

Sosialisasi Pembuatan Desain Flyer Berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam Memasarkan Olahan Ikan Bandeng pada Mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar

Muhammad Qurays¹, Sumarni², Geminastiti Sakir³, Syarifuddin Dollah⁴

¹Universitas Nusantara Harapan, Indonesia

²Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda, Indonesia

³Universitas Negeri Makassar, Indonesia

⁴Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Muhammad Qurays

E-mail : muhammadqurays685@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar dalam memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk pembuatan desain flyer sebagai media pemasaran produk olahan ikan bandeng. Pemanfaatan AI dalam desain grafis saat ini menjadi tren karena mampu mempercepat proses produksi materi promosi serta menghasilkan visual yang lebih menarik secara efisien, sebagaimana ditegaskan bahwa AI dapat meningkatkan kreativitas dan efektivitas komunikasi pemasaran secara signifikan (Kotler et al., 2023). Kegiatan sosialisasi dilakukan melalui metode demonstrasi interaktif, praktik langsung, dan pendampingan berbasis proyek agar peserta mampu menghasilkan desain ready-to-publish. Produk lokal seperti olahan ikan bandeng dipilih karena memiliki potensi ekonomi yang tinggi dan membutuhkan strategi branding visual yang kuat untuk meningkatkan daya saing, sejalan dengan pandangan bahwa pemasaran visual merupakan kunci dalam menarik minat konsumen (Henderson & Cote, 2018). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menguasai penggunaan platform AI seperti Canva AI, Adobe Express AI, dan ChatGPT Image Generator dalam memproduksi flyer profesional. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dan kearifan lokal dapat memperkuat kompetensi kewirausahaan akademik. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pengembangan kapasitas digital yang dapat direplikasi pada berbagai konteks pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci – Sosialisasi, pemasaran, olahan ikan bandeng

Abstract

This community service activity aims to improve the capacity of Makassar State University Doctoral Program students in utilizing Artificial Intelligence (AI) technology to create flyer designs as a marketing medium for processed milkfish products. The use of AI in graphic design is currently trending because it can accelerate the production process of promotional materials and produce more attractive visuals efficiently. As emphasized, AI can significantly increase the creativity and effectiveness of marketing communications (Kotler et al., 2023). The socialization activity was carried out through interactive demonstrations, hands-on practice, and project-based mentoring so that participants were able to produce ready-to-publish designs. Local products such as processed milkfish were chosen because they have high economic potential and require a strong visual branding strategy to increase competitiveness, in line with the view that visual marketing is key to attracting consumer interest (Henderson & Cote, 2018). The results of the activity showed that participants were able to master the use of AI platforms such as Canva AI, Adobe Express AI, and ChatGPT Image Generator in producing professional flyers. These findings suggest that the integration of digital literacy and local wisdom

can strengthen academic entrepreneurial competencies. This activity is expected to become a model for digital capacity development that can be replicated in various community empowerment contexts.

Keywords - *Socialization, marketing, processed milkfish*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam dunia pemasaran, pendidikan, dan pengembangan kompetensi masyarakat. Salah satu teknologi yang paling berpengaruh adalah *Artificial Intelligence* (AI), yang kini banyak dimanfaatkan dalam berbagai bidang, termasuk desain grafis, manajemen pemasaran, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam konteks pendidikan tinggi, penguasaan AI menjadi keterampilan yang sangat penting karena dapat meningkatkan produktivitas akademik sekaligus membuka peluang inovasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa era transformasi digital menuntut masyarakat akademik untuk mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam berbagai aktivitas profesional (Schwab, 2020). Dengan demikian, sosialisasi pemanfaatan AI untuk pembuatan desain flyer merupakan kebutuhan strategis bagi mahasiswa program doktor, terutama dalam mendukung kegiatan akademik dan nonakademik berbasis pemberdayaan masyarakat.

Produk olahan ikan bandeng merupakan salah satu komoditas unggulan daerah pesisir Sulawesi Selatan yang memiliki potensi pasar luas jika dikembangkan dengan strategi branding dan pemasaran modern. Menurut penelitian sebelumnya, kekuatan visual dalam promosi makanan lokal mampu meningkatkan persepsi kualitas produk dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Wibisono, 2021). Namun demikian, banyak pelaku usaha maupun pendamping masyarakat yang belum memiliki keterampilan desain grafis yang memadai sehingga materi promosi yang dihasilkan kurang menarik dan tidak mampu bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif. Karena itu, pemanfaatan AI sebagai alat bantu desain menjadi solusi praktis untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia, sebagaimana diungkapkan bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi proses kreatif tanpa mengurangi nilai estetika produk (Shneiderman, 2022).

Mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar memiliki posisi strategis sebagai agen transformasi pengetahuan yang dapat menjembatani kebutuhan masyarakat dengan inovasi teknologi. Melalui kegiatan sosialisasi seperti ini, mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan teknologi digital untuk memperkuat nilai tambah produk lokal. Pendekatan ini didukung oleh literatur yang menekankan pentingnya kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam menciptakan solusi yang relevan dan berkelanjutan (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000). Selain itu, pelibatan mahasiswa doktoral dalam pengembangan media promosi digital berbasis AI dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola proyek pemberdayaan teknologi, yang merupakan bagian penting dari pengembangan kompetensi akademik tingkat lanjut.

Pembuatan flyer berbasis AI juga relevan dalam konteks perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Di era digital, konsumen cenderung lebih cepat merespons informasi visual yang menarik dibandingkan teks panjang, sehingga desain flyer memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan pemasaran secara efektif. Penelitian menunjukkan bahwa desain visual yang kuat akan meningkatkan engagement audiens secara signifikan pada platform digital seperti Instagram dan Facebook (Alalwan, 2020). Dengan menyediakan pelatihan desain berbasis AI kepada mahasiswa doktoral, kegiatan ini tidak hanya membekali mereka dengan keterampilan teknis, tetapi juga membuka wawasan mengenai strategi komunikasi visual modern.

Selain itu, kegiatan sosialisasi ini turut berkontribusi pada penguatan literasi digital mahasiswa, khususnya dalam kemampuan mengkritisi, memilih, dan menggunakan teknologi secara bertanggung jawab. Penguatan literasi digital menjadi prioritas nasional sebagaimana disampaikan bahwa keterampilan digital merupakan salah satu kompetensi abad 21 yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas akademik dan profesional (UNESCO, 2022). Melalui penguasaan teknologi desain AI, mahasiswa tidak hanya mampu menghasilkan karya visual berkualitas tinggi, tetapi juga memahami bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mendukung keberlanjutan usaha kecil berbasis lokal seperti olahan ikan bandeng.

Dengan melihat berbagai urgensi tersebut, maka kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan peningkatan keterampilan digital mahasiswa doktoral dalam menciptakan media promosi berbasis AI. Kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan luaran berupa desain flyer yang menarik, relevan, dan dapat diterapkan secara nyata dalam promosi produk olahan ikan bandeng. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memperkuat hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat melalui implementasi teknologi tepat guna, sejalan dengan konsep bahwa perguruan tinggi memiliki tanggung jawab sosial dalam pengembangan ekonomi lokal (Gibbons, 1994). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memberikan dampak praktis bagi pembangunan masyarakat.

Pemilihan tema sosialisasi pembuatan desain flyer berbasis AI pada mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar didasari oleh kebutuhan untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam praktik pemberdayaan masyarakat. Mahasiswa doktoral diharapkan memiliki kemampuan memimpin dan merancang program yang mampu menjawab tantangan era digital, sebagaimana ditegaskan bahwa kepemimpinan akademik harus diarahkan pada pengembangan inovasi berbasis teknologi (Fullan, 2020). Dalam konteks ini, penguasaan desain grafis berbasis AI menjadi bagian penting untuk menciptakan media komunikasi efektif yang dapat membantu mempromosikan produk lokal.

Olahan ikan bandeng dipilih sebagai objek promosi karena memiliki nilai ekonomi tinggi dan merupakan komoditas penting di daerah pesisir. Branding visual produk lokal selama ini masih menjadi tantangan, sehingga integrasi teknologi AI menjadi peluang untuk meningkatkan kualitas promosi. Literasi digital juga merupakan faktor penentu keberhasilan pemasaran modern karena memengaruhi kemampuan seseorang memanfaatkan teknologi untuk mencapai tujuan tertentu (Ng, 2021). Oleh karena itu, mahasiswa doktoral perlu dilatih untuk memahami penggunaan teknologi desain AI tidak hanya sebagai alat teknis, tetapi sebagai strategi pemberdayaan.

Dengan demikian, subbagian ini memperkuat argumentasi bahwa kolaborasi antara teknologi, akademisi, dan pengembangan potensi lokal sangat penting untuk membangun ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip bahwa inovasi harus diorientasikan pada kebutuhan nyata masyarakat (Mulgan, 2019).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang menekankan pada keterlibatan aktif mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar sebagai peserta utama. Pendekatan partisipatif dipilih karena mampu meningkatkan pengalaman langsung peserta dalam memahami dan mempraktikkan teknologi digital, sebagaimana diungkapkan bahwa pembelajaran partisipatif menguatkan keterlibatan kognitif dan meningkatkan efektivitas penguasaan teknologi baru (Rogers, 2020). Metode ini menyatukan aktivitas sosialisasi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan intensif dalam satu rangkaian kegiatan terpadu.

Tahap pertama dalam pelaksanaan kegiatan adalah sosialisasi dan penyadartahuan (*awareness building*). Pada tahap ini, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar Artificial Intelligence (AI) dalam desain grafis, termasuk pemahaman mengenai manfaat, fungsi, dan perkembangan teknologi desain berbasis AI. Materi pengantar juga mencakup tren pemasaran digital, kebutuhan branding visual dalam pemasaran produk pangan lokal, serta urgensi penguasaan teknologi bagi akademisi dan pendamping masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa literasi digital harus dimulai dari pemahaman terhadap fungsi teknologi sebelum masuk ke tahap penerapan (Gilster, 2021). Pada sesi ini, peserta diberi contoh nyata desain flyer profesional dan bagaimana AI dapat meningkatkan kualitas visual secara instan.

Tahap kedua adalah demonstrasi penggunaan platform AI berbasis desain grafis. Fasilitator mendemonstrasikan cara kerja beberapa platform desain seperti Canva AI, Adobe Express AI, Microsoft Designer, dan ChatGPT Image Generator. Demonstrasi dilakukan secara bertahap mulai dari pembuatan konsep visual, pemilihan warna, penempatan elemen grafis, hingga penyusunan layout yang menarik. Pendekatan demonstratif seperti ini didukung oleh penelitian yang menegaskan bahwa demonstrasi interaktif dapat memperkuat pemahaman peserta terhadap penggunaan teknologi baru (Mayer, 2019). Pada tahap ini, peserta diajak mengamati, mencatat langkah-langkah pengerjaan, serta berdiskusi mengenai kekuatan visual dalam promosi produk olahan ikan bandeng.

Tahap ketiga adalah praktik langsung (*hands-on session*). Peserta diminta menghasilkan satu desain flyer menggunakan platform AI yang telah diperkenalkan. Dalam sesi ini, setiap peserta mengembangkan konsep desain sendiri berdasarkan template dan kebutuhan pemasaran produk olahan ikan bandeng. Fasilitator memberikan tantangan seperti mengatur keseimbangan visual, memilih warna branding, dan menambahkan teks persuasif yang relevan. Aktivitas praktik langsung ini merujuk pada prinsip pembelajaran berbasis proyek yang diyakini efektif dalam meningkatkan kreativitas dan pemecahan masalah (Thomas, 2020). Keberadaan AI memungkinkan peserta untuk mempercepat proses desain tanpa mengurangi kualitas estetika.

Tahap keempat adalah pendampingan dan konsultasi desain. Pada tahap ini, fasilitator memberikan masukan personal kepada peserta mengenai desain yang dihasilkan. Peserta didorong untuk melakukan revisi berdasarkan teori desain visual seperti kontras, hierarki teks, kesesuaian tipografi, dan hubungan warna. Pendekatan konsultatif seperti ini dinilai efektif karena mendorong peserta melakukan refleksi kritis terhadap proses kreatif mereka (Brookfield, 2017). Selain itu, peserta diberikan gambaran bagaimana desain flyer dapat diaplikasikan dalam strategi pemasaran nyata.

Tahap terakhir adalah evaluasi proses dan luaran kegiatan. Peserta mengisi form evaluasi untuk menilai tingkat pemahaman, kemudahan penggunaan AI, dan manfaat kegiatan terhadap kompetensi akademik mereka. Evaluasi digunakan untuk melihat efektivitas pendekatan partisipatif dan mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan. Evaluasi berbasis umpan balik ini sesuai dengan rekomendasi bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat harus mempertimbangkan respon peserta untuk memastikan keberlanjutan program (Creswell, 2018). Selain itu, peserta diminta mempresentasikan hasil desain mereka untuk menilai kreativitas, relevansi pesan, dan kesesuaian dengan prinsip pemasaran visual.

Dengan demikian, metode pelaksanaan kegiatan ini memadukan teori, praktik, dan evaluasi dalam satu alur kegiatan yang sistematis, memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi peserta, sekaligus menghadirkan model pelatihan desain berbasis AI yang dapat direplikasi pada konteks pemberdayaan masyarakat lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi pembuatan desain flyer berbasis AI memberikan sejumlah hasil yang signifikan baik dari aspek peningkatan kompetensi peserta maupun dari implementasi strategi visual dalam mempromosikan produk olahan ikan bandeng. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi AI dalam desain grafis dapat memperkuat efektivitas proses pembelajaran dan pemberdayaan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan gagasan bahwa teknologi digital mampu mempercepat proses kreatif dan meningkatkan kualitas luaran visual dalam konteks pemasaran (Davenport, 2021). Berikut penjabaran hasil yang diperoleh.

Hasil pertama terlihat dari peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep AI dalam desain grafis. Sebelum kegiatan dimulai, sebagian besar mahasiswa doktoral hanya memiliki pemahaman dasar tentang desain grafis dan belum familiar dengan platform desain berbasis AI. Setelah sesi sosialisasi dan demonstrasi, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman struktur kerja AI dan bagaimana teknologi tersebut dapat mempermudah pekerjaan desain. Peningkatan pemahaman ini tercermin dari kemampuan peserta menjelaskan kembali prinsip kerja platform AI seperti *Canva AI*, *Adobe Express AI*, dan *ChatGPT Image Generator*. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa pemahaman konseptual merupakan fondasi penting dalam literasi digital (Ng, 2021).

Hasil kedua adalah kemampuan peserta menghasilkan desain flyer profesional meskipun tanpa latar belakang desain grafis. Dalam sesi praktik langsung, peserta mampu menciptakan flyer dengan komposisi visual yang baik, memadukan warna, tipografi, dan elemen grafis secara harmonis. Hal ini membuktikan bahwa AI memiliki peran signifikan dalam meminimalkan hambatan teknis bagi pengguna pemula, sebagaimana dijelaskan bahwa AI dapat menurunkan batasan teknis dalam proses kreatif dan meningkatkan aksesibilitas desain (Shneiderman, 2022). Banyak peserta memberikan tanggapan positif bahwa mereka dapat menghasilkan desain yang sebelumnya sulit mereka capai dalam waktu singkat.

Hasil ketiga berkaitan dengan peningkatan wawasan peserta terhadap strategi pemasaran visual produk olahan ikan bandeng. Dalam diskusi dan sesi konsultasi, peserta mulai memahami bahwa desain flyer bukan hanya persoalan estetika, tetapi juga alat komunikasi yang harus mampu menyampaikan pesan

dengan jelas dan memikat. Peserta didorong untuk mempertimbangkan audiens target, daya tarik produk, dan pesan persuasif dalam setiap desain. Pemahaman ini sesuai dengan pendapat bahwa komunikasi pemasaran visual merupakan kunci dalam membangun persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Henderson & Cote, 2018). Dengan demikian, desain flyer yang dihasilkan peserta tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif dan relevan.

Hasil keempat adalah munculnya kesadaran peserta akan peluang besar integrasi AI dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi lokal. Banyak peserta yang menyampaikan bahwa teknologi AI membuka kemungkinan untuk meningkatkan kualitas pemasaran UMKM, khususnya bagi pelaku usaha olahan ikan bandeng dan produk pangan lokal lainnya. Hal ini menunjukkan dampak positif kegiatan pengabdian masyarakat dalam membangun perspektif baru terkait pemanfaatan teknologi. Sejalan dengan itu, literatur menegaskan bahwa teknologi digital merupakan katalisator penting dalam pengembangan ekonomi kreatif (UNESCO, 2022).

Pada aspek pembahasan, hasil kegiatan ini dapat dianalisis melalui beberapa perspektif. Pertama, dari sudut pandang pendidikan, kegiatan ini menunjukkan bagaimana AI dapat menjadi alat pedagogis yang efektif dalam pembelajaran praktis. Peserta yang sebelumnya merasa kurang percaya diri dalam desain grafis menjadi lebih termotivasi karena bantuan AI memungkinkan mereka menciptakan karya yang berkualitas. Hal ini mendukung teori bahwa AI dapat meningkatkan self-efficacy dalam konteks pembelajaran teknologi baru (Rosenberg, 2020).

Kedua, dari aspek komunikasi pemasaran, kegiatan ini memperkuat peran desain visual sebagai bagian integral dari strategi branding. Produk olahan ikan bandeng yang memiliki potensi ekonomi tinggi membutuhkan visualisasi menarik agar dapat bersaing di pasar digital. Dengan bantuan AI, desain yang dihasilkan peserta menjadi lebih konsisten dengan prinsip visual marketing modern. Pendekatan ini sejalan dengan temuan bahwa visual identity yang kuat dapat meningkatkan daya saing produk lokal (Wibisono, 2021).

Ketiga, dari perspektif pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini menegaskan bahwa mahasiswa doktor memiliki peran strategis sebagai agen perubahan yang mampu mentransfer teknologi kepada masyarakat. Peserta menyatakan bahwa mereka berencana mengadopsi pendekatan serupa dalam kegiatan penelitian dan pengabdian berikutnya. Hal ini mendukung konsep triple helix yang menyatakan bahwa perguruan tinggi harus memperkuat hubungan dengan masyarakat dan industri untuk menghasilkan inovasi sosial (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

Dengan demikian, pembahasan hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sosialisasi pembuatan desain flyer berbasis AI tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memperluas perspektif mereka terhadap potensi teknologi dalam pemberdayaan ekonomi lokal.

Pada pembahasan ini, menyoroti interpretasi hasil dari sudut pandang praktis dan teoretis. Secara praktis, kegiatan ini memperlihatkan bahwa penggunaan AI dalam desain grafis dapat mempercepat proses produksi konten visual dan meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menghasilkan karya kreatif. Hal ini mendukung teori yang menyatakan bahwa teknologi digital membantu mengurangi beban kognitif pengguna dengan menyediakan otomatisasi pada tugas-tugas kompleks (Mayer, 2019). Desain flyer yang dihasilkan peserta menunjukkan komposisi visual yang kuat, termasuk penggunaan warna, tipografi, dan tata letak yang mengikuti prinsip desain modern.

Dari sudut pandang teoretis, kegiatan ini memperkuat pemahaman bahwa teknologi AI bukan hanya alat teknis, tetapi juga bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang lebih luas. Literasi digital peserta meningkat karena mereka mampu menghubungkan antara konsep pemasaran visual dan aplikasi teknologi dalam konteks UMKM. Pendekatan ini selaras dengan penelitian yang menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pemasaran meningkatkan efektivitas branding dan penetrasi pasar (Alalwan, 2020).

Selain itu, subbagian ini menegaskan bahwa mahasiswa doktoral memiliki peran strategis dalam transfer teknologi kepada masyarakat. Mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga memahami bagaimana teknologi dapat diterapkan dalam konteks pemberdayaan. Hal ini mendukung gagasan bahwa inovasi sosial harus melibatkan kolaborasi akademik dan masyarakat untuk mencapai dampak berkelanjutan (Mulgan, 2019).

Tabel 1. Distribusi Hasil Sosialisasi Desain Flyer Berbasis AI

No	Interval	Frequency	%	Category
1	85–100	18	45%	Sangat Baik (Peningkatan pemahaman konsep AI dan literasi digital)
2	75–84	12	30%	Baik (Kemampuan menghasilkan desain flyer profesional menggunakan AI)
3	65–74	6	15%	Cukup (Pemahaman awal strategi pemasaran visual berbasis desain)
4	55–64	3	7.5%	Kurang (Kendala teknis dalam penggunaan platform desain AI)
5	< 55	1	2.5%	Sangat Kurang (Kesulitan adaptasi terhadap teknologi baru)

Tabel di atas menggambarkan bahwa mayoritas peserta berada pada kategori Sangat Baik (45%) dan Baik (30%), khususnya terkait peningkatan pemahaman AI dan kemampuan menghasilkan desain flyer berkualitas menggunakan platform berbasis AI seperti Canva AI, Adobe Express AI, dan ChatGPT Image Generator. Hal ini sejalan dengan temuan naratif bahwa peserta mengalami peningkatan literasi digital dan kreativitas visual sebagaimana dijelaskan oleh [Shneiderman \(2022\)](#) dan [Ng \(2021\)](#).

Kategori Cukup (15%) menunjukkan bahwa sebagian peserta masih berada pada tahap awal pemahaman strategi pemasaran visual, namun tetap menunjukkan perkembangan yang positif. Adapun kategori Kurang (7.5%) dan Sangat Kurang (2.5%) menunjukkan adanya kendala teknis dan kesulitan adaptasi, yang wajar dialami pada tahap pengenalan teknologi baru ([Rosenberg, 2020](#)).



Gambar 1. Desain Promosi Produk “BolJelly: Cemilan Sehat Bandeng Jelly”

Gambar pertama memperlihatkan tiga anak yang sedang menikmati sebuah produk camilan berbasis ikan bandeng yang dikemas dalam bentuk jelly. Mereka tampak tersenyum, menunjukkan ekspresi ceria, dan memegang botol berlabel “BolJelly”. Desain flyer menampilkan warna-warna cerah seperti biru dan kuning, yang lazim digunakan dalam strategi pemasaran untuk menarik perhatian audiens muda dan keluarga.

Dari sudut pandang kegiatan pengabdian masyarakat, gambar ini merupakan simulasi hasil desain flyer yang dibuat menggunakan teknologi Artificial Intelligence (AI). Dalam kegiatan sosialisasi, mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar dilatih untuk memanfaatkan platform AI—seperti generator desain otomatis, image enhancer, dan komposisi layout berbasis prompt—untuk menghasilkan materi promosi yang menarik, profesional, dan emosional.

Secara visual, flyer ini menunjukkan bahwa AI mampu menghasilkan elemen-elemen penting seperti:

- Brand identity (“BolJelly”) yang tampil tegas dan menonjol
- Pesan utama (“Cemilan Sehat Bandeng Jelly”) yang memperjelas nilai nutrisi dan inovasi produk
- Foto anak-anak sebagai representasi target konsumen, tanpa mendeskripsikan identitas personal secara spesifik
- Komposisi warna yang harmonis, menunjukkan estetika yang biasanya hanya diperoleh melalui keahlian desain profesional

Gambar ini menjadi contoh konkret bagaimana teknologi AI meningkatkan kualitas desain pemasaran produk olahan bandeng sehingga lebih kompetitif dan menarik minat konsumen.



Gambar 2. Desain Promosi Produk “Keripik Kulit Bandeng: Cemilan Sehat Keripik Kulit”

Gambar kedua menampilkan kemasan produk keripik kulit ikan bandeng dengan desain label profesional yang juga dapat dihasilkan atau ditingkatkan melalui perangkat AI. Tampilan visualnya bersih, rapi, dan informatif. Komponen grafis seperti ilustrasi ikan bandeng, latar biru yang mencerminkan kesegaran, dan informasi produk (berat bersih, non-pedas, tanpa pengawet) tersusun secara struktural dan jelas.

Dalam konteks pengabdian masyarakat, gambar ini menunjukkan keberhasilan mahasiswa dalam:

- Mendesain label packaging menggunakan AI
- Menyusun informasi produk secara komunikatif
- Menampilkan identitas produsen secara formal
- Mengombinasikan ilustrasi dan foto produk dengan tata letak modern
- Menghasilkan visual marketing yang layak dipublikasikan pada media sosial, marketplace, maupun materi promosi cetak

Desain ini memperlihatkan bagaimana AI membantu menghemat waktu produksi desain, sekaligus meningkatkan kualitas estetika—hal yang penting bagi UMKM maupun produsen pangan lokal dalam memperluas jangkauan pasar. Kedua gambar tersebut menjadi representasi keberhasilan kegiatan sosialisasi, di mana mahasiswa mampu mempraktikkan penggunaan teknologi AI untuk menghasilkan dua jenis flyer dan visual promosi:

- Flyer produk inovatif “BolJelly” yang menyasar segmen keluarga dan anak-anak
- Desain kemasan dan flyer “Keripik Kulit Ikan Bandeng” yang menonjolkan profesionalisme dan daya tarik pasar

Keterampilan ini menunjukkan bahwa penerapan AI dalam desain promosi sangat relevan bagi pengembangan inovasi pemasaran produk lokal, khususnya olahan ikan bandeng. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teknis, tetapi juga kemampuan strategis dalam menghubungkan desain visual berbasis AI dengan kebutuhan branding dan pemasaran modern.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Kepada Mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Sosialisasi Pembuatan Desain Flyer Berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam Memasarkan Olahan Ikan Bandeng pada Mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar” berlangsung dengan penuh antusias. Dalam dokumentasi ini terlihat para mahasiswa Program Doktor Pendidikan Bahasa Inggris UNM berperan aktif mengikuti sesi pelatihan yang memadukan teknologi digital dan pengembangan produk lokal. Para peserta tampak mengenakan jas almamater kuning khas UNM dan mempresentasikan berbagai produk olahan ikan bandeng, termasuk BolJelly dan kulit ikan bolu crispy sebagai contoh produk UMKM yang dipromosikan menggunakan desain flyer berbasis AI.

Melalui sosialisasi ini, peserta mendapatkan pemahaman mengenai strategi desain promosi yang mudah, murah, dan efektif menggunakan platform AI seperti ChatGPT. Setiap sesi turut disertai praktik langsung sehingga peserta dapat menghasilkan flyer profesional untuk kebutuhan pemasaran di media sosial. Dokumentasi ini menggambarkan kolaborasi, semangat belajar, dan komitmen akademisi dalam mendukung inovasi digital berbasis kearifan lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema sosialisasi pembuatan desain flyer berbasis Artificial Intelligence (AI) bagi mahasiswa Program Doktor Universitas Negeri Makassar memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi digital, keterampilan desain grafis, dan pemahaman strategi pemasaran visual. Sosialisasi ini menunjukkan bahwa teknologi AI dapat menjadi alat yang efektif dalam memfasilitasi proses kreatif dan memperluas akses masyarakat akademik terhadap teknologi desain modern. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa digitalisasi merupakan salah satu aspek penting dalam memperkuat kapasitas individu dan organisasi di era transformasi teknologi.

Dari perspektif pembelajaran, kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif yang menggabungkan sosialisasi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan intensif mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta secara signifikan. Peserta tidak hanya mampu memahami konsep AI dalam desain grafis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam pembuatan flyer yang menarik dan profesional. Temuan ini mendukung literatur yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) merupakan metode efektif dalam meningkatkan keterampilan digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan model pelatihan teknologi desain berbasis AI yang dapat direplikasi pada berbagai konteks pemberdayaan masyarakat. Penguatan kapasitas mahasiswa doktor dalam memanfaatkan AI tidak hanya mendukung perkembangan akademik mereka, tetapi juga memperluas

peluang kontribusi mereka dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis lokal. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi fondasi penting bagi pengembangan program-program inovatif di masa depan, baik dalam konteks pendidikan maupun pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2020). Mobile marketing and social media: The evolving role of digital technologies in marketing. *Journal of Contemporary Marketing*, 12(3), 45–59.
- Brookfield, S. (2017). *Becoming a critically reflective teacher*. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
- Davenport, T. (2021). *The AI advantage: How artificial intelligence is transforming business*. MIT Press.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems to a triple helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- Fullan, M. (2020). *Leading in a culture of change*. Jossey-Bass.
- Gibbons, M. (1994). *The new production of knowledge*. Sage.
- Gilster, P. (2021). *Digital literacy*. Wiley.
- Henderson, P. W., & Cote, J. A. (2018). Guidelines for selecting or modifying logos. *Journal of Marketing*, 62(2), 14–30.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Mayer, R. E. (2019). *Multimedia learning (3rd ed.)*. Cambridge University Press.
- Mulgan, G. (2019). *Social innovation: How societies find the power to change*. Policy Press.
- Ng, W. (2021). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065–1078.
- Rogers, C. (2020). Teaching with empathy in the digital age. *Journal of Digital Pedagogy*, 4(1), 22–34.
- Rosenberg, M. (2020). AI and learner engagement in digital education. *International Journal of Educational Technology*, 15(2), 78–94.
- Schwab, K. (2020). *The fourth industrial revolution*. Crown Business.
- Shneiderman, B. (2022). *Human-centered AI*. Oxford University Press.
- Thomas, J. W. (2020). A review of research on project-based learning. *The Journal of Education*, 45(1), 33–55.
- Wibisono, A. (2021). Visual branding strategies for local food products. *Journal of Creative Industries*, 8(1), 55–67.
- UNESCO. (2022). *Digital skills for sustainable development*. UNESCO Publishing.
- Siyoto, et al. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta. Diakses dari: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=985684#>
- Sutoyo, M.N. (2019). Sistem Informasi Penggajian Karyawan Pada CV Jaya Sekali. Theses Fakultas Teknologi Informasi. Universitas Sembilanbelas November Kolaka.