

Inovasi Desain Stiker Berbasis *Artificial Intelligence*: Solusi Keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Physical Branding Lembaga Pendidikan Non-Formal di Yogyakarta

Danny Sebastian^{*1}, Centaury Harjani², Antonius Rachmat Chrismanto³

^{1,3}Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia

²Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia

*e-mail: danny.sebastian@staff.ukdw.ac.id

Abstrak

Keterbatasan sumber daya manusia di bidang desain menjadi kendala bagi lembaga pendidikan non-formal dalam mengembangkan identitas visual, media promosi, dan suvenir apresiatif bagi siswa. Topik pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* generatif dipilih karena teknologi ini menawarkan solusi desain yang praktis, efisien, dan berbiaya relatif rendah bagi lembaga yang belum memiliki desainer khusus. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membimbing mitra dalam merancang stiker berbasis AI sebagai media *physical branding* sekaligus sarana untuk meningkatkan *refreshment* saat belajar. Kegiatan dilaksanakan menggunakan metode partisipatif aktif melalui pelatihan, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan berkelanjutan. Tim pengabdian melibatkan kolaborasi bidang teknologi informasi dan desain produk. Peserta kegiatan terdiri atas 10 orang dari unsur manajemen, karyawan *Robotics Education Centre* cabang Jongke dan Demangan serta *Eyelevel* cabang Demangan, Yogyakarta. Hasil kegiatan berupa rancangan stiker berbasis generatif AI yang disesuaikan dengan identitas dan kebutuhan masing-masing lembaga. Peserta juga memperoleh pengalaman dalam menyusun konsep, menghasilkan visual dengan bantuan AI, dan mengelola desain untuk kebutuhan branding. Stiker yang dihasilkan dapat digunakan sebagai media promosi dan suvenir apresiatif bagi siswa dalam pembelajaran matematika maupun robotika di masing-masing lembaga.

Kata Kunci: AI Generatif, Pengembangan SDM, Pendidikan Nonformal, Stiker

Abstract

Limited human resources in graphic design present a significant challenge for non-formal educational institutions in developing visual identities, promotional media, and appreciation souvenirs for students. Generative *Artificial Intelligence (AI)* was selected as the main topic of this community service program because it offers a practical, efficient, and relatively low-cost design solution for institutions without dedicated designers. This program aimed to assist partner institutions in designing AI-generated stickers as *physical branding* media and tools for enhancing students' learning motivation. The program employed an active participatory method through training, hands-on practice, discussions, and continuous mentoring. The implementation involved interdisciplinary collaboration between information technology and product design teams from two universities. The participants comprised 10 managers and employees from the *Robotics Education Centre* branches in Jongke and Demangan and the *Eye Level* branch in Demangan, Yogyakarta. The program produced generated AI sticker designs tailored to the identity and needs of each institution. Participants also gained practical experience in developing design concepts, generating visuals using AI tools, and managing designs for branding purposes. The resulting stickers can serve as promotional media and appreciation souvenirs for students participating in mathematics and robotics learning activities in every institution.

Keywords: Branding Sticker, Genrative AI, Non-Formal Education, Training Of Human Resources.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* saat ini menawarkan peluang inovasi dan efisiensi di berbagai sektor, termasuk bagi lembaga pendidikan non-formal yang berskala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Andre & Nasrun, 2025). Lembaga pendidikan non-formal seperti *Robotics Education Centre (REC)* dan *Eye Level* cabang Demangan di Yogyakarta saat ini menghadapi kendala struktural terkait keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), hal ini senada dengan penelitian (Pratama & Sudrajat, 2026). Lembaga-lembaga ini tidak memiliki

kapasitas finansial untuk mempekerjakan tenaga profesional atau desainer grafis khusus yang menangani identitas visual dan keperluan branding, sehingga strategi pengenalan merek (brand) kepada masyarakat menjadi tidak maksimal (Hidayati et al., 2025; KUSDARDJANTO et al., 2025).

Selain tantangan promosi eksternal, REC dan Eye Level juga menghadapi tantangan operasional internal dalam menjaga antusiasme dan memotivasi siswa pada kegiatan pembelajaran matematika serta robotika (Kholisussa'di et al., 2026). Lembaga membutuhkan instrumen pendukung berupa suvenir fisik (*gift*) yang menarik sebagai bentuk apresiasi bagi siswa. Namun, ketiadaan desainer membuat produksi media promosi maupun suvenir fisik ini sulit direalisasikan secara mandiri dan efisien. Untuk menjembatani kesenjangan antara kebutuhan *branding* dan terbatasnya SDM tersebut, pemanfaatan AI generatif hadir sebagai solusi desain yang praktis dan berbiaya rendah (Sidi et al., 2024). Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada lembaga pendidikan, terutama pada sekolah-sekolah, telah terbukti membawa dampak yang nyata dan berkelanjutan (Chrismanto et al., 2020, 2025; Verianto et al., 2020; Wibowo et al., 2021). Tentunya kegiatan sejenis untuk lembaga pendidikan non-formal akan juga berdampak baik.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh REC dan Eye Level tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi praktis bagi institusi pendidikan non-formal dalam mengatasi keterbatasan SDM terkait kebutuhan *physical branding* dan media promosi visual. Melalui pemanfaatan teknologi AI, kegiatan ini berfokus membimbing mitra dalam merancang desain stiker yang dapat diaplikasikan secara efektif (Hendrawan, 2025). Kegiatan pemanfaatan teknologi AI untuk branding juga sudah pernah dilakukan oleh (Mokobombang et al., 2026; Wibawa et al., 2025). Inovasi ini bertujuan untuk menghasilkan luaran yang berfungsi ganda: sebagai media promosi visual untuk memperluas jangkauan merek, sekaligus sebagai suvenir apresiatif guna menstimulasi semangat dan mengatasi kejenuhan belajar para siswa di kedua lembaga mitra. Pembelajaran bidang matematika dan robotika yang menyenangkan merupakan salah satu pembelajaran yang dapat meningkatkan kemampuan berpikir logis, kreatif, inovatif, dan bersifat *problem solving* (Arifin et al., 2023; Siswoyo et al., 2024).

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan kegiatan wajib dalam salah satu tri dharma pendidikan tinggi yang perlu dilakukan secara berkolaborasi dan berkelanjutan. Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode partisipatif aktif antara tim pengabdian yang berasal dari dua bidang ilmu yang berbeda dengan sasaran peserta yang berasal dari lembaga pendidikan non-formal. Kolaborasi antar bidang ilmu dilakukan dalam menghasilkan karya langsung yang bisa digunakan dalam *branding* sesuai kebutuhan lembaga mitra. Kolaborasi dilakukan antara bidang ilmu teknologi informasi, terutama komputer dan bidang desain produk. Kolaborasi secara khusus melakukan penggabungan antara penerapan ilmu kecerdasan buatan dan produk stiker yang berbasis generatif AI yang disesuaikan dengan konteks kebutuhan mitra. Disamping itu masih dilakukan pelatihan dan pendampingan dengan mitra secara rutin.

Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan pihak manajemen serta para karyawan dari dua lembaga pendidikan non-formal mitra yang berlokasi di area Yogyakarta, yaitu Robotics Education Centre (REC) cabang Yogyakarta (mencakup cabang Jongke dan cabang Demangan) serta Eyelevel cabang Demangan. Total peserta pelatihan terdiri 10 orang karyawan REC dan Eyelevel. Para peserta ini dilibatkan secara langsung dalam sesi pelatihan dan pengelolaan media *branding* untuk mendukung operasional pada lembaga masing-masing.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan metode partisipatif aktif dengan tahapan yang sistematis dan kolaboratif antara bidang ilmu teknologi informasi dan desain produk, seperti yang diilustrasikan pada Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara berurutan sebagai berikut: Pertama, identifikasi kebutuhan dilakukan melalui koordinasi

awal dengan pihak manajemen REC dan Eyelevel untuk memetakan kendala keterbatasan SDM dan menentukan spesifikasi physical branding yang tepat sasaran bagi masing-masing lembaga. Kedua, penyusunan prompt dipersiapkan dengan merancang kerangka instruksi AI yang memadukan parameter teknis komputasi dan kaidah estetika desain agar mampu menghasilkan visual yang relevan dengan identitas mitra. Ketiga, pelatihan penggunaan AI diselenggarakan melalui sesi praktik langsung (hands-on) bersama karyawan lembaga untuk mentransfer keterampilan dasar dalam mengoperasikan dan menyesuaikan prompt pada model AI generatif. Keempat, produksi stiker merupakan tahap implementasi teknis di mana desain visual yang berhasil di-generate oleh AI dicetak menggunakan alat khusus (seperti printer dan cutting silhouette) untuk diwujudkan menjadi stiker fisik fungsional. Kelima, pendampingan dilakukan secara berkelanjutan dan iteratif kepada peserta untuk memastikan mereka dapat mengatasi kendala teknis harian dan mampu memproduksi aset branding secara mandiri. Keenam, evaluasi dilaksanakan pada akhir periode kegiatan melalui pengukuran berbasis kuesioner untuk menilai efektivitas pelatihan, tingkat adopsi teknologi, serta capaian peningkatan kapasitas SDM di lembaga mitra.

Untuk mengukur efektivitas dan tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian, tahap pengujian dan evaluasi dilakukan pada akhir periode pelatihan dan pendampingan. Instrumen pengujian yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert 1 hingga 5, yang didukung oleh observasi kualitatif selama sesi praktik langsung. Pengujian ini ditujukan kepada seluruh peserta pelatihan yang berjumlah 10 orang dari unsur karyawan dan manajemen lembaga mitra. Kuesioner dirancang untuk mengevaluasi dua metrik utama. Metrik pertama adalah kapasitas dan adaptasi terhadap AI secara umum, yang secara khusus disusun untuk mengukur tingkat kecemasan teknologi (technological anxiety) yang dialami karyawan saat menghadapi perangkat lunak baru, serta menelaah durasi adaptasi untuk mengidentifikasi ada tidaknya kesenjangan generasi (generational divide) dalam penerimaan teknologi.

Metrik evaluasi kedua difokuskan pada pengujian kapasitas peserta dalam mengoperasikan AI untuk keperluan physical branding. Pada tahap ini, pengujian mengukur tingkat kepercayaan diri dan kemandirian peserta dalam merumuskan prompt, kesesuaian output visual yang dihasilkan dengan pedoman identitas merek lembaga (seperti logo robotika atau simbol lubang kunci), serta efektivitas AI sebagai solusi atas ketiadaan tenaga desainer grafis. Data yang diperoleh dari kuesioner akhir ini kemudian diolah menggunakan metode analisis deskriptif persentase untuk memetakan tingkat adopsi teknologi dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pada masing-masing lembaga mitra pasca-pelatihan.

Diagram Alir Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

2.1. Profil Mitra

Mitra dari kegiatan ini adalah lembaga pendidikan non-formal yang ada di area Yogyakarta. Ada 2 lembaga pendidikan non-formal yang dipilih sebagai mitra kegiatan, yaitu Robotics Education Centre cabang Yogyakarta dan Eyelevel cabang Demangan. Robotics Education Centre (REC) cabang Yogyakarta adalah lembaga pendidikan non-formal yang memiliki 2 cabang, yaitu cabang Jongke dan cabang Demangan. Cabang Jongke beralamat di Jln Sendang Adi 2, Ruko Riverpark Residence No T3, sedangkan Cabang Demangan beralamat di Jln Demangan Baru No 1. Eyelevel cabang Demangan berlokasi di gedung yang sama dengan REC cabang demangan, yaitu di Jln Demangan Baru No 1.

REC Cabang Yogyakarta memiliki 3 karyawan di cabang Jongke dan 4 karyawan di cabang Demangan. Sedangkan Eyelevel cabang Demangan memiliki 3 karyawan. Kedua mitra tersebut memiliki keterbatasan sumber daya manusia, tantangan internal dan eksternal yang sama.

2.2. Diskusi & Persiapan

Tahap awal pengabdian ini difokuskan pada perencanaan awal, menentukan jadwal kegiatan, dan PIC kegiatan dari masing-masing mitra. Kegiatan untuk REC cabang Yogyakarta dilakukan di cabang Jongke dengan PIC adalah Zahra NF. Gracia Mayshela adalah PIC untuk Eyelevel cabang Demangan. Berdasarkan hasil diskusi dengan kedua PIC, kegiatan PKM dilakukan secara kolaboratif melalui tim dari dua bidang ilmu yang saling bekerja sama. Dekan dari kedua fakultas mengatur dan menugaskan tim yang terdiri dari 3 orang. Penjawalan diatur diluar jadwal kegiatan belajar mengajar dari tim pengabdian. Pelaksanaan kegiatan dipadatkan pada bulan Juni dan Juli 2026 karena pada periode waktu tersebut, banyak siswa yang sedang libur sehingga para karyawan mitra dapat fokus kepada kegiatan pelatihan. Pertemuan pertama antara tim pelaksana dengan mitra adalah pada hari kamis tanggal 4 Juni 2026, dan pertemuan terakhir untuk keperluan evaluasi pada hari kamis tanggal 23 juli 2026. Kegiatan dilaksanakan secara rutin setiap hari kamis.

Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, kegiatan ini memilih stiker sebagai alat *physical branding*. Alat dan bahan yang dibutuhkan akan disiapkan oleh tim PKM. Beberapa alat dan bahan yang dibutuhkan adalah kertas stiker, printer Epson seri L dan tinta berwarna CMYK, printer *cutting silhouette* cameo 5, dan beberapa alat tulis lainnya. Untuk kebutuhan ruangan pelatihan diputuskan diadakan pada semua cabang lembaga mitra pada pagi – siang hari sehingga tidak mengganggu kegiatan pembelajaran di lembaga mitra. Konsumsi juga disepakati untuk disediakan melalui kerjasama dari kedua belah pihak.

2.3. Pemilihan dan Persiapan *Prompt AI*

Kegiatan PKM ini memberikan panduan awal kepada mitra PKM dalam menggunakan AI untuk menghasilkan gambar yang dapat digunakan untuk keperluan *physical branding*, stiker. Tabel 1 menunjukkan tips untuk membuat *prompt* berdasarkan referensi (“Artificial Intelligence Prompt Engineering as a New Digital Competence,” 2023) (Khan, 2024) (Phoenix & Taylor, 2024) (HERMAN, 2025) (Chakraborty et al., 2025).

Tabel 1. Tips membuat prompt berdasarkan refrensi

No.	Heading	Heading
1	Struktur Komposisi Prompt Wajib	- Rumus <i>prompt</i> paling efektif dan efisien adalah <i>Subject</i> (Subjek) + <i>Style</i> (Gaya Seni) - Subjek utama harus diletakkan di awal kalimat, sedangkan kata pengubah tekstur, gaya, dan nama seniman bekerja paling optimal jika diletakkan di paruh kedua (bagian belakang) <i>prompt</i>
2	Teknik Pendefinisian Estetika Gambar	- Jangan gunakan kata abstrak dan subjektif seperti "indah" atau "bagus" karena AI tidak memahaminya - Ganti kata sifat dengan menyebutkan nama seniman spesifik atau nama studio animasi terkenal untuk mengunci estetika visual secara instan
4	Kontrol Kualitas Realisme (Teknis <i>Rendering</i>)	- Untuk mendapatkan gambar yang sangat realistis (hiper-realistic), gunakan istilah teknis komputasi seperti "<i>global illumination</i>" dan "<i>ray tracing</i>" - AI akan merender efek visual dan pantulan cahaya jauh lebih baik saat mendeteksi istilah-istilah teknis fotografi dan pencahayaan tersebut
5	Penggunaan Sintaks dan Parameter Kontrol	- Gunakan fitur sintaksis negatif (seperti perintah <i>--no [objek]</i>) untuk membuang elemen cacat atau elemen yang tidak diinginkan dari gambar - Atur parameter bobot gambar (<i>--iw</i>) secara presisi untuk

-
- menyeimbangkan pengaruh antara gambar referensi yang Anda unggah dengan teks *prompt* yang Anda ketik
 - Gunakan tanda baca yang tegas (seperti koma atau titik dua) untuk memisahkan dua subjek berbeda agar AI tidak bingung atau mencampur adukkan karakteristik keduanya
-

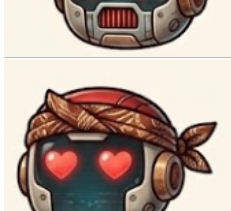
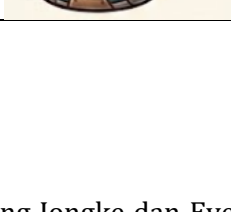
Pada bagian pertama akan digunakan *basic prompt* sebagai berikut: “Buatkan gambar kepala robot yang saya *upload* menggunakan <aksesoris>, gaya sesuai gambar referensi, garis luar yang bersih (*clean outline*), warna-warna *solid* yang cerah, bayangan lembut, latar belakang krem polos dengan bingkai dekoratif tradisional Indonesia yang tipis”. Berdasarkan *template prompt* tersebut, bagian <aksesoris> diubah-ubah dengan juga diberikan referensi file logo asli seperti dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kombinasi Aksesoris untuk Template Prompt Desain Stiker Skenario 1

No.	Aksesoris	File Refrensi	Hasil
1	Aksesoris topi blangkon dan keris		
2	Rambut disanggul	File Refrensi adalah kepala maskot REC.	
3	Aksesoris topi blangkon, keris, dan menggunakan kacamata		
4	Aksesoris topi udeng		

Pada bagian kedua akan digunakan *basic prompt* sebagai berikut *basic prompt*: “Buatkan gambar kepala robot yang saya *upload* menggunakan <aksesoris> dengan ekspresi <ekspresi>, gaya sesuai gambar referensi, garis luar yang bersih (*clean outline*), warna-warna *solid* yang cerah, bayangan lembut, latar belakang krem polos dengan bingkai dekoratif tradisional Indonesia yang tipis”. Pada bagian kedua juga dilakukan hal yang sama, yaitu bagian <aksesoris> diubah-ubah sesuai dengan skenario berbagai alternatif seperti dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Kombinasi Aksesoris untuk Template Prompt Desain Sticker Skenario 2

No.	Aksesoris	Ekspresi	File Refrensi	Hasil
1	Aksesoris topi blangkon, keris, dan kacamata bulat	Senyum		
2	Aksesoris topi blangkon, dan keris	Gembira	File Refrensi adalah kepala maskot REC.	
3	Aksesoris topi blangkon, keris, dan kacamata kotak	Senyum		
4	Aksesoris topi blangkon, keris, dan kacamata kotak	Cemberut		
5	Aksesoris topi udeng	Marah		
6	Aksesoris topi udeng	Cinta		

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kegiatan pelatihan

Kegiatan pelatihan dilakukan pada 2 tempat, yaitu di REC cabang Jongke dan Eye Level cabang Demangan. Gambar 2 adalah foto kegiatan yang dilakukan di REC cabang Jongke. Pada sesi ini terdapat sedikit kendala dari *trouble internet* pada saat mencoba *prompt* ke Gemini AI. Kendala ini diatasi dengan menggunakan akses internet dari handphone menggunakan *mobile hotspot*. Secara umum *template prompt* dan skenario yang disusun pada bagian 2 sebelumnya dapat menghasilkan karakter *branding* yang sesuai atau mendekati dengan keinginan mitra.



(a)



(b)

Gambar 2. Foto Kegiatan di REC cabang Jongke (a) dan Serah terima (b)

Gambar 3 adalah foto kegiatan yang dilakukan di Eye Level cabang Demangan. Pada saat pelatihan tidak terdapat kendala apapun dan kegiatan pelatihan dapat diselesaikan dengan baik. Ada penyesuaian arahan terkait *prompt* yang digunakan, karena *branding* dari Eye Level adalah “lambang lubang kunci”. Sehingga dalam membuat *branding* relatif sulit untuk diterapkan atau dikreasikan. Sehingga materi pelatihan disesuaikan menjadi karakter emosi, sehingga masih sesuai dengan pembelajaran di Eye Level, yaitu mengajarkan emosi menggunakan bahasa Inggris.



(a)



(b)

Gambar 3. Foto kegiatan di Eye Level cabang Demangan (a) dan Serah terima (b)

Pada kegiatan ini, tim PKM menggunakan Gemini AI untuk menghasilkan gambar yang diinginkan berdasarkan *prompt* yang ada. Perlu dipahami, hasil gambar yang dihasilkan pada setiap akun dapat berbeda meskipun *prompt* yang diisikan sama. Hal ini dibuktikan dengan pada saat melaksanakan pelatihan ke mitra dilakukan menggunakan beberapa AI *Large Language Model* yang lain, seperti Chat GPT dan Microsoft Copilot. Beberapa hasil gambar desain sticker yang dihasilkan oleh mitra dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Sticker yang dihasilkan oleh mitra

3.2. Kendala *Cutting Sticker*

Setelah gambar selesai dihasilkan oleh AI, stiker di cetak dan dipotong menggunakan *printer cutting*. Terjadi kendala pada saat melatih para peserta pelatihan dari mitra Eye Level

dalam menggunakan *printer cutting*. Para peserta dari mitra Eye Level merasa penggunaan *printer cutting* terlalu sulit secara teknis. Kendala ini memang sempat dihadapi oleh tim PKM pada tahap persiapan. Dalam diskusi yang dilakukan antara mitra Eye Level dan tim PKM, diputuskan untuk tahap ini dihilangkan atau tidak dilakukan. Ada beberapa alasan yang mendukung kenapa tahap *cutting sticker* sebaiknya dihilangkan.

Pada saat kegiatan belajar mengajar di Eye Level, sering terjadi kasus kebosanan yang dialami oleh anak. Kebosanan ini terjadi karena materi pada Eye Level adalah materi pembelajaran matematika yang membutuhkan pengerjaan soal yang terus menerus. Oleh karena itu, stiker ini akan digunakan untuk *refreshment* bagi para siswa yang mengalami kebosanan.

Para siswa akan diminta melakukan kegiatan memotong stiker menggunakan gunting dengan mengikuti pola yang telah ditentukan. Aktivitas manipulatif ini diharapkan dapat melatih keterampilan motorik halus, koordinasi mata dan tangan, konsentrasi, serta ketelitian siswa selama proses pemotongan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kegiatan menggunting sesuai pola berkaitan dengan perkembangan kontrol gerak tangan dan ketepatan pemotongan pada siswa (Asmara, 2020; Faber et al., 2025; Halisa & Ulfah, St. Maria, 2025). Kegiatan ini menunjukkan bahwa terdapat dampak nyata hasil pelatihan terhadap para siswa mitra. Kegiatan ini membawa dua dampak yaitu branding lembaga mitra menjadi terlihat karena memiliki logo yang menarik bagi siswa, mudah diingat sekaligus menjadi *gift* bagi siswa yang dapat dibagi-bagikan sebagai bentuk promosi *mouth-to-mouth* yang efektif (Fitriati & Irdyansah, 2026) (Rohani et al., 2022). Gambar 5 menampilkan kegiatan siswa yang berpartisipasi aktif dalam menggunting stiker hasil tool generatif AI sebagai bagian dari implementasi hasil pelatihan.



Gambar 5. Siswa menggunting stiker hasil AI sebagai bagian dari kegiatan

Sebagai tindak lanjut dari berbagai kendala teknis yang ditemukan, terutama terkait kerumitan pengoperasian *printer cutting*, tim pengabdian telah melakukan penyesuaian alur produksi agar mitra tetap dapat melanjutkan pembuatan stiker secara mandiri tanpa pendampingan lanjutan. Karyawan di REC dan Eye Level telah terbukti mampu menyusun prompt dan menghasilkan desain visual baru secara mandiri menggunakan AI generatif. Untuk tahap produksi cetak, mitra diarahkan untuk sepenuhnya memanfaatkan perangkat standar yang mudah dioperasikan, yaitu mencetak desain menggunakan *printer konvensional* (Epson seri L) pada kertas stiker standar, lalu menerapkan metode pemotongan manual. Penyederhanaan alur teknis ini memastikan bahwa setelah program pendampingan berakhir, pihak lembaga memiliki kapasitas penuh untuk menjaga keberlanjutan produksi media physical branding dan penyediaan suvenir secara independen, terjangkau, dan sesuai dengan kebutuhan operasional mereka sehari-hari.

3.3. Hasil Evaluasi

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian, tahap evaluasi kuantitatif dan kualitatif dilakukan melalui pengisian kuesioner berskala Likert (1-5) oleh 10 orang peserta yang terdiri dari unsur manajemen dan karyawan lembaga mitra. Pada aspek evaluasi kapasitas adaptasi AI secara umum, hasil analisis data awal menunjukkan bahwa 30% peserta (3 dari 10 orang) sepakat memiliki tingkat kecemasan teknologi (*technological anxiety*) yang tinggi saat pertama kali berinteraksi dengan kecerdasan buatan. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh usia dari peserta yang mayoritas merupakan gen Z yang tidak terpengaruh kecemasan teknologi. Selain itu, proses pendampingan iteratif menyingkap adanya kesenjangan generasi (*generational divide*) dalam adopsi teknologi ini; di mana 3 peserta dari kelompok usia yang lebih senior membutuhkan waktu 15 hingga 20 menit lebih lama dalam memahami sintaksis logika prompt dibandingkan dengan peserta usia muda. Meskipun demikian, pasca-pelatihan menunjukkan tren yang sangat positif, di mana 90% peserta (9 orang) pada akhirnya menyatakan sangat setuju bahwa AI generatif mudah dioperasikan setelah mendapatkan panduan. Hanya 1 peserta yang merupakan kelompok non-gen Z menyatakan masih kesulitan dalam menggunakan AI generatif.

Pada aspek penggunaan AI khusus untuk keperluan *physical branding*, efektivitas pelatihan terukur dengan sangat baik. Sebanyak 80% peserta (8 orang) menyatakan sangat yakin dan mampu mengimplementasikan pedoman penyusunan *prompt* secara mandiri, mulai dari penentuan subjek utama, gaya seni, hingga detail ekspresi karakter. Keberhasilan teknis ini didukung oleh kepuasan mitra, di mana 100% peserta sepakat bahwa desain stiker yang dihasilkan berhasil merepresentasikan identitas merek mereka secara spesifik, baik itu logo robotika untuk REC maupun karakter emosi untuk Eyelevel.

Evaluasi akhir ini membuktikan bahwa adopsi AI generatif menjadi solusi yang berdampak positif. Sebanyak 100% peserta sangat setuju bahwa pemanfaatan AI memberikan bantuan bagi karyawan untuk memproduksi media *physical branding* secara mandiri. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia ini membuktikan bahwa adaptasi teknologi mampu menjembatani kesenjangan finansial dan keterbatasan SDM operasional, sekaligus mengatasi kecemasan teknologi para karyawan dalam menciptakan souvenir pemasaran dan sarana *refreshment* bagi siswa.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil melatih karyawan di Robotics Education Centre (REC) cabang Yogyakarta dan Eyelevel cabang Demangan dalam memanfaatkan teknologi AI generatif untuk membuat desain stiker sebagai sarana *physical branding*. Melalui panduan penyusunan *prompt* yang terstruktur, para peserta mampu menghasilkan gambar karakter visual yang sesuai dengan identitas merek dan kebutuhan pembelajaran lembaga masing-masing, seperti karakter maskot untuk REC dan karakter emosi untuk Eyelevel. Kelebihan dari solusi ini adalah kepraktisan serta efisiensi biaya dalam mengatasi keterbatasan SDM tanpa memerlukan desainer khusus, sekaligus memberikan manfaat ganda karena stiker yang dihasilkan tidak hanya menjadi media promosi eksternal, tetapi juga sarana *refreshment* interaktif bagi siswa untuk mengatasi kejenuhan belajar.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan ini masih memiliki beberapa kekurangan dan kendala teknis, seperti ketergantungan pada stabilitas koneksi internet, variasi hasil gambar AI pada akun yang berbeda meskipun menggunakan *prompt* yang sama, serta tingkat kesulitan penggunaan mesin *printer cutting* yang dinilai terlalu rumit oleh mitra sehingga proses pemotongan stiker otomatis ditiadakan. Untuk pengembangan selanjutnya, program pelatihan dapat diperluas pada pengenalan *tools* AI yang lebih spesifik untuk konsistensi karakter identitas merek, pemanfaatan AI untuk jenis media *physical branding* lainnya selain stiker, serta penyederhanaan alur produksi cetak agar mitra dapat memproduksi souvenir pemasaran secara lebih cepat dan mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diberikan kepada: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UKDW yang telah memberikan fasilitas dan pendanaan dalam rangka pengabdian masyarakat ini dengan nomor kontrak pengabdian: 146/D.02/LPPM/2026. Terima kasih juga diberikan kepada para mitra REC dan Eye Level Yogyakarta atas kerjasama dan dukungan selama pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andre, A., & Nasrun, M. (2025). AI dan Kapitalisme: Tantangan Systemic Ekonomi dari Otomatisasi dan Disrupsi Teknologi. *MARKET: Multidisciplinary Approaches to Regulatory Knowledge in Islamic Economics and Technology*, 1(2), 83–96.
- Arifin, Z., Pambudi, A. D., Tamamy, A. J., Islahudin, N., Pamungkas, H., & Heryanto, M. A. (2023). Pelatihan Robotika Untuk Pengenalan Dunia Robotik Bagi Siswa SMA KOLESE LOYOLA Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 69–76. <https://doi.org/10.33633/ja.v6i1.846>
- Artificial intelligence prompt engineering as a new digital competence: Analysis of generative AI technologies such as ChatGPT. (2023). *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(3), 25–38.
- Asmara, B. (2020). Meningkatkan Kemampuan Motorik Halus Melalui Kegiatan Menggunting Pada Anak Usia Dini Di Kelompok A TK Khadijah Surabaya. *Pedagogi : Jurnal Anak Usia Dini dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 11–23.
- Chakraborty, M., Chakraborty, H., Haque, Md. A. U., & Halder, I. (2025). The Art and Science of Guiding Generative AI: A Comprehensive Study of Prompt Engineering Methodologies, Best Practices and Future Frontiers. *2025 International Conference on Artificial Intelligence for Computing, Astronomy and Renewable Energy (AICARE)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/AICARE66005.2025.11402697>
- Chrismanto, A. R., Wibowo, A., & Senaparthi, I. K. D. (2025). Pengenalan Konsep Machine Learning Sebagai Upaya Penguatan Logika Di SMA Bopkri 1 Yogyakarta. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat X*, 29–34. <https://sendimas.org/ocs/index.php/2025/>
- Chrismanto, A. R., Wijana, K., Verianto, E., Wibowo, A., & Lukito, Y. (2020). Pendampingan dan Pelatihan Penguatan Computational Thinking sebagai Kemampuan Utama Abad 21. *Abdimas Altruist: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 83–91.
- Faber, L., Hartman, E., Houwen, S., & Schoemaker, M. M. (2025). Sharp Skills or Snipping Struggles? Qualitative Paper-Cutting Performance in 5- to 10-Year-Old Children Using Hands-On! *Behavioral Sciences*, 15(4), 489. <https://doi.org/10.3390/bs15040489>
- Fitriati, R., & Irdiansah, A. (2026). Analisis Efektifitas Marketing Mix dan Digital Marketing untuk Peningkatan Siswa Pendaftar di Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini: Analysis of the Effectiveness of Marketing Mix and Digital Marketing to Increase the Students Enrollments in Early Childhood Education Institutions. *Indonesian Journal of Early Childhood: Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 8(1), 25–36. <https://doi.org/10.35473/ijec.v8i1.4921>
- Halisa, & Ulfah, St. Maria. (2025). Meningkatkan Motorik Halus Anak Melalui Kegiatan Menggunting Pola Sederhana Di PAUD Teratai. 2(9). <https://doi.org/10.62335/cendekia.v2i9.1767>
- Hendrawan, A. (2025). Efektivitas Design Brief Sebagai Prompt Berbasis Teks Dalam Proses Desain Logo Artificial Intelligence. *Jurnal Industri Kreatif Dan Inovatif*, 3(1), 33–48. <https://doi.org/10.61696/visisakti.v3i1.724>
- HERMAN, E. (2025). *Optimizing Prompt Engineering for Generative AI*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

- Hidayati, A., Jalaludin, & Amin, M. A. K. (2025). Manajemen Strategis Berbasis Teknologi Digital untuk Penguatan Branding Sekolah. *TSAQAFATUNA: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.54213/tsaqafatuna.v7i2.657>
- Khan, I. (2024). *The Quick Guide to Prompt Engineering: Generative AI Tips and Tricks for ChatGPT, Bard, Dall-E, and Midjourney*. John Wiley & Sons.
- Kholisussa'di, Herlina, & Hardiansyah, R. (2026). Optimalisasi Branding Image Pendidikan Nonformal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat (Studi Kasus Di Pondok Putri Ridwan Anwarul Halimy). *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 9(1), 18–27. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v9i1.30064>
- Kusdardjanto, F. O., Irbayuni, S., & Sugito, S. (2025). Kontribusi Artificial Intelligence Terhadap Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Sektor UMKM Digital. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Bisnis*, 1581–1586. <https://doi.org/10.47701/eqnyrb10>
- Mokobombang, N., Nawir, F., Wardhani, T., Indrabayu, I., Warni, E., Yusuf, M., Alimuddin, A. A. P., Abdillah Rahmat, M., Nurdin, A., Anwar, H., Indriani Sumardi, N., Shalomi, A. P., Nashwan Indrabayu, M., Algifari, H., & Mutmainnah, R. (2026). Strategi Branding dan AI-Driven Marketing Content untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Bolu Pisang di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Tepat (Teknologi Terapan Untuk Pengabdian Masyarakat)*, 9(1). https://eng.unhas.ac.id/tepat/index.php/Jurnal_Tepat/article/view/698
- Phoenix, J., & Taylor, M. (2024). *Prompt Engineering for Generative AI*. O'Reilly Media, Inc.
- Pratama, R. A., & Sudrajat, A. W. (2026). Adopsi Artificial Intelligence pada UMKM: Tinjauan Sistematis. *MDP Student Conference*, 5(2), 1122–1135. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v5i2.15392>
- Rohani, A., Simatupang, L. N., & Prasetya, G. H. (2022). Analisis Promosi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Merek Dan Kualitas Jasa Pengaruhnya Terhadap Keputusan Memilih Pelatihan Prakerja Di Pintaria. *Jurnal Manajemen USNI*, 6(2), 82–102. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i2.206>
- Sidi, A. P., Anjaningrum, W. D., Dura, J., Cahyaningtyas, F., & Yogatama, A. N. (2024). Pemanfaatan AI Dalam Branding dan Pemasaran UMKM. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 155–163. <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v3i4.1268>
- Siswoyo, A., Arianto, E., & Novyanto, A. H. (2024). Membangun Minat STEM Melalui Pelatihan Robotika Sederhana di SD Kanisius Beji, Playen Gunung Kidul. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 5(2), 1442–1447. <https://doi.org/10.46306/jabb.v5i2.1324>
- Verianto, E., Chrismanto, A. R., Lukito, Y., Santosa, R. G., Haryono, N. A., Mahastama, A. W., Wibowo, A., & Rosa, D. (2020). *Pelatihan Persiapan Menghadapi Olimpiade Sains Komputer Di SMA Bopkri 1 Yogyakarta*. Universitas Kristen Duta Wacana.
- Wibawa, A., Haerudin, H., & Prasmono, Y. V. F. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence Dalam Desain Estetik Sebagai Strategi Visual Branding Bagi Calon Technopreneur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 97–103. <https://doi.org/10.70283/jpm.v2i2.152>
- Wibowo, A., Chrismanto, A. R., & Lukito, Y. (2021). Peningkatan Layanan Akademik Sekolah Sma BOPKRI 1 Melalui Aplikasi Registrasi Siswa Baru. *Sendimas 2021 - Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 170–176. <https://doi.org/10.21460/SENDIMASVI2021.V6I1.43>

Halaman Ini Dikosongkan