

Pelatihan Komunikasi Edukatif Masyarakat Pesisir dalam Pembuatan Otak-otak sebagai Wirausaha di Desa Pajukukang Kabupaten Maros

Hadawiah¹, Mustamin Tajuddin², Ahdan³

¹Universitas Muslim Indonesia; hadawiah.hadawiah@umi.ac.id

²Universitas Muslim Indonesia; abyan.mustamin@gmail.com

³Universitas Muslim Indonesia; ahdan.s@umi.ac.id

| Article Info | Abstract |
|--|--|
| <p>Keywords: educational communication; otak-otak; entrepreneurship; coastal communities</p> <p>Kata Kunci: komunikasi edukatif; otak-otak; wirausaha; masyarakat pesisir</p> <p>Article History Received: 2024-12-24 Reviewed: 2024-12-25 Accepted: 2024-12-30</p> | <p><i>Pajukukang Village in Bontoa District, Maros Regency, has great potential in the utilisation of marine products, but the local community still faces various obstacles in developing local potential-based entrepreneurship. This community service programme was designed to improve the educational communication skills of coastal communities, while equipping them with the ability to produce otak-otak as a superior product with high economic value. A participatory approach was used to actively involve the community in every stage of the training, from the introduction of educational communication concepts to production and marketing practices. The training activities covered three main aspects: improving communication skills, training on quality brain-brain production techniques, and community-based business management. Through simulations and hands-on practice, participants understood the importance of educational communication in attracting consumers, both through direct interaction and digital marketing strategies. The results of this activity showed a significant improvement in participants' communication skills, especially in conveying the value of their products. In addition, participants successfully produced brain-brain-boxes with quality that meets market standards and began to start an independent seafood-based business. This programme is expected to have a sustainable impact by supporting the economic independence of coastal communities through optimal use of local potential.</i></p> |
|  <p>Lisensi: cc-by-sa</p> | <p>Abstrak</p> <p>Desa Pajukukang di Kecamatan Bontoa, Kabupaten Maros, memiliki potensi besar dalam pemanfaatan hasil laut, namun masyarakat setempat masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan wirausaha berbasis potensi lokal. Program pengabdian ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan komunikasi edukatif masyarakat pesisir, sekaligus membekali mereka dengan kemampuan memproduksi otak-otak sebagai produk unggulan yang bernilai ekonomis tinggi. Pendekatan partisipatif digunakan untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan pelatihan, mulai dari pengenalan konsep komunikasi edukatif hingga praktik produksi dan pemasaran. Kegiatan pelatihan mencakup tiga aspek utama: peningkatan keterampilan komunikasi, pelatihan teknik produksi otak-otak yang berkualitas, dan pengelolaan usaha berbasis komunitas. Melalui simulasi dan praktik langsung, peserta memahami pentingnya komunikasi edukatif dalam menarik minat konsumen, baik melalui interaksi langsung maupun strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan komunikasi peserta, terutama dalam menyampaikan nilai produk mereka. Selain itu, peserta berhasil memproduksi otak-otak dengan kualitas yang memenuhi standar pasar dan mulai merintis usaha mandiri berbasis hasil laut. Program ini diharapkan dapat memberikan dampak berkelanjutan dengan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat pesisir melalui pemanfaatan potensi lokal yang optimal.</p> |
| Corresponding Author | Hadawiah Universitas Muslim Indonesia; hadawiah.hadawiah@umi.ac.id |
| How to Cite (APA) | Hadawiah, H., Tajuddin, M., & Ahdan, A. (2024). Pelatihan Komunikasi Edukatif Masyarakat Pesisir dalam Pembuatan Otak-otak sebagai Wirausaha di Desa Pajukukang Kabupaten Maros. <i>Intisari: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat</i> , 2(2), 83–88. https://doi.org/10.58227/intisari.v2i2.193 |

PENDAHULUAN

Desa Pajukukang terletak di Kecamatan Bontoa, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Desa ini dikenal dengan wilayah pesisirnya yang memiliki hasil laut melimpah. Kekayaan laut seperti ikan, udang, dan cumi-cumi merupakan sumber daya alam utama yang menopang kehidupan masyarakat (Dermawati, Palo, & Najamuddin, 2019; Jaya, Laitte, & Febri, 2022). Namun, pemanfaatan hasil laut tersebut masih terbatas pada konsumsi pribadi atau penjualan dalam bentuk mentah. Hal ini menyebabkan nilai tambah hasil laut belum maksimal, sehingga berdampak pada pendapatan masyarakat yang cenderung stagnan (Wibowo, 2017; Berman & Kurniawan, 2017).

Salah satu produk khas berbasis hasil laut yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah otak-otak, makanan tradisional berbahan dasar ikan yang telah dikenal luas di masyarakat Indonesia (De Jong & Solihin, 2020; Boikh, 2023; Sutikno & Oktavia, 2023). Dengan cita rasa khas dan kandungan gizi yang tinggi, otak-otak memiliki peluang besar untuk menjadi produk unggulan yang tidak hanya diminati di pasar lokal, tetapi juga di luar wilayah Kabupaten Maros. Namun, pengembangan otak-otak sebagai usaha berbasis masyarakat belum terlaksana secara optimal.

Keterbatasan masyarakat dalam bidang komunikasi edukatif dan manajemen usaha menjadi salah satu kendala utama. Komunikasi edukatif adalah keterampilan penting yang membantu individu menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens, baik untuk tujuan promosi, edukasi, maupun pemasaran (Arief, 2018; Adinda, Primandhana, & Sishadiyati, 2023). Sayangnya, masyarakat pesisir Desa Pajukukang cenderung belum terlatih dalam menggunakan komunikasi edukatif untuk meningkatkan daya tarik produk mereka. Di sisi lain, keterbatasan pengetahuan manajemen usaha, seperti pencatatan keuangan, pengemasan produk, dan strategi pemasaran, turut memperlambat upaya mereka dalam mengembangkan wirausaha lokal (Ghozali & Nurhasanah, 2019; Yuniarti, 2020; Rini, 2021).

Dalam konteks ini, pelatihan komunikasi edukatif serta keterampilan produksi otak-otak menjadi langkah strategis untuk mendorong masyarakat pesisir Desa Pajukukang mengoptimalkan potensi lokal mereka. Dengan pendekatan berbasis pemberdayaan, diharapkan pelatihan ini dapat memberikan solusi nyata bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan melalui pengembangan wirausaha berbasis komunitas (Prasetyo, 2018; Nasila & Napu, 2024).

Berdasarkan survei dan observasi awal yang dilakukan di Desa Pajukukang, terdapat beberapa permasalahan utama yang menjadi fokus program pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu rendahnya keterampilan komunikasi masyarakat dalam pemasaran, belum optimalnya pemanfaatan hasil laut, dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manajemen usaha. Untuk itu, tim pelaksana melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pesisir Desa Pajukukang dengan bertujuan meningkatkan keterampilan komunikasi masyarakat pesisir, memberikan pelatihan produksi otak-otak berkualitas, serta membimbing masyarakat dalam pengelolaan usaha berbasis potensi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan komunikasi edukatif dan kemampuan produksi masyarakat pesisir Desa Pajukukang Kabupaten Maros. Metode yang digunakan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan partisipatif, dengan tahapan kegiatan yang terstruktur dan evaluasi yang komprehensif. Pendekatan partisipatif merupakan strategi utama dalam pelaksanaan kegiatan ini. Partisipasi masyarakat tidak hanya terbatas pada sebagai peserta pelatihan, tetapi juga melibatkan mereka dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga

evaluasi kegiatan. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif, mereka merasa memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan program, sekaligus memperoleh pengalaman langsung yang relevan dengan kebutuhan mereka. Selanjutnya, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi empat tahapan untuk memastikan kegiatan berjalan terstruktur dan mencapai hasil yang optimal, antara lain: (1) identifikasi kebutuhan, (2) pelatihan komunikasi edukatif, (3) pelatihan produksi otak-otak, dan (4) pendampingan wirausaha.

Pada tahap identifikasi kebutuhan, dilakukan survei lapangan untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, dan kebutuhan masyarakat pesisir Desa Pajukukang dalam bentuk wawancara dengan masyarakat dan observasi terhadap kegiatan sehari-hari mereka, terutama yang berkaitan dengan pengolahan hasil laut dan pemasaran produk. Pada tahap FGD, dilakukan diskusi dengan tokoh masyarakat, di antaranya adalah kepala desa, nelayan, dan pelaku usaha lokal untuk menggali lebih dalam tentang permasalahan yang dihadapi. Hasil diskusi ini digunakan untuk menentukan fokus pelatihan yang relevan dan strategis. Selanjutnya, pada tahap pelatihan komunikasi edukatif diberikan materi pengenalan konsep dasar komunikasi edukatif, dan melakukan simulasi komunikasi pemasaran produk peserta. Setelah itu, beralih ke tahap pelatihan produksi otak-otak, di mana peserta diberikan materi proses pemilihan bahan baku pembuatan otak-otak berkualitas tinggi, teknik pengolahan yang higienis dan menarik, serta pengemasan produk. Terakhir, pada tahap pendampingan wirausaha, peserta didampingi menyusun strategi pemasaran produk yang bertujuan membantu peserta memasarkan produk otak-otak secara efektif, baik secara *offline* maupun *online*, dan juga tentang teknik pencatatan keuangan usaha kecil. Setelah seluruh tahapan telah dijalankan, selanjutnya dilakukan monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas program dan dampaknya terhadap peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan komunikasi edukatif bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memasarkan produk otak-otak, baik secara langsung maupun melalui media digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan peserta. Sebelum pelatihan, hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki keterbatasan dalam memahami konsep dasar komunikasi pemasaran, seperti bagaimana menyampaikan nilai produk kepada konsumen, membangun kepercayaan, dan memanfaatkan media digital. Setelah pelatihan, hasil post-test mencatat peningkatan pemahaman sebesar 80% pada aspek berikut: (1) menyusun pesan pemasaran yang edukatif, yakni peserta mampu menjelaskan keunggulan produk otak-otak, seperti bahan baku segar, cita rasa khas, dan proses produksi yang higienis; dan (2) penggunaan media sosial, yakni peserta memahami cara memanfaatkan platform seperti Instagram dan WhatsApp untuk mempromosikan produk.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan telah mampu meningkatkan keterampilan praktis peserta, terutama dalam kegiatan simulasi komunikasi pemasaran dan pembuatan konten digital. Dalam sesi simulasi, peserta dilatih untuk berinteraksi dengan konsumen potensial. Hasilnya, peserta mampu mempresentasikan produk mereka dengan percaya diri. Beberapa peserta juga mulai menggunakan pendekatan *storytelling*, seperti menceritakan proses pembuatan otak-otak dan asal-usul bahan baku, yang berhasil menarik perhatian audiens. Selain itu, peserta juga dilatih dalam pembuatan konten digital. Peserta yang sebelumnya tidak familiar dengan pembuatan konten digital mulai memahami dasar-dasar fotografi produk dan penulisan deskripsi menarik. Beberapa produk otak-otak peserta mulai dipromosikan melalui media sosial, dengan hasil peningkatan penjualan yang cukup menjanjikan. Meskipun terdapat peningkatan keterampilan, beberapa peserta menghadapi beberapa tantangan dalam menyusun narasi pemasaran yang konsisten dan menarik, keterbatasan akses ke perangkat teknologi seperti

kamera berkualitas atau ponsel pintar, serta kesulitan dalam menjangkau konsumen di luar desa secara langsung.

Pelatihan produksi otak-otak yang telah dilakukan oleh tim pengabdian berfokus pada pengolahan bahan baku, teknik produksi yang higienis, dan pengemasan yang menarik. Hasilnya menunjukkan bahwa peserta berhasil memproduksi otak-otak dengan kualitas baik yang memenuhi standar kebersihan dan rasa yang kompetitif, baik dari segi kualitas produk, efisiensi produksi, dan pengemasan produk. Para peserta pelatihan mampu menghasilkan otak-otak dengan rasa yang lezat dan konsisten. Uji rasa yang melibatkan masyarakat setempat menunjukkan bahwa 85% responden merasa puas dengan cita rasa produk yang dihasilkan. Selain itu, peserta telah memahami pentingnya menjaga kebersihan selama proses produksi, termasuk penggunaan alat-alat bersih, pemilihan bahan baku segar, dan pengemasan yang higienis. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 90% produk memenuhi standar kebersihan yang ditentukan. Termasuk juga dari segi inovasi produk, beberapa peserta mulai mencoba inovasi, seperti penambahan varian rasa (otak-otak pedas, keju, atau rumput laut) untuk menyesuaikan dengan preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan kreativitas peserta dalam menciptakan nilai tambah produk.

Pelatihan yang diberikan juga memperkenalkan teknologi sederhana yang dapat meningkatkan efisiensi, seperti penggunaan alat penggiling ikan dan teknik pengemasan vakum. Peserta yang menggunakan alat ini melaporkan peningkatan produktivitas hingga 40% dibandingkan dengan metode manual. Begitu juga dengan pelatihan dalam pengemasan produk, peserta dilatih menghasilkan produk yang lebih menarik secara visual. Informasi penting seperti merek, komposisi bahan, dan tanggal kedaluwarsa mulai dicantumkan pada kemasan. Pengemasan vakum juga membantu memperpanjang masa simpan produk, sehingga produk dapat dipasarkan di luar wilayah Desa Pajukukang Kabupaten Maros. Namun demikian, Beberapa peserta menghadapi kesulitan mendapatkan bahan baku ikan segar selama musim tertentu. Hal ini memengaruhi konsistensi produksi dan kualitas produk. Keterbatasan modal juga menjadi kendala bagi peserta yang ingin meningkatkan skala produksi atau membeli peralatan tambahan. Demikian juga yang terkait dengan manajemen produksi, peserta yang baru memulai usaha sering kali menghadapi tantangan dalam mengelola waktu dan tenaga untuk memenuhi permintaan konsumen yang meningkat.

Hasil pelatihan yang telah diberikan oleh tim pelaksana menunjukkan keberhasilan dalam mencapai tujuan utama program, yaitu meningkatkan keterampilan komunikasi edukatif dan kemampuan produksi masyarakat pesisir Desa Pajukukang Kabupaten Maros. Namun, terdapat beberapa aspek yang membutuhkan perhatian lebih lanjut untuk memastikan keberlanjutan dampak program ini. Pelatihan komunikasi edukatif telah memberikan perubahan positif pada cara peserta memasarkan produk mereka. Penggunaan media sosial sebagai platform promosi menjadi salah satu pencapaian penting, mengingat potensinya untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya rendah. Namun, keberhasilan ini perlu diimbangi dengan pendampingan lanjutan untuk meningkatkan konsistensi narasi pemasaran dan kreativitas konten digital. Selain itu, akses teknologi juga harus ditingkatkan melalui penyediaan perangkat atau pelatihan penggunaan teknologi sederhana.

Kemampuan peserta dalam memproduksi otak-otak berkualitas juga menunjukkan potensi besar untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kebersihan dan rasa, tetapi juga mulai menawarkan inovasi yang menarik bagi konsumen. Peningkatan nilai tambah produk melalui inovasi rasa dan pengemasan menunjukkan bahwa peserta memiliki potensi untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Dukungan dalam bentuk pelatihan pemasaran digital dan akses ke platform *e-commerce* dapat membantu produk otak-otak dari Desa Pajukukang Kabupaten Maros dikenal secara regional maupun

nasional. Untuk memastikan dampak yang berkelanjutan, perlu adanya monitoring dan pendampingan jangka panjang. Tim pengabdian dapat bekerja sama dengan pemerintah desa atau organisasi lokal untuk memberikan dukungan tambahan, seperti akses pembiayaan, pelatihan lanjutan, atau pengembangan jaringan pemasaran.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat pelatihan komunikasi edukatif dan produksi otak-otak yang dilaksanakan di Desa Pajukukang Kabupaten Maros, berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan masyarakat pesisir pada dua aspek utama, yakni komunikasi dan produksi. Peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyampaikan nilai produk melalui komunikasi yang lebih edukatif dan persuasif. Mereka juga berhasil memproduksi otak-otak dengan kualitas yang memenuhi standar kebersihan, rasa, dan daya tarik pasar. Pada aspek komunikasi, pelatihan ini membantu peserta memahami pentingnya edukasi dalam mempromosikan produk, baik secara langsung maupun melalui media digital. Peserta mampu menyampaikan keunggulan produk mereka, termasuk cerita di balik proses produksi dan bahan baku yang digunakan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik konsumen tetapi juga memperkuat citra positif produk lokal. Pada sisi produksi, pelatihan berhasil membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan teknis, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan produk. Peserta mulai menunjukkan kreativitas, seperti menciptakan varian rasa baru dan memperbaiki tampilan kemasan agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, penguasaan teknik pengemasan vakum membantu memperpanjang masa simpan produk, sehingga membuka peluang untuk menjual otak-otak di pasar yang lebih luas. Namun demikian, beberapa tantangan tetap ada, seperti keterbatasan akses bahan baku selama musim tertentu, modal usaha yang terbatas, dan kurangnya keterampilan dalam mengelola usaha secara mandiri. Hal ini menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan program dan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat pesisir.

REFERENSI

- Adinda, E., Primandhana, W., & Sishadiyati, S. (2023). Pemanfaatan Media Digital dalam Meningkatkan Pemasaran dan Pertumbuhan UMKM Desa Karang Kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 304-313.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10076990>
- Arief, M. (2018). *Komunikasi Edukatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Berman, M., & Kurniawan, D. (2017). *Pengolahan Hasil Laut untuk Diversifikasi Produk Pesisir*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Boikh, L. I., Djonu, A., Kiak, N. T., Bria, J. O., Tennis, R., Lahal, Y. W. P., & Adangla, P. (2023). Pengembangan Kegiatan Ekowisata Mangrove di Oesapa Barat Melalui Digital Marketing Produk Otak-otak. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil-hasil Pengabdian*, 6(1), 148-157.
- De Jong, E., & Solihin, I. (2020). *Strategi Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal*. Bandung: Alfabeta.
- Dermawati, D., Palo, M., & Najamuddin, N. (2019). Analisis Konstruksi dan Hasil Tangkapan Jaring Insang Permukaan di Perairan Kabupaten Maros Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal IPTEKS Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan*, 6(11), 44-69.
<https://doi.org/10.20956/jipsp.v6i11.6275>
- Ghozali, I., & Nurhasanah, F. (2019). *Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Pengembangan Usaha Kreatif di Perdesaan*. Malang: UMM Press.
- Jaya, J., Laitte, M. H., & Febri, F. (2022). Analisis Kesesuaian dan Daya Dukung Lahan Budidaya Ikan Baronang (*Siganus Sp*) di Perairan Pesisir Kabupaten Maros. *Akuatikisile: Jurnal*

- Akuakultur, Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil*, 6(1), 51-56.
<https://doi.org/10.29239/j.akuatikisle.6.1.51-56>
- Majid, A., Rahmawati, S., & Mansyur, U. (2023). Pelatihan Implementasi Public Speaking Seni Berwacana Berbasis Penelitian Tindak Kelas di Sekolah. *Intisari: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 95–100. <https://doi.org/10.58227/intisari.v1i2.105>
- Nasila, R., & Napu, I. A. (2024). Strategi Baru dalam Mendukung Kewirausahaan Sosial untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Marginal di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. *Journal of Education Research*, 5(4), 4853-4867.
- Prasetyo, A. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat Pesisir untuk Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan*. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia.
- Rini, S. (2021). *Komunikasi Pemasaran Produk Lokal: Teori dan Praktik dalam UMKM*. Surabaya: Laksana.
- Suharto, B., & Widodo, H. (2019). *Pembangunan Wirausaha Berbasis Komunitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutikno, B., & Oktavia, Y. (2023). Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal melalui Program Pengembangan Menuju Desa Wisata Patuguran (Studi Kasus pada Desa Wisata Patuguran). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2503-2516.
<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4921>
- Wibowo, F. (2017). *Teknologi Pengolahan Makanan dari Hasil Laut*. Jakarta: Erlangga.
- Yuniarti, E. (2020). *Pengembangan Produk Lokal sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa*. Bandung: Refika Aditama.