

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Konten Kreator, Personal Branding, dan Edukasi Hak Cipta untuk Meningkatkan Potensi Wisata di Kampung Klaisu, Kampung Dosay, dan Kampung Maribu, Kabupaten Jayapura

¹⁾Ade Irma Awayanti Srem*, ²⁾Kristina Sawen, ³⁾Cheryl Aura Vanecha, ⁴⁾Billy Tokoro

^{1,2,3,4)} Universitas Cenderawasih, Jayapura, Indonesia

Email Corresponding: adesrem@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Konten Creator
Personal Branding
Hak Cipta
Media Sosial

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat di Kampung Klaisu, Kampung Dosay, dan Kampung Maribu, Kabupaten Jayapura, dalam memanfaatkan media sosial untuk pengembangan pariwisata lokal. Permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya kesadaran wisata, kurangnya pemahaman tentang hak cipta, serta keterbatasan dalam pembuatan konten digital yang efektif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kami melakukan pelatihan mengenai pembuatan konten kreator, personal branding, edukasi hak cipta, dan kesadaran wisata berbasis digital. Metode yang digunakan meliputi workshop interaktif, pendampingan individu, dan kampanye promosi digital melalui media sosial. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya personal branding dan perlindungan hak cipta, meskipun kesadaran wisata masih perlu pengembangan lebih lanjut. Dengan pelatihan ini, peserta mampu membuat konten digital yang lebih menarik untuk mempromosikan potensi wisata lokal dan meningkatkan daya saing ekonomi. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memajukan sektor pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut melalui pemanfaatan teknologi digital yang lebih efektif.

ABSTRACT

Keywords:

Content Creator
Personal Branding
Copyright
Social Media

This community service aims to improve the skills of the people in Klaisu, Dosay, and Maribu villages in Jayapura Regency in utilising social media for the development of local tourism. The problems faced are low tourism awareness, lack of understanding of copyright, and limitations in the creation of effective digital content. To overcome these problems, we conducted training on creator content creation, personal branding, copyright education, and digital-based tourism awareness. The methods used included interactive workshops, individual assistance, and digital promotion campaigns through social media. The results of the service show an increase in participants' understanding of the importance of personal branding and copyright protection, although tourism awareness still needs further development. With this training, participants are able to create more engaging digital content to promote local tourism potential and increase economic competitiveness. This service is expected to make a significant contribution to advancing the tourism sector and improving the welfare of the community in the area through the more effective use of digital technology.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial oleh wirausaha milenial telah menjadi kekuatan yang mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Platform-platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook memberikan peluang bagi wirausaha milenial untuk mengembangkan dan mempromosikan produk serta layanan mereka secara kreatif dan efektif. Tren ini telah mendorong banyak individu untuk menggunakan bakat, hobi, dan

keahlian mereka dalam bidang konten kreator, desain grafis, dan pemasaran digital untuk meningkatkan nilai bisnis mereka. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021), pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210,03 juta orang atau sekitar 77,02% dari total penduduk Indonesia. Proyeksi untuk tahun 2023 menunjukkan adanya peningkatan menjadi 215,63 juta orang atau sekitar 78,19%. Angka ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial semakin meluas, yang membuka peluang besar bagi wirausaha milenial untuk memanfaatkan platform digital dalam membangun personal branding. Personal branding, yang merupakan kemasan atau ciri khas yang melekat pada diri seseorang terkait dengan kepribadian, keahlian, passion, gaya hidup, dan hobi (Baruah, 2022), kini menjadi kunci sukses dalam membangun bisnis di era digital. Dengan adanya personal branding yang jelas, wirausaha milenial dapat memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik, dan membangun hubungan yang lebih dekat (Jefry, 2019).

Salah satu profesi yang semakin relevan di era digital adalah content creator. Profesi ini memungkinkan para wirausaha milenial untuk membangun personal branding sekaligus menciptakan konten kreatif yang menarik di platform media sosial. Hal ini sesuai dengan temuan Sari et al. (2020), yang menyatakan bahwa profesi content creator dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi bagi wirausaha. Fenomena ini membuka pintu bagi banyak masyarakat milenial untuk memulai bisnis mereka sendiri, memperluas jangkauan secara global, dan mengubah cara tradisional dalam berbisnis.

Namun, meskipun peluang besar ini ada, di beberapa daerah tertentu, potensi wisata yang dimiliki belum terekspos secara optimal melalui media sosial. Salah satu contoh adalah di kampung Dosay, Maribu, dan Kampung Klaisu di Kabupaten Jayapura. Meskipun memiliki kekayaan alam yang sangat unik, seperti wisata anggrek spesies Alam Pegunungan Cyloop di Kampung Dosay-Maribu dan wisata air terjun di Kampung Klaisu, daerah ini belum mendapatkan perhatian yang memadai baik dari masyarakat lokal maupun nasional. Hal ini berdampak pada kurangnya investasi dalam sektor pariwisata, seperti infrastruktur dan fasilitas yang mendukung (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Kekurangan promosi mengenai potensi wisata ini juga berdampak pada sektor ekonomi di daerah tersebut. Ketergantungan pada sektor ekonomi tradisional, seperti pertanian, menyebabkan daerah ini kesulitan untuk berkembang dalam hal diversifikasi ekonomi. Tanpa adanya promosi yang memadai mengenai potensi wisata, sektor pariwisata yang bisa menjadi sumber pendapatan alternatif sulit berkembang. Sektor pariwisata yang tidak berkembang dengan optimal berpotensi menghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa sebagian besar program pengabdian sebelumnya telah fokus pada upaya promosi sektor pariwisata melalui media sosial di beberapa daerah lainnya. Namun, sebagian besar program ini belum melibatkan secara maksimal peran wirausaha milenial, terutama content creator, dalam memaksimalkan potensi media sosial untuk membangun personal branding dan mempromosikan wisata. Selain itu, sebagian besar pengabdian tersebut kurang mendalami potensi kolaborasi antara pemerintah daerah, pihak swasta, dan masyarakat lokal dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk pengabdian yang tidak hanya fokus pada promosi digital, tetapi juga menyertakan strategi pemberdayaan wirausaha milenial dalam memanfaatkan media sosial secara lebih terintegrasi dan terarah, guna mendukung pembangunan ekonomi dan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Untuk mengatasi masalah ini, kami mengusulkan suatu strategi yang melibatkan wirausaha milenial sebagai content creator dengan keahlian dalam pemasaran digital dan personal branding. Dengan keahlian mereka, kami berharap dapat mempublikasikan konten yang menarik dan informatif mengenai potensi wisata di kampung Dosay, Maribu, dan Klaisu, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat luas. Kolaborasi antara pemerintah daerah, pihak swasta, dan masyarakat setempat juga diperlukan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi (Sari, dkk, 2020).

Sebagian besar pengabdian sebelumnya berfokus pada pengembangan potensi wisata dengan cara yang lebih konvensional, seperti pembangunan infrastruktur atau penyelenggaraan event lokal tanpa memanfaatkan media sosial secara maksimal. Sebagai contoh, pengabdian di daerah seperti Bali atau Yogyakarta telah menunjukkan bahwa promosi wisata melalui media sosial dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan peningkatan pendapatan daerah. Namun, sebagian besar program ini tidak melibatkan wirausaha milenial secara langsung dalam pembuatan konten kreatif yang dapat menarik perhatian pasar global. Pengabdian kami akan menambahkan elemen baru, yakni

pemberdayaan wirausaha milenial dalam konteks pariwisata lokal melalui media sosial, yang diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap sektor pariwisata dan ekonomi daerah.

II. MASALAH

Berdasarkan data dan informasi yang telah disajikan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan prioritas yang perlu ditangani dalam pengabdian ini. Salah satunya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam bidang produksi konten. Masyarakat setempat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan konten yang menarik, seperti narasi, foto, dan video, yang dapat diunggah ke media sosial. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan ini dapat menghambat pengembangan usaha mereka, sehingga diperlukan upaya pelatihan dan pendampingan agar mereka dapat mengoptimalkan potensi barang dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, tantangan dalam pemasaran dan promosi juga menjadi hambatan besar bagi calon wirausaha baru. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, mereka kesulitan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha mereka di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan dalam bidang pemasaran dan promosi untuk membantu wirausaha mengembangkan strategi yang efektif guna memperluas jangkauan pasar. Di sisi lain, dalam era digital ini, peningkatan personal branding menjadi aspek yang sangat penting. Masyarakat perlu memahami betapa pentingnya personal branding untuk membuka peluang karir, memperluas jaringan, dan membangun reputasi yang baik. Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan dalam bidang personal branding sangat diperlukan untuk membantu masyarakat mengembangkan diri dan memanfaatkan platform digital secara efektif. Selain itu, pemahaman tentang Undang-Undang (UU) Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta juga krusial bagi content creator. Pemahaman yang terbatas mengenai hak cipta dapat menimbulkan pelanggaran yang merugikan, baik secara finansial maupun hukum. Oleh karena itu, penting bagi content creator untuk memahami dengan baik ketentuan mengenai hak cipta, sanksi, dan tindakan hukum terkait, agar mereka dapat berkarya secara sah dan terlindungi. Dengan mengatasi permasalahan ini secara komprehensif dan kolaboratif—melibatkan masyarakat, content creator, akademisi, dan pemerintah—diharapkan dapat meningkatkan kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan kearifan lokal di tiga kampung, sekaligus mendorong perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 1. Kebun Anggrek dan Air Terjun di Kampung Dosay

III. METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) yang menggabungkan metode pelatihan, wawancara, dan observasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu penguatan karakter entrepreneurship di Kampung Dosay, Maribu, dan Kampung Klaisu Kabupaten Jayapura. Pendekatan ini didasarkan pada metodologi yang telah diuji dalam penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pemberdayaan masyarakat melalui media sosial dan personal branding (Sari et al., 2020; Jefry, 2019). Berikut adalah rincian metodologi yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini:

1. Sasaran Pengabdian

Sasaran utama dalam pengabdian ini adalah masyarakat setempat yang terlibat dalam sektor pariwisata, wirausaha milenial, serta generasi muda yang memiliki potensi untuk menjadi konten kreator dan pelaku bisnis di masa depan. Kegiatan ini ditujukan untuk memberdayakan mereka melalui pelatihan dan

pendampingan yang meningkatkan keterampilan dalam pembuatan konten, personal branding, pemahaman tentang hak cipta, dan kesadaran akan potensi wisata lokal.

2. Lokasi Kegiatan

Pengabdian ini dilaksanakan di tiga kampung yang berada di Kabupaten Jayapura, yang masing-masing memiliki karakteristik unik dan potensi yang dapat dikembangkan dalam sektor pariwisata. Kegiatan pertama diselenggarakan di Kampung Klaisu pada tanggal 15 Maret 2024, diikuti dengan Kampung Dosay pada tanggal 22 Maret 2024, dan Kampung Maribu pada tanggal 29 Maret 2024. Setiap kampung melibatkan peserta yang terdiri dari wirausaha milenial, masyarakat setempat, serta individu yang memiliki minat untuk mengembangkan usaha berbasis pariwisata, terutama dalam memanfaatkan potensi alam dan budaya lokal. Secara keseluruhan, jumlah peserta yang terlibat dalam pengabdian ini adalah 74 orang, yang terbagi menjadi 27 peserta di Kampung Klaisu, 22 peserta di Kampung Maribu, dan 25 peserta di Kampung Dosay. Kehadiran peserta ini mencerminkan antusiasme masyarakat yang berkomitmen untuk memajukan sektor pariwisata melalui peningkatan keterampilan dalam konten kreator, personal branding, dan pemahaman tentang hak cipta.

3. Metode Pelaksanaan

a) Pelatihan Konten Kreator dan Personal Branding

Pelatihan dilakukan dengan pendekatan interaktif, di mana peserta diberikan materi tentang pembuatan konten visual yang menarik (foto dan video) dan pembuatan narasi yang dapat menarik perhatian audiens. Teknik yang digunakan mencakup fotografi dasar, videografi, serta penggunaan aplikasi pengeditan foto dan video. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan dalam membangun personal branding yang kuat melalui media sosial. Pendekatan ini merujuk pada penelitian sebelumnya mengenai efektivitas pelatihan konten kreator dalam meningkatkan keterampilan dan kreativitas peserta (Sari et al., 2020).

b) Edukasi Hak Cipta

Dalam rangka melindungi karya-karya yang dihasilkan oleh para content creator, peserta diberikan pemahaman mengenai hak cipta, termasuk undang-undang yang berlaku, proses pendaftaran hak cipta, serta pentingnya perlindungan karya kreatif. Edukasi ini dilakukan dengan metode sosialisasi dan diskusi kelompok untuk memastikan peserta memahami pentingnya menjaga hak cipta dalam setiap karya yang dihasilkan. Prosedur ini mengacu pada penelitian oleh Sari et al. (2020) yang menekankan pentingnya edukasi hak cipta untuk melindungi karya kreatif di era digital.

c) Edukasi Kesadaran Wisata

Program workshop diselenggarakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai potensi wisata lokal. Peserta diberi pemahaman tentang manfaat pariwisata, cara-cara mempromosikan destinasi wisata, serta bagaimana menggunakan media sosial untuk menarik minat wisatawan. Kampanye kesadaran juga dilakukan dengan melibatkan peserta untuk aktif berbagi informasi tentang wisata lokal melalui platform digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa promosi wisata melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan kunjungan wisatawan (Jefry, 2019).

4. Materi Kegiatan

Materi yang disampaikan dalam pengabdian ini meliputi:

- 1) Pelatihan Konten Kreator: Teknik pembuatan konten visual, penggunaan media sosial, pengeditan foto dan video, serta narasi yang efektif.
- 2) Pelatihan Personal Branding: Membangun citra diri yang kuat, membangun koneksi dengan audiens, dan menggunakan platform digital secara optimal.
- 3) Edukasi Hak Cipta: Pengetahuan dasar mengenai hak cipta, perlindungan karya kreatif, dan pemahaman tentang UU Hak Cipta No. 28 Tahun 2014.
- 4) Edukasi Kesadaran Wisata: Potensi wisata lokal, manfaat pariwisata, cara mempromosikan destinasi wisata melalui media sosial.

5. Proses Pelaksanaan

1) Pendekatan Interaktif

Selama pelatihan, peserta diajak untuk berdiskusi dan berkolaborasi dalam kelompok untuk memecahkan masalah yang terkait dengan pengembangan pariwisata dan pembuatan konten. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan suasana pembelajaran yang kolaboratif dan aplikatif.

2) Pendampingan Individu

Pendampingan individu diberikan untuk membantu peserta dalam menerapkan materi yang telah diterima, baik dalam pembuatan konten maupun pengembangan personal branding. Pendampingan ini dilakukan setelah sesi pelatihan utama dan bertujuan untuk memastikan setiap peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dengan baik.

3) Kampanye Promosi Digital

Peserta juga dilibatkan dalam kampanye promosi melalui media sosial dengan membuat konten yang menarik terkait potensi wisata lokal. Setiap peserta diminta untuk mengunggah konten yang mereka buat dan mempromosikan wisata kampung mereka melalui akun media sosial masing-masing.

6. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan penilaian terhadap konten yang telah dihasilkan oleh peserta. Data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk menilai efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap peningkatan kesadaran wisata, pengembangan konten kreator, dan pemahaman tentang hak cipta serta personal branding. Skor rata-rata yang diberikan oleh peserta pada setiap aspek pelatihan (kesadaran wisata, konten kreator, personal branding, dan hak cipta) akan dianalisis untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan (Yakin et al., 2023).

7. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan secara berkala, baik selama pelaksanaan maupun setelah program selesai. Evaluasi ini mencakup penilaian terhadap tingkat pemahaman peserta, kualitas konten yang dihasilkan, serta dampak kegiatan terhadap peningkatan kesadaran wisata dan pengembangan ekonomi lokal. Evaluasi ini akan dilakukan menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi langsung terhadap implementasi materi yang telah diajarkan.

8. Bahan dan Sumber yang Digunakan

- 1) Materi pelatihan yang disusun oleh tim pengabdian berdasarkan referensi dari buku dan artikel terkait pemasaran digital, personal branding, hak cipta, dan pariwisata.
- 2) Aplikasi editing foto dan video (misalnya, Adobe Photoshop, Lightroom, dan aplikasi pengeditan video) yang digunakan dalam pelatihan konten kreator.
- 3) Buku dan dokumen yang membahas mengenai hak cipta dan peraturan yang relevan dalam perlindungan karya kreatif.

Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan pengabdian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran wisata, pengembangan konten kreator, dan pemahaman tentang hak cipta, sehingga dapat mendorong pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi masyarakat di Kampung Dosay, Maribu, dan Kampung Klaisu.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di tiga kampung yang berlokasi di Kabupaten Jayapura, yaitu Kampung Klaisu dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2024, Kampung Dosay pada tanggal 22 Maret 2024, dan Kampung Maribu pada tanggal 29 Maret 2024.

Jumlah Peserta Kegiatan

Tabel 1. Peserta Kegiatan

No	Nama Kampung	Jumlah Kehadiran
1	Kampung Klaisu	27 Peserta
2	Kampung Maribu	22 Peserta
3	Kampung Dosay	25 Peserta

Permasalahan

Dari hasil Pengabdian kepada Masyarakat di Kampung Klaisu, Kampung Maribu, dan Kampung Dosay, beberapa permasalahan yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran Wisata

Rata-rata penilaian: 0,9

Meskipun beberapa responden menunjukkan kesadaran akan potensi wisata, skor yang rendah menunjukkan bahwa masih banyak yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pariwisata di daerah tersebut.

2. Konten Kreator

Rata-rata penilaian: 6,6

Banyak responden telah memahami peran konten kreator, dengan beberapa memberikan penilaian yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa ada potensi untuk mengembangkan konten yang menarik dan berkualitas guna mempromosikan potensi wisata.

3. Personal Branding

Rata-rata penilaian: 6,3

Penilaian yang cukup baik menunjukkan bahwa sebagian besar responden memahami pentingnya personal branding dalam pengembangan diri dan promosi produk atau jasa. Ini adalah aspek yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

4. Hak Cipta

Rata-rata penilaian: 4,5

Pemahaman tentang hak cipta masih perlu ditingkatkan. Meskipun beberapa responden memberikan penilaian yang baik, masih ada yang tidak menyadari pentingnya perlindungan karya mereka.

Dari hasil wawancara, terdapat beberapa poin penting yang perlu diperhatikan: Peningkatan Kesadaran: Diperlukan program edukasi yang lebih intensif mengenai potensi wisata dan pentingnya promosi melalui media sosial. Pengembangan Konten: Pemanfaatan wirausaha milenial sebagai konten kreator dapat dimaksimalkan untuk menciptakan materi promosi yang menarik. Pelatihan Personal Branding: Diperlukan pelatihan lebih lanjut untuk meningkatkan kemampuan personal branding di kalangan masyarakat. Edukasi Hak Cipta: Penting untuk memberikan informasi yang memadai tentang hak cipta agar masyarakat dapat melindungi karya mereka.

Solusi untuk Meningkatkan Potensi Wisata di Kampung Klaisu

1. Edukasi dan Pelatihan Kesadaran Wisata

- a) Program Workshop: Selenggarakan workshop tentang potensi wisata lokal, manfaat pariwisata, dan cara mempromosikan destinasi wisata.
- b) Kampanye Kesadaran: Buat kampanye melalui media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata bagi ekonomi lokal.

2. Pengembangan Konten Kreator

- a) Pelatihan Konten Kreator: Adakan pelatihan bagi wirausaha milenial tentang pembuatan konten visual yang menarik, termasuk teknik fotografi dan videografi.
- b) Kolaborasi dengan Influencer: Libatkan influencer media sosial untuk memperkenalkan kampung dan potensi wisatanya kepada audiens yang lebih luas.

3. Program Personal Branding

- a) Pelatihan Personal Branding: Selenggarakan sesi pelatihan untuk membekali masyarakat dengan pengetahuan tentang cara membangun citra diri yang kuat di media sosial.
- b) Mentoring: Sediakan mentor dari kalangan profesional yang dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan strategi personal branding.

4. Edukasi tentang Hak Cipta

- a) Sosialisasi Hak Cipta: Lakukan sosialisasi tentang pentingnya hak cipta dan cara melindungi karya kreatif agar masyarakat memahami perlunya melindungi konten yang mereka buat.
- b) Pendampingan Hukum: Kerja sama dengan lembaga hukum untuk memberikan bantuan hukum dan konsultasi tentang perlindungan hak cipta.

5. Pembangunan Infrastruktur Pariwisata

- a) Kolaborasi dengan Pemerintah: Bersinergi dengan pemerintah daerah untuk meningkatkan infrastruktur yang mendukung pariwisata, seperti akses jalan, penginapan, dan fasilitas umum.
- b) Pengembangan Fasilitas Wisata: Rencanakan dan bangun fasilitas yang memadai untuk wisatawan, seperti tempat parkir, toilet, dan area istirahat.

6. Pemasaran dan Promosi Bersama

- a) Pembuatan Website: Kembangkan website resmi yang menampilkan semua potensi wisata, acara, dan informasi terkait Kampung Klaisu.
 - b) Media Sosial: Manfaatkan platform media sosial untuk membagikan konten yang menarik dan informatif tentang kampung dan potensi wisatanya.
7. Monitoring dan Evaluasi
- a) Tim Monitoring: Bentuk tim yang bertugas untuk memantau perkembangan dan dampak dari program-program yang telah dilaksanakan.
 - b) Evaluasi Berkala: Lakukan evaluasi berkala untuk menilai efektivitas program dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Kampung Klaisu, Kampung Maribu, dan Kampung Dosay akan mencakup berbagai aspek yang terkait dengan pelaksanaan program dan kegiatan yang telah dilaksanakan. Dokumentasi ini bertujuan untuk mencatat dan mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan, serta hasil yang dicapai untuk keperluan evaluasi dan promosi lebih lanjut. Beberapa komponen penting yang akan ditampilkan dalam dokumentasi kegiatan ini antara lain:



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Kampung Klaisu, Kampung Dosai dan Kampung Maribu



Gambar 3. Pelatihan konten Kreator bersama Masyarakat Klaisu dan Penyampaian materi Gak Cipta



Gambar 4. Pelatihan Konten Kreator bersama Pemuda Dosai

Pembahasan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Kampung Klaisu, Kampung Dosay, dan Kampung Maribu Kabupaten Jayapura berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan masyarakat setempat melalui pelatihan konten kreator, personal branding, edukasi hak cipta, dan peningkatan kesadaran wisata. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan keterampilan praktis yang berkaitan dengan teknologi digital dan pemasaran berbasis media sosial, yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing ekonomi lokal melalui sektor pariwisata.

Salah satu tujuan utama pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai potensi wisata lokal. Berdasarkan hasil evaluasi, meskipun sebagian peserta telah menunjukkan kesadaran terhadap potensi wisata, skor rata-rata yang rendah (0,9) mengindikasikan bahwa masih banyak yang perlu dilakukan dalam hal edukasi dan promosi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawan et al. (2023), yang menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata lokal sering kali terbatas pada pengetahuan dasar. Oleh karena itu, kegiatan ini menekankan pentingnya edukasi lebih intensif, termasuk pelatihan terstruktur dan kampanye digital untuk memperkenalkan potensi wisata secara lebih luas. Program pelatihan ini sejalan dengan upaya yang dilakukan dalam pengabdian sebelumnya yang menekankan penggunaan media sosial sebagai alat promosi wisata (Setiawan et al., 2023). Namun, pengabdian ini berbeda dengan pengabdian sebelumnya, karena mencakup pelatihan yang lebih komprehensif terkait strategi pemasaran digital, termasuk pembuatan konten dan penggunaan media sosial secara lebih terarah.

Selain itu, kegiatan ini berhasil mengidentifikasi adanya potensi besar dalam pengembangan konten kreator dan personal branding di kalangan masyarakat setempat. Berdasarkan penilaian yang cukup tinggi (6,6), banyak peserta yang telah memahami peran konten kreator dalam mempromosikan produk dan potensi wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Rizki dan Fadli (2022), yang menekankan bahwa personal branding yang kuat akan meningkatkan kreativitas dan daya tarik konten yang dibuat oleh wirausaha milenial. Program pelatihan ini tidak hanya mengajarkan dasar pembuatan konten visual, seperti foto dan video, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan membangun citra diri yang kuat di media sosial. Dalam pengabdian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sari et al. (2020), lebih banyak fokus diberikan pada promosi produk lokal melalui pembuatan konten, namun tidak secara khusus membahas pentingnya personal branding. Oleh karena itu, pengabdian ini memperkenalkan elemen baru dalam pemberdayaan wirausaha, yang menggabungkan kedua aspek penting ini untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas produk serta destinasi wisata lokal.

Tantangan yang muncul dalam kegiatan ini adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang hak cipta, dengan penilaian rata-rata yang rendah (4,5). Hal ini menunjukkan bahwa banyak peserta yang terlibat dalam pembuatan konten tanpa menyadari potensi pelanggaran hak cipta yang dapat merugikan mereka di kemudian hari. Penelitian oleh Wulandari dan Nugroho (2021) juga menekankan pentingnya pemahaman mengenai hak cipta dalam pengembangan bisnis berbasis digital, khususnya bagi konten kreator. Meskipun pengabdian ini telah memberikan edukasi mengenai hak cipta yang relevan, masih banyak yang perlu dilakukan untuk mendalami materi tentang prosedur pendaftaran hak cipta dan cara menghindari pelanggaran hukum terkait karya digital. Berbeda dengan pengabdian sebelumnya yang lebih fokus pada

pemasaran dan personal branding, pengabdian ini memberikan porsi yang lebih besar pada pemahaman hak cipta sebagai langkah untuk melindungi karya kreatif yang dihasilkan oleh para konten kreator, yang dapat memberikan perlindungan hukum dan mencegah kerugian finansial.

Secara keseluruhan, pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan dalam pembuatan konten, personal branding, pemahaman hak cipta, dan kesadaran wisata adalah faktor kunci dalam mengoptimalkan potensi pariwisata di Kampung Klaisu, Kampung Dosay, dan Kampung Maribu. Temuan yang dihasilkan dari kegiatan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya media sosial dan pemasaran digital dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha, serta pentingnya perlindungan terhadap karya kreatif. Meskipun pengabdian ini serupa dengan pengabdian sebelumnya dalam hal penggunaan media sosial untuk promosi, pengabdian ini memiliki pendekatan yang lebih terintegrasi dengan fokus pada pemberdayaan wirausaha milenial untuk membangun personal branding dan memanfaatkan media sosial dengan cara yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Dengan demikian, pengabdian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi lokal di ketiga kampung tersebut, sekaligus mendorong kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital secara lebih efektif.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat di Kampung Klaisu, Kampung Dosay, dan Kampung Maribu, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat terkait dengan potensi wisata, pembuatan konten kreatif, personal branding, dan pemahaman tentang hak cipta. Meskipun terdapat kesadaran awal mengenai potensi wisata, skor rendah (0,9) menunjukkan perlunya edukasi lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman mendalam tentang cara mempromosikan sektor pariwisata melalui media sosial dan teknologi digital. Selain itu, pengembangan konten kreator dan personal branding menunjukkan potensi besar, dengan skor tinggi (6,6), yang menunjukkan bahwa banyak peserta memahami peran media sosial untuk mempromosikan produk dan wisata lokal. Namun, pemahaman mengenai hak cipta masih terbatas, dengan skor 4,5, yang menandakan perlunya edukasi lebih mendalam tentang perlindungan karya kreatif. Kolaborasi antara pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat setempat juga terbukti penting dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan.

Rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya mencakup peningkatan program edukasi yang lebih interaktif dan berbasis teknologi, pendalaman sosialisasi hak cipta, peningkatan infrastruktur pariwisata, serta kolaborasi lebih lanjut dengan pihak terkait untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan dampak positif, tetapi untuk hasil yang lebih optimal, tindak lanjut yang berkelanjutan sangat diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). *Laporan Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2021*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Baruah, T.D. (2022). *Personal Branding dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Wirausaha Milenial*. *Journal of Marketing and Entrepreneurship*.
- Baruah, T.D. (2012). *Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study*. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5): 1-10.
- Heni Suci Iriyani. (2023). *Skripsi Peran Reformasi Digitalisasi Terhadap Pengelolaan Objek Wisata Di Kampung Yoboi Distrik Sentani Kabupaten Jayapura Papua*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uncen.
- Jefry, M. Soesanty. (2019). *Contribution of Social Media in Increasing Marketing of Creative Economy Product*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 123 (2019): 87-89.
- Jefry, R. (2019). *Meningkatkan Kreativitas Wirausaha melalui Personal Branding dan Media Sosial*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Digital*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Katadata. (2023, February 23). *Usia Produktif Mendominasi Pengguna Internet*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>.
- Rizki, A., & Fadli, M. (2022). *Pengembangan Personal Branding bagi Wirausaha Milenial melalui Konten Kreator di Media Sosial*. *Jurnal Teknologi Digital dan Bisnis*.

- Sari, A., et al. (2020). *Peran Media Sosial dalam Pengembangan Personal Branding bagi Wirausaha Milenial. Jurnal Digital Marketing.*
- Setiawan, D., Suhendi, A., & Sari, M. (2023). *Peningkatan Kesadaran Masyarakat terhadap Potensi Wisata Lokal melalui Pemasaran Digital. Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.*
- Sari, Anggri Puspita dkk. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online.* Kita Menulis: Yogyakarta.
- Undang-undang (UU) Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Indonesia, Pemerintah Pusat 2014.
- Wulandari, L., & Nugroho, Y. (2021). *Perlindungan Hak Cipta di Era Digital: Tantangan dan Solusi bagi Konten Kreator. Jurnal Hukum dan Kewirausahaan Digital.*
- Yakin, I. H., Supriatna, U., Rusdian, S., & Global Akademia, M. (2023). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif). Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents.*