Kreatif.

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan produk dan layanan digital. UI dan UX, yang merupakan singkatan dari *User Interface* dan *User Experience*, merujuk pada elemen visual dan interaktif dari sebuah aplikasi atau alat pemasaran digital, seperti situs web. Elemen-elemen ini dapat meningkatkan daya tarik dan nilai sebuah merek, sehingga sangat relevan bagi bisnis atau perusahaan yang ingin bersaing di pasar digital (Muhyidin et al., 2020; Nielsen & Molich, 1990).

Dalam proses pengembangan sistem digital, langkah awal yang krusial adalah perancangan desain yang matang. Sayangnya, masih banyak sistem yang menghadapi masalah akibat desain UI yang tidak sesuai dengan fungsi atau prinsip desain yang baik. Sebagai contoh, pada platform bisnis digital seperti aplikasi pemesanan makanan, tata letak yang membingungkan dapat membuat pengguna kesulitan menemukan menu atau fitur promosi, sehingga menurunkan tingkat konversi dan potensi pendapatan. Demikian pula, pada aplikasi e-wallet, ketidakjelasan penempatan tombol pembayaran atau pengisian saldo dapat menyebabkan pengguna salah mengoperasikan fitur, yang berujung pada menurunnya kepercayaan pelanggan. Ketidakjelasan dalam perancangan UI seperti ini sering kali membuat pengguna kesulitan, menghambat proses pengembangan sistem, atau bahkan menyebabkan sistem tidak berjalan sebagaimana mestinya (Kurniawan & Romzi, 2022; Cooper et al., 2014).

Generasi muda, khususnya siswa SMA dan SMK, berada di garis depan adopsi teknologi digital. Namun, banyak dari mereka belum memiliki akses atau pemahaman yang memadai mengenai alat desain modern. Sebuah studi oleh Priyanto & Nugroho (2020) menunjukkan bahwa 65% pelajar tingkat menengah atas di Indonesia masih mengandalkan perangkat lunak desain yang usang atau kurang sesuai dengan kebutuhan industri modern. Selain itu, hasil observasi di SMK Triatmajaya Dalung mengungkapkan bahwa sebagian besar siswa tidak familiar dengan perangkat desain berbasis *cloud* seperti Figma, yang saat ini menjadi standar dalam industri UI/UX. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan keterampilan desain digital dan sumber daya yang tersedia bagi

generasi muda. Salah satu platform yang dapat membantu menjembatani kesenjangan ini adalah Figma. Figma dikenal sebagai alat desain kolaboratif yang populer, memungkinkan pengguna untuk merancang UI/UX secara efektif dan bekerja secara real-time dengan anggota tim lainnya. Fitur kolaborasi ini menjadi keunggulan yang membuat Figma diminati oleh para desainer profesional, terutama dalam pembuatan prototipe desain (Tazkiyah & Arifin, 2022; Gonzalez et al., 2019).

Dalam konteks pendidikan, pengenalan Figma kepada siswa SMA dan SMK dapat memberikan dampak signifikan. Selain membantu mereka memahami prinsip dasar desain UI/UX, keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini juga membuka peluang karir di industri kreatif, seperti desain grafis, pengembangan web, dan pemasaran digital. Lebih jauh lagi, proses pembelajaran yang terstruktur dan berbasis alat modern seperti Figma memungkinkan siswa untuk memahami cara kerja proyek desain secara nyata, termasuk bagaimana menyusun alur kerja dan berkolaborasi secara efektif dalam tim. Hal ini mendukung pengembangan kemampuan berpikir kritis dan kerja sama tim, yang menjadi modal penting dalam menghadapi tantangan di era digital (Budiarto & Sugiono, 2021; Schwaber & Sutherland, 2020).

Pelatihan ini dirancang untuk mendorong siswa menjadi generasi yang kreatif dan inovatif, sekaligus mempersiapkan mereka untuk mengambil peran aktif dalam industri kreatif global. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas di Indonesia (Hermawan et al., 2022).

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Banyak siswa di SMA Taruna Bangsa dan SMK Triatmajaya Dalung, khususnya yang memiliki fokus pada bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), belum memahami prinsip dasar desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX), meskipun teknologi digital telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari. Sesuai dengan *Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia* (KKNI) untuk lulusan SMK bidang TIK, keterampilan dalam desain digital termasuk penguasaan alat desain modern menjadi salah satu kompetensi yang seharusnya dikuasai.

Kenyataannya, siswa di sekolah tersebut umumnya memiliki akses terbatas terhadap alat desain modern seperti Figma, yang saat ini menjadi standar dalam industri kreatif dan teknologi. Selain itu, kurikulum pendidikan di tingkat SMA dan SMK masih cenderung kurang menekankan pada pendekatan pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) yang relevan dengan kebutuhan industri digital. Hal ini menyebabkan siswa belum terpapar pada platform yang mendukung kolaborasi real-time, sehingga kurang terlatih dalam bekerja secara efektif dalam tim menggunakan teknologi digital. Banyak siswa belum menyadari potensi karir dalam bidang desain UI/UX. Hal ini dapat menurunkan minat mereka untuk mengeksplorasi dan mengembangkan keterampilan yang relevan

dengan industri kreatif digital, yang sesungguhnya memiliki prospek besar di pasar kerja global.

Melalui pelatihan ini, diharapkan siswa SMA Taruna Bangsa dan SMK Triatmajaya Dalung dapat memahami prinsip dasar desain UI/UX, memanfaatkan alat desain modern seperti Figma, dan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkolaborasi secara efektif. Dengan cara ini, mereka tidak hanya siap untuk menghadapi tantangan di era digital tetapi juga dapat memanfaatkan peluang karir di industri kreatif secara optimal. Pelatihan ini bertujuan untuk berkontribusi dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dan inovatif, selaras dengan kebutuhan industri global.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dari kegiatan " Desain Digital Untuk Generasi Muda: Pengembangan Kemampuan Ui/Ux Menggunakan Figma Pada Sma Taruna Bangsa Sentul Dan Smk Triatmajaya Dalung " adalah sebagai berikut:

1. Mengajarkan prinsip-prinsip dasar desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) kepada siswa SMA dan SMK, termasuk hierarki visual, konsistensi, dan responsivitas.
2. Melatih siswa dalam menggunakan Figma, sebuah platform desain digital yang mendukung pembuatan desain visual dan kolaborasi real-time.
3. Memfasilitasi siswa untuk mengerjakan proyek desain nyata, yang melibatkan pemecahan masalah secara kreatif dan pengembangan prototipe.
4. Membiasakan siswa untuk bekerja sama dalam tim menggunakan fitur kolaboratif pada Figma, sehingga mereka terampil berkomunikasi dan berbagi ide secara efektif.
5. Meningkatkan kesadaran siswa tentang peluang karir di bidang desain UI/UX dan industri kreatif melalui pengenalan konsep dan praktik profesional.

KETERKAITAN

Kegiatan pelatihan dan workshop pengenalan Figma kepada siswa SMA dan SMK memiliki keterkaitan yang erat dengan program pemerintah, visi misi lembaga pendidikan, serta tren kebutuhan global yang mendorong inovasi dan kreativitas.

Kegiatan ini mendukung program transformasi digital yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Program seperti *Digital Talent Scholarship* bertujuan untuk mencetak talenta digital yang mampu bersaing di era revolusi industri 4.0. Pelatihan desain UI/UX menggunakan Figma berkontribusi pada peningkatan keterampilan digital siswa, sehingga selaras dengan visi pemerintah dalam mempercepat digitalisasi sumber daya manusia (Kemenkominfo, 2022). Selain itu, program revitalisasi SMK yang diluncurkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi juga menargetkan peningkatan kompetensi vokasi siswa agar lebih siap menghadapi dunia kerja. Kegiatan ini menjadi bagian dari upaya untuk

meningkatkan daya saing lulusan SMK di bidang teknologi kreatif (Kemendikbudristek, 2021).

Kegiatan ini sejalan dengan visi dan misi lembaga pendidikan yang bertujuan mencetak generasi muda yang unggul, inovatif, dan siap menghadapi tantangan global. Dengan pendekatan pembelajaran berbasis proyek, pelatihan ini mendukung pengembangan kemampuan berpikir kritis, problem-solving, dan kolaborasi siswa. Keterampilan ini tidak hanya bermanfaat dalam dunia pendidikan tetapi juga menjadi modal utama dalam dunia kerja modern (Budiarto & Sugiono, 2021).

Kegiatan ini relevan dengan kebutuhan industri kreatif global yang terus berkembang. Permintaan akan desainer UI/UX yang kompeten semakin meningkat seiring dengan pesatnya digitalisasi bisnis dan layanan. Pelatihan ini memperkenalkan siswa pada alat desain modern seperti Figma, yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar di industri kreatif. Dengan fitur kolaborasi real-time yang dimiliki Figma, siswa tidak hanya belajar desain tetapi juga kemampuan bekerja dalam tim secara digital, sesuai dengan tuntutan dunia kerja saat ini (Gonzalez et al., 2019).

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan workshop pengenalan Figma kepada siswa SMA dan SMK menggunakan pendekatan yang interaktif, praktis, dan berbasis proyek (*project-based learning*). Metode yang digunakan meliputi:

1. Presentasi dan Pemaparan Materi
   Peserta akan diperkenalkan pada konsep dasar desain UI/UX, termasuk prinsip hierarki visual, konsistensi, responsivitas, dan estetika. Metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman teoretis yang mendalam kepada peserta sebagai landasan dalam mendesain (Gonzalez et al., 2019).
2. Simulasi dan Demonstrasi Penggunaan Figma
   Sesi ini akan fokus pada pengenalan fitur-fitur utama Figma, seperti pembuatan desain, penggunaan elemen-elemen antarmuka, dan fitur kolaborasi real-time. Demonstrasi dilakukan secara langsung agar peserta dapat memahami penggunaan alat desain secara efektif (Hermawan et al., 2022).
3. Latihan Mandiri dan Bimbingan
   Peserta akan melakukan latihan praktik mandiri untuk mendesain antarmuka sederhana, didampingi oleh fasilitator yang memberikan bimbingan teknis. Proses ini dirancang untuk membantu peserta memahami aplikasi praktis dari teori yang dipelajari.
4. Diskusi dan Refleksi
   Pada akhir kegiatan, peserta akan diminta untuk mempresentasikan hasil proyek mereka, diikuti dengan sesi diskusi untuk menerima umpan balik dari fasilitator dan peserta lainnya. Metode ini mendorong refleksi terhadap hasil belajar dan memperkuat pemahaman peserta.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan pada hari jumat tanggal 11 Oktober 2024. Kegiatan akan diawal dengan Opening speech, dan akan dilanjutkan dengan pemaparan materi Teori UI/UX Design hingga praktik UI/UX Design. Pada sela-sela kegiatan juga akan dilakukan Ice Breaking untuk memberikan refresh kepada para peserta.

Tabel 1. *Roundown* Kegiatan

Tanggal	Waktu	Kegiatan	Penanggungjawab
11 Oktober 2024	09.00 - 09.30	Registrasi	Gabriella Isadora Limanto
	09.30 - 10.00	Opening Speech	I Ketut Gunarsa
	10.00 - 10.45	Teori UI/UX Design	I Gede Dody Okta Biantara
	10.45 - 11.15	Ice Breaking	I Ketut Gunarsa
	11.15 - 12.15	Praktik UI/UX Design	I Gede Dody Okta Biantara
	12.15 - 12.30	Closing	Hosea Ryan Christian

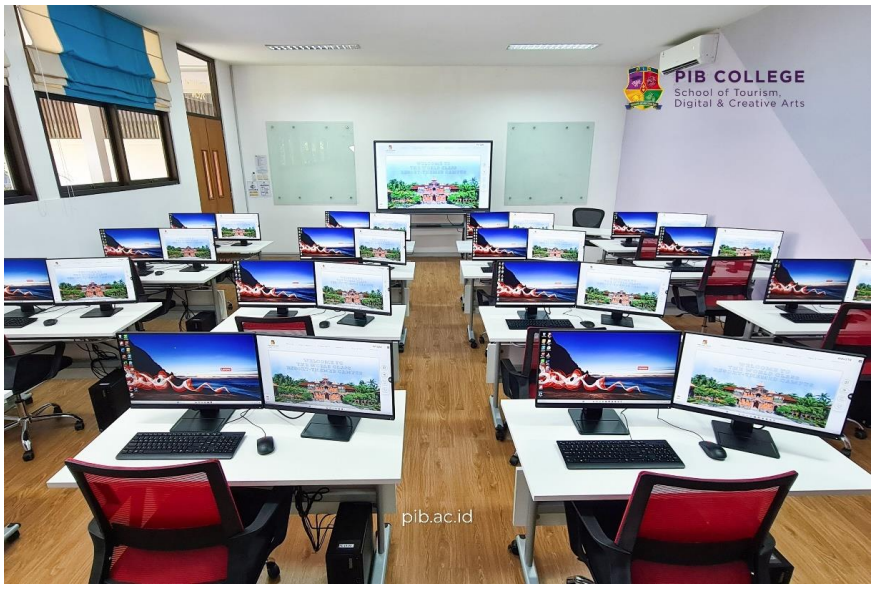
Kegiatan ini dilaksanakan di Laboratorium Multimedia Politeknik Internasional Bali. Di laboratorium ini terdapat 16 buah PC dengan spesifikasi seperti

Tabel ***2*** dibawah ini.

Tabel 2. Spesifikasi PC Lab. Multimedia PIB

No.	Komponen	Spesifikasi Komponen
1	Processor	12th Generation Intel® Core™ i5-12400 Processor (P-Core Max 4.40 GHz with Turbo Boost, 6 Cores, 12 Threads, 18 MB Cache)
2	Graphics	AMD Radeon™ RX 6400 12GB
3	Memory (RAM)	16 GB
4	Storage	512GB SSD M.2 2280 PCIe 3.0x4 NVMe
5	Monitor	Dual ThinkVision E24-28 60.4cms (23.8) FHD Monitor
6	Port	**Front:** • USB-C 3.2 Gen 1 • 2 x USB 3.2 Gen 2 • 2 x USB 3.2 Gen 1 • Optional: 3-in-1 card reader • Headphone / mic combo • Mic **Rear:** • 4 x USB 2.0 • Optional: Flex IO (DP / HDMI / USB-C / VGA) • HDMI 2.0 • 2 x DisplayPort 1.4 • Audio-out • LAN (1G) • Optional: 2 x Serial • Optional: 2 x PS2 • Optional: Parallel
7	Operating System	Windows 11 Pro

Selain itu terdapat juga sebuah smartboard yang dapat digunakan untuk melakukan presentasi pada saat pemaparan materi. Smartboard ini juga dapat melakukan Broadcast langsung ke masing-masing PC yang ada.



Gambar 1. Lab. Multimedia PIB College
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2024)

HASIL KEGIATAN

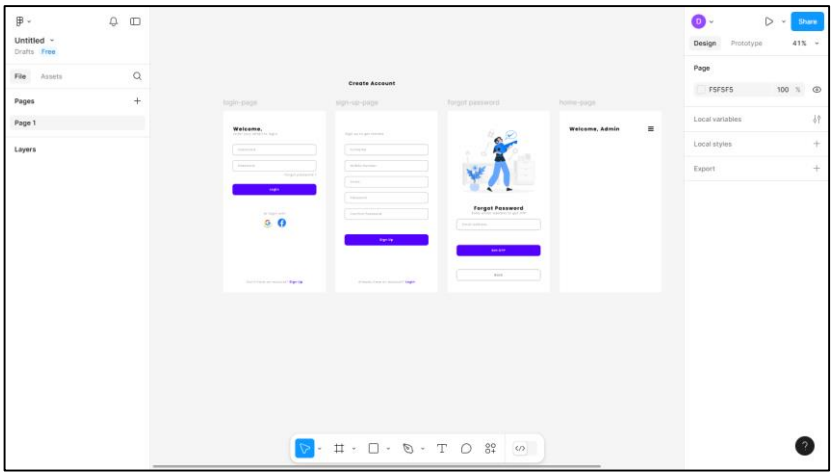
Pelaksanaan pelatihan dan workshop pengenalan Figma kepada siswa SMA dan SMK berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana. Kegiatan ini diikuti oleh sejumlah peserta yang antusias dan menunjukkan minat besar terhadap desain UI/UX. Dari hasil evaluasi, beberapa keberhasilan dapat diidentifikasi:

1. Peningkatan Pemahaman Dasar tentang Desain UI/UX

   Sebagian besar peserta berhasil memahami prinsip-prinsip dasar desain UI/UX, seperti hierarki visual, konsistensi, dan responsivitas. Hal ini terlihat dari kemampuan mereka untuk mengidentifikasi elemen-elemen desain yang baik dan memberikan masukan kritis terhadap desain antarmuka.

Gambar 2. Pemaparan Materi Dasar tentang Desain UI/UX
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2024)

2. Penguasaan Alat Desain Figma
   Peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam menggunakan Figma. Peserta mampu mengoperasikan fitur-fitur dasar seperti membuat artboard, menggunakan elemen desain, dan menyusun prototipe sederhana. Beberapa kelompok bahkan berhasil memanfaatkan fitur kolaborasi untuk menyelesaikan proyek mereka secara efektif.



Gambar 3. Materi Praktik tentang Desain UI/UX Figma
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2024)

3. Kemampuan Berpikir Kreatif dan Kolaboratif
   Proyek kelompok yang dirancang berbasis masalah nyata menghasilkan solusi desain yang inovatif. Peserta mampu bekerja sama dalam tim, membagi tugas, dan memberikan kontribusi kreatif masing-masing. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis proyek mendorong pengembangan keterampilan kerja tim dan inovasi.

Gambar 4. Tugas Mandiri Oleh Peserta
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2024)

4. Antusiasme Peserta
   Selama sesi presentasi hasil proyek, peserta menunjukkan kebanggaan atas karya mereka dan memberikan refleksi positif tentang pengalaman belajar. Umpan balik menunjukkan bahwa peserta merasa kegiatan ini relevan dan bermanfaat bagi pengembangan diri mereka, khususnya untuk peluang karir di bidang kreatif.

Gambar 5. Antusias Peserta Dalam Persentasi Hasil Kegiatan
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2024)

Namun, beberapa tantangan juga ditemukan:

1. Variasi Tingkat Pemahaman
   Terdapat perbedaan tingkat pemahaman di antara peserta, terutama terkait konsep desain dasar. Beberapa siswa memerlukan bimbingan lebih intensif dibandingkan yang lain.
2. Keterbatasan Waktu
   Waktu pelaksanaan dianggap cukup singkat untuk mengajarkan seluruh materi dengan mendalam. Beberapa peserta merasa memerlukan sesi tambahan untuk memperdalam penguasaan alat dan konsep desain.

Secara keseluruhan, kegiatan ini dapat dianggap berhasil karena mayoritas peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan mereka. Keberhasilan ini diukur melalui evaluasi *pre-test* dan *post-test*, di mana hasil *post-test* menunjukkan rata-rata peningkatan skor sebesar 30% dibandingkan hasil *pre-test*. Selain itu, keberhasilan ini juga tercermin dari hasil proyek-proyek yang dipresentasikan, yang menunjukkan penerapan konsep desain dengan baik, seperti tata letak yang intuitif, kombinasi warna yang harmonis, dan pengalaman pengguna yang optimal. Umpan balik dari peserta melalui kuesioner kepuasan juga menunjukkan bahwa 85% peserta merasa kegiatan ini relevan dan bermanfaat untuk pengembangan keterampilan mereka. Dengan sedikit penyesuaian pada durasi dan metode untuk menyesuaikan

kebutuhan peserta, kegiatan serupa di masa depan memiliki potensi untuk memberikan dampak yang lebih besar.

Gambar 6. Foto Bersama Kegiatan Pelatihan
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2024)

SIMPULAN

Pelatihan dan workshop pengenalan Figma kepada siswa SMA dan SMK telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam desain UI/UX, serta memperkenalkan mereka pada alat desain digital yang banyak digunakan di industri kreatif. Berdasarkan hasil kegiatan, peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam menguasai dasar-dasar desain UI/UX dan penggunaan Figma, serta kemampuan bekerja secara kolaboratif dalam proyek desain.

Kegiatan ini juga berhasil menciptakan lingkungan belajar yang interaktif dan berbasis proyek, yang mendorong kreativitas, pemecahan masalah, dan kerja sama antar peserta. Meskipun ada beberapa tantangan terkait variasi tingkat pemahaman peserta dan keterbatasan waktu, secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan keterampilan digital siswa, serta membuka wawasan mereka terhadap peluang karir di bidang industri kreatif.

Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berhasil mencapai tujuan teknisnya, tetapi juga mendukung upaya pemerintah dalam mencetak generasi muda yang siap menghadapi tantangan di era digital. Ke depan, kegiatan serupa dapat diperluas dan ditingkatkan untuk memberikan dampak yang lebih luas bagi pengembangan sumber daya manusia di bidang desain digital di Indonesia.

Agar dampak pelatihan ini lebih terasa, disarankan agar kegiatan ini menjadi program berkelanjutan. Program lanjutan yang menawarkan pelatihan desain lanjutan, sertifikasi, atau bahkan kompetisi desain dapat memberikan motivasi tambahan bagi siswa untuk terus mengasah keterampilan mereka di bidang desain digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan pelatihan dan workshop pengenalan Figma ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Internasional Bali atas dukungan dana dan fasilitas yang telah diberikan untuk menyukseskan kegiatan ini. Tanpa bantuan mereka, pelatihan ini tidak akan berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang besar bagi peserta. Tak lupa, kami juga berterima kasih kepada semua fasilitator, mentor, dan pihak yang telah memberikan bimbingan, serta kepada peserta yang telah antusias mengikuti setiap sesi pelatihan. Kontribusi kalian sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif bagi pengembangan keterampilan digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Budiarto, S., & Sugiono, T. (2021). Pendidikan Teknologi dan Transformasi Digital di Indonesia. *Pustaka Digital Indonesia*.

Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design*. Wiley.

Gonzalez, C., Verdu, E., & Gomez, L. (2019). Impact of Digital Tools on Creative Design in Education. *Educational Technology Journal*.

Hermawan, R., Nurcahya, D., & Pradipta, A. (2022). Peningkatan Kompetensi Siswa melalui Pelatihan Desain Digital. *Journal of Digital Creativity*. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). (2022). Program Digital Talent Scholarship.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek). (2021). Revitalisasi SMK untuk Peningkatan Kompetensi Lulusan.

Kurniawan, M., & Romzi, A. (2022). Desain Antarmuka dan Pengaruhnya terhadap Pengguna.

Muhyidin, M. A., et al. (2020). *Figma sebagai Alat Desain UI/UX Modern*.

Nielsen, J., & Molich, R. (1990). Heuristic Evaluation of User Interfaces. *ACM*.

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2020). *The Scrum Guide: The Definitive Guide to Scrum*. Scrum.org.

Tazkiyah, S., & Arifin, S. (2022). Keunggulan Figma dalam Kolaborasi Desain Digital.

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI
BINA CIPTA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENYULUHAN POTENSI WISATA EDUKASI PETANI GARAM DI DESA JUMPAI KECAMATAN KLUNGKUNG

I Wayan Agus Selamet[1], Ni Putu Tiya Paristha [2], Atabuy Frit Elisa Yonce [3], Komang Satya Permadi[4], I Made Weda Satia Negara[5], Made Adi Pramana Krishna Leonard Putra[6]
Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Nasional
e-mail: aguswayan91@gmail.com[1], tiyaparistha54@gmail.com[2], frits.yonce@gmail.com [3], satyapermadi@polnas.ac.id[4], wedasatia.made@gmail.com[5]

Received: 04/12/2024 Revised: 19/12/2024 Accepted:20/12/2024

A B S T R A C T

Community service was carried out in Jumpai Village, Klungkung District, Karangasem Regency. Problems that arise in the community are concerns about the extinction of traditional salt making and the lack of public understanding of the tourism potential of Jumpai Village. The purpose of the implementation of this service is counseling the educational tourism potential of salt farmers in Jumpai Village, Klungkung District. This service was carried out using the lecture method by discussing two topics, the first providing knowledge about the tourism potential in Jumpai Village and the second about the potential for educational tourism about traditional salt making in Jumpai Village. The results obtained from community service activities are increasing knowledge and skills in managing tourist attractions. Community service activities are in accordance with community needs, and the community gains knowledge about the potential that can be developed and solutions for traditional salt making to continue to exist through the creation of educational tourism activities to make traditional salt.

Keyword : Educational Tourism, Tourism Potential, Community

A B S T R A K

Pengabdian kepada masyarakat di laksanakan di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung Kabupaten Klungkung. Permasalahan yang timbul dimasyarakat adalah kekhawatiran akan punahnya pembuatan garam secara tradisional dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Jumpai. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah penyuluhan potensi wisata edukasi petani garam di Desa Jumpai Kacamatan Klungkung. Dalam pengabdian ini dilakukan dengan metode ceramah dengan membahas dua topik yang pertama memberikan pengetahuan tentang potensi wisata di Desa Jumpai dan yang kedua tentang potensi wisata edukasi tentang pembuatan garam tradisional di Desa Jumpai. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian adalah menambah pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola daya tarik wisata. Kegiatan pengabdian sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan masyarakat memperoleh pengetahuan tentang potensi yang bisa dikembangkan dan solusi

untuk pembuatan garam secara tradisional tetap eksis melalui pembuatan kegiatan aktivitas wisata edukasi membuat garam secara tradisional.

Kata Kunci : Wisata Edukasi, Potensi Wisata, Masyarakat

PENDAHULUAN

Pengembangan potensi wisata dapat dilakukan dengan berbagai perencanaan yang mampu memberikan dampak yang positif untuk masyarakat lokal. Perencanaan tersebut harus melibatkan secara langsung masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata. Hal ini disebabkan karena menurut Rendy (2023) masyarakat lokal merupakan tuan rumah yang memiliki sumber daya yang digunakan sebagai daya tarik wisata. Salah satu potensi wisata yang mampu memaksimalkan keterlibatan masyarakat lokal adalah potensi wisata edukasi. Menurut Sinta (2018) menyatakan bahwa wisata edukasi merupakan sebuah program wisata yang tujuannya berkunjung ke daya tarik wisata yang memiliki tujuan untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang budaya, alam, dan social yang dimiliki oleh masyarakat lokal di daya tarik wisata.

Wisata edukasi menjadi trend pengembangan daya tarik wisata. Hal ini di sebabkan karena wisata edukasi mampu memberikan pengetahuan dan pengalaman kepada wisatawan dalam melaksanakan wisata di setiap daerah. Dalam penelitainnya Fandeli (2002) menjelaskan bahwa wisata edukasi mampu memberikan kenangan yang menarik bagi wisatawan yang mampu membuat wisatawan menceritakan kepada teman-teman dinegara wisatawan. Perilaku wisatawan tersebut mampu meningkatkan kunjungan kepada setiap daerah terutama daerah wisata yang baru berkembang. Salah satu tempat yang berlokasi di Pulau Bali serta baru mengembangkan industri kepariwisataan adalah Kabupaten Klungkung pada Desa Jumpai.

Desa Jumpai adalah sebuah Desa yang berlokasi di Kecamatan Klungkung, Kabupaten Klungkung. Jarak Desa Jumpai sekitar enam kilometer dari arah selatan Kota Semarapura. Secara geografis luas wilayah Desa Jumpai kurang lebih 144 hektar yang dibagi ke dalam dua dusun yang diantaranya Banjar Dinas Kawan dan Banjar Dinas Kangin. Letak Desa Jumpai berada pada sebelah utara terdapat Desa Gegel, dan Desa Tangkas, di sebelah timur terdapat Desa Gunaksa, sebelah selatan terdapat Selat Badung dan Sebelah Barat : Desa Gelgel. Sumber daya yang dimiliki oleh desa Jumpai meliputi sumber daya alam yang memiliki panorama persawahan yang indah dan pantai yang berpasir hitam. Desa Jumpai juga memiliki budaya yang diwariskan dari dahulu secara turun temurun yaitu, budaya membuat garam secara tradisional.

Desa jumpai memiliki bentangan pantai yang berpasir hitam yang menjadi lahan masyarakat lokal membuat garam secara tradisional. Garam yang dihasilkan melalui proses tradisional sebesar 100 ton pertahuan namun tidak mampu memberi keuntungan secara maksimal kepada para petani garam. Hal ini disebabkan karena pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat setempat hanya melalui mulut ke mulut dan tidak menggunakan strategi khusus untuk menarik

konsumen seperti pemanfaatan media social ataupun media lainnya. Penghasilan petani garam yang minim membuat banyak petani yang berubah profesi menjadi supir angkot dan ada juga yang merantau ke Kota Denpasar. Berdasarkan wawancara dengan ketua kelompok petani garam Desa Jumpai menjelaskan bahwa penghasilan garam perbulannya adalah 1,2 ton dengan pendapatan bersih sebesar Rp. 700.000 per bulan.

Demi menjaga kelestarian budaya petani garam tentunya perlu dibuatkan sebuah perencanaan yang membantu pendapatan dan memperkenalkan produk garam tersebut ke konsumen nasional maupun internasional. Inovasi baru perlu diciptakan untuk membantu petani garam di Desa Jumpai salah satunya adalah dengan membuat sebuah pengembangan wisata edukasi petani garam di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung. Prasetyo (2023) menjelaskan bahwa tujuan dari pelaksanaan wisata edukasi adalah memperkenalkan dan mempromosikan keberadaan budaya dan alam kepada wisatawan yang berkunjung baik domestik maupun mancanegara. Kedatangan wisatawan yang melihat dan melakukan atraksi pembuatan garam tradisional akan memberikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan. Hal ini disebabkan karena keunikan dan nilai aktivitas yang dirasakan wisatawan berbeda dengan aktivitas yang dialami di negara wisatawan. Berdasarkan pendapat dari Hakim (2019) wisatawan merasa bahagia berbagi cerita kepada temen dan sudara tentang hal baru dan unik yang dilihat di tempat wisata.

Potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Jumpai belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat lokal. Hal itu disebabkan karena masyarakat Desa Jumpai belum memahami dan mengerti tentang potensi wisata. Masyarakat sebagai tuan rumah sangat penting memiliki pemahaman tentang potensi yang bisa dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Melihat dari potensi pembuatan garam secara tradisional bisa menjadi aktivitas wisata edukasi yang bisa dilakukan oleh wisatawan. Sehingga perlu memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat tentang potensi wisata edukasi yang bisa dikembangkan di Desa Jumpai.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang tersebut masyarakat belum memahami tentang potensi wisata serta potensi yang bisa dikembangkan di Desa Jumpai Kabupaten Klungkung. Hal tersebut menjadi pertimbangan bagi pelaksana pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman ataupun pengetahuan tentang potensi wisata dan wisata edukasi pembuatan garam tradisional. Pertimbangan berikutnya dilihat dari potensi yang ada di Desa Jumpai keunikan, karena memiliki unsur edukasi kepada wisatawan tentang pembuatan garam di Desa Jumpai. Pengabdian yang dilakukan untuk mensosialisasikan potensi wisata yang terdapat di Desa Jumpai, dan mensosialisasikan wisata edukasi yang dikembangkan di Desa Jumpai.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dalam pelaksanaan pengabdian di Desa Jumpai Kabupaten Klungkung adalah

1. Untuk memberikan pengetahuan kepada Masyarakat tentang potensi wisata yang terdapat pada Desa Jumpai. Potensi tersebut bisa di kembangkan dengan pembuatan dan dipasarkan secara langsung melalui kerjasama dengan guide lokal ataupun travel agent.
2. Memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada Masyarakat tentang pengembangan wisata edukasi tentang pembuatan garam tradisional di Desa Jumpai. Pengembangan daya tarik wisata tidak harus merubah atau mengekploitasi alam, tetapi memanfaatkan alam yang ada sebagai daya tarik wisata di Desa Jumpai.

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari kegiatan tersebut adalah

1. Masyarakat memiliki ide dan gagasan yang baru dalam memanfaatkan potensi yang ada sebagai daya tarik wisata.
2. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang meningkatkan sumber pendapatan melalui kegiatan pariwisata di Desa Jumpai.
3. Memotivasi masyarakat untuk menjaga tradisi unik pembuatan garam secara trandisional karena memiliki potensi sebagai daya tarik wisata edukasi kepada wisatawan.

KETERKAITAN

Pengabdian ini sesuai dengan visi dari Desa Jumpai yaitu meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan pengabdian diharapkan mampu menumbuhkan industri baru yang bermanfaat secara ekonomi kepada masyarakat lokal. Pengabdian ini sesuai dengan salah satu misi dari Desa Jumpai melestarikan budaya lokal. Hal ini menjadi pendorong untuk melestarikan pembuatan garam tradisional melalui wisata edukasi kepada wisatawan. Pengabdian ini juga sesuai dengan salah satu misi dari Politeknik Nasional yaitu melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan cara menyebarluaskan ilmu pengetahuan serta teknologi terapan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraaan masyarakat luas.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Penyuluhan potensi Wisata Edukasi Petani Garam Di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung" dilaksanakan selama 1 hari. Kegiatan ini berbentuk penyuluhan yang menyasar petani garam dan tokoh Masyarakat seperti kepala desa, dan kepala dusun serta generasi muda yang ada di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan menggunakan metode ceramah. Menurut Tambak (2014) metode ceramah merupakan salah satu metode dalam memberikan pengetahuan secara lisan kepada peserta didik

atau masyarakat umum. Kegiatan ini dilakukan oleh tenaga pendidik dosen dalam melakukan penyuluhan di Desa Jumpai. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan dengan dua sesi pembicara. Pembicara pertama membahas tentang potensi daya tarik wisata sementara pembicara kedua membahas tentang potensi wisata edukasi. Melalui kedua topik tersebut diharapkan dapat menumbuhkan minat partisipasi masyarakat dalam pengembangan kegiatan pariwisata di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan partisipasi dari masyarakat yang tergabung dalam kelompok petani garam. Selain itu masyarakat pelaku usaha pariwisata juga dilibatkan sebagai peserta penyuluhan. Melalui kegiatan penyuluhan ini diharapkan antara masyarakat dan narasumber terjadi komunikasi dua arah atau saling *sharing* untuk dapat meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terkait.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung dilaksanakan pada Jumat, 3 Mei 2024 yang di laksanakan pada perkumpulan pertani garam. Dalam penyuluhan tersebut dilaksanakan dalam dua sesi yang pertama tentang potensi daya tarik wisata dan potensi wisata edukasi. Pelaksanaan pengabdian ini bisa membuat masyarakat lokal memiliki pengetahuan dalam pengembangan potensi wisata Desa Jumpai. Diharapkan meningkatkan skill sumberdaya manusia masyarakat Desa Jumpai dalam mengelola potensi wisata. Acara pengabdian diawali dengan sambutan dari Direktur Politeknik Nasional yaitu Bapak I Wayan Gede Narayana, yang berterimakasih sudah memberikan Politeknik Nasional kesempatan untuk berkolaborasi dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Jumpai. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam menjaga dan pengembangkan potensi wisata edukasi petani garam diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif untuk Desa Jumpai. Direktur Politeknik Nasional menambahkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan terus diadakan untuk membantu pengembangan desa karena bagian dari tugas dan tanggung jawab dari institusi pendidikan melakukan tridharma perguruan tinggi yang diantaranya melakukan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Sabutan berikutnya dari Bapak I Nyoman Warta sebagai ketua perkumpulan petani garam yang berterimakasih atas kedatangan dari lembaga pendidikan Politeknik Nasional. Dalam rangka melaksanakan pengabdian ke Desa Jumpai untuk memberikan penyuluhan dan pemahaman tentang potensi wisata dan potensi wisata edukasi petani garam. Melalui penyuluhan ini diharapkan masyarakat sekitar terutama perkumpulan petani garam bisa meningkatkan peluang dalam menjalakan bisnis garam melalui kolaborasi dengan industri pariwisata.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim Dosen D3 Usaha Perjalanan Wisata yang memberikan dua materi yang diantaranya :

1. Potensi Daya Tarik wisata Desa Jumpai

Pemateri yang pertama adalah Ibu Ni Putu Tiya Paristha, yang memaparkan tentang potensi daya tarik wisata yang ada di Desa Jumpai yang letaknya di Kecamatan Klungkung. Dalam materi tersebut di jelaskan bahwa sesungguhnya potensi daya tarik wisata ada tiga yang diantaranya potensi budaya, potensi alam, dan potensi buatan manusia. Salah satu potensi wisata yang ada di Desa Jumpai adalah potensi budaya dan potensi alam. Potensi budaya yang dimiliki oleh Desa Jumpai adalah budaya pembuatan garam tradisional yang sudah di wariskan dari turun temurun pada masyarakat lokal. Hal ini sangat menarik untuk wisatawan belajar untuk membuat garam secara tradisonal. Potensi alam yang dimiliki oleh Desa Jumpai adalah Panorama hamparan sawah yang hijau yang bisa menjadi wisata agro untuk dinikmati oleh wisatawan.

Gambar 1. Potensi Budaya Petani Garam
(Sumber : Dokumentasi Tim, 2024)

2. Potensi Wisata Edukasi Petani Garam

Pemateri yang kedua adalah Bapak I Wayan Agus Selamet, yang memberikan penyuluhan tentang potensi wisata edukasi pada petani garam di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung. Dalam materi dijelaskan bahwa sesungguhnya wisatawan melakukan perjalanan ke sebuah destinasi wisata adalah ingin melihat dan melakukan aktivitas yang berbeda dari negara wisatawan.

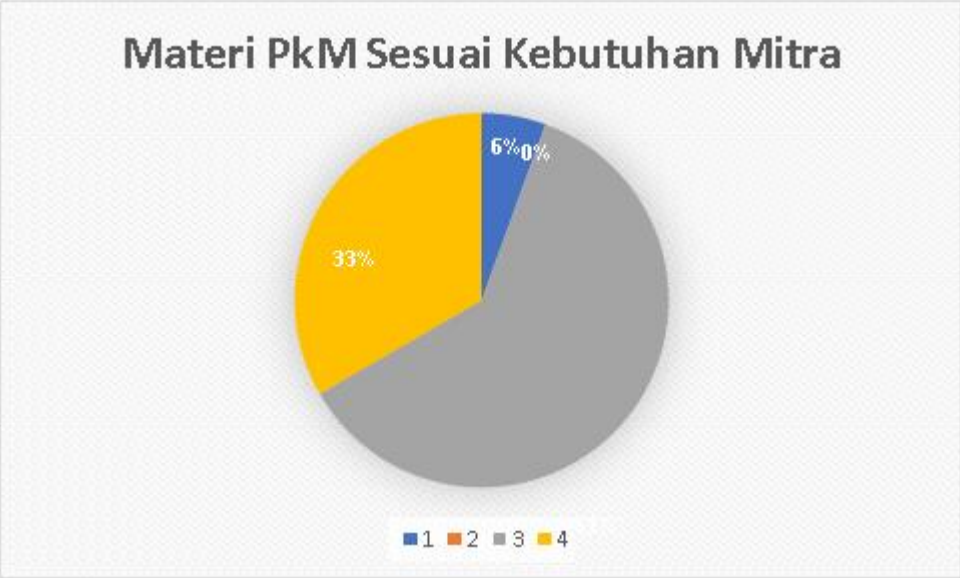
Gambar 2. Proses Pembuatan Garam
(Sumber : Dokumentasi Tim, 2024)

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan berdasarkan pengamatan dilapangan menunjukan hasil yang baik. Hal ini dapat diketahui dari indikator sasaran dan tujuan dari pengabdian sudah tercapai dengan baik. Selain itu juga terlihat dari kehadiran peserta yang ikut penyuluhan dan ikut dalam kegiatan pelatihan tepat waktu. Pihak masyarakat sangat antusias menerima kedatangan narasumber atau tim penyuluh. Dalam penyampaian materi kepada masyarakat sangat aktif dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap materi yang disampaikan. Hal ini tentunya membuat masyarakat menerima sangat baik pengetahuan tentang potensi wisata Desa Jumpai dan potensi wisata edukasi membuat garam tradisional yang ada di Desa Jumpai.

HASIL KEGIATAN

Hasil dari kegiatan magang dapat dibuktikan dengan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada peserta pengabdian masyarakat di Desa Jumpai yang berjumlah 15 orang. Adapun hasil kegiatan dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Materi Pengabdian kepada Masyarakat Sesuai dengan Kebutuhan Mitra.
   Hasil jawaban kuisioner terhadap kesesuaian penyampaian materi narasumber kepada masyarakat merupakan faktor penting dalam pelaksanaan pengabdian yang telah berlangsung dapat dilihat pada Gambar 5



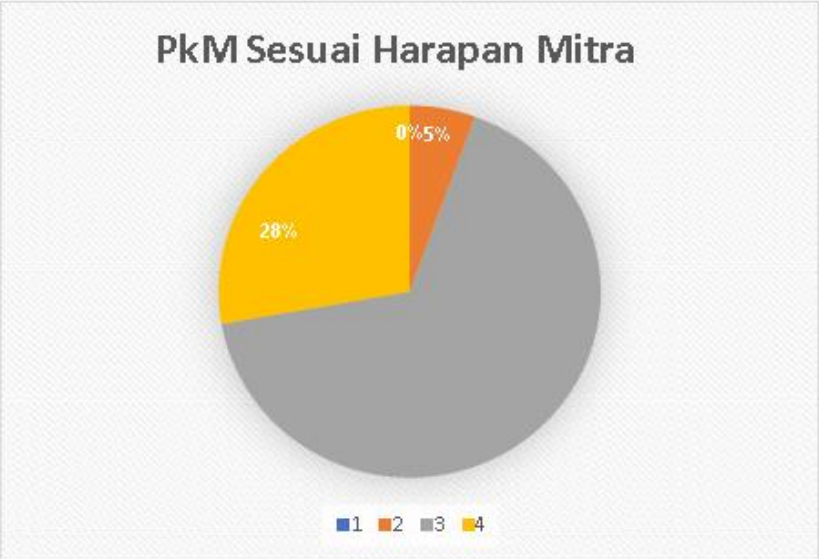
Gambar 3. Evaluasi Materi Pengabdian kepada Masyarakat
(Sumber: Olah Data Penulis, 2024)

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan menunjukan bahwa masyarakat menilai materi yang disampaikan narasumber sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat Desa Jumpai dengan jumlah presentase 61%. Masyarakat lainnya menyatakan sangat setuju dengan materi narasumber yang memiliki kesesuaian dengan kebutuhan atau kondisi yang dihadapi oleh masyarakat Desa Jumpai sebanyak 33%. Sementara hanya 6% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan materi yang dibawakan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat masalah lain yang mungkin dipandang penting untuk dibahas sehingga dapat menjadi bahan

pertimbangan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya di Desa Jumpai.

2. Pengabdian kepada Masyarakat Sesuai dengan Harapan Mitra

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dikatakan bermanfaat apabila sesuai dengan harapan mitra dalam hal ini Desa Jumpai. Adapun hasil evaluasi terkait hal tersebut sebagai berikut.



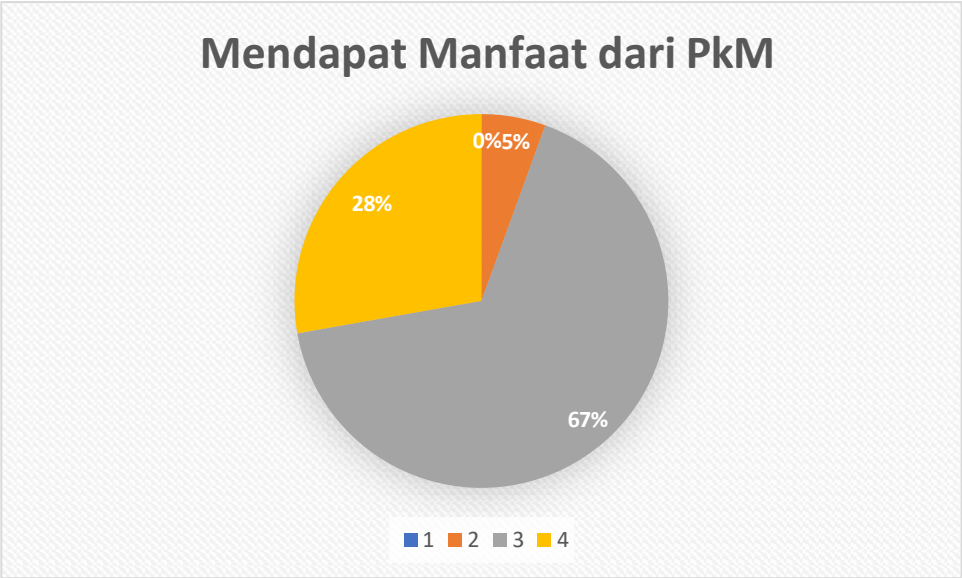
Gambar 4. Evaluasi Kesesuaian Kebutuhan dan Kegiatan PkM
(Sumber: Olah Data Penulis, 2024)

Gambar 6. menunjukkan bahwa secara dominan 67% peserta mengganggap pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Politeknik Nasional sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam melakukan pengembangan potensi wisata di Desa Jumpai. Masyarakat mengungkapkan sangat setuju dengan kesesuaian antara pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan kebutuhan mitra dengan jumlah 28 %. Hanya 5% yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat Politeknik Nasional sudah sesuai dengan kebutuhan dari Desa Jumpai selaku mitra.

3. Mitra Mendapatkan Manfaat Langsung dari Kegiatan PkM yang Dilaksanakan

Salah satu tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah agar masyarakat dapat merasakan manfaatnya secara langsung. Adapun evaluasi terkait mitra mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan pkm yang dilaksanakan sebagai berikut.

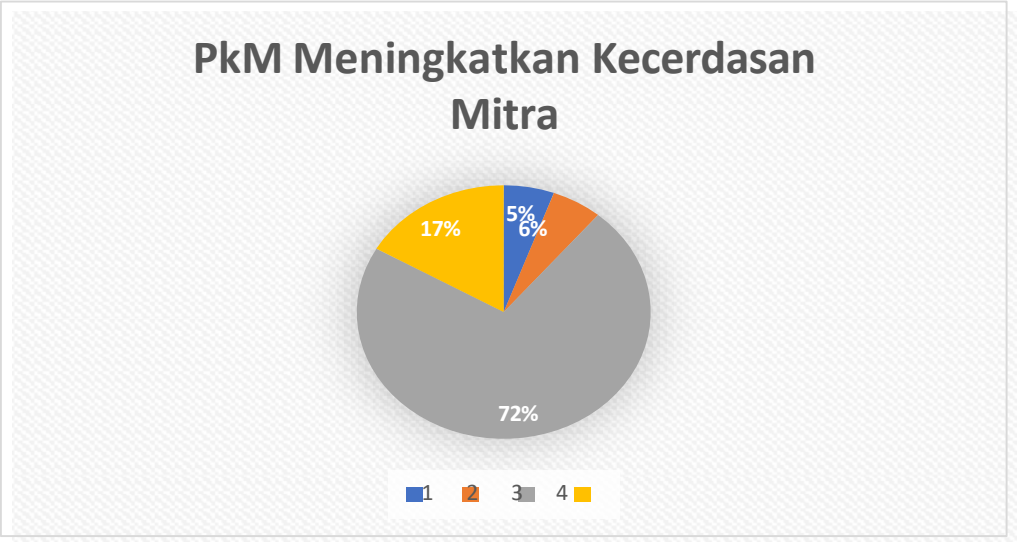
Gambar 7 menunjukkan bahwa 28% peserta sangat setuju pelaksanaan pengabdian memperoleh manfaat secara langsung kepada mitra. Masyarakat setuju dengan pelaksanaan pengabdian mendapatkan manfaat secara langsung dari narasumber Politeknik Nasional dengan jumlah presentase 67%. Masyarakat merasa tidak setuju dengan pelaksanaan pengabdian memperoleh manfaat langusng dengan jumlah presentase 5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengabdian yang dilaksanakan sudah memberikan manfaat secara langsung kepada masyarakat.



Gambar 5. Evaluasi Manfaat dari PkM
(Sumber: Olah Data Penulis, 2024)

4. Kegiatan PkM Berhasil Meningkatkan Kesejahteraan/Kecerdasan Mitra

Mitra Hasil evaluasi terkait kegiatan PkM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra sebagai berikut.



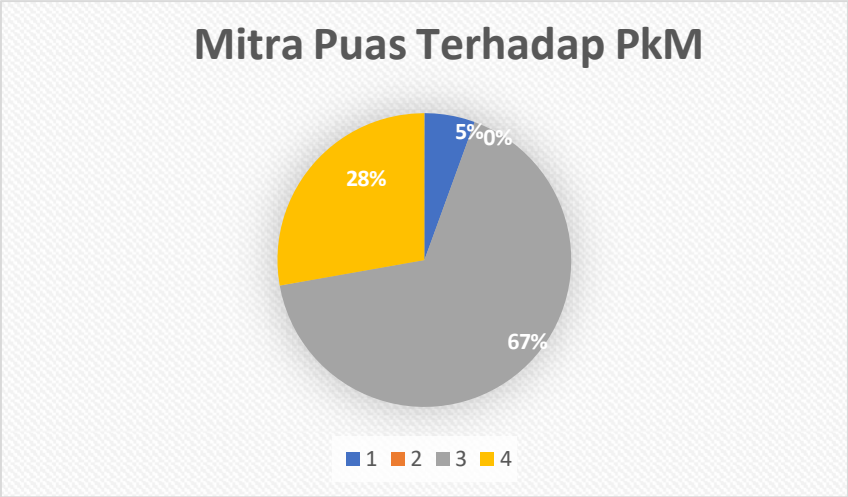
Gambar 6. Evaluasi PkM Meningkatkan Kecerdasan Mitra
(Sumber : Olah Data Penulis, 2024)

Berdasarkan hasil evaluasi pada Gambar 8 menunjukkan bahwa sebagian besar peserta yang hadir merasa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat Politeknik Nasional sudah mampu meningkatkan kecerdasan mitra. Hal ini didukung dengan data sebanyak 72% peserta merasa setuju bahwa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil meningkatkan kesejahteraan/ kecerdasan mitra. 17% lainnya sangat setuju bahwa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra. 6% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan pelaksanaan pengabdian

masyarakat telah berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra dan 5% lainnya menyatakan sangat tidak setuju.

5. Secara Umum, Mitra Puas Terhadap Kegiatan PkM

Adapun hasil evaluasi terkait poin secara umum, mitra puas terhadap kegiatan PkM sebagai berikut.



Gambar 7. Evaluasi Mitra Puas Terhadap PkM
(Sumber : Olah Data Penulis, 2024)

Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa secara umum mitra/peserta pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Politeknik Nasional merasa puas. Hal ini didukung dengan 28% peserta sangat setuju bahwa mitra puas terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. 67% merasa setuju dengan mitra puas terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hanya 5% saja yang sangat tidak setuju bahwa mitra puas terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sudah berjalan lancar dengan penyampaian materi yang menarik yang diberikan kepada masyarakat. Pengabdian dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dengan dua topi utama yang diantaranya penyuluhan potensi wisata Desa Jumpai dan yang kedua potensi wisata edukasi pembuatan garam tradisional di Desa Jumpai. Kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik dan para peserta pelatihan sangat antusias dalam mengikuti materi yang diberikan dengan jumlah 15 orang perkumpulan petani garam. Materi yang disampaikan oleh narasumber sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal dalam melakukan pengembangan daya tarik wisata di Desa Jumpai. Masyarakat juga merasa puas dengan pelaksanaan pengabdian di Desa Jumpai. Adapun saran dalam pelaksanaan pengabdian hendaknya pihak pemerintah daerah Kabupaten Klungkung menindaklanjuti kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan melakukan pendampingan serta pengelolaan potensi daya tarik wisata di Desa Jumpai. Hal berikutnya adalah pihak masyarakat setempat

mulai untuk membuka diri untuk keberadaan industri pariwisata di lingkungan desa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pelaksanakaan pengabdian di Desa Jumpai Kabupaten Klungkung tidak lepas dari dukungan berbagai pihak untuk membantu dalam pelaksanaan pengebdian ini. Pertama tentunya bapak direktur Politeknik Nasional I Wayan Gede Narayana, S.Kom.,M.Kom yang sudah memberikan ijin dalam melaksanakan pengabdian di Desa Jumpai. Bapak Wayan selaku Kepala Desa Jumpai yang menerima dan menyambut dengan hangat kedatangan dosen Politeknik Nasional, Bapak Ketut selaku petani garam yang sudah memberikan pengetahuan tentang cara membuat garam secara tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

Fandeli,C. 2002. Perencanaan Kepariwisataan Alam. Yogyakarta. Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada.

Hakim, Mutiara Firdausy. 2019. Motivasi Wisatawan Berbagi Pengalaman Wisata Melalui Instagram (Studi Kasus pada Pantai Padang-Padang, Badung). Jurnal IPTA. Vol. 7 No. 2

Hendi Prasetyo. 2023. Urgensi Destinasi Wisata Edukasi Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. Kepariwisataan : Jurnal Ilmiah Volume 17 Nomor 2

Rendy, Sarudin. 2023. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kampung Saungkuriang Kota Tangerang. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata. Volume 6. ISSUE 1.

Sinta Devi, Ida Ayu. 2018. Potensi Objek Wisata Edukasi Di Kabupaten Gianyar. Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Volume 9, Nomor 2.

Tambak, Syahraini. 2014. Metode Ceramah Konsep dan Aplikasi Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Jurnal Tarbiyah, Volume 21, Nomor 21

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI
BINA CIPTA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENGUATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA PARIWISATA MELALUI SOSIALISASI PELAYANAN PRIMA DAN PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL DI DESA BATUKAANG, KINTAMANI

Dinar Sukma Pramesti[1*], Billy Tanius[2], Ketut Wibawa[3]
[1*,3]Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali
[2]Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali
e-mail: dinar.pramesti@pib.ac.id[1*]

Received: 09/12/2024 Revised: 20/12/2024 Accepted:25/12/2024

A B S T R A C T

Batukaang Village in Kintamani District, Bangli Regency, has significant potential for developing nature-based tourism and local products, particularly Kintamani oranges. However, limited community knowledge regarding excellent service and local product development poses challenges in maximizing this potential. To address these issues, Universitas Mahasaraswati (UNMAS) and Politeknik Internasional Bali (PIB) conducted a community service program lasting approximately one month in August-September 2024. The program aimed to enhance human resource capacity through training in excellent service and innovative processing of Kintamani oranges. The methods employed included socialization and hands-on practice, such as creating beverages, jams, and candies based on Kintamani oranges using attractive processing and packaging techniques. The results indicated an improvement in the community's knowledge of delivering high-quality tourism services and their ability to create value-added products ready to compete in local and national markets. Additionally, the program successfully encouraged active community participation in sustainable tourism development. Recommendations from this activity include training in product diversification, developing digital marketing strategies, and improving tourism infrastructure. Through these steps, Batukaang Village is expected to become a leading tourism destination that not only offers natural beauty but also innovative and high-quality local products.

Keywords: excellent service, local product development, Kintamani oranges.

A B S T R A K

Desa Batukaang di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis alam dan produk lokal, khususnya jeruk Kintamani. Namun, keterbatasan pengetahuan masyarakat terkait pelayanan prima dan pengembangan produk lokal menjadi hambatan dalam memaksimalkan potensi tersebut. Untuk menjawab tantangan ini, Universitas Mahasaraswati (UNMAS) dan Politeknik Internasional Bali (PIB) melaksanakan program pengabdian masyarakat kurang lebih selama sebulan pada bulan Agustus-September 2024. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pelayanan

prima dan inovasi pengolahan jeruk Kintamani. Metode yang digunakan mencakup sosialisasi dan praktik langsung, seperti pembuatan minuman, selai, dan permen berbasis jeruk Kintamani dengan teknik pengolahan dan pengemasan yang menarik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan masyarakat dalam memberikan pelayanan pariwisata yang berkualitas serta kemampuan dalam menciptakan produk bernilai tambah yang siap bersaing di pasar lokal dan nasional. Selain itu, program ini berhasil mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Rekomendasi dari kegiatan ini mencakup pelatihan diversifikasi produk, pengembangan strategi pemasaran digital, dan peningkatan infrastruktur wisata. Dengan langkah-langkah ini, Desa Batukaang diharapkan mampu menjadi destinasi wisata unggulan yang tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga produk lokal yang inovatif dan berkualitas.

Kata Kunci : pelayanan prima, pengembangan produk lokal, jeruk Kintamani.

PENDAHULUAN

Desa Batukaang terletak 12 km ke arah timur pusat kota Kecamatan Kintamani, dengan kondisi luas wilayah Desa Batukaang 412,3 ha dan ketinggian dari atas permukaan laut 1.200 m. Berdasarkan luas wilayah menurut daerah pemanfaatannya diketahui Desa Batukaang memiliki luas wilayah pemukiman sebesar 13,95 h/m^2, luas perkebunan 911,2 h/m^2, luas kuburan 3,5 h/m^2, luas perkarangan 13,95 h/m^2, luas perkantoran 2,75 h/m^2 dan luas prasarana umum lainnya 51,44 ha/m^2. Lahan Perkebunan di Desa Batukaang menghasilan komoditas buah- buahan diantaranya buah jeruk, alpokat dan pisang (Nugraha & Dewi, 2023).

Desa Batukaang memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai daerah ekowisata dan edukasi. Ekowisata yang dapat dikembangkan seperti trekking di area perkebunan dan jalur-jalur alam sekitar Kintamani yang telah terkenal sebagai destinasi wisata unggulan di Bali yang menawarkan keindahan Gunung Batur dan Danau Batur. Wisata edukasi dapat diwujudkan di desa Batukaang melalui kegiatan edukasi produk hasil Perkebunan lokal seperti jeruk yang merupakan komoditas utama masyarakat Batukaang (Widnyana et al., 2023).

Sayangnya desa Batukaang yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata dengan mengangkat ekowisata dan edukasi produk lokal, masih menghadapi kendala yang signifikan, khususnya dalam hal sumber daya manusia (SDM). Tantangan ini berkaitan dengan kemampuan masyarakat setempat dalam memberikan pelayanan prima bagi wisatawan. Pramesti (2022) mengungkapkan bahwa Masyarakat desa wisata diharapkan dapat memahami pentingnya pelayanan prima, menerapkan sikap pelayanan yang dapat memuaskan wisatawan/pelanggan, menawarkan pelayanan berkualitas tinggi dan memberikan pelayanan melebihi harapan tamu. Kurangnya keterampilan dalam hal pelayanan prima dapat berdampak pada citra dan daya tarik desa wisata tersebut.

Tantangan juga muncul dalam pengelolaan potensi lokal yaitu jeruk Kintamani agar dapat dikelola dengan lebih inovatif, efisien, dan berdaya saing

tinggi. Dari seluruh kecamatan yang terdapat di Bangli, Kintamani menjadi kecamatan yang memiliki kontribusi tertinggi dalam produksi komoditas jeruk di Kabupaten Bangli dengan total hasil produksi jeruk pada 2023 sebesar 73.063 ton. Pada saat panen raya yaitu antara bulan Agustus sampai dengan September, seluruh hasil panen dijual dalam bentuk buah segar, sehingga persediaan menjadi melimpah sedangkan permintaan relatif tetap. Kondisi ini menyebabkan harga jual menjadi sangat rendah dan pendapatan dari hasil penjualan buah Jeruk Kintamani tidak dapat menutupi biaya produksi dan perawatan di kebun. Sehingga para petani mengalami kerugian setiap tahunnya (Fitriyana et al., 2024)

Salah satu solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mengintegrasikan jeruk Kintamani ke dalam wisata edukasi**.** Wisata edukasi dapat memberikan nilai tambah bagi jeruk Kintamani dengan cara memperkenalkan proses budidaya, panen, dan pengolahan kepada wisatawan. Misalnya, wisatawan dapat diajak untuk mengikuti kegiatan di kebun jeruk seperti memetik buah langsung, belajar teknik perawatan tanaman, atau membuat produk turunan seperti jus, selai, atau camilan berbahan dasar jeruk Kintamani. Program ini tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan tetapi juga membuka peluang pasar baru bagi produk jeruk Kintamani. Selain itu, wisata edukasi dapat membantu menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan produk lokal, sehingga mendorong permintaan yang lebih stabil dan mendukung keberlanjutan ekonomi petani.

Tabel 1. Produksi buah jeruk di beberapa wilayah di Bali dari tahun 2021-2023

Kabupaten/Kota	Produksi Buah Jeruk Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota (Ton)		
	2021	2022	2023
Kab. Jembrana	97	116	154
Kab. Tabanan	1.340	429	2.700
Kab. Badung	3.307	2.659	1.861
Kab. Gianyar	126.101	39.654	45.237
Kab. Klungkung	313	91	3
Kab. Bangli	104.528	87.011	73.063
Kab. Karangasem	386	418	433
Kab. Buleleng	5.521	4.657	7.686
Kota Denpasar	23	36	28
Provinsi Bali	241.617	135.071	131.164

(Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2024)

Melalui program penguatan kapasitas sumber daya manusia di Desa Batukaang, terutama dalam sosialisasi pelayanan prima dan pengembangan produk lokal, desa ini diharapkan mampu memaksimalkan potensi yang dimiliki. Pelayanan yang berkualitas dan produk lokal yang inovatif dapat menarik lebih banyak wisatawan serta memperkuat daya saing produk lokal di pasar yang lebih

luas. Dengan demikian, Desa Batukaang tidak hanya akan dikenal sebagai destinasi wisata alam yang indah, tetapi juga sebagai pusat produk lokal berkualitas tinggi yang mampu bersaing secara global.

Melihat permasalahan tersebut, Universitas Maha Saraswati (Unmas) bekerja sama dengan Politeknik Internasional Bali (PIB) melaksanakan program pengabdian masyarakat di Desa Batukaang untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengembangan pariwisata dan produk lokal, khususnya jeruk Kintamani. Kegiatan pengabdian Masyarakat dilakukan selama kurang lebih sebulan dari bulan Agustus hingga September 2024. Kegiatan mencangkup survei, uji coba produk dan pelatihan kepada Masyarakat yang dilakukan pada tanggal 13 September 2024. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di kantor desa Batukaang dengan peserta terdiri dari petani jeruk, anggota PKK, dan masyarakat umum. Kolaborasi ini diharapkan dapat menggabungkan keunggulan kedua institusi, yaitu keahlian UNMAS dalam riset dan pengembangan serta pengalaman PIB dalam bidang pendidikan vokasi, khususnya di bidang pariwisata dan kuliner.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Desa Batukaang, Kintamani, menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan potensi pariwisatanya, terutama karena keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang pelayanan prima. Saat ini, desa tersebut belum resmi menjadi desa wisata, sehingga jumlah wisatawan yang berkunjung masih sedikit. Namun, jika Desa Batukaang berkembang menjadi desa wisata dan menarik lebih banyak wisatawan, masyarakat perlu memahami cara memberikan pelayanan yang baik agar dapat memenuhi harapan pengunjung dan menciptakan pengalaman wisata yang positif. Persiapan melalui pelatihan pelayanan prima menjadi langkah penting untuk mendukung transformasi ini. Penelitian mengatakan bahwa dalam industri pariwisata, kepuasan wisatawan sangat ditentukan oleh faktor pelayanan prima (González, Comesaña, & Brea, 2007). Sehingga sosialisasi terkait dengan pelayanan prima dianggap penting bagi pengelola wisata desa yang masih dalam tahap rintisan, agar pengelolaan wisata yang akan dilakukan betul-betul menjadi destinasi wisata yang memuaskan wisatawan (Hermawan, 2021)

Kedua, melimpahnya hasil produksi jeruk di Kecamatan Kintamani khususnya Desa Batukaang tentu dapat memberikan resiko yang tinggi bagi para petani jeruk apabila terjadi panen raya. Saat terjadi panen raya, harga jeruk mengalami fluktuasi harga yang signifikan. Para petani di Desa Batukaang tidak berdaya saat terjadi panen raya (Dharma et al., 2021). Berdasarkan hal tersebut, maka masyarakat desa Batukaang perlu diberikan pelatihan untuk mengolah jeruk Kintamani menjadi produk turunan yang bernilai tinggi, seperti minuman kemasan, selai, atau makanan ringan. Dengan pelatihan yang tepat, potensi lokal ini dapat diubah menjadi daya tarik wisata kuliner dan oleh-oleh khas yang mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat setempat. Upaya ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga membantu menciptakan identitas

wisata yang lebih kuat untuk Desa Batukaang dan kawasan Kintamani secara keseluruhan.

Penelitian oleh Margi et al (2013) mengungkapkan bahwa pengembangan wisata kuliner yang memanfaatkan hasil produksi pertanian, peternakan, dan perikanan masyarakat lokal di Kintamani belumlah optimal. Sebagai contoh, meskipun Kintamani merupakan penghasil ikan mujair terbanyak dari danau setempat, makanan yang disajikan di restoran daerah ini justru cenderung berupa menu seperti cap cay, nasi goreng, mie goreng, dan masakan jenis *Chinese food* lainnya, yang tidak mencerminkan potensi lokal. Padahal, jika ikan mujair tersebut diolah dan dikemas dengan baik hingga menjadi oleh-oleh khas Kintamani, hal ini tentu akan memberikan keuntungan yang lebih besar, khususnya bagi masyarakat lokal. Demikian pula, potensi besar di Desa Batukaang, seperti jeruk Kintamani, memerlukan pengelolaan yang lebih inovatif.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibahas, maka diangkat dua permasalahan utama sebagai fokus kegiatan pengabdian masyarakat. Pertama, bagaimana cara meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pelayanan prima untuk menunjang pengembangan pariwisata di Desa Batukaang? Permasalahan ini menyoroti pentingnya pemahaman masyarakat tentang pelayanan yang berkualitas, yang berperan krusial dalam menarik wisatawan dan meningkatkan citra destinasi. Kedua, bagaimana cara mengembangkan jeruk Kintamani sebagai produk oleh-oleh yang memiliki daya saing di pasar yang lebih luas? Permasalahan ini menekankan perlunya inovasi dalam pengolahan dan pemasaran jeruk Kintamani agar produk tersebut dapat dikenal dan dihargai tidak hanya secara lokal, tetapi juga di tingkat nasional dan internasional. Kedua permasalahan ini akan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dalam pengembangan pariwisata dan produk lokal di Desa Batukaang, Kintamani.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan ini memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

1. Memberikan pelatihan dan sosialisasi kepada masyarakat Desa Batukaang mengenai pentingnya pelayanan prima dalam industri pariwisata, sehingga mereka dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan.
2. Meningkatkan keterampilan masyarakat, terutama dalam hal penyambutan wisatawan, manajemen layanan, dan pengenalan produk lokal, agar dapat bersaing dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif.
3. Mendorong pengembangan jeruk Kintamani sebagai produk unggulan yang dapat diolah menjadi oleh-oleh berkualitas, melalui pelatihan tentang teknik pengolahan dan pemasaran yang efektif.
4. Mengidentifikasi dan menerapkan strategi inovatif dalam branding dan pemasaran jeruk Kintamani agar produk ini memiliki daya saing yang kuat di pasar yang lebih luas.

Kegiatan ini diharapkan memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik, masyarakat dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan citra Desa Batukaang sebagai destinasi wisata.
2. Melalui pengolahan jeruk Kintamani menjadi produk oleh-oleh yang bernilai tambah, masyarakat dapat meningkatkan pendapatan mereka dan menciptakan peluang usaha baru, yang akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa.
3. Kegiatan ini juga akan mendukung pelestarian budaya dan kearifan lokal dalam pengolahan pangan, yang akan memperkaya pengalaman wisatawan dan meningkatkan daya tarik destinasi.
4. Sosialisasi dan pelatihan akan mendorong masyarakat untuk lebih sadar akan pentingnya pariwisata dan berperan aktif dalam pengembangan potensi lokal mereka.

Dengan tujuan dan manfaat yang jelas, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat Desa Batukaang dan pengembangan pariwisata di kawasan Kintamani. Kegiatan penguatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata di Desa Batukaang memiliki keterkaitan yang kuat dengan berbagai program pemerintah, termasuk Program Strategis Nasional Pariwisata yang bertujuan mengembangkan pariwisata sebagai sektor unggulan ekonomi Indonesia. Kegiatan ini mendukung visi dan misi Pemerintah Kabupaten Bangli dalam meningkatkan pariwisata berbasis masyarakat dengan memberdayakan masyarakat lokal melalui pelatihan dan peningkatan keterampilan. Selain itu, kegiatan ini sejalan dengan visi Universitas Mahasaraswati (UNMAS) dan Politeknik Internasional Bali (PIB) yang berfokus pada pengabdian Masyarakat, sehingga memperkuat komitmen lembaga dalam meningkatkan kapasitas masyarakat. Melalui pengembangan produk lokal, seperti olahan jeruk Kintamani, masyarakat didorong untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk baru yang menarik bagi wisatawan, serta meningkatkan pelayanan prima guna memberikan pengalaman berkesan. Kegiatan ini juga mendorong kolaborasi multi-stakeholder antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat, yang menghasilkan inovasi dari berbagai perspektif.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Kegiatan penguatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata di Desa Batukaang dilaksanakan dengan pendekatan tiga metode utama: uji coba produk, sosialisasi, dan praktik, yang dirancang untuk mengoptimalkan pelayanan prima masyarakat dan potensi jeruk Kintamani sebagai produk unggulan.

1. Uji Coba Produk
   Metode ini bertujuan untuk menghasilkan produk olahan berbasis jeruk Kintamani yang tidak hanya praktis dan mudah dibuat oleh masyarakat, tetapi juga memiliki daya tahan lebih lama sehingga cocok dijadikan oleh-oleh khas.

Produk yang diuji mencakup minuman jeruk, minuman herbal, selai, dan permen jeruk. Proses uji coba melibatkan evaluasi terhadap beberapa aspek, seperti rasa, tekstur, daya tahan, kemasan, dan tingkat kesulitan dalam produksinya. Hasil uji coba ini diharapkan memberikan panduan praktis dalam memilih produk yang paling sesuai untuk diproduksi secara massal. Selain itu, proses ini juga memungkinkan identifikasi bahan alami yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tahan produk, seperti penggunaan bahan pengawet organik. Produk yang dihasilkan juga diuji daya tariknya terhadap konsumen melalui simulasi pemasaran, sehingga produk yang dihasilkan benar-benar memenuhi kebutuhan pasar.

2. Sosialisasi
   Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pelayanan prima dalam pariwisata dan strategi pengelolaan produk lokal. Materi sosialisasi meliputi tren kebutuhan wisatawan, pentingnya interaksi yang ramah dan profesional, serta strategi mengenalkan produk lokal dengan cara yang menarik. Kegiatan sosialisasi ini juga dirancang untuk menciptakan dialog antara peserta dan fasilitator. Diskusi dilakukan untuk menggali ide-ide kreatif masyarakat serta memahami tantangan yang mereka hadapi dalam menghadapi pariwisata di desa Batukaang dan mengelola jeruk Kintamani sebagai produk oleh-oleh. Hal ini bertujuan untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dan membangun rasa kepemilikan terhadap program yang dilaksanakan.

3. Praktik
   Dalam sesi ini, peserta secara langsung dilatih untuk mengolah jeruk Kintamani menjadi produk siap jual. Pelatihan ini mencakup langkah-langkah pemilihan bahan baku berkualitas, teknik pengolahan untuk menjaga rasa dan nutrisi, serta teknik pengemasan produk. Beberapa produk yang diajarkan dalam sesi praktik meliputi minuman jeruk, permen dan selai Jeruk. Peserta juga diajarkan bagaimana membuat kemasan yang menarik secara visual dan praktis, sehingga produk lebih mudah dipasarkan.

Kombinasi ketiga metode ini dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis sekaligus keterampilan praktis bagi masyarakat Desa Batukaang, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan dan mampu mengembangkan jeruk Kintamani menjadi produk unggulan yang bernilai tinggi dan mampu bersaing di pasar wisata.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan penguatan kapasitas sumber daya manusia di Desa Batukaang dilaksanakan mulai bulan Agustus hingga 13 September 2024 yang melibatkan kurang lebih 20 peserta, yang terdiri dari petani jeruk, anggota PKK, dan masyarakat umum. Berikut tahapan pelaksanaannya:

1. Persiapan Kegiatan
   Tahap persiapan dimulai pada awal bulan Agustus, melibatkan identifikasi kebutuhan Masyarakat, pemetaan sumber daya yang ada, uji coba produk. Tim dari Universitas Mahasaraswati (UNMAS) dan Politeknik Internasional Bali (PIB) berdiskusi dengan tokoh masyarakat dan kelompok PKK untuk memahami potensi serta tantangan yang dihadapi. Persiapan juga mencakup survey, pengumpulan bahan-bahan untuk pelatihan, penyusunan modul pelatihan, dan pengaturan logistik, termasuk lokasi kegiatan serta uji coba produk yang akan diajarkan ke Masyarakat desa.

Gambar 1. Survey Potensi Jeruk di Desa Batukaang
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

2. Pelaksanaan Kegiatan
   Kegiatan dilaksanakan pada 13 September 2024 di aula kantor Desa Batukaang dan terdiri dari beberapa sesi utama:

   a. Kegiatan sosialisasi pelayanan prima bagi Masyarakat desa Batukaang. Materi yang disampaikan menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang tidak hanya memenuhi, tetapi melampaui harapan wisatawan, untuk menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan. Dalam sosialisasi ini, masyarakat diajarkan teknik komunikasi yang ramah, cara memperkenalkan tradisi lokal dengan menarik, serta langkah-langkah memberikan layanan berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Sosialisasi ini diharapkan mampu memberikan banyak manfaat bagi masyarakat Desa Batukaang. Salah satunya adalah peningkatan kualitas pelayanan yang secara langsung dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan pelayanan yang baik, masyarakat memiliki peluang untuk menarik wisatawan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan desa. Selain itu, sosialisasi ini mendorong masyarakat untuk mengintegrasikan budaya lokal dalam pengalaman wisata, seperti melalui pengolahan jeruk Kintamani menjadi produk khas yang dapat dijadikan oleh-oleh. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat identitas desa, tetapi juga membantu melestarikan budaya lokal yang menjadi daya tarik unik Desa Batukaang.

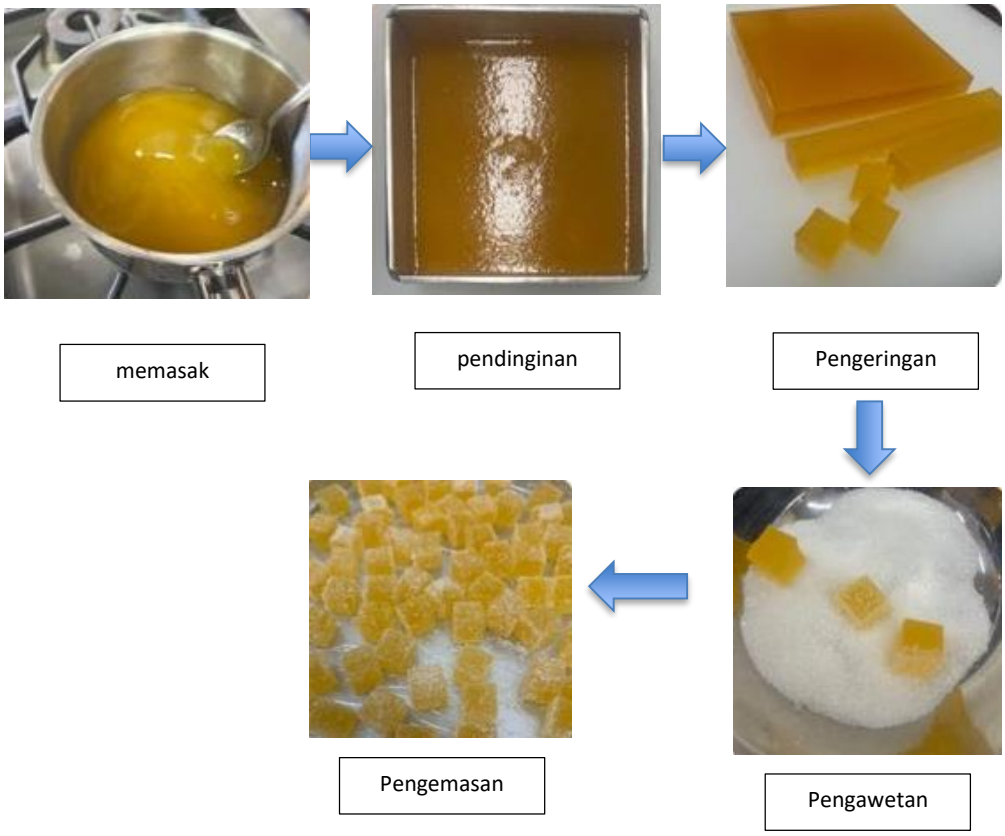
Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Pelayanan Prima
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

b. Praktik untuk penguatan kapasitas masyarakat Desa Batukaang, yaitu pengolahan jeruk Kintamani menjadi tiga produk utama: minuman orange blossom, permen jeruk, dan selai jeruk. Praktik ini bertujuan untuk memberikan keterampilan langsung kepada peserta, sehingga mereka mampu mengolah hasil panen jeruk menjadi produk bernilai tambah yang dapat dijadikan oleh-oleh khas. Praktik pertama melibatkan pembuatan minuman orange blossom dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal seperti jeruk Kintamani dan kunyit. Minuman ini tidak hanya memberikan cita rasa yang segar, tetapi juga mengandung manfaat kesehatan dari kunyit sebagai bahan alami. Peserta diajarkan teknik ekstraksi jus yang menjaga rasa alami jeruk, mencampurnya dengan kunyit, serta menyajikannya dengan cara menarik. Produk ini berpotensi menjadi salah satu andalan oleh-oleh khas yang unik dari Desa Batukaang.

Gambar 3. Kegiatan Praktik Pembuatan Minuman Jeruk
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

Dalam sesi praktik kedua, peserta diajarkan cara membuat permen berbahan dasar jeruk Kintamani. Proses ini melibatkan pengolahan jeruk menjadi permen yang memiliki rasa khas dan tekstur yang menarik. Peserta

juga diajarkan penggunaan bahan pengawet alami untuk meningkatkan daya tahan produk. Permen jeruk ini dirancang agar mudah dikemas dan memiliki daya tarik sebagai oleh-oleh yang tahan lama dan praktis bagi wisatawan.



Gambar 4. Proses membuat Permen Jeli Jeruk
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

Gambar 5. Foto Bersama dan Pembagian Permen Jeruk
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

Sesi praktik ketiga adalah pembuatan selai jeruk. Peserta dilatih mulai dari teknik memotong jeruk, mencampurnya dengan bahan alami, hingga

memasaknya untuk menghasilkan selai yang lembut dan kaya rasa. Selai jeruk ini memiliki potensi pasar yang luas, baik sebagai produk konsumsi pribadi maupun oleh-oleh. Teknik pengemasan yang menarik juga diajarkan untuk meningkatkan daya jual produk.

Gambar 6. Kegiatan Praktik Membuat Selai Jeruk
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

3. Monitoring dan Evaluasi
   Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk memastikan semua sesi berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan di akhir sesi untuk mengukur pemahaman peserta dan keberhasilan metode pelatihan. Tim juga mengumpulkan umpan balik untuk meningkatkan kualitas kegiatan di masa depan.

Gambar 7. Kegiatan Akhir Sesi
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2024)

4. Penyusunan Laporan
   Setelah kegiatan selesai, laporan disusun untuk merangkum hasil pelatihan, tingkat keberhasilan, dan dampak kegiatan terhadap masyarakat. Laporan ini mencakup rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

HASIL KEGIATAN

Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui beberapa indikator utama yang menunjukkan dampak positif pada masyarakat Desa Batukaang. Pertama, terjadi peningkatan pengetahuan peserta dalam memahami pelayanan prima, pengelolaan produk lokal, dan strategi pengemasan. Peserta dapat menjelaskan pentingnya menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan serta menghasilkan produk yang menarik dan berkualitas. Kedua, peserta berhasil mempraktikkan pengolahan jeruk Kintamani menjadi jus, permen, dan selai dengan kualitas yang memenuhi standar. Teknik-teknik yang diajarkan terbukti mudah diterapkan dan dapat ditiru oleh masyarakat luas, sehingga memungkinkan pengembangan kapasitas komunitas secara lebih luas.

Selain itu, peserta mampu membuat desain kemasan yang menarik dan fungsional, meningkatkan daya tarik visual produk untuk pasar oleh-oleh. Desain kemasan yang profesional tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga mencerminkan identitas lokal yang kuat. Beberapa peserta juga menyatakan kesiapan untuk memproduksi dan memasarkan produk hasil pelatihan secara mandiri. Potensi peningkatan pendapatan dari produk jeruk Kintamani ini menjadi langkah awal yang signifikan menuju diversifikasi ekonomi desa.

Dengan keberhasilan tersebut, Desa Batukaang diharapkan dapat mengoptimalkan potensi jeruk Kintamani sebagai produk unggulan yang kompetitif di sektor pariwisata. Hal ini akan mendukung peningkatan daya saing desa di pasar wisata serta menciptakan peluang ekonomi baru yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat. Langkah ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat posisi Desa Batukaang sebagai destinasi wisata berbasis edukasi dan ekowisata di Bali.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Batukaang berhasil menangani tantangan utama dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya dan produk lokal dengan fokus pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan pelayanan prima dan pengolahan jeruk Kintamani. Indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi peningkatan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya pelayanan prima dalam menarik wisatawan, peningkatan keterampilan dalam mengolah jeruk Kintamani menjadi produk bernilai tambah seperti minuman, permen, dan selai, serta kemampuan menciptakan kemasan yang menarik dan ramah pasar. Selain itu, kesiapan beberapa peserta untuk memproduksi dan memasarkan produk hasil pelatihan menunjukkan adanya dampak positif pada tingkat ekonomi masyarakat.

Kolaborasi antara Universitas Mahasaraswati (UNMAS), Politeknik Internasional Bali (PIB), dan masyarakat setempat menghasilkan penguatan kapasitas sumber daya manusia yang mendukung pengelolaan potensi lokal secara lebih inovatif dan berdaya saing tinggi. Pelatihan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya melalui inovasi

produk lokal, menjadikan Desa Batukaang lebih siap menghadapi tantangan sektor pariwisata.

Sebagai langkah lanjutan, pelatihan diversifikasi produk lokal, pengembangan strategi pemasaran digital, dan peningkatan infrastruktur wisata sangat disarankan untuk memperkuat daya saing Desa Batukaang. Dengan keberhasilan ini, Desa Batukaang tidak hanya mampu meningkatkan kualitas layanan pariwisata dan produk lokal, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru yang berkelanjutan, memperkuat identitas sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan edukasi, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (7 Oktober 2024). *Produksi Buah Jeruk Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota*. Diakses pada 18 Desember 2024, dari https://bali.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjAwIzI%3D/produksi-buah-jeruk-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota.html

Dharma, I. G. N. K. S., Parining, N., & Putra, I. G. S. A. (2021). Pemberdayaan Petani Jeruk di Desa Batukaang Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, *10*(2 Desember), 473–481.

Fitriyana, N. I., Agus Adiwijaya, P., & Sudirman, N. (2024). SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Peningkatan profit dan mutu pasca panen jeruk siam Kintamani melalui edukasi dan pendampingan produksi Bali Orange Wine. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, *8*(2), 1788–1797.

Hermawan, H. (2021). Meningkatkan Kompentensi Pengelola Wisata Desa melalui Penyuluhan Pelayanan Prima. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, *1*(1), 1–11. https://doi.org/10.36276/jap.v1i1.15

Margi, I. K., Ariani, R. P., Widiastini, N. M. A., & Suriani, N. M. (2013). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, *2*(2 Oktober), 257–264. https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v2i2.2182

Nugraha, P. G. W. S., & Dewi, I. G. A. R. P. (2023). PENGABDIAN KKN-PPM OPTIMALISASI POTENSI DESA. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 66–71.

Pramesti, D. sukma. (2022). Pendampingan Pengembangan Desa Wisata Bongan, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, *1*(2), 75–90. https://doi.org/10.46837/binacipta.v1i2.11

Widnyana, I. K., Pandawani, N. P., Putu Edi Yastika, Partama, I. G. Y., & Suparyana, P. K. (2023). Peningkatan Produktivitas Kelompok Tani di Desa Batukaang Kintamani Bangli Melalui Pembuatan Pupuk Organik Dan Pestisida Nabati Dari Tanaman Lokal. *JASINTEK*, *4 April*(2), 155–163. https://jasintek.denpasarinstitute.com/index.php/jasintek/article/view/113%0Ahttps://jasintek.denpasarinstitute.com/index.php/jasintek/article/download/113/82

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI
BINA CIPTA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* MELALUI MEDIA DIGITAL *PODCAST*

Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari[1*], Ulul Azam[2]
[1*]Bisnis Digital, Politeknik Internasional Bali
[2]MSDM, Azzam Learning Center
e-mail: dwi.novita@pib.ac.id[1*], ululazamunisri@gmail.com[2]

Received: 25/12/2024 Revised: 27/12/2024 Accepted:28/12/2024

A B S T R A C T

Politeknik Internasional Bali had the opportunity to collaborate with Azzam Learning Center to conduct training and workshops under the program titled "Personal Branding Strategies Through Digital Media Podcast." This initiative aimed to build personal branding for the younger generation in preparation for the workforce era. The participants of the training and workshops were students from SMA Taruna Bangsa Sentul and SMK Triatmajaya Dalung. A total of 15 students participated in this activity, which sought to enhance their communication skills and self-confidence in the digital era. Three PIB students also contributed to this community service program by providing necessary guidance to achieve effective branding. Personal branding involves the process of creating a positive image through the communication of values and personality, which has become increasingly important in a professional context. Through podcasts, individuals can convey their stories authentically and interactively, allowing the audience to connect emotionally. With consistent and relevant content, participants are expected to build a strong identity, increase credibility, and attract new opportunities in the job market. An understanding of the key elements of effective branding will help students better position themselves, using personal branding as a tool to craft a unique and distinct image.

Keyword : Personal Branding, Digital Media, Podcast

A B S T R A K

Politeknik Internasional Bali berkesempatan untuk menjalin kerja sama dengan Azzam Learning Center melakukan pelatihan dan lokakarya dalam program bertema Strategi *Personal Branding* Melalui Media Digital *Podcast.* Hal ini dilakukan dalam upaya membangun *personal branding* generasi muda menghadapi era dunia kerja. Peserta pelatihan dan lokakarya yaitu siswa SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung. Kegiatan ini diikuti oleh 15 siswa dan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi serta kepercayaan diri siswa di era digital. Tiga mahasiswa PIB juga berkontribusi dalam program pengabdian kepada masyarakat, memberikan bimbingan yang diperlukan untuk mencapai *branding* yang efektif. *Personal branding* mencakup proses menciptakan citra positif melalui penyampaian nilai dan kepribadian, yang semakin penting dalam konteks profesional. Melalui *podcast,* individu dapat menyampaikan cerita secara autentik dan interaktif, memungkinkan audiens

terhubung secara emosional. Dengan konten yang konsisten dan relevan, peserta diharapkan mampu membangun identitas yang kuat, meningkatkan kredibilitas, dan menarik peluang baru di pasar kerja. Pemahaman tentang elemen *branding* yang efektif akan membantu siswa memposisikan dirinya dengan lebih baik, menjadikan *personal branding* sebagai alat membentuk citra yang unik dan berbeda.

Kata Kunci : *Personal Branding*, Media Digital, *Podcast*

PENDAHULUAN

Politeknik Internasional Bali (PIB) telah mengambil langkah strategis dalam mendukung pengembangan *personal branding* generasi muda melalui media digital *podcast*. Dalam upaya ini, PIB bekerja sama dengan Azzam Learning Center (ALC) untuk mengadakan pelatihan dan lokakarya interaktif bagi siswa SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung. Sebanyak 15 siswa aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan kepercayaan diri di era digital ini. Selain itu, tiga mahasiswa PIB turut ambil bagian dalam program pengabdian kepada masyarakat, memberikan bimbingan serta dukungan untuk membantu siswa mencapai tujuan *branding* yang efektif.

Personal branding melalui *podcast* merupakan cara yang inovatif untuk membangun dan mengelola citra diri di dunia digital. Dengan memanfaatkan *platform* audio, individu dapat menyampaikan nilai, keahlian, dan kepribadian secara langsung kepada audiens. *Podcast* memungkinkan penyampaian cerita yang autentik dan interaktif, sehingga membantu pendengar terhubung secara emosional dan memahami lebih dalam tentang individu atau merek yang diwakili. Melalui konten yang konsisten dan relevan, seseorang dapat menciptakan reputasi yang kuat, meningkatkan kredibilitas, dan menarik peluang baru dalam karir atau usaha.

Branding sendiri adalah proses penting dalam menciptakan identitas unik bagi individu, produk, atau perusahaan di mata audiens. Lebih dari sekadar logo atau slogan, *branding* mencakup cara menyampaikan nilai dan membangun persepsi yang konsisten. Menurut Kotler dan Keller (2016), *branding* melibatkan elemen visual seperti logo, warna, dan desain, serta pengalaman yang dirasakan oleh audiens terhadap merek. *Branding* yang efektif tidak hanya menciptakan koneksi emosional tetapi juga membangun loyalitas dan meningkatkan kepercayaan audiens. Elemen *branding* terdiri dari berbagai komponen krusial. Nama merek yang mudah diingat dan relevan menjadi fondasi utama (Aaker, 1996). Logo berfungsi sebagai simbol pengenal, sementara slogan mencerminkan nilai inti merek (Keller, 2001). Warna dan desain yang konsisten juga berperan dalam membedakan merek dari kompetitor (Holt, 2004).

Dalam konteks profesional, *personal branding* memiliki peran yang semakin penting. *Personal branding* mencakup cara individu memasarkan diri sebagai merek, yang melibatkan nilai dan kepribadian yang ingin ditampilkan (Montoya, 2002). *Personal branding* yang kuat dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas,

serta menarik peluang karir. Berbeda dengan *corporate branding* yang fokus pada penciptaan identitas perusahaan secara keseluruhan, *personal branding* bertujuan untuk membangun persepsi positif individu di mata audiens. Hal ini mencakup elemen visual dan komunikasi yang menciptakan kesan pertama yang kuat (Kapferer, 2012). Sedangkan citra merek adalah bagaimana audiens merasakan dan melihat merek tersebut. Citra ini terbentuk dari pengalaman interaksi dengan produk atau layanan (Keller, 1993). Pengalaman merek, baik langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi persepsi ini secara signifikan (Schmitt, 2009). Konsistensi dalam *branding* adalah kunci untuk memastikan pengenalan dan kepercayaan yang berkelanjutan dari audiens (Madhavaram et al., 2005). Dengan memahami elemen-elemen ini, siswa dapat membangun identitas yang kuat yang pada akhirnya memperkuat posisi di persaingan pasar kerja generasi muda.

Personal branding dapat dipahami sebagai suatu proses yang bertujuan untuk membentuk, menarik, dan memelihara persepsi masyarakat terkait dengan keahlian, prestasi, kepribadian, atau nilai-nilai yang dimiliki oleh individu. Proses ini, baik dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja, bertujuan untuk menampilkan citra positif yang akan menghasilkan kepercayaan serta loyalitas dari audiens. Dengan *personal branding* yang kuat, individu dapat membedakan dirinya dengan orang lain, sehingga memberikan keunggulan kompetitif dalam berbagai bidang kehidupan, baik profesional maupun pribadi (Montoya, 2002; Peters, 1997). Hal ini menjadikan *personal branding* sebagai alat yang efektif untuk menciptakan citra yang autentik dan memperkuat posisi seseorang dalam lingkungan sosial maupun profesional (Labrecque et al., 2011).

Personal branding melalui *podcast* merupakan metode yang efektif dalam membangun dan mengelola citra diri di dunia digital. *Podcast,* sebagai *platform* audio, memberikan kesempatan bagi individu untuk menyampaikan nilai, keahlian, dan kepribadian secara langsung kepada audiens. Keunikan dari *podcast* terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan cerita yang autentik dan interaktif, memungkinkan pendengar untuk terhubung secara emosional dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai individu atau merek yang diwakili (Seregina, 2019). Dengan menghasilkan konten yang konsisten, relevan, dan menarik, seseorang dapat memperkuat reputasi, meningkatkan kredibilitas, serta membuka peluang baru dalam karir atau usaha yang dijalani (Gillin & Schwartzman, 2011). Dengan demikian, *podcast* tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai alat yang sangat efektif dalam memperkuat *personal branding* di era digital.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Masalah utama yang dihadapi peserta pelatihan adalah kurangnya pemahaman yang mendalam mengenai konsep *personal branding* dan tantangan dalam membangun citra diri yang kuat di dunia profesional, terutama di era digital. Banyak siswa belum menguasai keterampilan komunikasi yang efektif, khususnya dalam menyampaikan pesan melalui *platform* digital seperti *podcast*.

Selain itu, penggunaan media digital ini belum dimanfaatkan secara optimal untuk membangun personal *branding* yang autentik, meskipun media sosial dan *platform* digital lainnya semakin berperan penting dalam dunia kerja saat ini. Ketidakmampuan untuk mengelola citra diri secara digital dapat menghambat perkembangan karier dan mempengaruhi peluang yang ada.

Urgensi pelaksanaan PKM ini menjadi semakin jelas, mengingat pentingnya personal *branding* yang kuat dalam menghadapi pasar kerja yang semakin kompetitif. Tanpa pemahaman yang memadai tentang bagaimana membangun dan mengelola citra diri secara profesional melalui media digital, siswa berisiko tidak dapat memanfaatkan teknologi dengan maksimal untuk meningkatkan reputasi mereka. Oleh karena itu, pelatihan ini sangat diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang personal *branding* dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola citra diri secara efektif di dunia digital, yang pada gilirannya akan mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan profesional di masa depan.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dari kerja sama PIB dan ALC adalah untuk membangun *personal branding* generasi muda melalui media digital *podcast*. Kegiatan pelatihan dan lokakarya interaktif ini ditujukan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan kepercayaan diri siswa, sehingga siswa dapat memaksimalkan penggunaan teknologi dengan memanfaatkan *platform podcast* sebagai alat untuk menyampaikan nilai, keahlian, dan kepribadian masing-masing individu. Dengan demikian, siswa diharapkan dapat mengembangkan identitas yang kuat dan unik, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi dirinya di pasar kerja dan meningkatkan reputasinya dalam konteks profesional.

Manfaat kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peserta, sebagai upaya peningkatan pengetahuan terkait *personal branding* dan ketrampilan dalam memanfaatkan media digital melalui *platform podcast*. Siswa belajar mengekspresikan ide dan nilai dengan lebih efektif melalui pelatihan dan lokakarya interaktif.
2. Bagi Perguruan Tinggi (PT), penting bagi eksistensi PT dalam melibatkan dosen dan mahasiswa secara langsung melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dapat menumbuhkan karakter peduli sosial karena bisa ikut berkontribusi untuk masyarakat
3. Bagi Dosen, dapat turut mendukung kegiatan IKU 3 yaitu dosen diharapkan berkegiatan di luar kampus dan IKU 5 yaitu hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat.
4. Bagi Mahasiswa, kegiatan ini mendukung IKU 2 yaitu mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus dan membentuk mahasiswa yang berkarakter sesuai dengan visi dan misi PT.

5. Bagi Mitra Kerjasama, ALC, meningkatkan kemampuan *soft skills*, peningkatan keterampilan komunikasi, citra reputasi perusahaan dan promosi lembaga pelatihan.

KETERKAITAN

Kegiatan ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan berbagai program pemerintah yang mendukung pengembangan sumber daya manusia, khususnya dalam mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan global yang semakin digital. Salah satunya adalah program *Merdeka Belajar* yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa melalui pembelajaran yang lebih fleksibel dan berbasis pada kebutuhan dunia kerja. Program ini mendukung pengembangan keterampilan yang relevan dengan tuntutan industri, seperti keterampilan komunikasi digital dan *personal branding*, yang sangat dibutuhkan di era transformasi digital ini.

Selain itu, kegiatan ini juga sejalan dengan visi dan misi lembaga pendidikan yang berfokus pada pembentukan karakter dan peningkatan keterampilan siswa untuk mempersiapkan siswa menghadapi pasar kerja global. Visi PIB adalah mencetak lulusan yang tidak hanya kompeten di bidang akademik, tetapi juga memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan membangun citra diri yang positif di dunia profesional. Pelatihan ini membantu mewujudkan visi tersebut dengan memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola *personal branding* secara efektif melalui media digital, seperti *podcast,* yang saat ini menjadi salah satu *platform* komunikasi yang berkembang pesat.

Keterkaitan ini juga dapat dilihat dalam konteks pengembangan inovasi dan kreativitas. Dalam menghadapi dunia yang semakin terhubung secara digital, kemampuan untuk menciptakan dan mengelola identitas profesional yang autentik menjadi salah satu bentuk inovasi yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing. Pelatihan ini tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong siswa untuk berpikir kreatif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah yang mendorong peningkatan kreativitas dan inovasi di kalangan generasi muda melalui berbagai program kewirausahaan dan pengembangan teknologi digital.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendukung program pemerintah dan visi lembaga pendidikan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan inovasi dan kreativitas yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi tantangan pasar kerja yang semakin kompetitif dan berbasis digital.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Metode pelatihan yang diterapkan adalah gabungan antara teori, ceramah, diskusi, dan kegiatan praktik melalui lokakarya. Siswa mempelajari elemen-elemen penting dalam *personal branding,* seperti cara menyampaikan nilai dan

kepribadian melalui media digital. Pemberian materi mencakup materi teoritis mengenai *personal branding* dan elemen-elemen penting dalam *branding* yang efektif. Selain itu, siswa diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkan pembuatan *podcast* sebagai sarana untuk mengekspresikan nilai dan kepribadiannya. Dengan adanya lokakarya praktis ini, siswa diharapkan dapat menguasai teknik dasar dalam memanfaatkan media digital untuk membangun reputasi yang positif. Program ini juga melibatkan analisis studi kasus nyata mengenai penerapan *personal branding*, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana konsep *branding* diterapkan dalam dunia profesional. Dengan pendekatan berbasis teori dan praktik, diharapkan siswa dapat lebih siap dan percaya diri dalam membangun citra diri yang autentik dan efektif, serta memiliki keterampilan yang lebih baik untuk bersaing di pasar kerja yang semakin digital.

Masyarakat sasaran utama dalam kegiatan pelatihan *personal branding* ini adalah siswa dari dua institusi pendidikan. SMA Taruna Bangsa Sentul: Sebanyak 6 siswa berpartisipasi dalam pelatihan, SMK Triatmajaya Dalung: Sebanyak 9 siswa yang juga terlibat dalam program ini. Kedua kelompok siswa ini dipilih untuk mendapatkan keterampilan yang diperlukan dalam membangun *personal branding* yang efektif melalui media digital, khususnya *podcast.* Kedua kelompok ini dipilih karena merupakan perwakilan SMA dan SMK ternama yang merepresentasikan masing-masing wilayah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, kepercayaan diri, dan pemahaman siswa tentang pentingnya membangun identitas yang kuat di dunia profesional serta menghadapai persaingan dunia kerja.

Membangun *personal branding* di era digital sangat penting bagi remaja, terutama dalam menghadapi berbagai mitos dan tantangan yang ada. Di tengah pola pergaulan yang bebas dan merosotnya nilai etika serta tata krama, remaja perlu menyadari potensinya untuk menjadi generasi yang lebih baik. Indonesia memasuki bonus demografi pada tahun 2045, sehingga kemampuan remaja untuk mengembangkan soft skills dan hard skills, kompetensi akademik, profesional, pribadi, dan sosial sangatlah krusial. *Personal branding* menjadi alat strategis yang membantu remaja memperbaiki citra diri dan menghilangkan mitos negatif. Dengan membangun reputasi yang kuat, remaja dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menciptakan identitas yang membedakan individu secara positif. Namun, tantangan seperti *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap tren yang tidak relevan dan pola pikir yang sulit berubah perlu diatasi agar *personal branding* dapat berkembang dengan baik. Dalam era merdeka belajar, kemampuan komunikasi, motivasi tinggi, sikap positif, dan jaringan yang baik akan menjadi kunci untuk meraih masa depan yang cerah.

a. Definisi *Branding*

Branding adalah proses menciptakan identitas yang unik untuk seseorang, produk, atau perusahaan di mata audiens. Menurut Kotler dan Keller (2016),

branding tidak hanya berkaitan dengan penciptaan logo atau slogan, tetapi juga bagaimana menyampaikan nilai, pesan, dan membangun persepsi yang konsisten di benak audiens. *Branding* yang efektif berfungsi untuk membangun hubungan emosional dan meningkatkan kepercayaan terhadap merek, yang membantu menciptakan loyalitas (Aaker, 1996). Dalam konteks ini, *personal branding* berfokus pada bagaimana seseorang memasarkan dirinya dengan menampilkan nilai, kepribadian, dan keahlian di dunia profesional, yang dapat meningkatkan citra dan reputasi (Kaputa, 2012). *Personal branding* juga berperan penting dalam membedakan individu dari pesaing dan membuka peluang karir yang lebih baik (Schawbel, 2015).

Proses membangun *personal branding* melibatkan beberapa elemen, seperti nama, logo, slogan, warna, dan desain, yang semuanya berfungsi untuk menciptakan identitas yang dapat dikenali oleh audiens (Aaker, 1996). Sebagai contoh, dalam membangun *personal branding* di era digital, penting untuk memanfaatkan media sosial dan *platform* seperti *podcast*, yang dapat menjadi sarana efektif untuk mengekspresikan diri dan membangun hubungan dengan audiens (Berkhout, 2014). Konsistensi dalam elemen-elemen ini sangat penting untuk memastikan bahwa citra yang dibangun tetap jelas dan mudah dikenali oleh audiens (Fogg, 2008). Seiring dengan berkembangnya dunia digital, *personal branding* menjadi semakin relevan, terutama bagi remaja yang mempersiapkan diri memasuki dunia profesional, dengan membangun *soft skills* yang dapat mendukung kesuksesan di masa depan (Davis, 2016).

Dalam hal ini, *personal branding* juga perlu dibedakan dari pencitraan, yang sering kali bersifat sementara dan tidak konsisten. Seperti yang dijelaskan oleh Lair, Sullivan, dan Cheney (2005), *personal branding* harus berfokus pada keaslian dan keterpaduan yang berkelanjutan, yang berkontribusi pada pengembangan kredibilitas dan reputasi jangka panjang, sementara pencitraan lebih berorientasi pada hasil instan yang tidak selalu mencerminkan identitas yang sejati.

b. Elemen *Branding*

Sebuah *workshop branding* sering menekankan pentingnya beberapa elemen utama dalam membentuk identitas merek (Permatasari, 2022), yaitu:

1. Nama: Identitas atau nama yang mudah diingat, relevan, dan mencerminkan nilai inti dari *brand.*
2. Logo: Representasi visual dari *brand* yang berfungsi sebagai simbol pengenal utama.
3. Slogan/Tagline: Pesan singkat yang mencerminkan nilai atau manfaat utama dari *brand*, membantu audiens memahami esensi *brand.*
4. Warna dan Desain: Palet warna, font, dan gaya desain yang konsisten yang membedakan *brand* dari yang lain.

c. *Personal Branding*

Personal branding adalah proses membentuk, menarik, dan memelihara persepsi masyarakat terhadap keahlian, prestasi, dan nilai-nilai individu. Seperti

yang dijelaskan oleh Kaputa (2012), dengan *personal branding* yang kuat, seseorang dapat menampilkan citra positif yang meningkatkan kepercayaan dan loyalitas, serta berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. *Personal branding* yang autentik dapat membantu remaja dipandang secara unik dan berbeda, sekaligus menghapus mitos-mitos yang ada (Schawbel, 2015).

Personal branding bukan hanya soal bagaimana seseorang memasarkan dirinya, tetapi juga tentang bagaimana menampilkan nilai, kepribadian, dan keahliannya dalam lingkungan profesional melalui berbagai sarana, seperti personal portfolio dan interaksi sehari-hari (Aaker, 1996). *Personal branding* yang kuat dapat membantu seseorang membangun reputasi yang baik, meningkatkan kredibilitas, dan menarik peluang karir (Kotler & Keller, 2016).

d. *Corporate Branding*

Corporate branding berkaitan dengan menciptakan identitas perusahaan secara keseluruhan. Menurut Balmer (2012), *corporate branding* berfokus pada pembentukan persepsi positif yang konsisten di mata konsumen, mitra bisnis, investor, dan masyarakat umum. *Corporate branding* bukan hanya tentang bagaimana perusahaan mempresentasikan dirinya, tetapi juga bagaimana nilai-nilai inti perusahaan dan budaya organisasi tercermin dalam setiap elemen dari merek tersebut. Hal ini dilakukan melalui pengelolaan corporate portfolio yang mencakup elemen-elemen visual, pesan yang disampaikan, serta pengalaman yang dirasakan oleh berbagai pemangku kepentingan (Fombrun & Shanley, 1990). Dengan demikian, *corporate branding* berperan penting dalam menciptakan hubungan yang kuat dan terpercaya dengan audiens yang lebih luas, serta mendukung strategi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang (Kapferer, 2012). Materi ini penting disampaikan kepada siswa sekolah menengah atas untuk membedakan apa itu *personal branding* dan citra merek pada sebuah produk perusahaan karena berbeda target audiens. Selama ini siswa hanya mengenal merek sebagai merek produk.

e. Identitas Merek (*Brand Identity*)

Identitas merek adalah bagaimana *brand* ingin dilihat oleh audiensnya, yang mencakup elemen-elemen visual seperti logo, warna, dan desain, serta elemen komunikasi seperti bahasa, suara, dan nilai-nilai yang disampaikan (Keller, 2003). Menurut Aaker (1996), identitas merek yang kuat menjadi dasar strategi *branding* yang sukses karena menciptakan kesan pertama yang berkesan dan mudah dikenali. Elemen-elemen tersebut tidak hanya berfungsi sebagai simbol pengenal, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun koneksi emosional dengan audiens. Hal ini berkontribusi pada pembentukan persepsi yang konsisten dan memperkuat posisi merek di pasar (Kapferer, 2012). Identitas merek yang jelas dan autentik memungkinkan *brand* untuk membedakan dirinya dari kompetitor dan menciptakan loyalitas jangka panjang di mata audiens (Van Riel & Balmer, 2013). Siswa diharapkan memiliki pemahaman mengenai elemen-elemen dalam *branding.*

f. Citra Merek (*Brand Image*)

Citra merek adalah bagaimana audiens benar-benar melihat atau merasakan *brand* tersebut, yang terbentuk dari pengalaman langsung maupun tidak langsung dengan produk atau layanan yang ditawarkan (Keller, 2001). Sebagai contoh, Fombrun dan Van Riel (2004) menjelaskan bahwa citra merek dibangun melalui interaksi yang terus-menerus dengan audiens, baik melalui produk yang digunakan, iklan yang ditampilkan, maupun komunikasi di media sosial dan *platform* lainnya. Pengalaman-pengalaman ini akan menciptakan persepsi yang mendalam. Memastikan pengalaman yang konsisten sangat penting dalam menjaga citra merek yang positif, karena ketidakonsistenan dapat merusak kredibilitas merek dan mempengaruhi hubungan dengan audiens (Kapferer, 2012). Oleh karena itu, penting bagi siswa untuk mengelola setiap titik kontak dengan audiens untuk memperkuat citra merek yang diinginkan.

g. Nilai & Misi *Personal Branding*

Nilai inti dan misi setiap *brand* memberikan arah yang jelas serta membantu menciptakan koneksi emosional dengan audiens. Nilai *brand* menjadi dasar dari semua komunikasi dan interaksi, sementara misi memberikan panduan terhadap tujuan akhir *brand*.

h. Pengalaman *Brand* (*Brand Experience*)

Branding bukan hanya tentang tampilan atau pesan, tetapi juga bagaimana seseorang berinteraksi dan memiliki pengalaman atau kesan. Pengalaman *brand* mencakup interaksi langsung (produk atau layanan) maupun tidak langsung (media sosial, iklan, dll.). Pengalaman yang konsisten dan menyenangkan akan memperkuat citra *brand* di mata audiens.

i. Konsistensi dalam *Branding*

Konsistensi adalah kunci dalam *branding*. Dari logo, *tone of voice*, hingga pesan yang disampaikan, semuanya harus seragam agar audiens dapat dengan mudah mengenali, mengingat, dan mempercayai *brand* tersebut. Konsistensi menciptakan identitas yang kuat dan berkelanjutan, yang menjadi dasar dari semua upaya *branding* di masa depan.

j. Membangun Personal *Branding* di Era Digital : Mitos-mitos pada Remaja yang Harus Diminimalisir

Di era digital, remaja menghadapi berbagai tantangan, seperti pola pergaulan yang sangat bebas, merosotnya nilai etika dan tata krama, serta etos kerja yang lemah. Banyak remaja cenderung menyukai budaya instan yang serba cepat dan mudah, serta terjebak dalam Fear of Missing Out (FoMO) terhadap tren-tren yang tidak penting.

k. Potensi Remaja

Remaja harus menyadari potensinya, terutama menjelang tahun 2045, ketika Indonesia akan memasuki bonus demografi. Tolak ukur remaja yang ideal mencakup *Soft Skills* dan *Hard Skills.*

l. *Soft Skills* dan *Hard Skills*

- **Kompetensi Akademik**: Kemampuan yang berkaitan dengan aspek kognitif.
- **Kompetensi Profesional**: Penguasaan dan pelaksanaan tugas serta tanggung jawab sebagai remaja.
- **Kompetensi Pribadi**: Keterampilan yang mencerminkan kepribadian yang stabil, dewasa, dan berwibawa, serta menjadi teladan bagi orang lain.
- **Kompetensi Sosial**: Kemampuan untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif.

m. Manfaat *Personal Branding* bagi Profesional

- Meningkatkan kompetensi diri
- Meningkatkan citra positif
- Meningkatkan kepercayaan masyarakat
- Menjadi identitas yang membedakan secara positif

n. *Personal Branding* dan Pencitraan

Dalam membangun *personal branding*, penting untuk membedakannya dari pencitraan. Seperti yang dijelaskan oleh Montoya (2002), *personal branding* berfokus pada aspek yang autentik dan berkelanjutan, yang melibatkan pengelolaan citra diri yang mencerminkan nilai dan tujuan individu yang sesungguhnya. *Personal branding* bertujuan untuk membangun reputasi yang kuat dan kredibel, dengan menciptakan koneksi emosional yang jujur dengan audiens (Papadopoulos & Heslop, 2002). Sebaliknya, pencitraan seringkali bersifat sementara, berfokus pada gambaran atau identitas yang dapat berubah untuk memenuhi tuntutan situasional tanpa mencerminkan siapa individu sebenarnya. Hal ini, menurut Van Riel dan Balmer (2013), bisa merusak kepercayaan dan mengarah pada ketidaksesuaian antara identitas yang ditampilkan dan kenyataan yang ada. Oleh karena itu, *personal branding* yang autentik lebih efektif dalam menciptakan hubungan yang tahan lama dan membangun kepercayaan dengan audiens.

o. *Personal Branding,* Remaja, dan Kehidupan Masa Depan

Dalam konteks merdeka belajar, kemampuan berikut sangat diperlukan:

- Kemampuan Komunikasi
- Motivasi Tinggi
- Sikap Positif
- *Growth Mindset*
- Refleksi Diri
- Keterampilan Beradaptasi
- Jaringan yang Baik
- Resiliensi
- Menghindari FoMO (*Fear of Missing Out*)

p. Penghambat *Personal Branding*

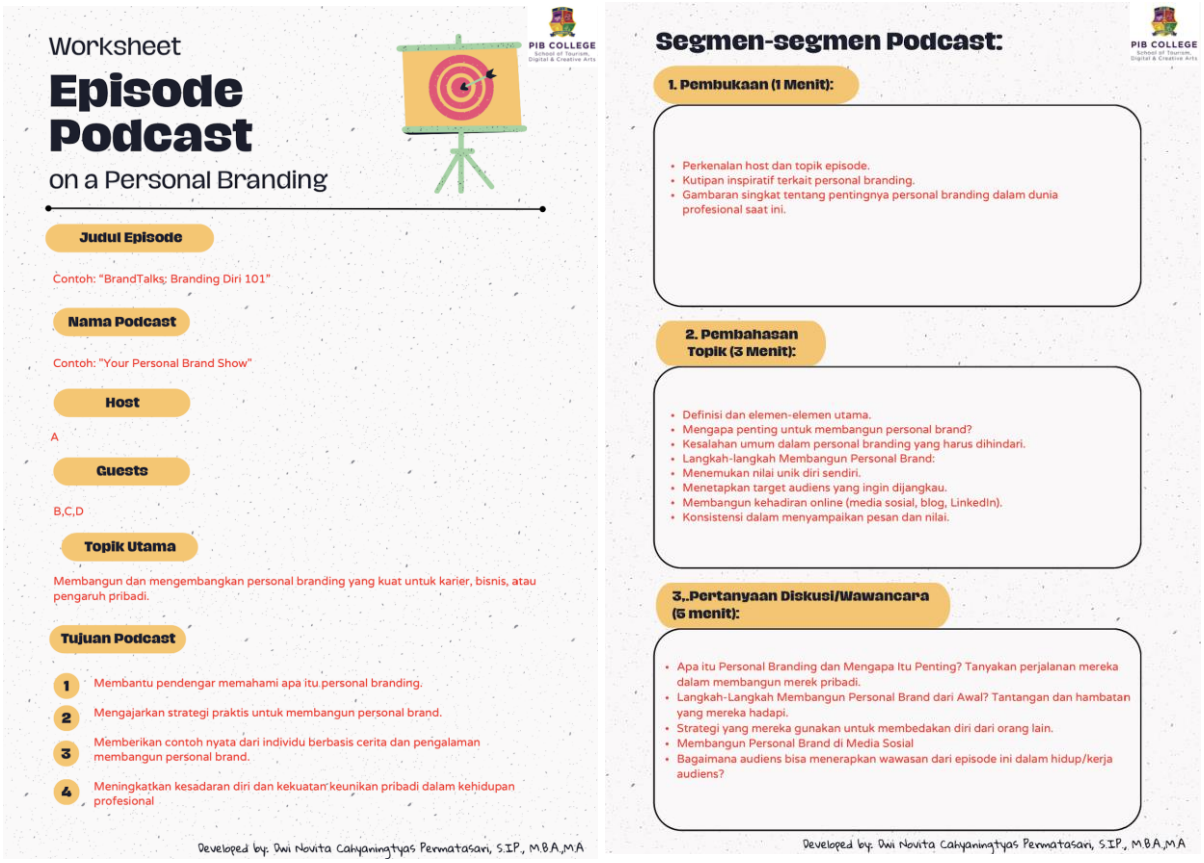
Beberapa penghambat dalam membangun *personal branding* meliputi:

- Tidak memiliki tujuan yang jelas
- Berpura-pura menjadi orang lain
- Tidak mendengarkan saran dari orang lain
- Ketidak konsistenan
- Sikap individualistik
- FoMO terhadap tren negatif
- Pola pikir yang sulit berubah

q. Kondisi dalam Membangun *Personal Branding*

- Mau tapi Tidak Mampu
- Mampu tapi Tidak Mau
- Tidak Mau dan Tidak Mampu
- Mampu dan Mau

Dengan memahami elemen-elemen ini, setiap individu dapat membentuk identitas yang kuat serta memahami dan mengatasi tantangan-tantangan ini. Remaja dapat membangun *personal branding* yang kuat dan siap menghadapi masa depan dengan lebih baik. Adapun materi *project workshop* strategi *personal branding* melalui media digital *podcast* yaitu:



Gambar 1. *Worksheet Episode Podcast on Personal Branding*
(Sumber: Permatasari, 2024)

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada 11 Oktober 2024 di Ruang Perpustakaan Politeknik Internasional Bali (PIB), yang terletak di Jl. Pantai Nyanyi, Beraban, Kec. Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali 8212. Berikut adalah uraian tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Persiapan

Proses persiapan dimulai dengan koordinasi antara PIB dan ALC untuk merancang materi pelatihan dan menentukan narasumber yang kompeten di bidang *personal branding* dan media digital. Selain itu, persiapan logistik dilakukan untuk memastikan kelancaran kegiatan, seperti penyediaan ruang acara, peralatan audio-visual, dan materi pelatihan. Pembagian tugas juga dilakukan untuk mengelola pendaftaran peserta dari SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung, yang masing-masing diwakili oleh 15 siswa.

2. Pelaksanaan

Kegiatan dimulai pada pukul 09.00 WITA dengan pengenalan kampus PIB dan sambutan dari pihak penyelenggara. Setelah itu, sesi pertama berupa pemaparan materi oleh narasumber yang berkompeten mengenai teknik dasar produksi *podcast* dan strategi membangun personal *branding* melalui media digital. Para peserta diberikan penjelasan mendalam tentang pentingnya *personal branding* di era digital dan bagaimana menggunakan *podcast* sebagai alat untuk membangun citra diri yang positif dan autentik. Kemudian, sesi lokakarya berlangsung dengan peserta secara langsung membuat *podcast* yang menggambarkan keahlian dan kepribadian. Para siswa dibimbing oleh instruktur dalam proses pembuatan *podcast*, mulai dari penulisan skrip hingga teknik berbicara di depan mikrofon. Sesi ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengasah keterampilan komunikasi dan berinteraksi dengan audiens. Adapun dengan rincian bentuk pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Bentuk Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal	Waktu WITA	Kegiatan	Penanggungjawab
11 Oktober 2024	08.00-09.00	Peserta berkumpul di lobi utama PIB	Ryan Surya Saputra
	09.00-10.00	Peserta melakukan tur kampus dan pengenalan kampus	Diandra Loraine Michelia
	10.00-10.30	Pemaparan Materi oleh Narasumber Ulul Azam	Ulul Azam
	10.30-11.00	Pemaparan Materi oleh Narasumber Novita	Dwi Novita CP
	11.00-11.15	Pembagian Kelompok Lokakarya	I Made Satria Mahesa Paramartha
	11.15-12.00	Kegiatan Lokakarya : *Project Podcast*	Ulul Azam , Dwi Novita CP
	12.00-12.10	Feedback dan Closing	Ryan Surya Saputra
	12.10-12.15	Foto Bersama	Diandra Loraine Michelia

(Sumber: Permatasari, 2024)

3. Monitoring dan Evaluasi

Selama kegiatan berlangsung, monitoring dilakukan oleh tim penyelenggara untuk memastikan kelancaran setiap sesi dan mendampingi peserta selama proses lokakarya. Evaluasi dilakukan secara langsung melalui sesi tanya jawab dan diskusi kelompok, di mana peserta diberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik terkait materi yang disampaikan dan pengalaman dalam membuat *podcast*. Setelah pelatihan, evaluasi akhir dilakukan dengan meminta peserta untuk mengisi kuisioner terkait tingkat pemahaman dan keterampilan yang didapatkan selama kegiatan. Dari hasil evaluasi ini, diketahui bahwa sebagian besar peserta merasa lebih percaya diri dalam berbicara di depan umum dan lebih paham mengenai pentingnya *personal branding.*

4. Pembuatan Laporan dan Penyerahan Laporan Akhir

Setelah kegiatan selesai, laporan kegiatan disusun secara sistematis, mencakup ringkasan acara, hasil evaluasi, serta foto-foto kegiatan. Laporan ini kemudian diserahkan kepada pihak terkait, baik Politeknik Internasional Bali maupun Azzam Learning Center, untuk mendokumentasikan hasil pengabdian kepada masyarakat ini. Laporan akhir disertakan dengan rekomendasi untuk kegiatan serupa yang dapat dilakukan secara berkala di masa depan.

5. Kendala yang Dihadapi

Selama proses pelaksanaan kegiatan, beberapa kendala sempat muncul, antara lain:

- Perubahan *rundown*: Beberapa peserta diharuskan pulang terlebih dahulu guna mengejar jadwal pesawat kepulangan peserta yang sedikit mengganggu kelancaran jadwal acara.
- Masalah teknis: Pada sesi pembuatan *podcast*, sempat terjadi kendala teknis pada peralatan yang digunakan, meskipun dapat segera diatasi dengan bantuan teknisi yang ada.
- Tantangan komunikasi: Beberapa peserta masih merasa canggung dalam berbicara di depan mikrofon, meskipun hal ini dapat diminimalisir melalui bimbingan dan latihan selama lokakarya.

Berikut ini adalah dokumentasi proses kegiatan di lapangan:

Gambar 2. Dokumentasi Proses Kegiatan di Lapangan
(Sumber: Permatasari, 2024)

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pelatihan dan lokakarya yang diselenggarakan PIB bekerja sama dengan ALC pada 11 Oktober 2024 telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu membangun *personal branding* generasi muda melalui media digital *podcast.* Bertempat di Ruang Perpustakaan PIB, kegiatan ini menarik perhatian siswa dari SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung, dengan total 15 peserta. Program ini memberikan kesempatan berharga bagi remaja untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan membangun kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital.

Agenda kegiatan dimulai dengan pengenalan kampus, diikuti oleh pemaparan materi dari narasumber berpengalaman yang menjelaskan teknik-teknik dasar dalam produksi *podcast* dan strategi membangun citra diri yang positif. Lokakarya memberi kesempatan untuk praktik langsung dalam menciptakan proyek *podcast* yang mencerminkan kepribadian dan keahlian. Sesi ini tidak hanya mendidik, tetapi juga menginspirasi siswa untuk berpikir kreatif dalam membangun *personal branding.*

Ketercapaian kegiatan pelatihan dan lokakarya ini dievaluasi melalui peningkatan kemampuan peserta yang terlihat langsung selama sesi presentasi dan roleplay *podcast* melalui metode observasi. Evaluasi diberikan berdasarkan pengamatan langsung dan hasil yang terukur dari kegiatan pelatihan. Selama kegiatan, terlihat peningkatan kepercayaan diri dalam menyampaikan ide-ide di depan audiens, serta kemampuan untuk memanfaatkan *podcast* sebagai alat untuk membangun *personal branding*. Evaluasi juga dilakukan dengan mengamati interaksi peserta dalam sesi praktik, di mana peserta diberi kesempatan untuk membuat *podcast* yang mencerminkan nilai dan keahlian. Peningkatan kemampuan komunikasi dan rasa percaya diri ini menjadi indikator utama keberhasilan kegiatan, yang menunjukkan bahwa peserta mampu mengaplikasikan keterampilan yang diajarkan untuk membangun citra diri yang kuat di dunia digital.

Hasil ini sejalan dengan tujuan utama dari kolaborasi ini, yaitu meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan *platform podcast* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri. Dengan pendekatan interaktif, peserta diajarkan cara menyampaikan nilai, keahlian, dan kepribadian secara efektif, yang diharapkan dapat membantu bersaing di pasar kerja di masa depan. Melalui pelatihan ini, siswa diharapkan mampu mengembangkan identitas yang kuat dan unik, sehingga dapat memperkuat posisi di dunia profesional dan meningkatkan reputasi.

Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan komunikasi dan kepercayaan diri peserta. Berdasarkan observasi selama sesi presentasi dan roleplay *podcast*, 85% peserta merasa lebih siap dan percaya diri dalam menyampaikan ide-ide di depan umum, sebuah keterampilan yang sangat penting dalam konteks profesional. Selain itu, 90% peserta menyatakan bahwa peserta merasa lebih mampu memanfaatkan *podcast* sebagai alat untuk membangun *personal branding* yang autentik. Dengan pelatihan yang

interaktif dan mendalam, tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga praktik langsung dalam berbicara di depan audiens, 75% peserta mengalami pengurangan rasa gugup saat berbicara di depan audiens, yang berkontribusi pada peningkatan kemampuan berkomunikasi secara efektif. Pengalaman ini memberikan siswa alat dan keterampilan yang diperlukan untuk mengekspresikan diri dengan lebih percaya diri dan jelas, yang akan mendukung mereka dalam membangun citra diri yang kuat di dunia digital.

Selain keterampilan komunikasi, peserta juga menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya *personal branding* dalam karir masa depan. Pelatihan ini menekankan bagaimana membangun identitas yang kuat dan unik dapat memengaruhi persepsi orang lain dan membuka peluang baru. Dengan menggunakan *platform* digital seperti *podcast,* siswa diajarkan cara menyampaikan nilai dan keahlian dengan cara yang menarik dan relevan. Pemahaman ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan pentingnya membangun citra diri, tetapi juga memotivasi untuk proaktif dalam mengelola reputasi pribadi di dunia yang semakin terhubung.

Kerja sama yang efektif antara PIB dan ALC berhasil menciptakan sinergi dalam pengembangan keterampilan generasi muda, menghasilkan dampak positif yang jelas. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menciptakan komunitas belajar di antara siswa dari berbagai institusi pendidikan. Dengan membangun jaringan yang kuat, siswa dapat saling mendukung dan berkolaborasi dalam mencapai tujuan pribadi dan profesional. Melihat hasil yang memuaskan, diharapkan kolaborasi semacam ini dapat berlanjut dan berkembang lebih luas, memberikan manfaat yang lebih besar bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan di dunia kerja yang kompetitif. Berikut ini dokumentasi hasil kegiatan:

Gambar 3. Dokumentasi Hasil Kegiatan di Lapangan
(Sumber: Permatasari, 2024)

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun jaringan antar siswa dari berbagai institusi pendidikan. Dengan hasil yang memuaskan, disarankan agar program serupa diadakan secara berkala dengan melibatkan lebih banyak peserta agar manfaatnya dapat dirasakan lebih luas. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang

baik dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan lokakarya yang diselenggarakan oleh Politeknik Internasional Bali bekerja sama dengan Azzam Learning Center pada 11 Oktober 2024 berhasil mencapai tujuan utama, yaitu membangun *personal branding* generasi muda melalui media digital *podcast.* Program ini berhasil meningkatkan keterampilan komunikasi, membangun kepercayaan diri, serta memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya *personal branding* dalam dunia profesional. Peserta yang berasal dari SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan berbicara di depan umum dan menyampaikan ide dengan lebih percaya diri, serta pemahaman yang lebih baik mengenai cara membangun citra diri yang autentik.

Pelatihan ini juga memberikan wawasan praktis tentang cara menggunakan *podcast* sebagai *platform* untuk mengekspresikan nilai dan keahlian pribadi. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang menggabungkan teori dan praktik dalam mengembangkan keterampilan generasi muda. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan serupa dapat dilanjutkan secara berkala dengan melibatkan lebih banyak peserta agar dampaknya dapat dirasakan lebih luas. Program ini diharapkan menjadi langkah awal yang baik dalam mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin berbasis digital dan kompetitif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada tim Politeknik Internasional Bali dan Azzam Learning Center atas kerja sama dalam menyelenggarakan pelatihan dan lokakarya Strategi *Personal Branding* Melalui Media Digital *Podcast.* Terima kasih juga kepada SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung, serta 15 siswa yang telah berpartisipasi aktif. Apresiasi kami sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam suksesnya kegiatan ini baik berupa dana, tenaga, maupun waktu, dalam kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.

Balmer, J. M. T. (2012). *Corporate Brand Management Imperatives: Custodianship of the Corporate Brand*. Journal of Brand Management, 19(9), 700-711.

Berkhout, S. S. (2014). *Building Your Personal Brand Online: Strategies to Increase Your Visibility, Enhance Your Reputation, and Create Career Opportunities*. Career Press.

Davis, M. R. (2016). *The Impact of Personal Branding on Career Success in the Digital Age*. Journal of Career Development, 42(5), 415-428.

Fogg, B. J. (2008). *The Psychology of Influence and Persuasion in Personal Branding*. Journal of Interactive Marketing, 22(4), 15-30.

Fombrun, C. J., & Shanley, M. (1990). *What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy*. Academy of Management Journal, 33(2), 233-258.

Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. (2004). *Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*. Financial Times Prentice Hall.

Gillin, P., & Schwartzman, A. (2011). *The New Influencers: A Marketer's Guide to the New Social Media*. Quill Driver Books.

Holt, D. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business Review Press.

Kapferer, J.-N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. Kogan Page Publishers.

Kaputa, C. (2012). *You Are a Brand! How Smart People Brand Themselves for Business Success*. Nicholas Brealey Publishing.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Consumer Research, 19*(1), 1-22.

Keller, K. L. (2001). Building customer-based brand equity. *Marketing Management, 10*(2), 14-19.

Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). *Online personal branding: Processes, challenges, and implications*. Journal of Interactive Marketing, 25(1), 41-51.

Lair, D. J., Sullivan, D., & Cheney, G. (2005). *Marketization and the Recasting of the Professional Self: The Rhetoric of Personal Branding*. Management Communication Quarterly, 18(3), 307-343.

Madhavaram, S. R., et al. (2005). Branding and brand equity: A consumer-centered approach. *Journal of Consumer Marketing, 22*(7), 386-392.

Montoya, P. (2002). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. Personal Branding Press.

Papadopoulos, N., & Heslop, L. A. (2002). Country Equity and Country Branding: Problems and Prospects. *Journal of Brand Management*, 9(4), 294-314.

Permatasari, D. N. C. (2022). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan melalui Visual Branding dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 9-22. https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i1.794

Peters, T. (1997). *The Brand Called You*. Fast Company, 1(1), 83-89.

Schawbel, D. (2015). *Promote Yourself: The New Rules For Career Success*. St. Martin's Press.

Schmitt, B. H. (2009). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate*. Free Press.

Seregina, A. (2019). *Podcasting as a tool for personal branding and professional*

networking. Journal of Media & Communication Studies, 11(3), 34-42.

Van Riel, C. B. M., & Balmer, J. M. T. (2013). *The Authentic Brand Management Model: Developing a Balanced Corporate Brand*. European Journal of Marketing, 47(7), 1213-1235.

BINA CIPTA

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Pengelolaan dan Pelayanan Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung
Donni Juni Priansa, Vany Octaviany , Fanni Husnul Hanifa 53

Desain Digital Untuk Generasi Muda: Pengembangan Kemampuan UI/UX Menggunakan Figma Pada SMA Taruna Bangsa Sentul dan SMK Triatmajaya Dalung
I Gede Dody Okta Biantara, I Made Kresna Dana 63

Penyuluhan Potensi Wisata Edukasi Petani Garam di Desa Jumpai Kecamatan Klungkung
Agus Selamet dkk. 74

Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pariwisata Melalui Sosialisasi Pelayanan Prima dan Pengembangan Produk Lokal di Desa Batukaang, Kintamani
Dinar Sukma Pramesti, Billy Tanius, Ketut Wibawa 85

Strategi Personal Branding Melalui Media Digital Podcast
Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari, Ulul Azam 98

PIB Press

Penerbit & Percetakan : PIB Press
Email : lppm@pib.ac.id
info@pib.ac.id
website : www.pib.ac.id

ISSN 2830-5884