



**PENGEMBANGAN KAPASITAS KEPEMUDAAN DI SUMATERA BARAT
MELALUI *WORKSHOP BRANDING* DAN *DIGITAL MARKETING***

Haris Satria^{1*}, Dwi Mutia Sari², Budiwirman³, Eko Purnomo⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Padang
satriaaharis@fbs.unp.ac.id*

Article History:

Received: 05-11-2023

Revised: 11-11-2023

Accepted: 12-11-2023

Keywords: Branding,
Digital Marketing,
Workshop, PKM 2023

Abstract: Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas kepemudaan di Sumatera Barat melalui workshop branding dan digital marketing. Adapun mitra dalam pelaksanaan workshop yaitu DPD KNPI Sumatera Barat. Metode workshop menggunakan pendekatan student centered learning (SCL), dilaksanakan secara offline/ tatap muka dan dibagi menjadi dua sesi yang menghadirkan praktisi branding dan digital marketing. Luaran workshop yaitu menghasilkan new knowledge dan new strategy dalam pengembangan bisnis berkelanjutan untuk anak muda. Implementasi branding dan digital marketing dapat dilaksanakan dengan sinergi dan kolaborasi yang dilaksanakan secara masif.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh). Kepemudaan adalah berbagai hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, kapasitas, aktualisasi diri dan cita-cita pemuda. Hal ini dituangkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan [5]. Untuk menyiapkan kader pemuda kreatif yang unggul dan berdaya saing baik ditingkat nasional maupun internasional, diperlukan upaya khusus dalam peningkatan kapasitas pemuda melalui program pengabdian kepada masyarakat yaitu *workshop branding* dan *marketing strategy*. Hal ini senada dengan upaya yang dilakukan pemerintah provinsi Sumatera Barat dalam rangka mewujudkan program unggulan 'Mencetak 100.000 Millennial Entrepreneur dan Woman Entrepreneur serta Pelaku Ekonomi Kreatif'.

Branding is a continuous process, membuat yang tidak terlihat menjadi tampak dan diperhitungkan [4]. Ibarat dua sisi mata uang, *branding* dan *marketing* harus seiring sejalan agar lebih optimal. Dalam dunia usaha, pemasaran/ *marketing* termasuk salah satu hal yang sangat penting dilakukan dari suatu produk/ jasa yang diciptakan [1]. Melalui *workshop*, *transfer knowledge* dapat dilaksanakan sehingga menghasilkan *new knowledge* dan *new strategy* bagi peserta. Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk mempercepat: upaya peningkatan kemampuan sumber daya manusia, upaya pengembangan masyarakat dan upaya pembinaan [2].

KNPI Sumatera Barat merupakan rumah gadang bagi kepemudaan yang tersebar pada 19 kota kabupaten. Pemuda sebagai aktivis bergeser pola menjadi *entrepreneur* atau disebut dengan istilah *activistpreneur*. Kampanye sosial berbasis kewirausahaan ini baru

saja dicanangkan dan diharapkan dapat dilaksanakan pada semua wilayah di Indonesia. Pada sektor kepemudaan di Sumatera Barat, fokus pada pemberdayaan dan pengembangan. Pada Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) kami melihat kebutuhan yang tinggi untuk pengembangan kapasitas kepemudaan di Sumatera Barat Melalui *workshop branding* dan *digital marketing*. Hal ini dapat mendukung program *activistpreneur* dan bermanfaat bagi kepemudaan dan bisnis berkelanjutan.

Adapun permasalahan mitra yaitu :

1. Belum memahami pentingnya branding dalam menjalankan bisnis/ usaha.
2. *Digital marketing* yang dijalankan masih bersifat *random* tanpa perencanaan.
3. Kurangnya strategi dalam *branding* dan *digital marketing*.

Berdasarkan gambaran di atas, tim melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada kepemudaan di Sumatera Barat dengan tujuan mendorong peningkatan kapasitas pemuda terhadap *branding* dan *marketing* sehingga bermanfaat dalam pengembangan usaha dibidang ekonomi kreatif.

Melalui *workshop branding* dan *digital marketing* diharapkan dapat meningkatkan kapasitas kepemudaan di Sumatera Barat. Peserta program *workshop* mendapatkan ilmu baru yang dapat diimplementasikan terkait strategi *branding* dan *digital marketing*. Ilmu tersebut dapat diaplikasikan pada bisnis yang baru dan akan dijalankan. Pemahaman yang baik akan menghasilkan sesuatu yang baik dan mendorong aktivis juga dapat berbisnis secara *massive (activistpreneur)* serta bermanfaat bagi sekitar.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan keterampilan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tentang '*Branding dan Digital Marketing*' kepada pemuda/pemudi di DPD KNPI Sumbar, khususnya dalam :

1. Memahami proses dari branding dan digital marketing dalam pengembangan usaha.
2. Mengaplikasikan ilmu yang didapatkan dalam rancangan strategi *branding* dan *digital marketing* yang implementatif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *student centered learning (SCL)* melalui *offline/ tatap muka* yang melibatkan partisipasi aktif peserta yang diselenggarakan di Bagindo Aziz Chan Youth Center Padang [3]. *Workshop* dibagi menjadi dua sesi dengan peserta masing-masing angkatan sebanyak 50 (lima puluh) orang pemuda pelaku usaha utusan kabupaten kota se-Sumatera Barat. *Workshop Sesi I (Branding)* dilaksanakan dengan menghadirkan 2 narasumber dan *Workshop Sesi II (Digital Marketing)* menghadirkan 1 narasumber. Adapun materi yang disajikan dalam workshop yaitu *branding & marketing strategy*. Tim PKM juga memberikan pengantar terkait outline kegiatan sebelum dua sesi dilaksanakan.

Adapun tahapan dalam pelaksanaan *workshop branding & marketing strategy* yaitu :

1. Perencanaan
 - a. Membuat panduan *slide* presentasi terkait *branding* untuk dikembangkan narasumber.
 - b. Membuat panduan *slide* presentasi terkait *digital marketing* untuk dikembangkan narasumber.
 - c. Koordinasi dengan panitia terkait teknis pelaksanaan *workshop branding dan digital marketing*.
2. *Workshop*
 - a. Pengantar : menyapa peserta *workshop* dan memberikan motivasi terkait kepemudaan dan tren bisnis di tahun 2023.

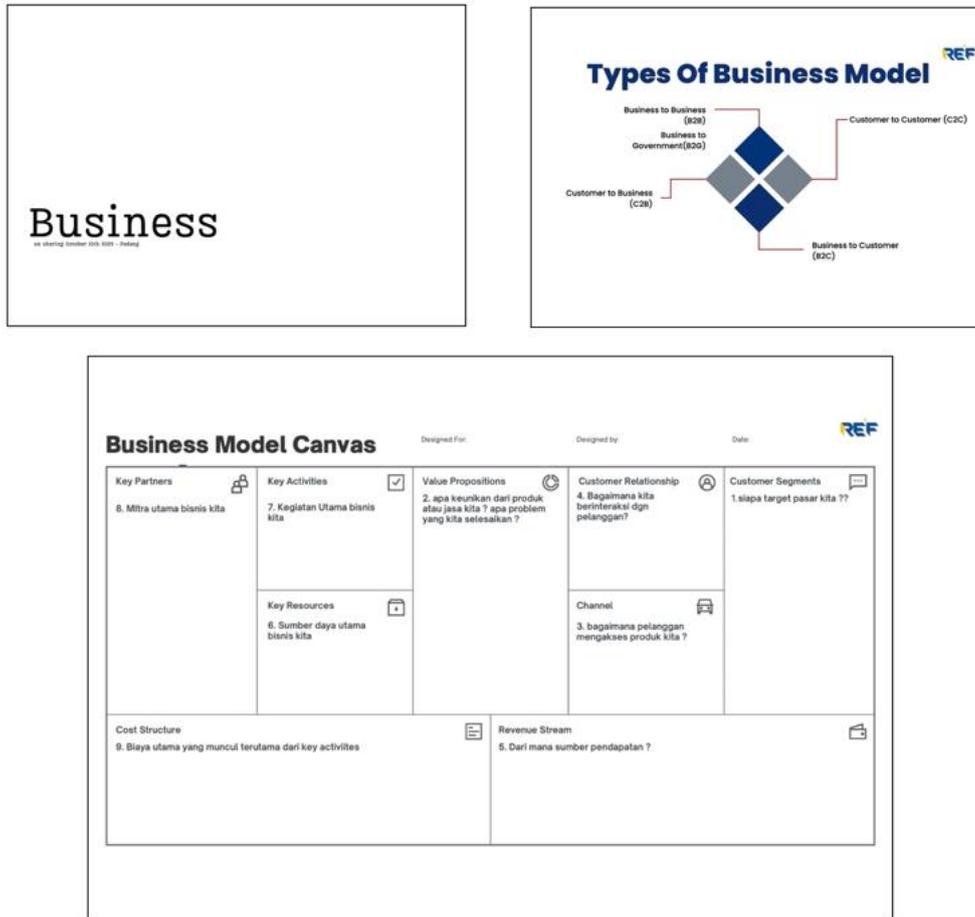
- b. Pelajaran : menjelaskan materi terkait branding dan digital marketing sesuai dengan usaha masing-masing serta memberikan referensi untuk menambah pengetahuan peserta workshop. Proses interaksi dan komunikasi selama *workshop* fokus pada peserta menggunakan pendekatan *student centered learning* (SCL) dengan memberikan kata kunci atau pertanyaan untuk diskusi, sharing dan menyampaikan apapun terkait bisnis yang telah dan akan dijalankan.
 - c. Harapan : dengan adanya *workshop branding & digital marketing*, diharapkan dapat membantu peningkatan kreatifitas pemuda di Sumatera Barat.
3. Evaluasi
- Pelaksanaan evaluasi melalui pertanyaan terbuka setelah *workshop* kepada peserta terkait pemahaman pada materi yang telah disajikan dan praktek yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perencanaan



Gambar 1. Materi Branding Narasumber 1
Sumber : Nofrianti, 2023



Gambar 2. Materi *Branding* Narasumber 2
 Sumber : Refki Riyantori, 2023



Gambar 3. Materi *Digital Marketing* Narasumber 3
 Sumber : Ahmad Hafiz, 2023

2. *Workshop*

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilaksanakan oleh 4 orang tim pengabdian yang berlatar belakang dari program studi desain komunikasi visual departemen seni rupa fakultas bahasa dan seni universitas negeri padang. Pada sesi awal, tim pengabdian

menjelaskan terkait *highlight* PKM kepada narasumber dan peserta agar sesuai dengan target yang akan dicapai. Pengembangan Kapasitas Kepemudaan di Sumatera Barat Melalui *Workshop Branding* dan *Digital Marketing* merupakan bagian dari implementasi tri dharma perguruan tinggi, yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat.



Gambar 4. Penjelasan dari Tim PKM

Sumber : Satria Haris, 2023

Selanjutnya, Ketua DPD KNPI Sumbar selaku mitra dalam pengabdian ini memberikan informasi terkait peserta dan gambaran umum simpul organisasi kepemudaan. Pada kesempatan ini pihak mitra juga menyampaikan bahwa *workshop* yang dilaksanakan kali ini disesuaikan dengan kebutuhan peserta terkait *branding* dan *digital marketing*. Peserta yang dihadirkan merupakan simpul organisasi kepemudaan yang telah dan akan menjalankan usaha.



Gambar 5. Penjelasan dari Mitra

Sumber : Satria Haris, 2023

Proses interaksi dan komunikasi selama *workshop* fokus pada peserta menggunakan pendekatan *student centered learning* (SCL) dengan memberikan kepada peserta untuk lebih aktif dan menanyakan apapun yang ingin mereka ketahui terkait *branding* dan *digital marketing*.



Gambar 6. Suasana *Workshop*

Sumber : Satria Haris, 2023

Narasumber 1 yaitu Uni Nofrianti selaku *womanpreneur* menjelaskan terkait *brand* dan pentingnya *branding* dalam menjalankan usaha. Besar atau kecilnya usaha tergantung pada *value* yang dibangun pada *brand*. Luaran sesi ini yaitu diskusi dan *sharing experience*.



Gambar 7. Narasumber 1

Sumber : Satria Haris, 2023

Narasumber 2 yaitu Uda Refki Riyantori selaku *entrepreneur* menjelaskan terkait *business & sustainability* dalam menjalankan usaha. Pentingnya memahami *type of business model* agar memudahkan dalam membuat perencanaan bisnis. Luaran sesi ini yaitu peserta mengerjakan *business model canvas* secara berkelompok.



Gambar 8. Narasumber 2

Sumber : Satria Haris, 2023

Narasumber 3 yaitu Uda Ahmad hafiz selaku *Digital Marketing Specialist* menjelaskan terkait *how to step* dalam aktivasi bisnis berbasis digital. Bisnis hari ini sangat bergantung pada pemanfaatan teknologi dan anak muda harus melek dengan hal tersebut. Luaran sesi ini yaitu peserta dapat memilih *tools digital marketing* untuk bisnis yang dijalankan.



Gambar 9. Narasumber 3

Sumber : Satria Haris, 2023

3. Evaluasi

Pelaksanaan kegiatan yang seharusnya dilaksanakan pada lokasi mitra, karena kurang kondusif dipindahkan ke Bagindo Aziz Chan Youth Center. Tempat ini telah dilengkapi dengan fasilitas *workshop* dan juga mudah diakses. Dukungan dari berbagai pihak dan kerjasama yang baik menjadikan kegiatan ini dapat terlaksana. Selanjutnya perlu disiapkan *database* pelaku usaha khususnya kategori pemuda.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Pelaksanaan kegiatan *workshop branding & digital marketing* sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
2. Peserta *workshop* merupakan perwakilan kabupaten kota se-Sumatera Barat yang sudah dan akan memiliki usaha.
3. *Workshop* dilaksanakan dengan pendekatan SCL (*Student Centered Learning*) melalui tatap muka/ luring dengan hasil yang lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Rektor UNP, Ketua LPPM, Dekan FBS, Kepala Departemen Seni Rupa, Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual, Tim Administrator Universitas Negeri Padang dan Ketua DPD KNPI Sumatera Barat selaku Mitra Pengabdian serta *stakeholder* yang sudah mendukung. Kegiatan ini didanai oleh PKM Universitas Negeri Padang 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Imron, A; Slamet; Masrokhah. (2023). 'Strategi UMKM Sukses Jualan Online Di Marketplace', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2 No. 4 April, pp. 395-399, 2023.
- [2] Riduan, A. (2016). 'Pelaksanaan Kegiatan Kepada Masyarakat'. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2016.
- [3] Rosyada, D. (2015). 'Student Centered Learning'. www.uinjkt.ac.id/http://dederosyada.lec.uinjkt.ac.id/reviews/studentcenteredlearning, diakses pada tanggal 27 april 2023.
- [4] Satria, H. (2013). 'Rancangan City Branding Kota Padang Pentingnya Sebuah Branding Dalam Perkembangan Kota'. *Jurnal DeKaVe* Vol. 03 No. 05, pp. 13-22, 2013.
- [5] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan. https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_40.pdf, diakses pada tanggal 26 april 2023.