

PELATIHAN DESAIN GRAFIS UNTUK MASYARAKAT PELAKU WISATA DI LOMBOK

(Graphic Design Training for Tourism Communities In Lombok)

Ida Bagus Ketut Widiartha^[1], Royana Afwani^[1], Fitri Bimantoro^[1], Ario Yudo Husodo^[1], Nadiyah Agitha^[1]

^[1]Dept of Informatics Engineering, Mataram
Jl. Majapahit 62, Mataram, Lombok NTB, INDONESIA
Email:[widi, royana, bimo, ario, nadiya]@unram.ac.id

Abstrak

Lombok merupakan salah satu tujuan wisata utama yang ada di Indonesia, keindahan alamnya tidak kalah dengan Bali yang sudah terlebih dahulu terkenal di Manca Negara. Keberagaman budaya dan produk lokal yang dimiliki juga sangat banyak dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan wisata. Promosi yang dilakukan oleh pemerintah tidak dapat mengakomodir semua obyek wisata dan mempromosikan produk lokal dari masyarakat tersebut, karena seiring dengan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan, banyak sekali muncul obyek wisata baru dan produk- produk baru yang tidak tersentuh oleh promosi pemerintah. Dan promosi yang dilakukan secara konvensional membutuhkan biaya yang sangat mahal. Diera digital saat ini media sosial, memegang peranan sangat penting dalam mempromosikan sesuatu. Selain kemampuannya untuk mempromosikan produk ataupun obyek, media sosial juga bisa digunakan untuk membuat personal branding yang pada hilirnya dapat mendatangkan keuntungan materi. Untuk membuat konten yang menarik perlu pelatihan ketrampilan kepada masyarakat untuk dapat meningkatkan kemampuannya dalam membuat konten yang ditampilkan dalam media sosial sehingga lebih banyak orang melihat dan berkomentar yang pada akhirnya dapat menjadi media promosi yang murah.

Keywords: Personal branding, sosial media, promosi, Komputer grafis, Peningkatan kesejahteraan.

1. PENDAHULUAN

Lombok merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia bahkan di mancanegara, karena memiliki keindahan alam dan budaya yang adi luhung, yang tidak kalah dengan Pulau Bali yang terkenal lebih dahulu. Lombok bahkan menempati urutan ke 5 pulau destinasi terbaik se-Asia[1]. Namun, pariwisata di Indonesia sempat terpuruk akibat menyebarnya Virus Covid-19 secara luas yang memakan korban tidak sedikit. Kini dengan meredanya penyebaran virus tersebut dan penerbangan antar negara sudah mulai dibuka, pariwisata Indonesia pun mulai menggeliat termasuk di Pulau Lombok.

Lombok salah satu destinasi wisata utama di Indonesia memiliki banyak sekali obyek wisata yang belum dikembangkan dan dipromosikan melalui sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, *twitter* ataupun *tiktok*. Sosial media ini selain bermanfaat untuk mempromosikan obyek wisata, bisa juga digunakan sebagai personal *branding* yang kedepannya bisa menghasilkan uang. *Branding* suatu produk, obyek wisata ataupun desa wisata juga dapat meningkatkan kunjungan wisata yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk di sekitarnya[2]. Hal ini juga sejalan dengan kebijakan pemerintah pusat yang mengembangkan seluruh desa yang ada di Indonesia agar mampu bangkit dan berkembang menjadi desa yang mandiri. Dibutuhkan tangan-tangan terampil yang mampu mempromosikan keindahan alam pulau Lombok, hasil kerajinan tangan maupun hasil bumi pulau Lombok. Dengan tangan terampil ini niscaya bisa berdampak pada dua sisi yaitu pada sisi orangnya yang memiliki kemungkinan untuk mendapat penghasilan dari sana (melalui endorsemen, iklan dan lain sebagainya) atau untuk personal *branding*, dan bisa juga mempromosikan wilayahnya sehingga bisa meningkatkan kunjungan wisata.

Untuk meningkatkan ketrampilan dan jumlah orang yang memiliki tangan-tangan terampil ini, dibutuhkan pelatihan dibidang komputer grafis yang memiliki kesadaran untuk melakukan personal *branding* ataupun mempromosikan wilayahnya ataupun produk yang dihasilkannya.

Pelatihan komputer grafis merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan digital *marketing* yang merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk agar dapat sampai kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu.

1.1. Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas Lombok memiliki banyak obyek wisata yang meliputi obyek wisata alam, obyek wisata budaya yang perlu dipromosikan untuk meningkatkan kunjungan wisata, termasuk didalamnya mempromosikan produk yang dihasilkan wilayah-wilayah seperti souvenir yang merupakan penciri obyek wisata tersebut dan produk lainnya yang memiliki potensi ekonomi tinggi, sehingga dibutuhkan tangan-tangan terampil yang dapat menggarap hal tersebut. Oleh karena hal tersebut maka pelatihan ini sangat penting dilakukan dalam upaya membantu pemerintah untuk mengurangi tingkat kemiskinan khususnya di Pulau Lombok.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari kegiatan pelatihan desain grafis untuk masyarakat pelaku wisata di pulau Lombok ini adalah memberikan pelatihan dan ketrampilan dalam

- (1) mengambil gambar/video;
- (2) Mengolah gambar dan membuat produk-produk tertentu seperti baju, stiker tas, dan lain sebagainya;
- (3) Mengolah gambar untuk ditampilkan di media sosial: dan
- (4) Mengolah video untuk keperluan sosial media.

Adapun manfaat dari kegiatan sosialisasi pemasaran hasil bumi berbasis digital *marketing* ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peserta penerima manfaat, dapat meningkatkan kemampuannya dalam mengolah gambar dan video, sehingga ketrampilan ini bisa digunakan untuk menghasilkan uang.
- b. Dengan ketrampilan yang didapat diharapkan peserta mampu membuat produk yang memiliki potensi secara ekonomi.

Karena peserta pelatihan diutamakan dari desa wisata, diharapkan dapat mempromosikan obyek wisata dan produk di wilayahnya sehingga memiliki nilai jual lebih tinggi.

1.3 Proses Rekrutmen Peserta

Agar program tepat sasaran kepada masyarakat yang membutuhkan, rekrutmen harus betul-betul dilaksanakan dengan baik dan transparan. Proses rekrutmen peserta pelatihan juga melibatkan dinas pariwisata provinsi NTB, untuk mengetahui komunitas-komunitas yang bergerak dibidang pariwisata. Berdasarkan rekomendasi dari Dinas Pariwisata dilakukan penyebaran pamflet yang berisi tujuan penyelenggara pelatihan, materi Pelatihan dan juga kesediaan mengikuti pelatihan secara penuh.

Wawancara terhadap calon peserta dilakukan secara online dan *offline* untuk mengetahui motivasi calon peserta mengikuti pelatihan tersebut. Calon peserta yang memiliki motivasi yang kuat akan diterima menjadi peserta pelatihan. Dalam proses rekrutmen ini terpilih 25 orang yang memiliki motivasi yang kuat untuk mengikuti pelatihan, dari 40 orang yang berminat mengikuti pelatihan tersebut. Pada tahap ini ada 15 orang yang tereliminasi menjadi peserta karena keterbatasan kuota, dan motivasi yang kurang kuat.

1.4 Pelaksanaan pengabdian

Pelatihan dilakukan selama 20 kali pertemuan yang membahas 6 buah modul pelatihan. Pelatihan dilakukan 2 kali seminggu pada hari Jumat dan Sabtu di sore hari, untuk mengakomodir peserta yang kebanyakan punya waktu luang pada hari-hari tersebut.

Solusi yang ditawarkan pada kegiatan pelatihan desain grafis untuk masyarakat pelaku wisata ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pengetahuan tentang desain grafis termasuk didalamnya *editing* video dan foto.
- b. Memberikan pengetahuan dan ketrampilan cara mengambil foto dan video dari obyek yang ada.
- c. Memberikan pelatihan dan ketrampilan dalam mempromosikan obyek wisata atau produk dengan kemampuan komputer grafis yang dimilikinya.
- d. Memberikan pelatihan dan ketrampilan dalam mengolah foto dan video dengan menggunakan komputer.
- e. Memberikan pelatihan dan ketrampilan dalam mengolah foto dan video dengan menggunakan media handphone

Sasaran kegiatan pelatihan komputer grafis untuk masyarakat pelaku wisata di pulau Lombok ini adalah masyarakat yang memiliki keinginan kuat untuk berpartisipasi membangun wilayahnya sembari meningkatkan

personal branding mereka. Target diutamakan masyarakat yang memiliki keterbatasan ekonomi sehingga diharapkan memiliki dampak yang lebih maksimal. Peserta diharapkan adalah masyarakat desa yang masuk dalam umur katagori umur produktif yang pernah menggunakan komputer atau yang fasih menggunakan smartphoneya.

Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk kepedulian Universitas Mataram, khususnya Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik kepada masyarakat untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat pelaku wisata dengan memberikan ketrampilan praktis sehingga dapat dikembangkan untuk dapat menghasilkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut. Di samping itu, kegiatan sosialisasi ini sebagai sarana promosi lembaga perguruan tinggi khususnya PS Teknik Informatika kepada masyarakat, sehingga masyarakat yang tertarik menyekolahkan putra-putrinya di bidang teknologi informasi dapat menyekolahkannya di Universitas Mataram.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara visual. Desain grafis akan memanfaatkan suatu gambar sebagai media dalam penyampaian pesan. Informasi yang disampaikan di dalamnya akan dilakukan seefektif mungkin[3]. Teknologi telah memainkan peran utama dalam perkembangan desain grafis. Kemunculan mesin cetak pada abad ke-15 memungkinkan distribusi yang lebih luas dari materi cetak, seperti poster dan brosur. Selanjutnya, revolusi digital pada akhir abad ke-20 memperkenalkan perangkat lunak dan perangkat keras yang memungkinkan desainer grafis untuk bekerja lebih efisien dan kreatif. Desain grafis memainkan peran penting dalam berbagai industri, termasuk periklanan, media, perusahaan, dan seni. Desain grafis yang efektif dapat meningkatkan citra merek, menghasilkan peningkatan penjualan, dan memengaruhi perilaku konsumen.[4]

Beberapa konsep penting dalam desain grafis mencakup tipografi, komposisi, warna, dan penggunaan ruang negatif. Tipografi yang dipilih dengan bijak dapat memengaruhi bagaimana pesan disampaikan, sedangkan komposisi yang baik dapat membantu memandu mata pemirsa melalui desain. Warna dan penggunaan ruang negatif[5] adalah elemen desain lainnya yang dapat memengaruhi suasana dan pesan yang disampaikan. Desain saat ini sangat diperlukan oleh objek wisata untuk memikat para wisatawan luar negeri ataupun domestik dengan adanya iklan yang menarik.

Indonesia memiliki keindahan alam dan budaya yang sangat menarik yang patut dijual, sebagai komoditi untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Lombok salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki keindahan alam yang luar biasa yang masih belum banyak dikenal wisatawan domestik dan mancanegara. Pulau disebalah pulau Bali ini juga memiliki keunikan dan kekhasan Budaya yang perlu dipromosikan melalui iklan, media sosial dan paket wisata tertentu. Namun, pandemi Covid-19, yang menutup transportasi domestik maupun mancanegara membuat sektor ini lumpuh yang membuat kerugian yang sangat. Penurunan jumlah pengunjung karena pandemi yang baru berlalu, mengharuskan pelaku usaha pariwisata membuat promo besar-besaran untuk memikat para wisatawan asing maupun domestik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Iklan menjadi promosi yang menarik dikarenakan iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui media, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat[6]

Desain grafis disamping untuk promosi pariwisata, meningkatkan promosi dan pemasaran[7]. Peningkatan kemampuan desain grafis juga menumbuhkan industri kreatif, yang juga sangat saling ketergantungan dengan industri pariwisata. Industri kreatif dapat mendukung industri pariwisata dengan menyajikan konten-konten untuk promosi pariwisata, begitu juga industri pariwisata dapat mendatangkan wisatawan yang juga dapat meningkatkan industri kreatif terutama desain grafis di sekitar obyek wisata tersebut. Oleh karena itu pengabdian masyarakat ini menjadi sangat penting dalam rangka meningkatkan kemampuan masyarakat di sekitar obyek wisata untuk dapat mempromosikan obyek wisata diwilayahnya dan juga dapat meningkatkan kreativitas masyarakat tersebut dalam membuat produk kerajinan yang dapat dijual di sekitar obyek wisata tersebut yang menjadi penciri obyek wisata tersebut.

3. METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

3.1 Proses Rekrutmen Peserta

Agar program tepat sasaran kepada masyarakat yang membutuhkan, rekrutmen harus betul-betul dilaksanakan dengan baik dan transparan. Proses rekrutmen peserta pelatihan juga melibatkan dinas pariwisata provinsi NTB, untuk mengetahui komunitas-komunitas yang bergerak dibidang pariwisata. Berdasarkan rekomendasi dari Dinas Pariwisata dilekukkan penyebaran pamflet yang berisi tujuan penyelenggaraan pelatihan, materi Pelatihan dan juga kesediaan mengikuti pelatihan secara penuh.

Wawancara terhadap calon peserta dilakukan secara *online* dan *offline* untuk mengetahui motivasi calon peserta mengikuti pelatihan tersebut. Calon peserta yang memiliki motivasi yang kuat akan diterima menjadi peserta pelatihan. Dari 40 calon peserta yang mendaftar, terpilih 25 orang yang memiliki motivasi yang kuat untuk mengikuti pelatihan.

3.2 Pelaksanaan pengabdian

Pelatihan dilakukan selama 20 kali pertemuan yang membahas 6 buah modul pelatihan. Pelatihan dilakukan 2 kali seminggu pada hari Jumat dan Sabtu di sore hari, untuk mengakomodir peserta yang kebanyakan punya waktu luang pada hari-hari tersebut. Pelatihan dilakukan selama 20 kali pertemuan yang membahas 6 buah modul pelatihan.

Kegiatan ini diawali dengan melakukan survei untuk mengetahui kebutuhan ketrampilan masyarakat yang diharapkan, yang selanjutnya diikuti dengan pendaftaran peserta yang dilakukan secara online. Hasil wawancara merupakan hal terpenting yang menjadi diterimanya atau tidak peserta tersebut.

Kegiatan dilakukan seminggu sekali dengan memberikan tutorial dan juga praktik Bersama untuk membuat produk tertentu dan juga publikasi pada sosial media termasuk didalamnya penggunaan Instagram. Kegiatan dilakukan secara face to face di Laboratorium Sistem Informasi Enterprise PS Teknik Informatika yang beralamat di Jl Majapahit No 2 di Gedung D Lt 3.

Adapun peralatan yang diperlukan:

- a. Seperangkat komputer yang terhubung dengan internet,
- b. LCD proyektor
- c. Materi pelatihan.
- d. Printer
- e. Tinta pigmen
- f. Kertas Stiker untuk sablon
- g. Kamera Digital.
- h. Snak sebagai perangsang kegiatan

Materi yang akan diajarkan pada sosialisasi ini berkaitan dengan

- a. Teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan hasil bumi berbasis digital *marketing*
- b. Tutorial menggunakan kamera *smartphone* untuk mengambil gambar produk
- c. Desain Souvenir seperti *T-Shirt*, *Sticker*, *cover* buku, *goody bag*, dan lain-lain.
- d. Kalimat promosi yang menarik perhatian calon pembeli
- e. Tip berkomunikasi yang baik terhadap calon pembeli

Beberapa metode pelatihan yang akan digunakan untuk melaksanakan kegiatan ini antara lain:

- a. Metode Ceramah
Metode ceramah digunakan untuk memberikan penjelasan tujuan pembelajaran dan target yang ingin dicapai dalam pembelajaran tersebut.
- b. Metode Tutorial
Metode tutorial digunakan agar peserta pelatihan dapat benar-benar memahami setiap langkah yang diberikan oleh tutor dengan cara peserta mengikuti setiap petunjuk yang diberikan oleh tutor.
- c. Metode Praktik
Pada metode ini peserta pelatihan mempraktikkan setiap langkah kerja sesuai dengan materi pelatihan yang diberikan dan sesuai dengan arahan dari tutor.
- d. Metode Tanya Jawab/Diskusi
Metode tanya jawab atau diskusi sangat penting bagi peserta pelatihan karena metode ini memberikan kesempatan pada peserta untuk menggali pengetahuan lebih jauh lagi mengenai topik yang dibahas dan juga pengalaman setelah praktik penggunaannya.

Evaluasi kegiatan sosialisasi pemasaran pelatihan komputer grafis bagi pelaku pariwisata di pulau Lombok dilakukan secara bertahap yaitu dengan menilai hasil karya mereka yang dipromosikan di sosial media mereka. Evaluasi lainnya dilakukan dengan membuat produk untuk kebutuhan mahasiswa KKN seperti membuat baju kaos sablon, stiker, *goody bag* dan lain-lain.

Disamping belajar membuat desain peserta juga diajarkan untuk membuat produk-produk sederhana dari hasil desain mereka dengan metode sablon stiker. Sablon stiker ini merupakan metode sablon yang menggunakan kertas stiker yang dicetak dengan menggunakan tinta pigmen dan kemudian ditempelkan pada obyek yang akan disablon dan kemudian dipanaskan sehingga desain yang ada di kertas stiker berpindah ke obyek tersebut. Obyek sablon biasanya berupa baju kaos, *tote bag*, dan lain-lain.

Evaluasi dilakukan dengan memberikan tugas proyek kepada peserta untuk membuat desain dan mengimplementasikan desain tersebut menjadi produk jadi seperti kaos, stiker, *tote bag* untuk dijual dan dipromosikan melalui media sosial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyusunan Materi Pelatihan

Merespon permasalahan yang terjadi di lapangan dan menjawab tujuan pengabdian kepada masyarakat ini seperti diuraikan pada bab 1, Tim mengkaji materi yang kira-kira berguna untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mendesain produk dan keperluan *branding* di sosial media, mengingat sosial media merupakan media yang murah dan sangat *powerful* sebagai sarana untuk mengenalkan produk ataupun obyek wisata.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan sebagian masyarakat penggelut pariwisata di Lombok, cukup komprehensif, mulai dari pengambilan gambar/video, proses penyuntingan, membuat produk sampai pada mengunggah pada media sosial. Sehingga modul pembelajaran yang diberikan juga harus dapat membantu menyelesaikan permasalahan diatas. Modul-modul pembelajaran dalam pengabdian ini disusun sebagai berikut:

- Pengenalan lingkungan aplikasi/tool pengolah gambar/video
- Pengambilan gambar
- Desain grafis untuk sosial media
- Video editing* untuk keperluan sosial media
- Desain grafis untuk meningkatkan bisnis

4.2 Proses Rekrutmen Peserta

Peserta yang mendaftar untuk ikut pelatihan diwajibkan untuk mengikuti tes wawancara yang dapat dilakukan secara daring melalui zoom meeting atau secara luring dengan datang langsung ke S-Cube Center PS Teknik Informatika. Calon peserta diwawancara terkait motivasi mereka dan juga latar belakang ekonomi mereka serta asal mereka.

Peserta yang diterima diprioritaskan yang memiliki motivasi tinggi, dari kalangan keluarga kurang mampu. Dan berada pada lingkungan obyek wisata tertentu dan bersedia untuk hadir dan mengikuti pelatihan sampai selesai. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat kurang mampu untuk mendapatkan pelatihan ketrampilan yang dibutuhkan untuk dapat meningkatkan pengembangan dirinya. Karena peserta dari berbagai wilayah di pulau Lombok, maka peserta harus datang ke kampus PS Teknik Informatika Unram untuk mendapatkan pelatihan. Hal ini juga menjadi pertimbangan penerimaan peserta tersebut. Hanya calon peserta yang bersedia datang dan bersedia mengikuti pelatihan sampai akhir yang diterima menjadi peserta.

Dari 40 calon peserta yang mendaftar, ada 15 calon peserta yang tereliminasi karena memiliki motivasi yang kurang kuat dan juga keterbatasan fasilitas yang tersedia

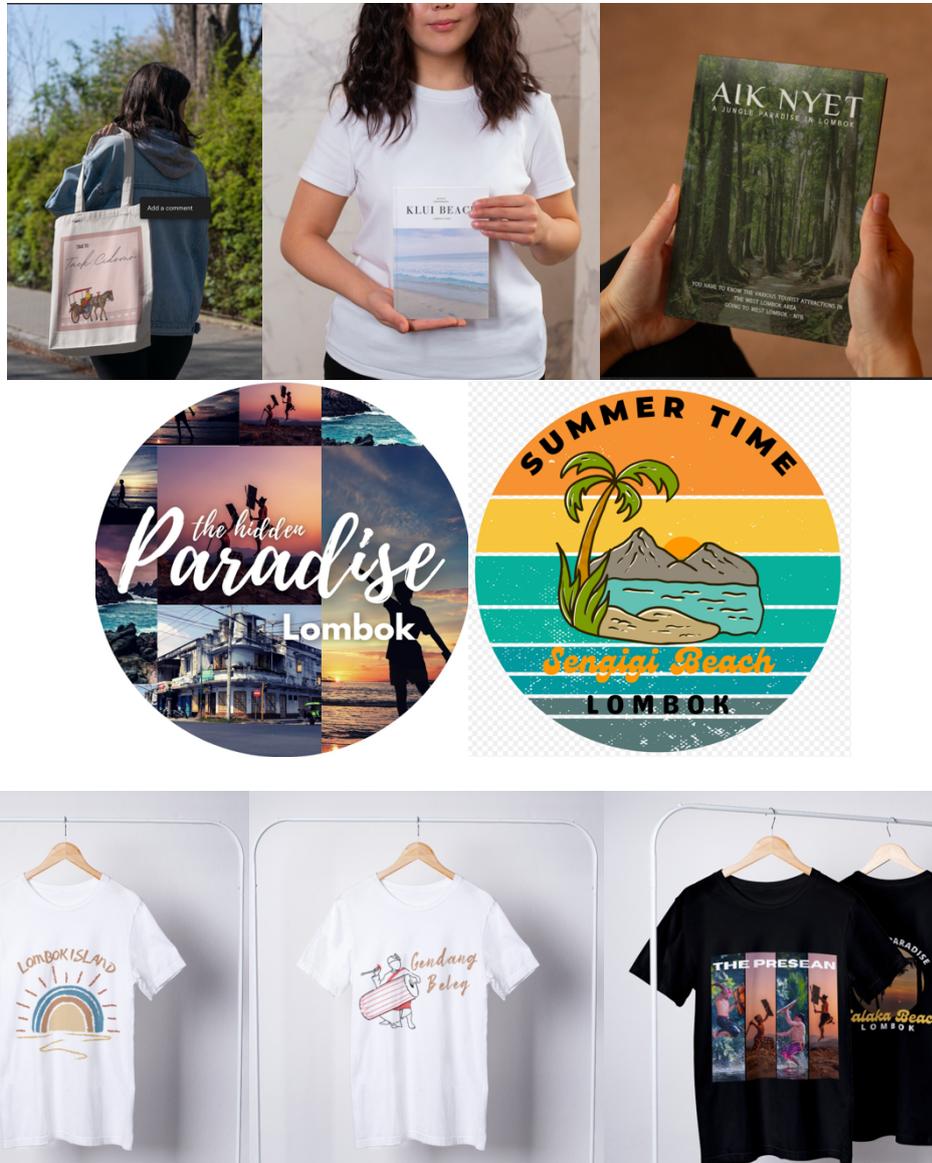
4.3 Pelaksanaan pengabdian

Pelatihan dilakukan selama 20 kali pertemuan yang membahas 6 buah modul pelatihan. Pelatihan dilakukan 2 kali seminggu pada hari Jumat dan Sabtu di sore hari, untuk mengakomodir peserta yang kebanyakan punya waktu luang pada hari-hari tersebut.



Gambar 1. Suasana Pelatihan

Peserta antusias mengikuti pelatihan hampir setiap pertemuan. Pada pertemuan hari Jumat diberikan nasi bungkus untuk meningkatkan motivasi mereka mengikuti pelatihan. Gambar berikut merupakan *outcome* dari pelatihan tersebut:



Gambar 2. Produk-produk hasil pelatihan

Disamping belajar membuat desain peserta juga diajarkan untuk membuat produk-produk sederhana dari hasil desain mereka dengan metode sablon stiker. Sablon stiker ini merupakan metode sablon yang menggunakan kertas stiker yang dicetak dengan menggunakan tinta pigmen dan kemudian ditempelkan pada obyek yang akan disablon dan kemudian dipanaskan sehingga desain yang ada di kertas stiker berpindah ke obyek tersebut. Obyek sablon biasanya berupa baju kaos, tote bag, dan lain-lain.

Evaluasi dilakukan dengan memberikan tugas proyek kepada peserta untuk membuat desain dan mengimplementasikan desain tersebut menjadi produk jadi seperti kaos, stiker, tote bag untuk dijual dan dipromosikan melalui media sosial. Desain hasil pelatihan di tunjukan dalam Gambar 2 diatas yang merupakan *outcome* dari pelatihan tersebut.

4.4 Faktor Pendukung

Keberhasilan dari kegiatan ini tidak terlepas dari beberapa faktor-faktor pendukung antara lain:

- a. Dukungan dari pihak terkait seperti Program Studi Teknik Informatika, dan pihak SNUSR dalam hal penyediaan dana dan materi pendukung
- b. Kerjasama yang baik dengan pihak dinas pariwisata NTB, Lembaga Swadaya Masyarakat, Relawan TIK Provinsi NTB dalam proses rekrutmen dan pemberian materi.
- c. Antusiasme dan partisipasi aktif peserta saat pelaksanaan pelatihan.

4.5 Faktor Penghambat

Yang menjadi kendala utama dalam penyelenggaraan pelatihan ini adalah lokasi tempat pelatihan dengan kediaman peserta cukup jauh, yang dipengaruhi juga oleh faktor cuaca yang menyebabkan peserta sering datang terlambat. Kondisi ini mempengaruhi penyampaian materi kurang optimal. Untuk kedepannya penyelenggaraan pelatihan seperti ini diusahakan tidak pada masa musim hujan sehingga salah satu elemen penghambat bisa diminimalisasi.

5 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengamatan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan desain grafis untuk masyarakat pariwisata di Lombok, berjalan lancar dengan menghasilkan beberapa produk jadi dari hasil pelatihan ini.
- b. Peserta pelatihan yang berjumlah 25 orang dari masyarakat penggelut pariwisata di pulau Lombok yang diadakan di Gedung D Kampus Fakultas Teknik Universitas Mataram.
- c. Proses pelatihan yang dilakukan selama 20 kali pertemuan (seminggu 2kali) ini berhasil melatih pesertanya dalam membuat desain dan produk jadi seperti *tote bag*, *T-shirt*, Stiker, dan lain-lain.
- d. Model pengabdian kepada masyarakat seperti ini perlu ditingkatkan karena dapat berdampak langsung kepada masyarakat pada akar rumput.

Dalam rangka meningkat peran serta Universitas Mataram untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat di Pulau Lombok maka kegiatan pengabdian masyarakat yang berdampak langsung kepada masyarakat akar rumput perlu dilakukan secara lebih masif.

Pelaksanaan kegiatan yang mengundang masyarakat ke kampus terutama masyarakat kurang mampu perlu diperhatikan hari lowong mereka supaya tidak mengganggu penghasilan mereka. Pelatihan juga sebaiknya mempertimbangkan musim sehingga kedatangan mereka tidak terkendala oleh iklim dalam hal ini hujan

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Prodi Teknik Informatika Universitas Mataram yang memfasilitasi kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak SNU-SR, Dinas Pariwisata Provinsi NTB dan Relawan TIK provinsi NTB atas peran aktifnya dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] AdminWebLobar, "Lombok Terbaik Lima Asia Sebagai Pulau Tujuan Wisata," *Kabupaten Lombok Barat*, Oktober 2013. <https://lombokbaratkab.go.id/lombok-terbaik-lima-asia-sebagai-pulau-tujuan-wisata/>
- [2] Apep Risman, Budhi Wibhawa, and Muhammad Fedryansyah, "KONTRIBUSI PARIWISATA TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT INDONESIA," *jppm*, vol. 3, no. 1, 2016.
- [3] Arum Rifda, "Desain Grafis: Pengertian, Jenis, dan Tugasnya," *Gramedia Blog*, 2022. <https://www.gramedia.com/best-seller/desain-grafis/>
- [4] Juan Carlos Granda Jr, "The Impact of Graphic Design on Marketing and Branding," *linkedin*, Apr. 22, 2019. <https://www.linkedin.com/pulse/impact-graphic-design-marketing-branding-juan-carlos-jc-granda-jr/>

-
- [5] Renee Fleck, “11 Principles of Design (& How to Use Them),” *Dribbble*, Dec. 10, 2021. <https://dribbble.com/resources/principles-of-design>
- [6] I Putu Aldi Saksana, 2, and I Nyoman Sindu Megantara, “Peran Desain Komunikasi Visual dalam Pemulihan Pariwisata Bali di Instagram pada Masa Pandemi,” *SANDI*, vol. 1, no. 2021.
- [7] Dimas Tri Rendra Graha, Budi Sugiarto Waloejo, and Agus Dwi Wicaksono, “Perencanaan Strategis Industri Kreatif Sektor Desain Grafis Kota Malang Aktor Pemerintah Dinas Perindustrian,” *Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Brawijaya*.