

**KEMENTERIAN DALAM NEGERI
REPUBLIK INDONESIA**

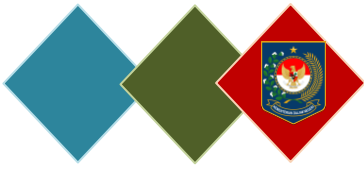
**LAPORAN PELAKSANAAN AKTUALISASI
PELATIHAN DASAR CALON PEGAWAI NEGERI SIPIL
GOLONGAN III**

**OPTIMALISASI PROMOSI PRODUK EKONOMI KREATIF
(EKRAF) MELALUI MEDIA SOSIAL**

Disusun oleh :

Nama : Aufa Ikhtiary Shofita, S.E
NIP : 20010123 202505 2 001
Jabatan : Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli
Pertama
Instansi : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci
Kelas/Kelompok : 2
No. Absen : 16
Angkatan : 12

**PUSAT PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA
REGIONAL BUKITTINGGI
KEMENTERIAN DALAM NEGERI
REPUBLIK INDONESIA
2025**



**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN PELAKSANAAN AKTUALISASI**

JUDUL : Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif
(Ekraf) Melalui Media Sosial
NAMA : Aufa Ikhtiary Shofita, S.E
NIP : 20010123 202505 2 001
PANGKAT/GOL. : Penata Muda / III.a
JABATAN : Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif
Ahli Pertama
INSTANSI : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten
Kerinci
ANGKATAN/KELOMPOK : 12 / 2
NO. ABSEN : 16

Disahkan berdasarkan Seminar Aktualisasi yang dilaksanakan pada Oktober 2025 di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Dalam Negeri Regional Bukittinggi.

Bukittinggi, Oktober 2025

Coach,

Penguji,

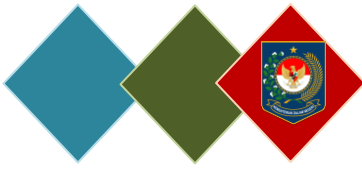
Hayyi Utamimul Hasanah, S.Psi
NIP. 19940606 202012 2 029

Baiklah Maisono Saleh, S.Si, Apt., M.Si
NIP. 19700208 199805 1 001

Mengetahui

Kepala Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Dalam
Negeri Regional Bukittinggi

Sarjayadi, M.A.P
NIP. 197003041996031001



BERITA ACARA SEMINAR LAPORAN PELAKSANAAN AKTUALISASI

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 24 Oktober 2025
Pukul : 07.30 - Selesai
Tempat : *PPSDM Bukittinggi*

Telah Diseminarkan Laporan Aktualisasi Latsar CPNS Angkatan XII Tahun 2025

JUDUL : Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif
(Ekraf) Melalui Media Sosial
NAMA : Aufa Ikhtiary Shofita, S.E
NIP : 20010123 202505 2 001
PANGKAT/GOL. : Penata Muda / III.a
JABATAN : Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif
Ahli Pertama
INSTANSI : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten
Kerinci
ANGKATAN/KELOMPOK : 12 / 2
NO. ABSEN : 16

COACH

Hayyi Utamimul Hasanah, S.Psi
NIP. 19940606 202012 2 029

PESERTA

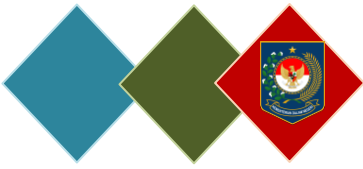
Aufa Ikhtiary Shofita, S.E
NIP. 19931216 202505 1 001

PENGUJI

Baiklah Maisono Saleh, S.Si, Apt., M.Si
NIP. 19700208 199805 1 001

MENTOR

Doni Andriatama, S.E., M.M
NIP. 19900701 201101 1 00 2

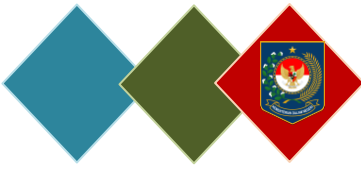


KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan aktualisasi yang berjudul **“Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif (Ekraf) Melalui Media Sosial”** dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu kewajiban dalam Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil (Latsar CPNS) sekaligus sebagai bentuk penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK dan peran ASN sebagai pelayan publik.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis banyak mendapat dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Hayyi Utamimul Hasanah, S.Psi selaku Coach, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Coach yang telah dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan laporan aktualisasi ini. Dukungan dan masukan yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam memahami substansi materi serta dalam mengembangkan gagasan yang dituangkan dalam rancangan ini.
2. Bapak Doni Andriatama, S.E., M.M selaku Mentor, terima kasih yang sebesar-besarnya juga kepada Mentor yang senantiasa memberikan arahan, masukan, serta dukungan dalam setiap tahapan penyusunan laporan aktualisasi ini. Bimbingan dan perhatian dari Mentor sangat membantu penulis dalam menyusun rancangan yang lebih terarah dan sesuai dengan tujuan pembelajaran.
3. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak/Ibu Widyaiswara yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pencerahan selama proses Pelatihan Dasar CPNS. Bimbingan dan materi yang disampaikan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menyusun serta melaksanakan laporan aktualisasi ini.
4. terima kasih kepada rekan-rekan kerja di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci atas dukungan, kerja sama, dan bantuannya selama proses penyusunan hingga pelaksanaan rancangan aktualisasi ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada para pelaku ekonomi kreatif (Ekraf) binaan Disparbud Kerinci yang telah bersedia memberikan data, informasi, serta masukan yang sangat membantu dalam menyempurnakan rancangan ini.



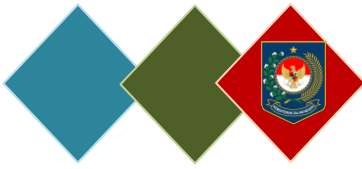
5. Terima kasih yang tulus kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa, kasih sayang, serta dukungan moral yang tiada hentinya diberikan. Semangat dan dorongan dari keluarga menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan aktualisasi ini.
6. Terima kasih yang mendalam kepada Serda Fhadil Cendekia atas doa, dukungan, dan pengertiannya selama proses penyusunan laporan aktualisasi ini. Senyum dan semangat yang diberikan selalu menjadi motivasi berharga bagi penulis untuk menyelesaikan laporan aktualisasi ini dengan sebaik-baiknya.
7. Terima kasih kepada sahabat-sahabat tercinta, terutama Aldera L. Gazela, S.Pd, Widia Gustiviana, S.E, Adinda Nurhaliza, S.AP, Tetra Puspita, S.AP, Laras Dwi Sintia, S.Sn, Estirada, A.Md, Pjk, Fabela Pitri Lina, S.Tr.Keb, dan Wahyu Rahmi Atika, S.E. terima kasih atas kebersamaan, doa, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan. Dukungan mereka menjadi penguat yang berarti bagi penulis selama mengitit latsar hingga terselesaikannya laporan aktualisasi ini.
8. Terakhir penulis menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah meskipun banyak tantangan yang harus dilalui. Setiap lelah yang dirasakan, setiap keraguan yang datang, mampu dilalui dengan kesabaran dan keyakinan untuk terus melangkah. Terima kasih telah memberi kesempatan kepada diri sendiri untuk belajar, berkembang, dan akhirnya menyelesaikan laporan aktualisasi ini dengan sepenuh hati.

Akhir kata, penulis berharap laporan aktualisasi ini dapat memberikan manfaat nyata, baik sebagai upaya peningkatan promosi ekonomi kreatif di Kabupaten Kerinci maupun sebagai pengalaman berharga dalam perjalanan penulis sebagai ASN. Semoga rancangan ini dapat menjadi kontribusi kecil yang berdampak positif bagi masyarakat, instansi, dan daerah tercinta.

Kerinci, 24 Oktober 2025

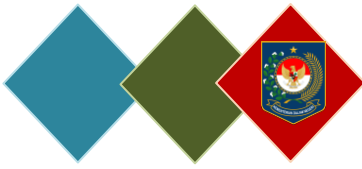
Peserta

Aufa Ikhtiar Shofita, S.E
NIP. 20010123 202505 2 001

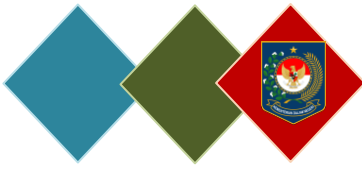


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN PELAKSANAAN AKTUALISASI	i
BERITA ACARA SEMINAR LAPORAN PELAKSANAAN AKTUALISASI .	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan	2
C. Ruang Lingkup	2
BAB II PROFIL INSTANSI DAN PESERTA	3
A. Profil Instansi	3
B. Profil Peserta	6
BAB III RINGKASAN RANCANGAN AKTUALISASI.....	8
A. Deskripsi <i>Core Isu</i>	8
B. Analisis <i>Core Isu</i>	12
C. Rumusan Isu	14
D. Gagasan Kreatif Penyelesaian <i>Core Isu</i>	15
BAB IV CAPAIAN PELAKSANAAN AKTUALISASI	17
A. Matriks Jadwal Kegiatan Aktualisasi	16
B. Matriks Pelaksanaan Aktualisasi	18
C. Matriks Rekapitulasi Rencana Habitiasi NND PNS (BerAkhlak)	19

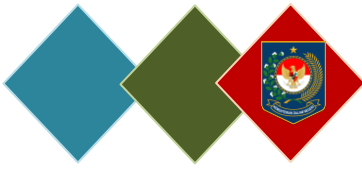


D. Capaian Penyelesaian <i>Core Isu</i>	21
E. Manfaat terselesaikannya <i>Core Isu</i>	41
F. Rencana Tindak Lanjut Hasil Aktualisasi	41
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	42
A. Kesimpulan	16
B. Rekomendasi	18
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	43



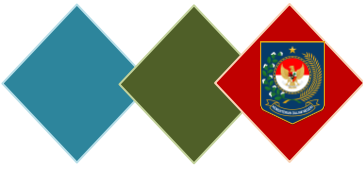
DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Penetapan <i>Core Isu</i> teknik APKL	17
Tabel III. 2 Analisis Penyebab Isu Teknik USG	18
Tabel III. 3 Matriks Rancangan Aktualisasi	21
Tabel III. 4 Matriks Rancangan Kegiatan	21
Tabel III. 5 Matriks Rekapitulasi Rencana Habitiasi NND PNS (BerAKHLAK)	41
Tabel IV. 1 Matriks Jadwal Kegiatan Aktualisasi	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci.....	5
Gambar II. 2 Foto peserta	6
Gambar III. 1 Daftar Ekraf Binaan Disparbud.....	10
Gambar III. 2 Analisis SWOT Disparbud.....	10
Gambar III. 3 Berita Jambi Independent (November 2023)	12
Gambar III. 4 Berita Jambi Ekspres (Februari 2025)	13
Gambar III. 5 Akun Instagram Disparbud.....	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan mingguan minggu ke 1

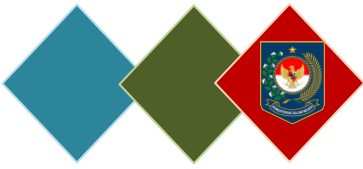
Lampiran 2. Laporan mingguan minggu ke 2

Lampiran 3. Laporan mingguan minggu ke 3

Lampiran 4. Laporan mingguan minggu ke 4

Lampiran 5. Laporan mingguan minggu ke 5

Lampiran 6. Laporan Mingguan Minggu ke 6



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Kerinci memiliki potensi ekonomi kreatif yang sangat besar, mulai dari kuliner khas, kerajinan tangan, hingga karya seni berbasis budaya lokal. Namun, isu utama yang dihadapi adalah **Belum Optimalnya Promosi Produk Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci**. Dari pengamatan saya, banyak produk Ekraf masyarakat yang sebenarnya memiliki kualitas dan daya Tarik, tetapi belum dikenal luas karena keterbatasan promosi, khususnya melalui media digital.

Di era digital saat ini, promosi online sudah menjadi kebutuhan utama untuk memperluas pasar. Sayangnya, sebagian besar pelaku Ekraf di Kerinci masih mengalami kendala, seperti karena rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, maupun belum adanya media promosi yang terintegrasi. Akibatnya, produk Ekraf lokal hanya berputar di lingkup pasar yang terbatas dan kurang mampu bersaing di tingkat regional maupun nasional.

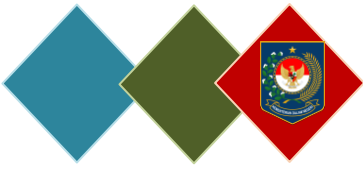
Seiring perkembangan teknologi, media sosial menjadi sarana promosi yang efektif, murah, dan mudah diakses. Oleh karena itu, muncul gagasan berupa **Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif (Ekraf) Melalui Media Sosial**. Gagasan ini diharapkan dapat memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendukung penguatan sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Kerinci.

Atas dasar itu, menurut saya penting untuk merumuskan langkah nyata dalam meningkatkan promosi Ekraf masyarakat Kerinci. Upaya ini tidak hanya akan membantu pelaku Ekraf memperluas pasar, tetapi juga sejalan dengan visi Kabupaten Kerinci untuk mewujudkan daerah yang berdaya saing, maju, dan Sejahtera. Ekonomi kreatif memiliki potensi besar dalam mendorong pembangunan daerah, karena berbasis ide dan inovasi (Howkins, 2001). Namun, strategi promosi yang tepat tetap dibutuhkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Kotler & Keller, 2016).

B. Tujuan

Tujuan dari rancangan aktualisasi ini adalah :

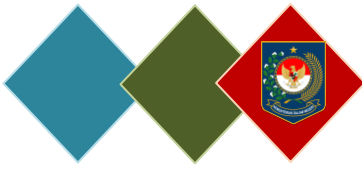
1. Optimalisasi Promosi Produk Ekraf Kabupaten Kerinci Melalui Media Sosial.



C. Ruang Lingkup

Aktualisasi ini akan berjalan dari bulan September 2025 s.d Oktober 2025. Ruang lingkup dari kegiatan ini berfokus pada pelaku Ekonomi Kreatif binaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci , dengan perhatian khusus pada produk lokal yang berpotensi menjadi unggulan daerah. Kegiatan dilaksanakan di wilayah Kabupaten Kerinci dengan menitikberatkan pada pendataan produk, pemanfaatan media promosi digital, serta respon publik dan umpan balik dari pelaku Ekraf.

Pembahasan dalam kegiatan ini terbatas pada aspek promosi, khususnya melalui penyusunan media promosi digital yang informatif dan mudah dipahami, serta distribusi melalui saluran komunikasi yang sederhana seperti WhatsApp Group dan media sosial resmi instansi.



BAB II

PROFIL INSTANSI DAN PESERTA

A. Profil Instansi

1. Sejarah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci

Pada tahun 2008 keluarnya Undang-Undang Nomor 25 tahun 2008 Tentang Pembentukan Kota Sungai Penuh di Provinsi Jambi dan tahun berikutnya dikeluarkan peraturan daerah Kabupaten Kerinci Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Kerinci dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di gabung menjadi Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan dan dengan adanya perubahan Nomenklatur Perangkat Daerah Bidang Pariwisata Pada tahun 2019 Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan kembali menjadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas membantu kepala daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintah daerah di bidang pariwisata dan kebudayaan. Dalam melaksanakan tugasnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci berpedoman kepada Visi dan Misi bupati terpilih.

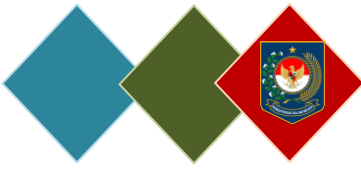
2. Visi dan Misi

a. Visi

“Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera.

b. Misi

1. Meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, dan pengarusutamaan gender untuk SDM berdaya saing serta ketahanan sosial budaya.
2. Meningkatkan pengembangan ekonomi inklusif.
3. Meningkatkan infrastruktur kewilayahan dan ketahanan bencana dan ekologi.
4. Menciptakan birokrasi pemerintah yang berkualitas dan pelayanan public adaptif, serta supremasi hukum stabilitas dan kepemimpinan.
5. Meningkatkan pengembangan inovasi untuk kemandirian dan daya saing daerah serta mewujudkan kesinambungan pembangunan.



3. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi

Untuk melaksanakan tugas pokoknya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci menjalankan fungsi sebagai berikut :

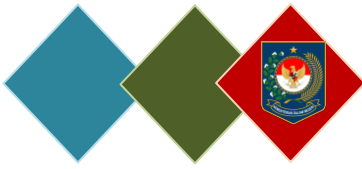
1. perumusan kebijaksanaan teknis di bidang Pengembangan Destinasi Wisata, Pemasaran dan Promosi Wisata serta Kebudayaan dan Ekonomi Kreatif;
2. pelaksanaan kebijakan urusan Pariwisata dan Kebudayaan;
3. pelaksanaan evaluasi dan pelaporan urusan Pariwisata dan Kebudayaan;
4. pelaksanaan administrasi urusan Pariwisata dan Kebudayaan; dan
5. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas melaksanakan kebijakan, menyusun program, penerapan norma, standar, prosedur, dan kriteria, pemberian bimbingan teknis, dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi:

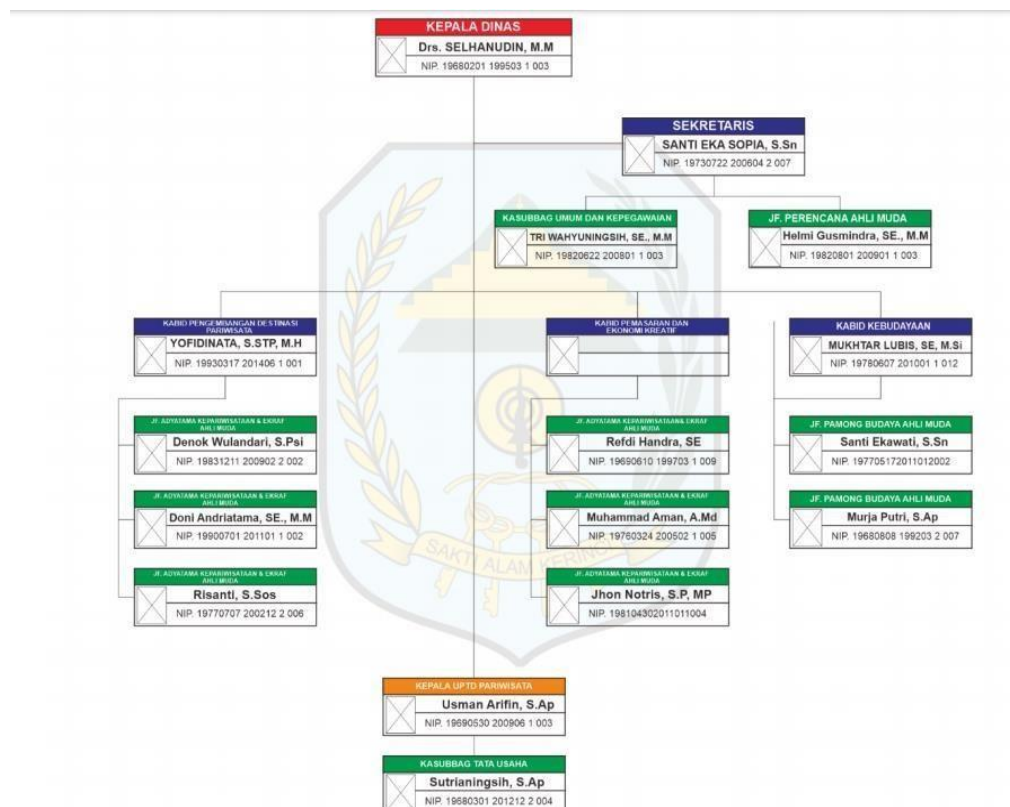
1. penyusunan rencana strategis dan rencana kerja di bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
2. penyusunan rencana kegiatan dan anggaran di bidang Pemasaran Pariwisata dan dan Ekonomi Kreatif;
3. penyusunan petunjuk teknis rencana operasional kegiatan di bidang pemasaran pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
4. perumusan kebijakan di bidang Pemasaran pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
5. penyusunan juklak dan juknis pembuatan bahan Pemasaran dan Ekonomi Kreatif;
6. pembinaan dan Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
7. pengoordinasian kerjasama Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
8. penyiapan bahan dan menyelenggarakan kegiatan pemasaran;
9. penyiapan bahan dan menyelenggarakan kegiatan bidang Ekonomi Kreatif
10. penyiapan bahan dan menyelenggarakan publikasi dan pelayanan informasi;



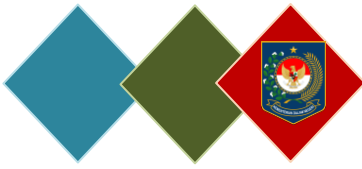
11. penyusunan bahan pengawasan dan pengendalian kegiatan pemasaran wisata;
12. pembinaan dan pemberian petunjuk kepada bawahan dalam melaksanakan tugas;
13. pelaksanaan kebijakan, fasilitasi, pengembangan pariwisata, Ekonomi Kreatif serta kemitraan dan hubungan antar lembaga dalam peningkatan Ekonomi Kreatif;
14. fasilitasi pelaksanaan profesi sektor pariwisata dan budaya dan Ekonomi Kreatif;
15. pengelolaan dan pengembangan Ekonomi Kreatif daerah;
16. pengevaluasian dan pelaporan program kegiatan di bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; dan
17. pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4. Susunan Organisasi

Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci adalah sebagai berikut:



Gambar II. 1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci



B. Profil Peserta

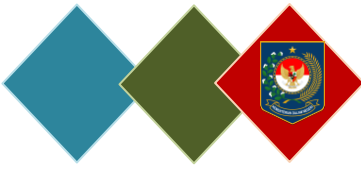


Gambar II. 2 foto peserta

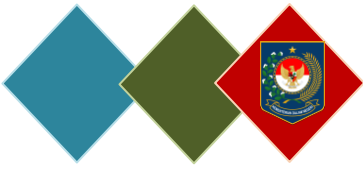
Nama	: Aufa Ikhtiary Shofita, S.E
NIP	: 20010123 202505 2 001
Tempat/Tanggal Lahir	: Siulak Kecil Hilir, 23 Januari 2001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Pendidikan	: S1 Ekonomi Syariah
Pangkat/Golongan	: Penata Muda/III.a
Jabatan	: Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama
Unit Kerja	: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci
Alamat Rumah	: Siulak Kecil Hilir
E-Mail	: aufiikhtiary2001@gmail.com
No. HP	: 082210221026

Adapun tugas pokok penulis sebagai Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif ahli Pertama yaitu :

1. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota, stakeholder di bidang bahan informasi, strategi pemasaran, prosedur dan pedoman sebagai bahan promosi pariwisata di dalam dan luar negeri;
2. Melaksanakan dan menyiapkan bahan dan melengkapi standar administratif serta dokumen-dokumen dalam pelaksanaan promosi pariwisata;



3. Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas;
4. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dalam rangka pengumpulan, pengolahan bahan-bahan informasi pariwisata se-Kabupaten Kerinci yang akurat dan Up to Date dan untuk mengkaji dan menganalisa informasi pasar dalam dan luar negeri;
5. Melaksanakan dan menyiapkan bahan-bahan informasi pariwisata sesuai dengan standar, kriteria, norma dan prosedur yang berlaku bagi segmen pasar dalam dan luar negeri;
6. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan lembaga pariwisata;
7. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi terpadu pengembangan pemasaran pariwisata tingkat Provinsi, Regional dan Nasional;
8. Melaksanakan dan menyiapkan bahan menjalin dan meningkatkan koordinasi dengan lembaga-lembaga pariwisata pusat dan stakeholder dalam rangka pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata;
9. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.



BAB III

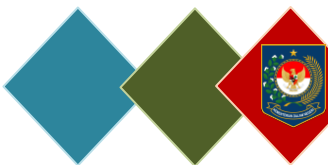
RINGKASAN RANCANGAN AKTUALISASI

A. Deskripsi *Core Isu* Belum optimalnya promosi Ekraf masyarakat di Kabupaten Kerinci.

a. Kondisi Isu

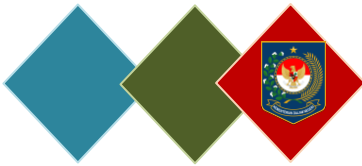
Kabupaten Kerinci memiliki potensi Ekonomi Kreatif yang cukup beragam, terutama produk berbasis budaya dan alam, namun potensi besar tersebut belum mampu terpromosikan secara maksimal untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran. Sebagian besar pelaku Ekraf hanya memasarkan produknya melalui cara langsung seperti menitipkan di warung atau toko dan melakukan promosi pada saat event seperti Festival Budaya dan Pameran Ekraf, dan ketika event selesai, promosi biasanya berhenti. Banyak pengrajin, UMKM, dan seniman belum familiar menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) atau marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk memasarkan produknya. Produk Ekraf di Kabupaten Kerinci belum mempunyai media platform resmi yang mengakibatkan calon pembeli dari luar daerah kesulitan mencari referensi produk khas kerinci secara online.

Berdasarkan data internal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci, saat ini terdapat sekitar 163 pelaku Ekonomi Kreatif binaan yang tersebar diberbagai subsektor seperti kuliner, kriya, fotografi, musik, fashion, seni pertunjukan, design produk, dan seni rupa. Jumlah ini menunjukkan potensi besar pengembangan Ekonomi Kreatif daerah.



DAFTAR EKRAK DIBAWAH NAUNGAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KERINCI

NO	NAMA USAHA	JENIS PRODUK EKRAK	SPECIFIC	ALAMAT	DATA PEMILIK		JUMLAH KARYAWAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
					NAMA	NOMOR			
1	Adrian Rahlan dan Perawatannya	Besi rupa, desain Produk	Bekas dan Perawatan	Desa Pancurung tiga Kecamatan Dusun Kerinci Barat					
2	AFFRIMA Studio	Fotografi	Studio Foto	Desa Makur Jaya Kecamatan Kuru Ara	Andra Ego	82262794321	1		
3	Afilal	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
4	Afrinal Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Buluk Daras Kecamatan Gunung Kerinci					
5	Aisyah	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
6	AK Pro	Videoografi	Video Kreatif	-					
7	Alifeth Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Kemantan Tinggi Kecamatan Air Hangan Timur					
8	Alga Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Serimpuk Kecamatan Buluk Mukai					
9	Amanda	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
10	Ani Istikomah	Fayzen	Palmisn Jodi	Desa Batang Marangin Kecamatan Batang Marangin					
11	Ayayama Bakul	Kriya	Ayayaman Bambu	Desa Kota Randah Kecamatan Buluk					
12	Ayayaman Harapan Jaya	Kriya	Kerajinan dari Bambu	RT 02 Desa Air Hangan Kecamatan Air Hangan Timur					
13	AP Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Telang Tinggi Kecamatan Buluk Mukai					
14	Aulia Putri	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
15	Ava	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
16	Bekah Oslery	Kuliner	Gelahan Kopyan dan Makanan Ringan	Desa Kota Tus Pulau Tengah Kecamatan Kalihang Dusun					
17	Bekah Cella	Kuliner	Cafe (gelahan Kopi)	Desa Tutung Bungluk Kecamatan Buluk					
18	Bekah Serampun	Kriya	Kerajinan Bambu	Desa Kemantan Tinggi Kecamatan Air Hangan Timur					
19	Batik Kerinci Antisat	Fayzen	Batik	Jln. Latus Buluk - Kuru Ara Kota Mukai Buluk Hagedang Kac Buluk	ARDINAL	081373724090	1		2
20	Batik Purnama	Fayzen	Batik	Pendang Hilir Pasemur Kecamatan Situngau Laut	HEUMARYATI, S Pd	085246009185		2	
21	Batik Tulis Buluk	Fayzen	Batik	Desa Pasir Senan Kecamatan Buluk					
22	Bella	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
23	Beranga	Kuliner	Dedol Kantung	RT 02 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
24	Berkah	Kriya	Kerajinan dan Souvenir	Desa Samarah Kecamatan Tanah Cagah					
25	Berkah Susanto	Kuliner	Makanan Ringan, Coklat - Coklat	Desa Lolo Odang Kecamatan Bukit Kemnan					
26	Bilik Lomo	Kriya	Kerajinan dan Cendana Mata	Desa Bungai Batu Gajah Kecamatan Gunung Kerinci					
27	Bintang Studio	Videoografi	Studio foto dan Video	Desa Pungai Biam Kecamatan Gunung Kerinci					
28	Bunda	Kuliner	Dedol Kantung	RT 02 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
29	Bunga	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
30	Cahaya Mandiri	Besi Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kreasi	Desa Kota Payung Kecamatan Dayat tujah					
31	Cairo Studio	Fotografi	Video dan foto	Desa Bungai Rumpun Kecamatan Dayat tujah					
32	Cin Studio	Videoografi	Studio foto dan Video	Desa Tega Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
33	Cassian Kerinci	Musik / Kuliner	Kopi dan Teh Cendana	Jalan Raya Mukai Desa Kemantan Agung					
34	Chay	Kriya	Kerajinan Batik Kalapa	Desa Dalam Kecamatan Buluk					
35	Cinamono	Kriya	Produk kerajinan bahan dasar Kulit Kayu Manis	Desa Manjute Kecamatan Gunung Raya					
36	Cindyla	Kuliner	Dedol Kantung	RT 02 Dusun 14 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
37	Daguer Espada	Kuliner	Bakul, Peralat Jajugan dan Makanan Terting	Desa Bukit Jelma Desa Lolo Odang Kecamatan Bukit Kemnan	ARDILLA TIARA TAMIA	081232315363	1		1
38	Dan Vidagrat	Videoografi	Bakul, Peralat Jajugan dan Makanan Terting	Desa Telat tujah Kecamatan Dayat tujah					
39	Dendang Dusun Uhi Fasa	Kuliner	Gelahan Daging	Desa Telat tujah Dili Kecamatan Dayat tujah					
40	Dewi Akhila	Kriya	Bunga Bahan Dasar Akhila	Desa Kota Payung Kecamatan Dayat tujah					
41	Digital Cella	Kuliner	Gelahan Kopy	Desa Pungai Biam Kecamatan Gunung Kerinci					
42	Dusak Kopy	Kuliner	Dusak	Desa Kota Mukai Kecamatan Air Hangan Barat					
43	Dusak Mini Umi	Kuliner	Dusak	Desa Sumpang Beluk Kecamatan Dayat tujah					
44	Dus putri	Kuliner	Dedol Kantung	RT 02 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
45	Empat Putri	Kuliner	Keripik dan Makanan Khas Kerinci	Desa Bawahan Jaya Kecamatan Air Hangan	ELVY ROZAH	082232508503			1
46	EPO	Fotografi	Foto Kreatif	Desa Kemantan Kecamatan Air Hangan Timur					
47	FOK Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Serimpuk Kecamatan Buluk Mukai					
48	Firas	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
49	Fitra Jaya	Design	Design grafis	Desa Purnur Jauh Kecamatan Dusun Kerinci Barat					
50	Felisa Fotografi	Fotografi	Studio Foto	Desa Paga Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
51	Fitra Cella	Kuliner	Cafe dan Gelahan Kopi	Desa Bawahan Jaya Kecamatan Air Hangan					
52	Gelahan Kota Payung	Kuliner	Gelahan Buah temar	Desa Kota Payung Kecamatan Dayat tujah					
53	Galami Ara	Kuliner	Galami	Dusun Baru Desa Muara Samarah Semurup Kecamatan Air Hangan					
54	Gedda Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Mukai Hilir Kecamatan Buluk Mukai					
55	Gracela Ratera	Kuliner	Dedol Kantung	RT 03 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
56	Gusni Buluk Bembah	Kuliner	Gula Kuru (Jari)	Desa Air Tarun Kecamatan Buluk					
57	H2P	Fayzen	Dayak Palmisn	Desa Sumpang Beluk Kecamatan Dayat tujah					
58	Hassam	Kuliner	Dedol Kantung	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
59	Haris Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Telang Tinggi Kecamatan Buluk Mukai					
60	Huma Industri Nusantara	Kuliner	Keripik kering dan games tepung	Desa Kota Datab Kecamatan Air Hangan Barat					
61	HT Arhita Cella	Kuliner	Gelahan Kopi Arabika	Desa Palang RT 05 Kecamatan Gunung Tujah					
62	ICH (Indonesia Cella Nature)	Kuliner	Perfum Kopi dan Gelahan Kopi	Desa Kemantan Mukai Kecamatan Air Hangan Timur					
63	Jenika Che Studio	Videoografi	Video dan foto	Kota Parang Bungai tanduk Kecamatan Kuru Ara					
64	IKM Malati	Kuliner	Gelahan Makanan ringan	Desa Makur ceri Bungai tanduk Kecamatan Kuru Ara					
65	Jeliah Kaluaga	Kuliner	Makanan ringan	Desa Buluk Kecamatan Air Hangan					
66	Jenna Arhita	Kuliner	Gelahan Herbal (jamu)	Desa Gunung Luhu Kecamatan Kuru Ara Barat					
67	Jaya Mandiri	Kuliner	Masakan Damar	Desa Purnu Marindu Kecamatan Dusun Kerinci Barat					
68	Jongkil Baraf	Fayzen	Jilbab Masif Lelak	Jln.Gandya Desa Baru Bungai tujah Kac Air Hangan Timur					
69	Karna Cella	Kuliner	Gelahan Kopi	Desa Makur ceri Bungai tanduk Kecamatan Kuru Ara					
70	Karna Abadi	Kuliner	Dedol Kantung	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
71	Karna Susanto	Fayzen	Batik	Desa Mukai Hilir Kecamatan Buluk Mukai					
72	Karna Mandiri	Kuliner	Dedol Kantung	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
73	Kaluaga	Kuliner	Dedol Kantung	RT 02 Dusun 14 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
74	Karin Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Mukai tinggi Kecamatan Buluk Mukai					
75	Kerinci tanah Syurga	Kuliner	Pusat Coklat - Coklat	RT 02 Desa Buluk daras Kecamatan Gunung Kerinci					
76	Keripik Kopi	Kuliner	Keripik	Desa Kota Tengah Kecamatan Buluk					
77	Kita Bekah	Musik	Berulang Bambu (Musik tradisional)	Desa Bamu Kecamatan Dayat tujah					
78	KMI Digital Printing	Design	Digital Printing	Desa Bawahan Jaya Kecamatan Air Hangan					
79	Krya Mandiri	Kriya	Kerajinan dari Limbah	Desa Patah Empat Kecamatan Kuru Ara Barat					
80	Kreativisme Cella	Kuliner	Kopi Buluk	Desa Kota Tengah Buluk Kecamatan Buluk					
81	La Line Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Kota Beringin Kecamatan Buluk					
82	LC Pro Videoografi	Video	Video	Desa Kota Mukai Kecamatan Air Hangan Barat					
83	LC Studio	Videoografi	Video	Desa Kota Maridin Hilir Kecamatan Air Hangan barat					
84	LKP/LPK Anyra	Kuliner	Anakak Kue Basah	Desa Kota Payung Kecamatan Dayat tujah					
85	LKP/LPK Lomo	Fayzen	Palmisn Jodi	Desa Kota Payung Kecamatan Dayat tujah					
86	LKP Salera Putri	Kuliner	Dedol Kantung	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
87	LKP Salera Putri	Fayzen	Palmisn Jodi	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk	Ritroni	85279137860	1		2
88	Madania	Kuliner	Madu	Dusun 3 Desa Telaga Biru Kecamatan Buluk					
89	Madu Rono	Kuliner	Madu	Gunung Luhu Kecamatan Kuru Ara Barat					
90	Madya Chanel	Besi Pertunjukan	Film, Animasi dan video	Desa Telat tujah Dili Kecamatan Dayat tujah					
91	Maga Gyuze Printing	Kriya	Kerajinan	Desa Patah Semurup Kecamatan Dusun Kerinci Barat					
92	Manahut 1	Kuliner	Dedol Kantung	RT 01 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
93	Manahut Usmu	Kuliner	Dedol Kantung	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
94	Mandaga Kopy	Kuliner	Kopi Madu	Desa Pungat Hilir RT 03 Kecamatan Air Hangan Timur		08126086786	2		1
95	MIM High	Fayzen	Jilbab	Desa Telat tujah Kecamatan Dayat tujah					
96	Milin Kua	Kuliner	Makanan Ringan / Biskuit / Kue	Desa Bahu Tinggi Kecamatan Dayat tujah					
97	Mora	Kuliner	Keripik Bayam	Desa Kota Datab Kecamatan Air Hangan Barat					
98	Mutara	Kuliner	Dedol Kantung	Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
99	Nadin	Kuliner	Marting Jajugan	Desa Air Panas Baru Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
100	Nadi Studio	Videoografi	Studio foto dan Video	Desa Paga Semurup Kecamatan Air Hangan Barat					
101	Najmi Mandiri	Kuliner	Dedol Kantung	RT 07 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
102	Nander Studio	Fotografi	Studio foto	Desa Bahu Kecamatan dayat tujah					
103	Naura	Kuliner	Dedol Kantung	RT 02 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
104	Nelam Ayu Kerinci	Kuliner	Batu Jarak	Desa Lulu Hilir Kecamatan Bukit Kemnan					
105	Omah Kreatif	Kriya	Kerajinan Tangan	Desa Patah empat Kecamatan Kuru Ara Barat					
106	Pagar Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Talaga Biru Kecamatan Buluk					
107	Permata	Kuliner	Dedol Kantung	RT 07 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
108	Pipa Kuli Manis (PIKUMA) Kerinci	Kriya	Pipa Rotek bahan Kulit Manis	Desa Dusun Dalam RT 2 Dusun 17 Buluk Kah Kerinci					
109	Pita Bambu	Kuliner	Kue Kelapa	Desa Telaga Tinggi Kecamatan Buluk Mukai					
110	Putra Jaya	Kuliner	Dedol Kantung	RT 04 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
111	Putra Tunggal	Kuliner	Bakul Moss	Desa Buluk Odang Kecamatan Buluk					
112	Putra Bungsu	Kuliner	Dedol Kantung	RT 04 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
113	Putra Ombak	Kuliner	Dedol Kantung	RT 05 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
114	Putra Kambur	Kuliner	Dedol Kantung	RT 07 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
115	Radio Andalus	Radio	Radio Pencurran	Desa Muara Samarah Mukai Kecamatan Air Hangan					
116	Rafian	Kuliner	Dedol Kantung	RT 06 Desa Buluk Hagedang Kecamatan Buluk					
117	Rahma Putri	Kuliner	Anak Makanan Gelahan	Desa Keruk Tuo RT 04 Kecamatan Kuru Ara	PRINANTI	08127612182	1		1
118	Ratna	Kuliner	Keripik Kantung dan Bawendang	Desa Patah Baru Palabarak Kecamatan Gunung Tujah					
119	Ratna Batak	Kuliner	Anak Buluk	Desa Kacil Kecamatan Air Hangan					
120	Roma WP	Kuliner	Masakan Masam Gelahan Keripik dan Herbal	RT 02 Desa Air Hangan Kecamatan Air Hangan Timur					
121	Sarah Kopy Kincir (Adila Cella)	Kuliner	Kopi Buluk Robusta	RT 04 Desa Kota Baru Sumpang Agung Kecamatan Dusun Kerinci					
122	Sari Musik	Musik	Organ Tunggal	Desa Talaga Biru Kecamatan Buluk					
123	RM Rento sinak	Kuliner	Makanan tradisional	Desa Lolo Kacil Kecamatan Bukit Kemnan					



124	Rumah Batik Andin	Fesyen	Bank	Desa Dusun Baru Pulau Tengah Kecamatan Keliling Danau				
125	Rumah Batik Rapi-Me	Fesyen	Bank	Desa Tabat Juk Kecamatan Depati tujuh				
126	Bulu Kito	Kuliner	Masakan Daerah	Desa Pondok Beringin Kecamatan Tanah Cagah				
127	Sanggar Antik	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi	Desa Dusun Baru				
128	Sanggar Arun Lari dan Wadua Baki	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi	Desa Kato Lun				
129	Sanggar Batu Jang	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi	Desa Kemanton				
130	Sanggar Citra Bani	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Pulau Tengah Kecamatan Keliling Danau				
131	Sanggar Kuluk Paruh	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Lempar Madih Kecamatan Omuara Bara				
132	Sanggar Pansuran Rara	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Kato Dian Pulau Tengah Kecamatan Keliling Danau				
133	Sanggar Puti Bikanri	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Bulak gadang Kecamatan Bulak				
134	Sanggar Sangadira	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi	Desa Samarop Kecamatan Danau Kerinci Barat				
135	Sanggar Buluk Nimon Murah Bumi	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Batangbuluh				
136	Sanggar Jelajah Indah	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan Tari Kerasi	Desa Pagar Bara Samurup Kecamatan Air Hangat Barat				
137	Sanggar Serenting Baki	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Pasir Buit Kecamatan Omuung Tengah				
138	Sanggar Bilik Kuning dikanan	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi	Desa Mukti Nihir Kecamatan Bulak Mulau				
139	Sanggar Telaga Bira	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan Tari Kerasi	Desa Kato Tuo Pulau Tengah Kecamatan Keliling Danau				
140	Sanggar Temau Putih	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi dan tari Kerasi	Desa Kemanton Kabali Kecamatan Air Hangat Timur				
141	Sanggar Umah Lano	Beni Pertunjukan	Tari Tradisi	Desa Samarop Kecamatan Danau Kerinci Barat				
142	Budars	Kuliner	Dodol Kestang	RT 04 Hemar 05 Desa Lubuk Hagadang Kecamatan Bulak				
143	Bepin Studio	Videoografi	Videoografi	Desa Kato Lembang Kecamatan Depati Tujuh				
144	Berulang Bumbu	Musik	Musik tradisional	Desa Mukti Madih Kecamatan Bulak Mulau				
145	Berumpun	Karya	Kerajinan dan Souvenir	Desa Bukit Pulai Kecamatan Danau Kerinci Barat				
146	Bhinis	Kuliner	Morning Jagung	Desa Air Panas Bara Samurup Kecamatan Air Hangat Barat				
147	Biluhang Studio	Fotografi	Studio foto	Desa Pasir Samurup Kecamatan Air Hangat				
148	Biyas	Kuliner	Masakan Daerah	Desa Pondok Beringin Kecamatan Tanah Cagah				
149	Bisak Canda	Kuliner	Masakan Sunda	Desa Tanjung Bangs Kecamatan Kayu Aro	DINA ARTYAN	082297029821	1	2
150	Buger	Kuliner	Dodol Kestang	RT 08 Desa Lubuk Hagadang Kecamatan Bulak				
151	Tiga Putri	Kuliner	Dodol Kestang	RT 01 Desa Lubuk Hagadang Kecamatan Bulak				
152	Tree Home Honey	Kuliner	Madu dan Jambu	Desa Batang Sagar Sungai Tondok Kecamatan Kayu Aro				
153	Uye Music	Musik	Copas Tanjung	Desa Bulak Danc Kecamatan Omuung Kemant				
154	UMKM Zulhy Bakery	Kuliner	Awaka Kue Basah	Desa Kato Diar Kecamatan Air Hangat				
155	UPFKB Ranti	Kuliner	Dodol Kestang	RT 07 Desa Lubuk Hagadang Kecamatan Bulak				
156	UPFKB Ratu	Kuliner	Dodol Kestang	RT 07 Desa Lubuk Hagadang Kecamatan Bulak				
157	Usaha Madu Alifah	Kuliner	Awaka Minuman Herbal	Desa Mekar Sari Sungai Tondok Kecamatan Kayu Aro				
158	Widang Bandrek	Kuliner	Awaka Minuman Herbal	Desa Batu Das RT 08 Kecamatan Kayu Aro Barat	MABHURI	08368346688	2	1
159	Widya Kencana	Fesyen	Bank	Desa Pasir Samurup Kecamatan Air Hangat				
160	Yagen fotografi	Fotografi	Studio foto	Desa Kato Diar Kecamatan Air Hangat				
161	Zahra Louisa Digital Printing	Desain	Digital Printing	Desa Pasir Bara Kecamatan Bulak				
162	Zal Debarosi Bumbu	Kaya	Kerajinan Bumbu	Desa Air Hangat Kecamatan Air Hangat timur				
163	Zero fotografi	Fotografi	Studio Foto	Desa Tabat Juk Kecamatan Depati tujuh				

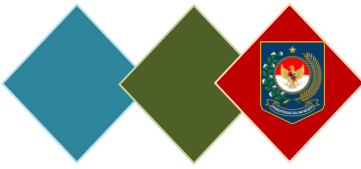
10 21

Gambar III. 1 daftar Ekraf binaan Disparbud

Berdasarkan Analisis SWOT Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci Tahun 2024 s.d 2029, salah satu kelemahan yang diidentifikasi adalah belum optimalnya penggunaan teknologi informasi sebagai media promosi pariwisata dan kebudayaan, dan juga belum tersalurkannya produk-produk kreatifitas masyarakat tempatan (lokasi objek wisata) yang bernilai jual tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun potensi produk lokal sangat besar, pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar masih terbatas.

Tabel 3.2 Analisis SWOT Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci 2025-2029			
INTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)	
	- Potensi keanekaragaman dan kekayaan objek wisata - Kebijakan Pemerintah Pusat dan Provinsi dalam upaya pengembangan objek wisata unggulan - Keragaman seni budaya yang eksotis dan unik - Kebijakan Pemerintah Pusat yang semakin mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah - Meningkatnya pemahaman masyarakat akan pentingnya usaha kepariwisataan sebagai upaya peningkatan kualitas hidup	- Kuantitas dan kualitas Sumber daya aparatur dibidang Pariwisata dan Kebudayaan yang belum memadai - Tidak optimalnya aktivitas sinergis seni dalam upaya peningkatan dan politeritatan budaya tempatan - Belum optimalnya penggunaan teknologi informasi sebagai media promosi Pariwisata dan Kebudayaan - Anumai negatif masyarakat terhadap aktivitas kepariwisataan dan kebudayaan - Minimnya infrastruktur, sarana dan prasarana penunjang Pariwisata dan Kebudayaan - Belum optimalnya kerjasama dengan pihak ketiga (petaula/jasa usaha pariwisata) - Minimnya alokasi dana pembanguan dan peminaan sektor Pariwisata dan Kebudayaan - Realitasnya minat generasi muda dalam upaya peningkatan budaya daerah - Adanya gejala gejala penurunan kualitas iman dan taqwa bagi generasi muda - Belum tersalurkannya produk-produk kreatifitas masyarakat tempatan (lokal objek wisata) yang bernilai jual tinggi - Lemahnya koordinasi dan kerjasama antar penunjang sektor pariwisata dan pemerintah daerah	
EKSTERNAL	PELUANG (O)	STRATEGI S-O	
	- Potensi keanekaragaman dan kekayaan objek wisata - Kebijakan Pemerintah Pusat dan Provinsi dalam upaya pengembangan objek wisata unggulan - Keragaman seni budaya yang eksotis dan unik - Kebijakan pemerintah pusat yang semakin mendorong peningkatan Pendapatan Asli Daerah - Meningkatnya pemahaman masyarakat akan pentingnya usaha kepariwisataan sebagai upaya peningkatan kualitas hidup	- Peningkatan koordinasi, sinkronisasi asasen, arah kebijakan, program dan kegiatan dengan Pemerintah Pusat, Provinsi dan Daerah - Meningkatkan kontrol sektor pariwisata - Meningkatkan daya tarik destinasi objek wisata kebanggaan secara berkesinambungan - Mengajukan budaya dan tradisi lokal sebagai bagian dari upaya mewujudkan penguatan budaya dan kreatifitas lokal yang berwawasan kebangsaan	
EKSTERNAL	STRATEGI W-O	STRATEGI W-O	
	- Memberdayakan dan pengembangan IPTEK dalam upaya mendukung peningkatan mutu pemilinan dan pengembangan kepariwisataan dan kebudayaan - Mendefinisikan, berpartneripad serta menyelaraskan kepariwisataan dan kebudayaan - Meningkatkan promosi kepariwisataan dan kebudayaan - Meningkatkan kemitraan antara pemerintah dan masyarakat ternasuk dunia usaha atau BUMD dalam upaya mengembangkan sarana dan prasarana objek wisata unggulan		

Gambar III. 2 analisis SWOT Disparbud



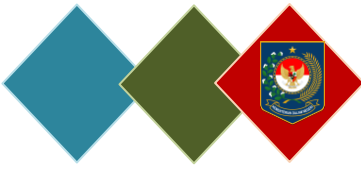
Dengan demikian, isu ini menjadi fokus strategis yang perlu ditangani agar program promosi Ekraf sesuai dengan target pembangunan daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Dampak Isu

1. Dampak terhadap pegawai internal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci :
 - Kurangnya inovasi kerja karena tidak memiliki data terpusat atau platform digital yang mendukung publikasi Ekraf.
 - Pegawai jadi terlihat kurang adaptif dengan perkembangan zaman, terutama di era digital.
2. Dampak terhadap masyarakat :
 - Produk mereka tidak dikenal luas dan hanya berputar di pasar lokal.
 - Masyarakat tidak percaya diri bersaing dengan produk luar daerah.
 - Wisatawan tidak mendapat referensi produk Ekraf sebelum datang, sehingga potensi belanja mereka kurang.
3. Dampak terhadap pimpinan :
 - Citra pimpinan bisa terdampak negatif karena dianggap kurang responsif dalam mengadopsi promosi digital.
 - Peluang mendapatkan dukungan anggaran (misalnya dari pusat atau program nasional) berkurang karena tidak ada bukti nyata promosi digital yang terukur.
4. Dampak jangka panjang :
 - Ekraf Kerinci sulit berkembang ke level nasional atau internasional karena tertinggal dalam era digitalisasi.
 - Hilangnya peluang pasar online yang sebenarnya sangat besar, apalagi tren belanja digital di Indonesia terus meningkat.
 - Citra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci bisa dianggap kurang modern , tidak adaptif, dan tidak mampu menjawab kebutuhan zaman.

c. Keterkaitan Isu dengan Substansi Mata Pelajaran pada Agenda III

Isu ini berkaitan erat dengan substansi Smart ASN, khususnya pada aspek literasi digital. Pada isu ini, aspek yang paling dominan adalah digital skills (kecakapan digital) karena banyak pegawai yang belum memiliki keterampilan memadai dalam memanfaatkan teknologi digital. Selain itu, isu ini juga terkait dengan digital culture



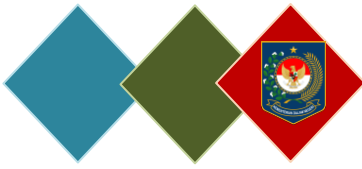
(budaya digital) karena pemanfaatan media digital untuk promosi belum menjadi kebiasaan dan budaya kerja, baik dilingkungan ASN maupun pelaku Ekraf.

B. Analisis Core Isu

Berdasarkan isu-isu yang diangkat kemudian dilakukan tapisan isu untuk menentukan isu utama dalam rancangan aktualisasi menggunakan metode APKL (Aktual, Problematika, Kekhalayakan, dan Layak). Metode APKL merupakan alat bantu untuk menganalisis ketepatan dan kualitas isu dengan memperhatikan empat kriteria yaitu :

- **(A) Aktual**, artinya isu tersebut masih dibicarakan atau belum terselesaikan hingga masa sekarang;
- **(P) Problematik**, artinya Isu yang menyimpang dari harapan standar, ketentuan yang menimbulkan kegelisahan yang perlu segera dicari penyebab dan pemecahannya;
- **(K) Kekhalayakan**, artinya Isu yang diangkat secara langsung menyangkut hajat hidup orang banyak dan bukan hanya untuk kepentingan seseorang atau sekelompok kecil orang;
- **(L) Layak**, artinya Isu yang masuk akal (logis), pantas, realistis dan dapat dibahas sesuai dengan tugas, hak, wewenang dan tanggungjawab hingga akhirnya di angkat menjadi isu yang prioritas.

Selain itu metode APKL juga menggunakan rentang nilai berupa matriks skor yaitu 1- 5, yang menandakan bahwa semakin tinggi skor berarti isu tersebut bersifat mendesak untuk segera dicari penyelesaiannya. Demikian seleksi isu tersebut dapat kita lihat pada tabel berikut:



Tabel III. 1 penetapan core isu teknik APKL

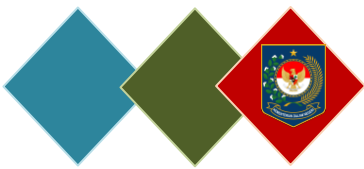
No	Identifikasi Isu	Kriteria				Skor	Rank
		A	P	K	L		
1.	Belum Optimalnya Promosi Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci.	5	5	4	4	18	I
2.	Belum Optimalnya Dukungan Masyarakat terhadap Aktivitas Kepariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kerinci.	4	4	3	2	13	III
3.	Kurangnya Publikasi Kegiatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci.	5	5	4	2	16	II

Skor	Keterangan
5	Sangat aktual/ Problematis/ kekhayalan/ Layak
4	Aktual/ Problematis/ Kekhayalan/ Layak
3	Tidak terlalu aktual/ Problematis/ Kekhayalan/ Layak
2	Kurang aktual/ Problematis/ Kekhayalan/ Layak
1	Tidak aktual/ Problematis/ Kekhayalan/ Layak

Berdasarkan hasil seleksi atau tapisan isu menggunakan teknik APKL di atas, diperoleh isu utama yaitu **“Belum Optimalnya Promosi Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci”**. Isu tersebut memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dengan isu lainnya yaitu dengan total skor 18, sehingga harus segera ditemukan solusinya.

Penguatan jejaring dan kolaborasi menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan inovasi berbasis digital (Pratono, 2018). Isu **Belum Optimalnya Promosi Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci** dapat dianalisis menggunakan USG (*Urgency, Seriousness, Growth*)

1. *Urgency* : Seberapa mendesak suatu isu harus dibahas, dianalisis, dan ditindaklanjuti.
2. *Seriousness* : Seberapa serius suatu isu harus dibahas, dianalisis dan ditindaklanjuti.
3. *Growth* : Seberapa besar kemungkinan memburuknya isu tersebut jika tidak ditindaklanjuti.



Tabel III. 2 analisis penyebab isu teknik USG

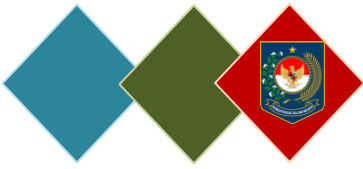
No	Penyebab Isu	Kriteria			Skor	Rank
		U	S	G		
1.	Belum adanya media promosi secara digital	4	5	5	14	I
2.	Rendahnya dukungan dan kolaborasi	4	4	5	13	II
3.	Permodalan dan pendanaan masih terbatas	3	3	2	8	III

Skor	Keterangan
5	Sangat <i>Urgency, Seriousness, Growth</i>
4	<i>Urgency, Seriousness, Growth</i>
3	Tidak Terlalu <i>Urgency, Seriousness, Growth</i>
2	Kurang <i>Urgency, Seriousness, Growth</i>
1	Tidak <i>Urgency, Seriousness, Growth</i>

Berdasarkan analisis USG diatas, bahwa akar penyebab dari isu tersebut adalah **Belum Adanya Media Promosi Secara Digital**, maka dari itu penulis merencanakan pembuatan media promosi digital yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk Ekraf secara lebih luas, media ini akan membuat informasi penting mengenai produk.

C. Rumusan Isu

Berdasarkan hasil analisis APKL (Aktual, Problematik, Kekhalayakan, dan Layak) serta USG (Urgency, Seriousness, Growth), telah ditetapkan isu utama yang diangkat dalam kegiatan aktualisasi, yaitu **“Belum Optimalnya Promosi Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci”** Isu ini dipilih karena memenuhi kriteria aktual, problematik, berdampak luas, berada dalam kewenangan instansi, serta memiliki urgensi, tingkat keseriusan, dan potensi pertumbuhan yang tinggi. Oleh karena itu, kegiatan aktualisasi difokuskan pada upaya **optimalisasi promosi produk ekraf melalui media sosial**, mencakup penyusunan strategi promosi digital, pembuatan konten kreatif, distribusi konten secara konsisten, dan pelibatan berbagai pihak terkait untuk memperluas jangkauan promosi.



D. Gagasan Kreatif Penyelesaian *Core Isu*

Dengan merujuk pada akar penyebab permasalahan, maka gagasan kreatif yang akan dilakukan untuk menyelesaikan isu belum optimalnya promosi Ekraf masyarakat di Kabupaten Kerinci, penulis mengusulkan gagasan kreatif berupa **“Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif (Ekraf) Melalui Media Sosial”** yang memuat informasi produk Ekraf lokal. Media ini dapat berbentuk katalog digital, poster infografis, konten media sosial yang menampilkan identitas produk, keunggulan, serta kontak pelaku Ekraf.

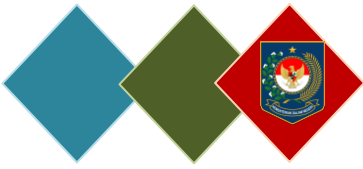
Gagasan ini sejalan dengan Mata Pelajaran Smart ASN, khususnya dalam aspek penguasaan teknologi digital, dimana penulis sebagai CPNS harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan memanfaatkannya dalam meningkatkan pelayanan publik.

Gagasan ini juga sejalan dengan Mata Pelajaran Manajemen ASN, yang menekankan pada peningkatan kinerja, dan profesionalisme, yang menunjukkan bagaimana penulis sebagai CPNS bekerja dengan kompetensi tinggi, etos kerja modern, berorientasi pada pelayanan publik, serta menguasai teknologi dan informasi, sesuai dengan tuntutan zaman digital dan visi pembangunan nasional.

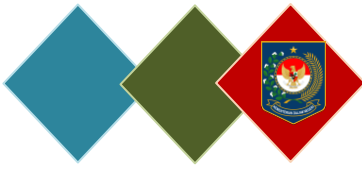
Upaya ini juga sejalan dengan arahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia yang mendorong pemanfaatan media digital untuk memperkuat daya saing sektor pariwisata dan ekraf (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, n.d.).

Untuk mewujudkan gagasan kreatif tersebut, kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan selama masa habituasi adalah sebagai berikut :

1. Melaksanakan konsultasi dengan mentor terkait rencana kegiatan.
2. Memilih produk unggulan yang layak di promosikan melalui data Ekraf binaan Disparbud.
3. Mengumpulkan data dan informasi produk.
4. Menyediakan media promosi produk Ekraf.



5. Membagikan media promosi melalui WhatsApp Group komunitas dan stakeholder.
6. Menyusun laporan aktualisasi dari hasil kegiatan



BAB IV

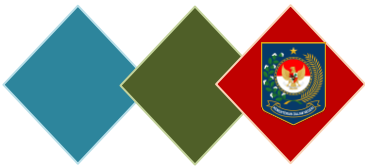
CAPAIAN PELAKSANAAN AKTUALISASI

A. Matriks Jadwal Kegiatan Aktualisasi

Berikut merupakan jadwal aktualisasi kegiatan selama habituasi dari tanggal 10 September s.d 17 Oktober 2025 :

Tabel IV. 1 matriks jadwal kegiatan aktualisasi

No	kegiatan	September				Oktober		
		II	III	IV	V	I	II	III
1.	Melaksanakan konsultasi dengan mentor terkait rencana kegiatan	10-12						
2.	Memilih produk unggulan yang layak di promosikan melalui data Ekraf binaan Disparbud		15-16					
3.	Mengumpulkan data dan informasi produk		17-26					
4.	Menyediakan media promosi produk Ekraf				29-08			
5.	Membagikan media promosi melalui WhatsApp grup komunitas dan stakeholder						09-10	
6.	Menyusun laporan aktualisasi dari hasil kegiatan							11-17

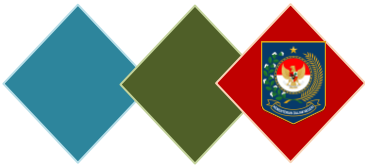


B. Matriks Pelaksanaan Aktualisasi

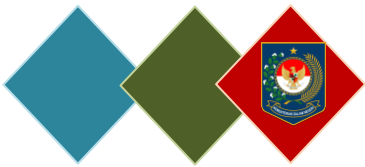
Tabel IV.2 matriks pelaksanaan aktualisasi

Unit Kerja	:	Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama, Bidang Promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci
Identifikasi Isu	:	1. Belum Optimalnya Promosi Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci 2. Asumsi Negatif Masyarakat Terhadap Aktivitas Kepariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kerinci 3. Kurangnya Publikasi Kegiatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci
Isu yang Diangkat	:	Belum Optimalnya Promosi Ekraf Masyarakat di Kabupaten Kerinci
Gagasan Pemecahan Isu	:	Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif (Ekraf) Melalui Media Sosial. Gagasan ini terkait manajemen ASN sebagai pelayan publik, serta mencerminkan SMART ASN yang Adaptif, Inovatif, Dan Kompeten di era digital.

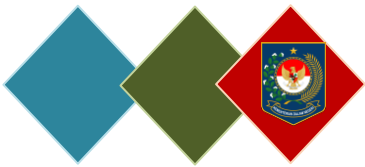
No	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/Hasil Kegiatan	Keterkaitan Subtansi Mata Pelatihan 2	Pihak-Pihak yang Terkait	Potensi Konflik YA/ TIDAK	Solusi Jika Ada Konflik	Keterangan
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1)	Melaksanakan konsultasi dengan mentor terkait rencana kegiatan.	1. Menentukan poin-poin yang akan dimintakan masukan kepada mentor.	1. Tersedianya masukan yang relevan untuk menyempurnakan rencana	Akuntabel : saya menyusun poin-poin masukan secara sistematis sebagai bentuk tanggung jawab dalam	Peserta dan Mentor	TIDAK		Dilaksanakan di kantor



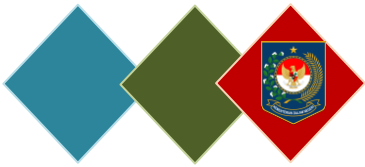
			kegiatan aktualisasi.	mempersiapkan konsultasi. Harmonis : saya menyusun konsultasi yang terstruktur sehingga menunjukkan sikap menghargai mentor dan tidak membuang waktu. Loyal : saya menyiapkan poin konsultasi sebagai wujud komitmen dalam melaksanakan aktualisasi sesuai arahan mentor dan tujuan organisasi.				
		2. Mencatat masukan untuk menyempurnakan rencana agar lebih relevan, realistis, dan bermanfaat.	2. Tersedianya catatan berisi arahan, saran, serta rekomendasi mentor yang kemudian dijadikan	Kompeten : saya mengolah catatan tersebut menjadi dasar peningkatan kualitas rencana agar lebih relevan dan bermanfaat				



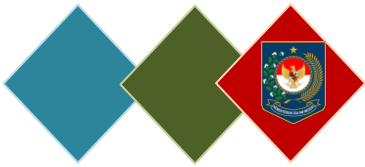
			acuan dalam melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap rencana kegiatan aktualisasi.	Harmonis : saya menerima setiap masukan dengan sikap terbuka dan penuh penghargaan terhadap mentor. Loyal : saya menjadikan catatan hasil konsultasi sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan sesuai tujuan organisasi.				
		3. Menetapkan hasil diskusi sebagai dasar penyempurnaan rencana kegiatan.	3. Tersedianya arah, langkah, dan prioritas kegiatan yang akan dijalankan sebagai pedoman pelaksanaan aktualisasi.	Orientasi Pelayanan : saya memastikan hasil penyempurnaan rencana dapat memberikan manfaat nyata bagi organisasi dan masyarakat Adaptif : saya bersikap terbuka terhadap perubahan, siap menyesuaikan				



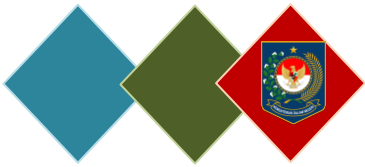
				rencana, serta fleksibel menghadapi dinamika agar kegiatan tetap relevan dan efektif. Kolaboratif : saya bekerja sama secara terbuka dengan mentor untuk mencapai kesepakatan terbaik dalam penyempurnaan rencana kegiatan				
2)	Memilih produk unggulan yang layak di promosikan melalui data Ekraf binaan Disparbud	1. Mengumpulkan data produk Ekraf binaan Disparbud dari hasil pendataan yang ada	1. Tersedianya data produk Ekraf binaan Disparbud	Harmonis : saya berkoordinasi dengan pihak penyedia data dengan menjaga komunikasi yang baik dan saling menghargai Kompeten : saya teliti mengolah informasi agar data yang terkumpul valid	Peserta, Mentor, dan rekan kerja di bidang pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif	TIDAK		Dilaksanakan di kantor



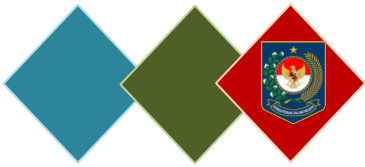
				Kolaboratif : saya bekerja sama dengan bidang pemasaran pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang memiliki data tersebut				
		2. Mengelompokkan produk berdasarkan kriteria	2. Tersedianya data produk sesuai kategori	Akuntabel : saya mengelompokkan produk sesuai kriteria yang jelas Kompeten : saya menganalisis data supaya klasifikasi produk akurat Adaptif : saya mengelompokkan produk sesuai kriteria dengan perkembangan kebutuhan dan tren pasar Kolaboratif : saya melakukan proses klasifikasi dengan				



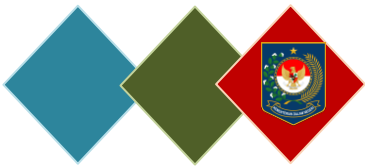
				melibatkan masukan dari mentor				
		3. Menentukan produk unggulan yang paling potensial untuk dipromosikan melalui media promosi	3. Tersedianya daftar produk unggulan binaan Disparbud yang siap di promosikan	Orientasi Pelayanan : saya menentukan produk unggulan agar bisa memfokuskan promosi pada produk yang paling berpeluang untuk pelayanan promosi yang lebih efektif Akuntabel : saya memilih produk unggulan yang didasarkan data dan kriteria yang objektif Kompeten : saya menganalisis kualitas produk untuk menentukan produk terbaik Kolaboratif : saya melibatkan koordinasi dengan mentor untuk				



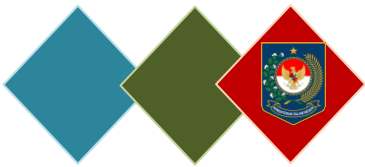
				memutuskan produk unggulan Loyal : saya melakukan pemilihan produk unggulan untuk mendukung program instansi				
3)	Mengumpulkan data dan informasi produk	1. Menyiapkan instrumen pengumpulan data yang jenisnya telah ditentukan	1. Tersedianya alat instrumen pengumpulan data yang terstruktur	Akuntabel : saya menyiapkan instrument sesuai standar Harmonis : saya berkomunikasi dengan mentor agar instrumen yang dilakukan selaras dengan ketentuan Loyal :saya menyiapkan instrument sesuai ketentuan untuk menunjukkan kepatuhan terhadap aturan instansi Adaptif : saya menyiapkan	Peserta, Mentor, dan rekan kerja di bidang pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif	YA	Menjalin komunikasi yang baik, melakukan klarifikasi data, dan mengonfirmasi ulang informasi yang kurang jelas	Dilaksanakan di kantor



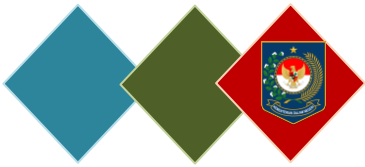
				instrumen sesuai ketentuan yang ada dan juga memanfaatkan teknologi				
		2. Mengumpulkan data dan informasi produk melalui wawancara dengan pihak terkait	2. Tersedianya data dan informasi produk yang akan dipromosikan terkumpul secara lengkap	Akuntabel : saya mencatat hasil wawancara dengan benar Kompeten : saya memahami Teknik wawancara agar data yang diperoleh valid Harmonis : saya menjaga sikap sopan, menghargai lawan bicara, dan membangun hubungan baik saat wawancara Kolaboratif : saya melibatkan Kerjasama dengan rekan kerja di bidang pemasaran				



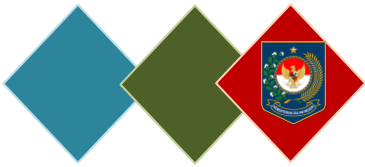
				pariwisata dan ekonomi kreatif Orientasi Pelayanan : saya berusaha promosi sesuai kebutuhan pihak terkait agar pelayanan lebih tepat sasaran				
		3. Mengelompokkan serta menyusun data produk dalam bentuk laporan	3. Tersedianya laporan data dan informasi yang valid	Akuntabel : saya mengelompokkan data yang dituangkan dalam bentuk laporan sesuai dengan fakta Kompeten : saya menyusun laporan dengan teliti agar hasilnya jelas dan mudah dipahami Loyal ; saya menyusun laporan sesuai format dan arahan Kolaboratif : saya meminta masukan dari mentor				



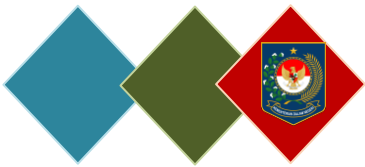
4)	Menyediakan media promosi produk Ekraf	1. Mengidentifikasi kebutuhan media promosi sesuai dengan karakteristik produk ekraf	1. Tersedianya data kebutuhan media promosi	Akuntabel : saya memilih media promosi dengan data dan pertimbangan yang jelas Kompeten : saya menyesuaikan produk dengan media promosi Adaptif : saya menyesuaikan media promosi dengan perkembangan teknologi Kolaboratif : saya mengidentifikasi media promosi dengan masukan dari pelaku Ekraf dan juga mentor Orientasi Pelayanan : saya memilih media yang tepat untuk membantu produk	Peserta, dan Mentor	TIDAK		Media promosi dibuat dengan Canva dan didistribusikan melalui media sosial Instagram
----	--	--	---	--	---------------------	-------	--	--



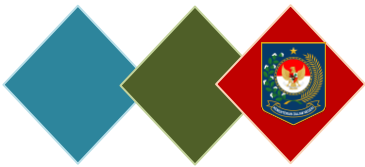
				Ekraf lebih mudah dikenal Masyarakat				
		2. Menyusun konsep media promosi	2. Tersedianya desain visual media sosial yang menarik	Akuntabel : saya menyusun konsep yang jelas dan terukur Kompeten : saya membuat desain promosi yang menarik, dengan kreativitas, keterampilan, dan pengetahuan Adaptif : saya menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar Kolaboratif : saya menyusun konsep dengan berdiskusi dan meminta masukan dari rekan kerja, dan mentor Harmonis : saya mendengarkan dan				



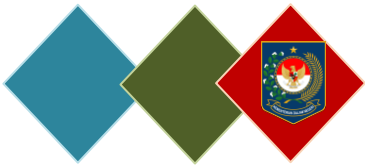
				menghargai masukan ide dari rekan kerja atau mentor Orientasi Pelayanan : saya membuat konsep yang baik agar pelaku Ekraf mendapat promosi yang efektif				
		3. Mendistribusikan media promosi kepada publik	3. Tersedianya media promosi yang terpublikasi	Orientasi Pelayanan : saya menyebarkan media promosi untuk memberi informasi dan manfaat langsung kepada Masyarakat serta pelaku Ekraf Akuntabel : saya mendistribusikan sesuai sasaran Kompeten : saya memilih media promosi yang tepat				



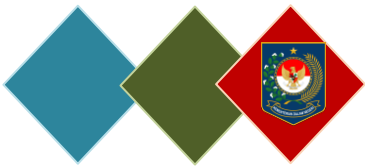
				Adaptif : saya mengoptimalkan platform digital Kolaboratif : saya selalu melibatkan mentor untuk mendapat saran Loyal : saya mendorong potensi Ekraf agar dikenal luas demi kemajuan daerah melalui media promosi				
5)	Membagikan media promosi melalui WhatsApp Group komunitas dan stakeholder	1. Mengidentifikasi grup WhatsApp komunitas dan stakeholder yang relevan dengan promosi Ekraf	1. Tersedianya daftar grup WhatsApp dan stakeholder sasaran	Orientasi Pelayanan : saya mengumpulkan siapa saja yang perlu dijangkau supaya promosi tepat sasaran Akuntabel : saya memilih grup yang relevan Kompeten : saya memahami jaringan komunikasi dan cara memanfaatkan	Peserta, Komunitas pelaku Ekraf, Stakeholder, Anggota grup WhatsApp ,	YA	Menjaga etika komunikasi, meminta izin terlebih dahulu sebelum membagikan tautan, serta	kegiatan dilakukan melalui grup WhatsApp yang relevan dengan promosi produk Ekraf binaan Disparbud



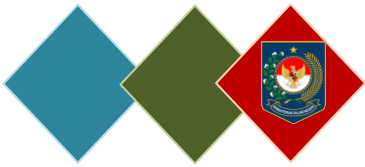
				media digital dengan efektif Harmonis : saya melakukan interaksi dengan etika yang baik, menghargai anggota, serta menjaga hubungan yang positif Kolaboratif : saya menjadikan WhatsApp sebagai sarana kerja sama dengan komunitas dan stakeholder untuk mendukung promosi produk Ekraf Adaptif : saya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya			merespons masukan dengan terbuka dan profesional	
		2. Membagikan tautan media promosi ke grup	2. Tersedianya media promosi	Akuntabel : saya membagikan tautan				



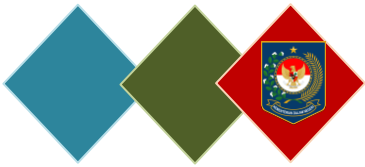
		yang sudah dipilih dengan pesan yang sopan	yang tersampaikan	media promosi ke grup yang relevan Harmonis : saya menyampaikan pesan dengan bahasa yang sopan, ramah, dan menghargai anggota grup Kolaboratif : saya melakukan interaksi dan komunikasi yang baik dengan komunitas atau stakeholder Adaptif : saya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan teknologi komunikasi untuk promosi				
		3. Menerima masukan dari anggota grup	3. Tersedianya masukan untuk evaluasi	Harmonis : saya menunjukkan sikap terbuka, dan menghargai				



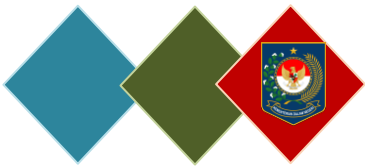
			efektivitas media promosi	pendapat anggota grup Kolaboratif : saya melibatkan interaksi dan Kerjasama dengan anggota grup Loyal : saya memanfaatkan masukan untuk keberhasilan promosi Ekraf				
6)	Menyusun laporan aktualisasi dari hasil kegiatan	1. Mengumpulkan data serta hasil kegiatan	1. Tersedianya data dan dokumentasi	Akuntabel : saya mengumpulkan data secara lengkap, dan benar Kompeten : saya terampil dan teliti dalam memilah data agar sesuai dengan kebutuhan laporan Loyal : saya menghimpun data sesuai arahan	Peserta, dan Mentor	TIDAK		Penyusunan laporan dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan aktualisasi selesai dilaksanakan
		2. Menyusun narasi laporan berdasarkan	2. Tersedianya draft laporan aktualisasi	Akuntabel : saya menyusun laporan				



		rangkaian kegiatan aktualisasi		sesuai fakta kegiatan Adaptif : saya menyesuaikan laporan dengan masukan dari mentor Orientasi Pelayanan : saya menjadikan laporan untuk memberi manfaat bagi instansi dan dapat dijadikan dasar pengembangan kegiatan selanjutnya				
		3. Mengajukan laporan kepada mentor untuk mendapat persetujuan	3. Tersedianya laporan aktualisasi yang telah disetujui mentor	Kompeten : saya menjelaskan isi laporan dengan jelas saat diminta penjelasan oleh mentor Loyal : saya mengajukan laporan sesuai arahan serta menghormati proses persetujuan mentor				



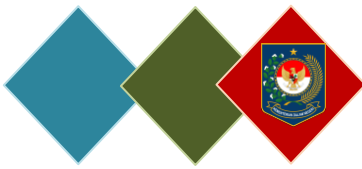
				Harmonis : saya menunjukkan sikap sopan, menghargai masukan dan menjaga komunikasi yang baik dengan mentor Kolaboratif : saya menerima masukan atau perbaikan untuk mencapai persetujuan mentor				
--	--	--	--	---	--	--	--	--



C. Matrik Rekapitulasi Realisasi Habituasi NND PNS (BerAKHLAK)

Tabel IV.3 matriks rekapitulasi realisasi habituasi Nilai-Nilai Dasar PNS (BerAKHLAK)

No	Mata pelatihan	Kegiatan												Jumlah aktualisasi kegiatan 1-6	
		Ke-1	Realisasi	Ke-2	Realisasi	Ke-3	Realisasi	Ke-4	Realisasi	Ke-5	Realisasi	Ke-6	Realisasi	Rencana	Realisasi
1.	Orientasi Pelayanan	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	8	8
2.	Akuntabel	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	13	13
3.	Kompeten	1	1	3	3	2	2	3	3	1	1	2	2	12	12
4.	Harmonis	2	2	1	1	2	2	1	1	3	3	1	1	10	10
5.	Loyal	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	9	9
6.	Adaptif	1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	1	1	9	9
7.	Kolaboratif	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	13	13
Jumlah MP yang Diaktualisasikan per Kegiatan		9	9	12	12	13	13	17	17	13	13	10	10	74	74



D. Capaian Penyelesaian Core Isu

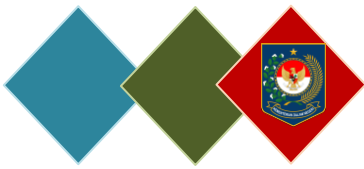
Tabel IV.4 kondisi *core isu* sebelum dan sesudah aktualisasi

Kondisi Core Isu	
Sebelum	Sesudah
Dinas belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk Ekraf secara optimal; promosi masih bersifat konvensional (spanduk, brosur, kegiatan tatap muka).	Dinas mulai memanfaatkan media digital seperti Instagram untuk menyebarluaskan informasi dan promosi produk Ekraf.
Belum ada perencanaan atau strategi khusus dari dinas untuk melakukan promosi digital produk Ekraf.	Tersusun strategi sederhana promosi digital yang terarah melalui penentuan target audiens, media yang digunakan, dan bentuk konten promosi.
Pegawai dinas belum terbiasa atau belum memiliki inisiatif dalam mengelola media digital untuk promosi.	Pegawai dinas mulai terlibat dalam penyusunan konten digital dan pengelolaan media sosial untuk kegiatan promosi.
Dinas terkesan kurang aktif dan inovatif dalam mendukung pengembangan Ekraf masyarakat.	Citra dinas menjadi lebih aktif, adaptif, dan responsif terhadap perkembangan teknologi informasi dalam mendukung promosi Ekraf.

E. Manfaat Terselaksainnya Core Isu

1. Individu Peserta

- memperoleh pengalaman langsung dalam merancang, mengelola, dan memanfaatkan media digital untuk kepentingan promosi, sehingga keterampilan digital marketing meningkat.
- Dapat menyalurkan ide kreatif dalam pembuatan konten promosi digital, sehingga lebih inovatif dalam mendukung tugas dinas.
- Belajar mengelola sebuah kegiatan dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, yang bermanfaat untuk peningkatan kapasitas kepemimpinan di masa depan.



- Berhasil menjangkau masyarakat luas, individu lebih percaya diri atas kontribusinya dalam mendukung pengembangan Ekraf.

2. Instansi

- Meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyebaran informasi promosi Ekraf kepada masyarakat secara luas dan cepat melalui media digital.
- Memperkuat citra instansi sebagai lembaga yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan inovatif dalam melaksanakan tugas.
- Mendorong budaya kerja yang kolaboratif dan adaptif di antara pegawai instansi.
- Menjadi dasar pengembangan strategi promosi digital yang berkelanjutan di lingkungan instansi.

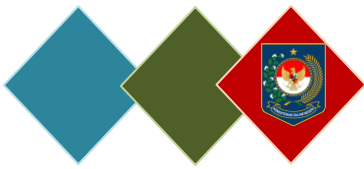
3. Stakeholder

- Memperoleh akses informasi promosi produk Ekraf secara lebih cepat, mudah, dan luas melalui media digital.
- Meningkatkan peluang kolaborasi dalam kegiatan promosi, pengembangan produk, maupun pemasaran Ekraf.

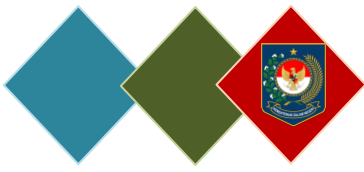
F. Rencana Tindak Lanjut Hasil Aktualisasi

Tabel IV.5 rencana tindak lanjut aktualisasi

No	Kegiatan	Output	Durasi dan Waktu	Parapihak Terlibat	Sumber Biaya	Keterangan
1.	Produksi konten kreatif (foto, video pendek, desain grafis)	Konten promosi siap unggah (feed, reels, story, poster digital)	27 Oktober 2025 dan seterusnya	Staf bidang promosi pariwisata dan ekonomi kreatif, pelaku Ekraf	Internal Disparbud / Sponsor	Konten dibuat menarik dan informatif, menonjolkan keunikan produk lokal



2.	Distribusi dan publikasi konten melalui media sosial resmi dan grup komunitas	Tautan dan konten tersebar luas di media sosial dan grup WhatsApp komunitas/stakeholder	27 Oktober 2025 dan seterusnya	Stakeholder Pariwisata & Ekraf	Tidak ada	Fokus pada peningkatan jangkauan dan <i>engagement audiens</i>
3.	Pengembangan kerja sama promosi dengan influencer lokal / komunitas kreatif	Terjalannya kemitraan promosi bersama pihak eksternal	27 Oktober 2025 dan seterusnya	Disparbud, Influencer Lokal, Komunitas Kreatif, Pelaku Ekraf	Sponsorship / Kerja sama	Kolaborasi memperluas jangkauan promosi ke audiens yang lebih luas



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

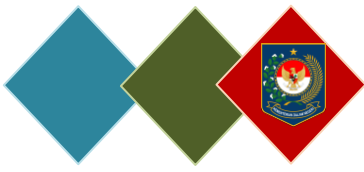
1. Aktualisasi/Habitulasi Mata Pelatihan

a) Kegiatan Ke-1 : Melaksanakan Konsultasi dengan Mentor Terkait Rencana Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan minggu pertama berjalan lancar dan sesuai rencana, dengan fokus utama pada konsultasi bersama mentor untuk menyempurnakan rencana aktualisasi. Seluruh proses kegiatan telah mencerminkan penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK, seperti akuntabel, kompeten, harmonis, loyal, adaptif, kolaboratif, dan berorientasi pelayanan. Melalui kegiatan ini, diperoleh masukan dan arahan yang relevan sehingga rencana aktualisasi menjadi lebih terarah, realistis, dan selaras dengan tujuan organisasi. Hasil akhir dari kegiatan minggu pertama adalah tersusunnya rencana aktualisasi yang telah disetujui mentor, sebagai dasar pelaksanaan kegiatan pada minggu-minggu berikutnya untuk mendukung pencapaian visi dan misi Kabupaten Kerinci.

b) Kegiatan Ke-2 : Memilih Produk Unggulan yang Layak di Promosikan Melalui Data Ekraf Binaan Disparbud

Pelaksanaan kegiatan minggu kedua telah berjalan dengan baik dan sesuai rencana, dengan fokus pada pemilihan produk unggulan ekonomi kreatif binaan Disparbud yang akan dipromosikan. Tahapan kegiatan meliputi pengumpulan data produk, pengelompokan berdasarkan subsektor, dan penentuan produk unggulan melalui koordinasi dengan mentor. Seluruh proses kegiatan mencerminkan penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK, seperti harmonis, kompeten, akuntabel, kolaboratif, adaptif, loyal, dan berorientasi pelayanan. Hasil kegiatan berupa



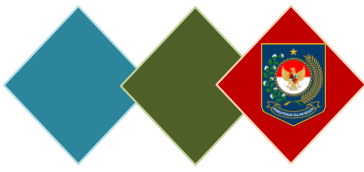
data produk binaan yang terstruktur, tabel klasifikasi produk per subsektor, serta daftar produk unggulan yang siap dipromosikan. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian visi dan misi Kabupaten Kerinci, yaitu *“Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”*, melalui penguatan basis data promosi dan penentuan fokus promosi produk ekraf yang lebih strategis, efektif, dan berkelanjutan.

c) Kegiatan Ke-3 : Mengumpulkan Data dan Informasi Produk

Pelaksanaan kegiatan minggu ketiga berjalan dengan lancar dan sesuai dengan perencanaan. Fokus kegiatan adalah pengumpulan data dan informasi produk ekonomi kreatif yang akan dipromosikan, melalui tiga tahapan utama: menyiapkan instrumen pengumpulan data, melakukan wawancara dengan pihak terkait, serta mengelompokkan dan menyusun data ke dalam bentuk laporan. Seluruh proses kegiatan mencerminkan penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK, antara lain akuntabel, kompeten, harmonis, loyal, adaptif, kolaboratif, dan berorientasi pelayanan. Hasil kegiatan berupa instrumen pengumpulan data yang terstruktur, data dan informasi produk yang valid dan lengkap, serta laporan penyusunan data yang sistematis dan siap dijadikan dasar strategi promosi. Kegiatan ini memberikan kontribusi penting terhadap pencapaian visi dan misi Kabupaten Kerinci, yaitu *“Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”*, dengan menyediakan data yang akurat sebagai landasan perencanaan promosi yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan.

d) Kegiatan Ke-4 : Menyediakan Media Promosi Produk Ekraf

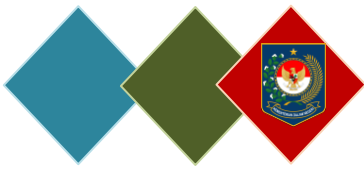
Pelaksanaan kegiatan minggu keempat berjalan dengan lancar dan sesuai perencanaan. Fokus kegiatan adalah penyediaan media promosi produk ekonomi kreatif melalui platform digital, khususnya Instagram, yang dilakukan melalui tiga tahapan utama: mengidentifikasi kebutuhan media promosi, menyusun



konsep media promosi, serta mendistribusikan media promosi kepada publik. Seluruh proses kegiatan mencerminkan penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK, yaitu akuntabel, kompeten, adaptif, kolaboratif, harmonis, loyal, dan berorientasi pelayanan. Hasil kegiatan berupa pemilihan media promosi yang tepat, desain visual konten media sosial yang menarik dan informatif, serta publikasi konten promosi melalui akun Instagram resmi. Kegiatan ini berkontribusi penting dalam mendukung pencapaian visi dan misi Kabupaten Kerinci, yaitu *“Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”*, melalui pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya saing produk lokal, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif daerah secara berkelanjutan.

e) Kegiatan Ke-5 : Membagikan Media Promosi Melalui Grup WhatsApp Komunitas dan Stakeholder

Pelaksanaan kegiatan minggu kelima berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana. Fokus kegiatan adalah membagikan media promosi melalui grup WhatsApp komunitas dan stakeholder, yang dilaksanakan melalui tiga tahapan utama: mengidentifikasi grup WhatsApp yang relevan, membagikan tautan media promosi dengan pesan yang sopan, serta menerima masukan dari anggota grup sebagai bahan evaluasi efektivitas promosi. Seluruh proses kegiatan mencerminkan penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK, seperti berorientasi pelayanan, akuntabel, kompeten, harmonis, kolaboratif, adaptif, dan loyal. Hasil kegiatan berupa daftar grup WhatsApp komunitas dan stakeholder yang relevan, penyebaran media promosi yang efektif dan terarah, serta data masukan yang terstruktur dari anggota grup melalui Google Form. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian visi dan misi Kabupaten Kerinci, yaitu *“Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”*, melalui perluasan jangkauan



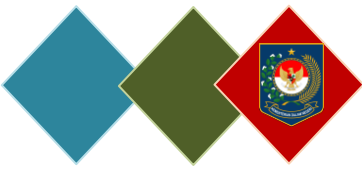
promosi digital, peningkatan kolaborasi dengan komunitas dan stakeholder, serta penguatan evaluasi terhadap efektivitas strategi promosi produk ekonomi kreatif.

f) Kegiatan Ke-6 : Menyusun Laporan Aktualisasi dari Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan minggu keenam berjalan dengan baik dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Fokus kegiatan adalah menyusun laporan aktualisasi dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, melalui tiga tahapan utama: mengumpulkan data serta hasil kegiatan, menyusun narasi laporan berdasarkan rangkaian kegiatan aktualisasi, serta mengajukan laporan kepada mentor untuk mendapat persetujuan. Seluruh proses kegiatan mencerminkan penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK, seperti berorientasi pelayanan, akuntabel, kompeten, harmonis, loyal, adaptif, dan kolaboratif. Hasil kegiatan berupa data dan dokumentasi yang lengkap, laporan aktualisasi yang tersusun secara sistematis dan sesuai format, serta laporan final yang telah mendapat persetujuan dari mentor. Kegiatan ini memberikan kontribusi penting dalam mendukung pencapaian visi dan misi Kabupaten Kerinci, yaitu *“Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”*, melalui penyediaan dokumen pelaksanaan aktualisasi yang akurat, transparan, dan dapat dijadikan dasar evaluasi serta perencanaan kegiatan selanjutnya.

2. Gagasan Kreatif Penyelesaian Core Isu

Gagasan kreatif yang akan dilakukan untuk menyelesaikan isu belum optimalnya promosi Ekraf masyarakat di Kabupaten Kerinci, penulis mengusulkan gagasan kreatif berupa **“Optimalisasi Promosi Produk Ekonomi Kreatif (Ekraf) Melalui Media Sosial”** yang memuat informasi produk Ekraf lokal. Media ini dapat berbentuk katalog digital, poster infografis, konten media sosial yang menampilkan identitas produk, keunggulan, serta kontak pelaku Ekraf.

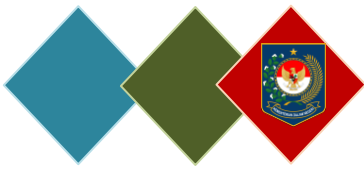


Untuk mewujudkan gagasan kreatif tersebut, kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan selama masa habituasi adalah sebagai berikut :

1. Melaksanakan konsultasi dengan mentor terkait rencana kegiatan.
2. Memilih produk unggulan yang layak di promosikan melalui data Ekraf binaan Disparbud.
3. Mengumpulkan data dan informasi produk.
4. Menyediakan media promosi produk Ekraf.
5. Membagikan media promosi melalui WhatsApp Group komunitas dan stakeholder.
6. Menyusun laporan aktualisasi dan hasil kegiatan.

3. Capaian Hasil Penyelesaian Core Isu

Penyelesaian core isu *“Belum optimalnya promosi produk ekonomi kreatif melalui media sosial”* telah menghasilkan beberapa capaian penting, antara lain tersusunnya rencana promosi digital yang terarah, tersedianya data produk ekraf yang valid dan terstruktur, serta terbentuknya media promosi digital melalui akun Instagram resmi dengan konten yang menarik dan informatif. Promosi produk juga berhasil diperluas melalui penyebaran konten ke grup WhatsApp komunitas dan stakeholder, sehingga jangkauan informasi menjadi lebih luas dan cepat. Selain itu, evaluasi efektivitas promosi melalui kuesioner digital memberikan masukan konstruktif untuk perbaikan strategi ke depan. Seluruh rangkaian kegiatan terdokumentasi secara sistematis dalam laporan aktualisasi sebagai bentuk akuntabilitas. Capaian ini membuktikan bahwa promosi produk ekraf kini menjadi lebih strategis, kreatif, dan berkelanjutan, serta berkontribusi terhadap peningkatan daya saing produk lokal dan pengembangan sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Kerinci.



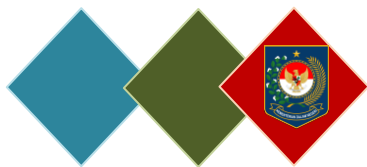
B. Rekomendasi

1. Untuk penyelenggara pelatihan

Untuk penyelenggara pelatihan yaitu Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Regional Bukittinggi yang telah memberikan pelatihan dasar ini agar pelatihan dasar tetap dilakukan untuk mendidik dan membina CPNS dalam pembentukan karakter sehingga menghasilkan CPNS yang berkualitas dan memiliki nilai dasar Ber-AKHLAK.

2. Untuk instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci

Disarankan agar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci menyusun strategi promosi digital yang terarah dan berkelanjutan, dengan fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama promosi produk ekonomi kreatif. Upaya ini perlu didukung dengan peningkatan kapasitas SDM dalam pembuatan konten kreatif dan pengelolaan media sosial, serta optimalisasi penggunaan akun resmi instansi sebagai pusat informasi dan promosi. Selain itu, penting bagi Disparbud untuk membangun kolaborasi dengan komunitas, pelaku ekraf, dan stakeholder guna memperluas jaringan promosi. Evaluasi dan inovasi strategi promosi juga perlu dilakukan secara berkala untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan program. Rekomendasi ini diharapkan dapat memperkuat peran Disparbud sebagai penggerak promosi digital daerah, sehingga produk-produk lokal semakin dikenal luas dan berdaya saing tinggi.



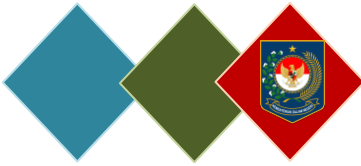
LAMPIRAN



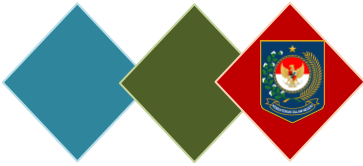
Lampiran 1. Lampiran Laporan Mingguan Minggu Ke-1

a. Tabel Pelaksanaan Aktualisasi.

Judul Kegiatan 1	Melaksanakan konsultasi dengan mentor terkait kegiatan rencana kegiatan
Tanggal Pelaksanaan Kegiatan	10 September – 12 September 2025
Daftar Lampiran	1. Masukan yang relevan untuk menyempurnakan rencana kegiatan aktualisasi. 2. Catatan berisi arahan, saran, serta rekomendasi mentor. 3. Arah, langkah, dan prioritas kegiatan yang akan dijalankan.
Uraian Kegiatan yang dilaksanakan	
Uraian Kegiatan yang Memuat Nilai– Nilai Dasar Ber-AKHLAK	a. Tahapan kegiatan 1 Menentukan poin-poin yang akan dimintakan masukan kepada mentor ➤ Akuntabel, saya menyusun poin-poin masukan secara sistematis sebagai bentuk tanggung jawab dalam mempersiapkan konsultasi. ➤ Harmonis, saya menyusun konsultasi yang terstruktur serta menunjukkan sikap menghargai mentor dan tidak membuang waktu. ➤ Loyal, saya menyiapkan poin konsultasi sebagai wujud komitmen dalam melaksanakan aktualisasi sesuai arahan mentor dan tujuan organisasi b. Tahapan kegiatan 2 Mencatat masukan untuk menyempurnakan rencana agar lebih relevan, realistis dan bermanfaat ➤ Kompeten, saya mengolah catatan tersebut menjadi dasar peningkatan kualitas rencana agar lebih relevan dan bermanfaat. ➤ Harmonis, saya menerima setiap masukan dengan sikap terbuka dan penuh penghargaan terhadap mentor. ➤ Loyal, saya menjadikan catatan hasil konsultasi sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan sesuai tujuan organisasi. c. Tahapan kegiatan 3 Menetapkan hasil diskusi sebagai dasar penyempurnaan rencana kegiatan



	➤ Orientasi Pelayanan, saya memastikan hasil penyempurnaan rencana dapat memberikan manfaat nyata bagi organisasi dan masyarakat. ➤ Adaptif, saya bersikap terbuka terhadap perubahan, siap menyesuaikan rencana, serta fleksibel menghadapi dinamika agar kegiatan tetap relevan dan efektif ➤ Kolaboratif, saya bekerja sama secara terbuka dengan mentor untuk mencapai kesepakatan terbaik dalam penyempurnaan rencana kegiatan
Teknik Aktualisasi yang Dipergunakan dan Bukti Fisik Kegiatan/Evidence.	a. Tahap kegiatan 1 Menentukan poin-poin yang akan dimintakan masukan kepada mentor. Penulis menyusun poin-poin rancangan aktualisasi untuk meminta masukan kepada mentor. Bukti fisik/<i>Evidence</i> : Poin-poin kegiatan rancangan aktualisasi : Hasil <i>print out</i> bahan konsultasi berupa poin kegiatan rancangan aktualisasi yang akan disampaikan kepada mentor. b. Tahap kegiatan 2 Mencatat masukan untuk menyempurnakan rencana agar lebih relevan, realistis, dan bermanfaat. Penulis menyampaikan rencana pelaksanaan aktualisasi kepada mentor melalui tabel rencana jadwal aktualisasi. Diskusi dilakukan untuk mendapatkan masukan dan rekomendasi terkait rencana tersebut. Bukti Fisik/<i>Evidence</i>:



Dokumentasi kegiatan: Foto yang menunjukkan kegiatan konsultasi dengan mentor terkait rancangan kegiatan aktualisasi.



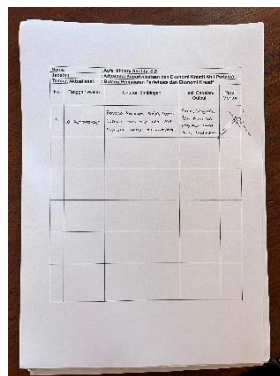
c. Tahap kegiatan 3

Menetapkan hasil diskusi sebagai dasar penyempurnaan rencana kegiatan.

Penulis mencatat semua masukan dan rekomendasi dari mentor untuk digunakan dalam perbaikan rencana.

Bukti Fisik/*Evidence*:

Notulen Pertemuan: Catatan hasil pertemuan yang mencakup semua masukan dan diskusi yang terjadi selama konsultasi.

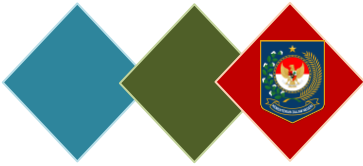


Berikut adalah deskripsi mengenai proses dan kualitas produk dari kegiatan 1 :

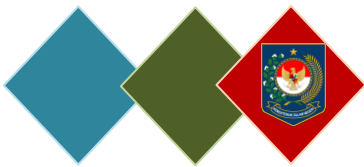
1. Menentukan poin-poin yang akan dimintakan masukan kepada mentor.

Proses :

Penulis terlebih dahulu meninjau rancangan aktualisasi yang ada. Dari rancangan tersebut, penulis memilih poin-poin kegiatan aktualisasi yang dianggap penting untuk dibahas bersama mentor. Pemilihan dilakukan dengan cara menyaring hanya bagian yang berhubungan langsung dengan isu,



Deskripsi Proses dan Kualitas Produk Kegiatan.	keterkaitan dengan visi misi instansi, serta penerapan nilai dasar ASN. Setelah itu, penulis menyusun poin kegiatan aktualisasi tersebut dalam bentuk <i>print out</i> agar lebih terarah dan siap dipresentasikan pada saat berdiskusi dengan mentor. Kualitas produk : poin kegiatan aktualisasi yang akan dimintakan arahan kepada mentor tersebut disusun secara sistematis, jelas, dan relevan sehingga dapat memudahkan proses diskusi. 2. Mencatat masukan untuk menyempurnakan rencana agar lebih relevan, realistis, dan bermanfaat. Proses : Penulis mendengarkan dengan seksama setiap masukan yang diberikan oleh mentor terkait rencana aktualisasi yang telah disusun. Kualitas produk : Catatan berisi masukan dari mentor yang tersusun secara jelas dan terstruktur. 3. Menetapkan hasil diskusi sebagai dasar penyempurnaan rencana kegiatan. Proses : Penulis menyampaikan rencana pelaksanaan aktualisasi secara jelas kepada mentor. Selanjutnya adalah berdiskusi dengan mentor, menerima masukan atau koreksi dari mentor, dan mengajukan pertanyaan jika ada hal yang kurang jelas. Kualitas produk : Mendapatkan persetujuan resmi dari mentor, sehingga peserta dapat melanjutkan ke tahap pelaksanaan aktualisasi. Dalam melaksanakan kegiatan ini saya telah menerapkan nilai-nilai dasar ASN dalam setiap tahapan kegiatan yaitu, Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.
--	--

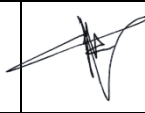
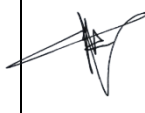


Manfaat Kegiatan Terhadap Pencapaian Visi, Misi, dan Tugas Organisasi.	Berikut adalah manfaat dari kegiatan yang disebutkan, dikaitkan dengan visi misi “Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”. • Konsultasi ini mendukung terwujudnya arah pembangunan Kabupaten Kerinci yang lebih terencana, selaras, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat. • Meningkatkan pengembangan inovasi untuk kemandirian dan daya saing daerah : Rancangan aktualisasi yang disusun menjadi lebih kreatif, solutif, dan mampu mendorong lahirnya gagasan baru yang bermanfaat bagi peningkatan daya saing daerah. • Mewujudkan kesinambungan Pembangunan : Konsultasi memastikan setiap rencana kegiatan dapat dijalankan secara berkelanjutan dan selaras dengan program pembangunan daerah.
	Berikut adalah analisis dampak dari kegiatan yang diaktualisasikan tidak didasarkan pada Nilai Dasar ASN BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif): 1. Menentukan poin-poin yang dimintakan masukan kepada mentor. • Akuntabel : Poin yang ditentukan bisa kurang jelas, tidak terukur, atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan aktualisasi, dan hasil konsultasi berpotensi tidak efektif karena arahnya tidak jelas. • Harmonis : Komunikasi dengan mentor menjadi kaku, sehingga diskusi tidak berjalan dengan baik dan Potensi terciptanya kesalahpahaman atau ketidaksesuaian persepsi dengan mentor. • Loyal : Bisa menurunkan kepercayaan mentor terhadap keseriusan dalam menjalankan proses aktualisasi. 2. Mencatat masukan untuk menyempurnakan rencana agar lebih relevan, realistis, dan bermanfaat. • Kompeten : Masukan yang diberikan mentor tidak tercatat dengan baik atau terlewat, sehingga rencana tidak benar-benar mengalami penyempurnaan.



	• Harmonis : Hubungan kerja sama menjadi kurang baik karena terkesan tidak ada keterbukaan dan keselarasan. • Loyal : Kepercayaan mentor maupun pimpinan terhadap keseriusan dalam menyusun aktualisasi bisa berkurang. 3. Menetapkan hasil diskusi sebagai dasar penyempurnaan rencana kegiatan. • Orientasi pelayanan : Hasil diskusi yang ditetapkan bisa tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau instansi. • Adaptif : Rencana yang ditetapkan tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan, tantangan, atau dinamika yang muncul. • Kolaboratif : Penyempurnaan rencana cenderung sepihak, tanpa mengakomodasi gagasan dan masukan dari semua pihak yang terlibat.
--	---

b. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh Mentor.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E		
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama		
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci		
No	Tanggal/waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Paraf mentor
1.	Rabu, 10 September 2025		Masukan yang relevan untuk menyempurnakan rencana kegiatan aktualisasi.	
2.	Rabu, 10 September 2025		Catatan berisi arahan, saran, serta rekomendasi mentor.	
3.	Rabu, 10 September 2025	Rencana kegiatan sudah sesuai dengan tupoksi dan nilai ASN. Disetujui untuk dilaksanakan	Arah, langkah, dan prioritas kegiatan yang akan dijalankan.	



c. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh *Coach*.

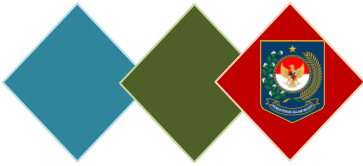
Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E			
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama			
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci			
No	Tanggal/ Waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Media Komunikasi (Telepon, WhatsApp, LMS, Email, Dll)	Paraf Coach
1.	Selasa, 16 September 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-1	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	
2.	Selasa, 16 September 2025	Foto/evidence dilihatkan dalam table teknik aktualisasi yang dipergunakan dan bukti fisik kegiatan/ <i>evidence</i> , semuanya dibuat seperti itu sampai semua tahap dan perhatikan kesalahan ejaan	Tersedianya masukan dan tambahan dari <i>coach</i>	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	
3.	Rabu, 17 September 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-1 yang sudah diperbaiki	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	

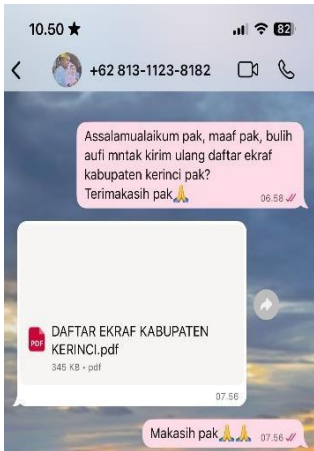


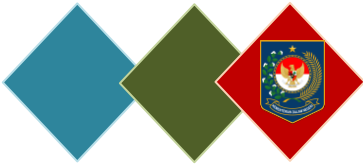
Lampiran 2. Lampiran Laporan Mingguan Minggu Ke-2

a. Tabel Pelaksanaan Aktualisasi.

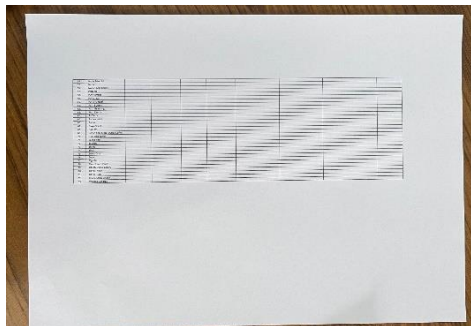
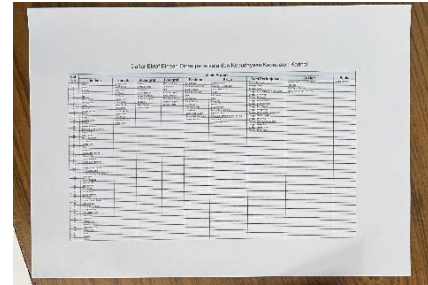
Judul Kegiatan 2	Memilih produk unggulan yang layak dipromosikan melalui data Ekraf binaan Disparbud
Tanggal Pelaksanaan Kegiatan	15 September – 16 September 2025
Daftar Lampiran	1. Data produk Ekraf binaan Disparbud. 2. Data produk sesuai kategori. 3. Daftar produk unggulan binaan Disparbud yang siap dipromosikan.
Uraian Kegiatan yang dilaksanakan	
Uraian Kegiatan yang Memuat Nilai-Nilai Dasar Ber-AKHLAK	Tahapan kegiatan 1 Mengumpulkan data produk Ekraf binaan Disparbud dari hasil pendataan yang ada ➤ Harmonis, saya berkoordinasi dengan pihak penyedia data dengan menjaga komunikasi yang baik dan saling menghargai. ➤ Kompeten, saya teliti mengolah informasi agar data yang terkumpul valid. ➤ Kolaboratif, saya bekerja sama dengan bidang pemasaran pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang memiliki data tersebut. Tahapan kegiatan 2 Mengelompokkan produk berdasarkan kriteria ➤ Akuntabel, saya mengelompokkan produk sesuai kriteria yang jelas. ➤ Kompeten, saya menganalisis data supaya klasifikasi produk akurat. ➤ Adaptif, saya mengelompokkan produk sesuai kriteria dengan perkembangan kebutuhan dan tren pasar. ➤ Kolaboratif, saya melakukan proses klasifikasi dengan melibatkan masukan dari mentor. Tahapan kegiatan 3 Menentukan produk unggulan yang paling potensial untuk dipromosikan melalui media promosi ➤ Orientasi Pelayanan, saya menentukan produk unggulan agar bisa memfokuskan promosi pada produk yang paling berpeluang untuk pelayanan promosi yang lebih efektif. ➤ Akuntabel, saya memilih produk unggulan yang didasarkan data dan kriteria yang objektif.



	➤ Kompeten, saya menganalisis kualitas produk untuk menentukan produk terbaik. ➤ Kolaboratif, saya melibatkan koordinasi dengan mentor untuk memutuskan produk unggulan. ➤ Loyal, saya melakukan pemilihan produk unggulan untuk mendukung program instansi.
Teknik Aktualisasi yang Dipergunakan dan Bukti Fisik Kegiatan/Evidence.	a. Tahap kegiatan 1 Mengumpulkan data produk Ekraf binaan Disparbud dari hasil pendataan yang ada. Penulis meminta data produk Ekraf binaan Disparbud kepada rekan pada Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui media komunikasi WhatsApp. Bukti fisik/<i>Evidence</i> : Tangkapan layar percakapan melalui WhatsApp dengan rekan Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menunjukkan permintaan data produk binaan Disparbud. 
	b. Tahap kegiatan 2 Mengelompokkan produk berdasarkan kriteria. Penulis mengelompokkan data produk binaan yang telah diperoleh sesuai dengan kategori masing-masing berupa tabel, sehingga data tersusun lebih teratur dan mudah dianalisis. Bukti Fisik/<i>Evidence</i>: Dokumentasi kegiatan penulis saat melakukan proses pengelompokan data produk sesuai kategori



serta hasil *print out* dari data yang telah dikelompokkan.



c. Tahap kegiatan 3

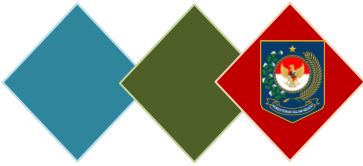
Menentukan produk unggulan yang paling potensial untuk dipromosikan melalui media promosi.

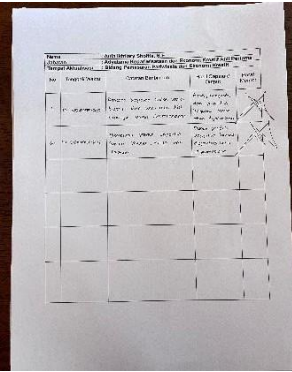
Dalam menentukan produk unggulan yang layak dipromosikan, penulis melakukan koordinasi dengan mentor agar keputusan yang diambil sesuai dengan arahan, kebutuhan organisasi, serta potensi terbaik yang dimiliki.

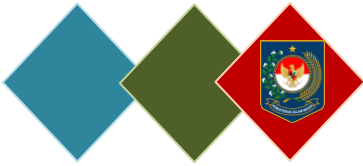
Bukti Fisik/*Evidence*:

Dokumentasi foto saat penulis melaksanakan konsultasi dengan mentor, serta notulen pertemuan yang berisi arahan dan masukan yang diberikan.

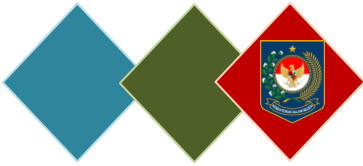




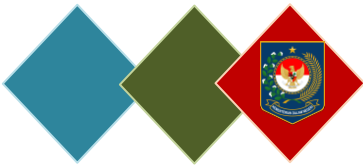
	
Deskripsi Proses dan Kualitas Produk Kegiatan.	Berikut adalah deskripsi mengenai proses dan kualitas produk dari kegiatan 2 : 1. Mengumpulkan data produk Ekraf binaan disarpbud dari hasil pendataan yang ada. Proses : Penulis meminta data produk ekonomi kreatif binaan Disarpbud kepada rekan di Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui media komunikasi WhatsApp. Data yang dikirimkan oleh rekan tersebut kemudian dikumpulkan sebagai bahan pendukung pelaksanaan aktualisasi. Kualitas produk : Data produk binaan yang diperoleh melalui komunikasi tersebut tersaji secara jelas dan sesuai dengan hasil pendataan yang ada. Informasi yang terkumpul sudah terstruktur berdasarkan subsektor ekonomi kreatif sehingga dapat dijadikan dasar dalam menentukan produk unggulan untuk promosi. 2. Mengelompokkan produk berdasarkan kriteria. Proses : Penulis melakukan pengelompokan data produk ekonomi kreatif binaan Disarpbud berdasarkan subsektor, yaitu kuliner, musik, videografi, fotografi, fashion, kriya, seni pertunjukan, design, dan radio. Pengelompokan dilakukan dengan menyusun daftar produk yang sudah ada ke dalam tabel sesuai subsektor masing-masing. Kualitas produk : Hasil pengelompokan berupa data produk binaan yang tersusun rapi sesuai subsektor. Data menjadi lebih teratur, mudah dipahami, dan siap digunakan



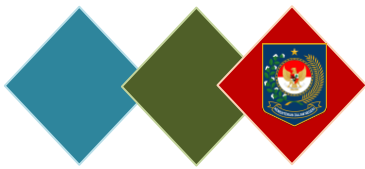
	sebagai dasar dalam menentukan produk unggulan yang akan dipromosikan. 3. Menentukan produk unggulan binaan Disparbud yang siap dipromosikan. Proses : Penulis berkoordinasi dengan mentor untuk meninjau hasil pengelompokan produk berdasarkan subsektor. Dari data tersebut, penulis bersama mentor mendiskusikan potensi masing-masing produk, lalu menetapkan produk-produk yang dianggap memiliki nilai lebih, daya saing, dan kesiapan untuk dipromosikan. Proses ini dilakukan agar produk unggulan yang dipilih benar-benar sesuai dengan arahan dan tujuan pengembangan ekonomi kreatif. Kualitas produk : Mendapatkan daftar produk unggulan binaan Disparbud yang siap dipromosikan. Daftar ini telah disepakati bersama mentor dan disusun secara jelas berdasarkan subsektor, sehingga dapat dijadikan dasar utama dalam merancang strategi promosi yang lebih fokus, terarah, dan bermanfaat bagi pengembangan ekonomi kreatif daerah. Dalam melaksanakan kegiatan ini saya telah menerapkan nilai-nilai dasar ASN dalam setiap tahapan kegiatan yaitu, Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.
Manfaat Kegiatan Terhadap Pencapaian Visi, Misi, dan Tugas Organisasi.	Berikut adalah manfaat dari kegiatan yang disebutkan, dikaitkan dengan visi misi “Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”. • Pemilihan produk unggulan membuka kesempatan yang lebih luas bagi pelaku usaha lokal dari berbagai subsektor untuk memperoleh akses promosi. Dengan demikian, manfaat pembangunan ekonomi dapat dirasakan secara merata oleh masyarakat, termasuk pelaku UMKM dan komunitas kreatif di daerah. • Produk unggulan yang dipilih mencerminkan kreativitas, inovasi, serta ciri khas lokal. Hal ini mendorong lahirnya produk-produk bernilai tambah



	yang mampu bersaing, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga di tingkat nasional maupun internasional. • Dengan adanya pemilihan produk unggulan, strategi promosi menjadi lebih fokus dan terarah, sehingga program pengembangan ekonomi kreatif dapat dijalankan secara berkelanjutan. Hal ini menjamin kesinambungan pembangunan daerah, karena produk-produk yang dipromosikan memiliki potensi untuk terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat.
	Berikut adalah analisis dampak dari kegiatan yang diaktualisasikan tidak didasarkan pada Nilai Dasar ASN BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif): 1. Mengumpulkan data produk Ekraf binaan Disparbud. • Harmonis : Proses pengumpulan data bisa menimbulkan kesan kurang menghargai rekan kerja. Hal ini dapat menyebabkan komunikasi tidak efektif, kerja sama terganggu, bahkan menimbulkan potensi kesalahpahaman antarpegawai. • Kompeten : Data yang dikumpulkan berisiko tidak akurat, tidak lengkap, atau tidak sesuai kebutuhan. Akibatnya, kualitas rencana promosi produk Ekraf akan rendah karena tidak didukung oleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan • Kolaboratif : Kegiatan hanya bersifat sepihak dan minim dukungan dari pihak terkait. Dampaknya, data yang diperoleh tidak komprehensif, potensi produk Ekraf banyak yang terlewat, serta hasil akhirnya tidak mampu mewakili keseluruhan binaan Disparbud. 2. Mengelompokkan produk berdasarkan kriteria. • Akuntabel : Hasil pengelompokan produk bisa tidak transparan, kurang dapat dipertanggungjawabkan, serta menimbulkan keraguan terhadap validitas data yang digunakan • Kompeten : Pengelompokan berisiko tidak tepat, salah menempatkan produk, atau tidak sesuai subsektor. Hal ini akan mengurangi



	kualitas informasi dan menyulitkan dalam menentukan produk unggulan. • Adaptif : Pengelompokan tidak mampu menyesuaikan dengan dinamika maupun perubahan data terbaru. Akibatnya, data yang digunakan menjadi usang dan kurang relevan untuk kebutuhan promosi. • Kolaboratif : Pengelompokan hanya dilakukan secara sepihak tanpa melibatkan pihak terkait. Dampaknya, banyak masukan penting terabaikan dan hasil pengelompokan. • 3. Menentukan produk unggulan yang paling potensial untuk dipromosikan melalui media promosi. • Orientasi pelayanan : Produk yang dipilih berisiko tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat maupun kepentingan organisasi. Promosi yang dilakukan bisa menjadi tidak tepat sasaran dan kurang memberi manfaat nyata. • Akuntabel : Proses penentuan produk unggulan bisa dianggap subjektif, tidak transparan, dan sulit dipertanggungjawabkan. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan dari stakeholder. • Kompeten : Produk unggulan yang dipilih berpotensi tidak sesuai standar kualitas atau tidak memiliki daya saing. Akibatnya, strategi promosi menjadi tidak efektif. • Kolaboratif : Keputusan penentuan produk hanya sepihak tanpa melibatkan pihak terkait. Hal ini bisa menyebabkan banyak potensi unggulan terabaikan serta menurunkan kualitas keputusan bersama. • Loyal : Arah pemilihan produk bisa menyimpang dari tujuan organisasi dan arahan pimpinan. Dampaknya, hasil promosi tidak mendukung visi dan misi pembangunan daerah.
--	--

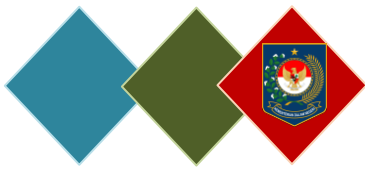


b. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh Mentor.

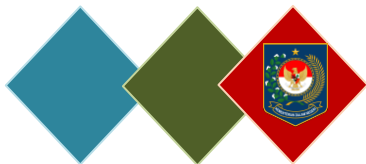
Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E		
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama		
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci		
No	Tanggal/waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Paraf mentor
1.	Senin, 15 September 2025		Data produk Ekraf binaan Disparbud.	
2.	Senin, 15 September 2025		Data produk sesuai kategori.	
3.	Selasa, 16 September 2025	Silakan minta data yang dibutuhkan untuk promosi dengan bapak jhon notris	Daftar produk unggulan binaan Disparbud yang siap dipromosikan.	

c. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh *Coach*.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E			
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama			
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci			
No	Tanggal/Waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Media Komunikasi (Telepon, WhatsApp, LMS, Email, dll).	Paraf <i>Coach</i>
1.	Sabtu, 20 September 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-2	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	
2.	Rabu, 24 September 2025	Meringkan bahasa inggris	Tersedianya masukan dan tambahan dari <i>coach</i>	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	



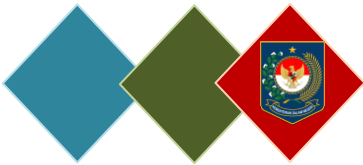
3.	Rabu, 24 September 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-1 yang sudah diperbaiki	Melalui chat menggunakan aplikasi WhatsApp.	
----	-------------------------------	--	--	--	--



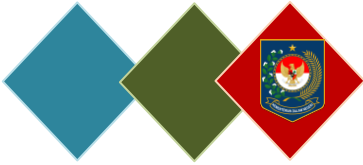
Lampiran 3. Lampiran Laporan Mingguan Minggu Ke-3

a. Tabel Pelaksanaan Aktualisasi.

Judul Kegiatan 3	Mengumpulkan data dan informasi produk
Tanggal Pelaksanaan Kegiatan	17 September – 26 September 2025
Daftar Lampiran	1. Alat instrumen pengumpulan data yang terstruktur. 2. Data dan informasi produk yang akan dipromosikan terkumpul secara lengkap. 3. Laporan data dan informasi yang valid produk dalam bentuk laporan.
Uraian Kegiatan yang dilaksanakan	
Uraian Kegiatan yang Memuat Nilai– Nilai Dasar Ber-AKHLAK	a. Tahapan kegiatan 1 Menyiapkan instrumen pengumpulan data yang jenisnya telah ditentukan ➤ Akuntabel, saya menyiapkan instrumen sesuai standar. ➤ Harmonis, saya akan berkomunikasi dengan mentor agar instrumen yang dilakukan selaras dengan ketentuan. ➤ Loyal, saya menyiapkan instrumen sesuai ketentuan untuk menunjukkan kepatuhan terhadap aturan instansi. ➤ Adaptif, saya menyiapkan instrumen sesuai ketentuan yang ada dan juga memanfaatkan teknologi. b. Tahapan kegiatan 2 Mengumpulkan data dan informasi produk melalui wawancara dengan pihak terkait ➤ Akuntabel, saya mencatat hasil wawancara dengan benar. ➤ Kompeten, saya memahami teknik wawancara agar data yang diperoleh valid. ➤ Harmonis, saya menjaga sikap sopan, menghargai lawan bicara, dan membangun hubungan baik saat wawancara. ➤ Kolaboratif, saya melibatkan kerjasama dengan rekan kerja dibidang pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif. ➤ Orientasi Pelayanan, saya akan berusaha promosi sesuai dengan kebutuhan pihak terkait agar pelayanan lebih tepat sasaran. c. Tahapan kegiatan 3 Mengelompokkan serta menyusun data produk dalam bentuk laporan

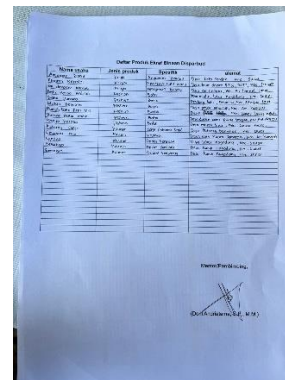


	➤ Akuntabel, saya mengelompokkan data yang dituangkan dalam bentuk laporan sesuai dengan fakta. ➤ Kompeten, saya menyusun laporan dengan teliti agar hasilnya jelas dan mudah dipahami. ➤ Loyal, saya menyusun laporan sesuai format dan arahan. ➤ Kolaboratif, saya meminta masukan dari mentor.
Teknik Aktualisasi yang Dipergunakan dan Bukti Fisik Kegiatan/Evidence.	a. Tahap kegiatan 1 Menyiapkan instrumen pengumpulan data yang jenisnya telah ditentukan. Penulis menyiapkan instrumen pengumpulan data sesuai dengan jenis yang telah ditentukan sebelumnya. Bukti fisik/<i>Evidence</i> : Dokumentasi kegiatan : Foto menunjukkan proses pembuatan alat instrumen data, kegiatan konsultasi dan catatan bimbingan dari mentor. b. Tahap kegiatan 2 Mengumpulkan data dan informasi produk melalui wawancara dengan pihak terkait Penulis melakukan wawancara dengan rekan kerja di bidang pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif agar informasi produk yang didapatkan valid.



Bukti Fisik/*Evidence* :

Dokumentasi kegiatan: Foto yang menunjukkan kegiatan wawancara dengan rekan kerja dan hasil wawancara dengan rekan kerja di bidang pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif. Hasil wawancara tersebut telah diperiksa dan ditandatangani oleh mentor sebagai bentuk validasi dan persetujuan



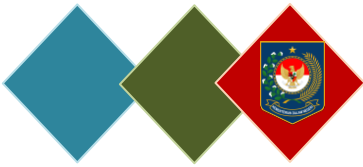
c. Tahap kegiatan 3

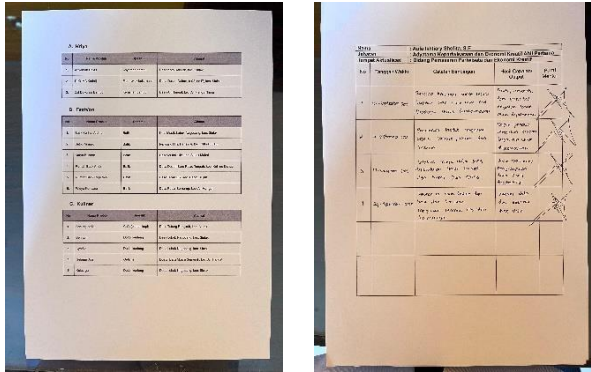
Mengelompokkan serta menyusun data produk dalam bentuk laporan.

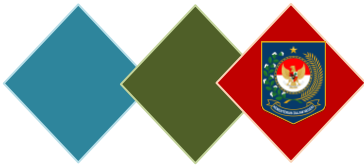
Penulis mengelompokkan data yang telah terkumpul sesuai dengan kategori yang relevan agar lebih mudah dianalisis. Data yang sudah terstruktur kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk laporan, dengan memperhatikan keterpaduan antara uraian, tabel, maupun hasil wawancara. Penyusunan laporan ini dilakukan agar informasi yang diperoleh tersaji dengan jelas

Bukti Fisik/*Evidence* :

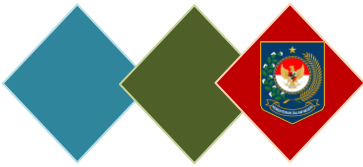
Data yang telah disusun secara sistematis dan dicetak dan notulen hasil pertemuan dengan mentor yang berisi arahan serta masukan yang diberikan



	
Deskripsi Proses dan Kualitas Produk Kegiatan.	Berikut adalah deskripsi mengenai proses dan kualitas produk dari kegiatan 3 : Menyiapkan instrumen pengumpulan data yang jenisnya telah ditentukan. Proses : Penulis terlebih dahulu menelaah kebutuhan data dan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan hal tersebut, penulis menentukan jenis instrumen yang relevan, misalnya angket, pedoman wawancara, atau lembar observasi. Instrumen kemudian disusun dengan memperhatikan indikator yang sudah ditetapkan, menggunakan bahasa yang jelas, mudah dipahami, serta praktis untuk digunakan di lapangan. Setelah disusun, instrumen diperiksa kembali dan dikonsultasikan dengan mentor untuk memastikan kesesuaian dan kelayakannya. Kualitas produk : Instrumen pengumpulan data yang tersusun rapi, sistematis, serta sesuai dengan tujuan kegiatan. Instrumen ini mudah dipahami, dapat digunakan secara langsung di lapangan, dan telah divalidasi melalui konsultasi dengan mentor. Mengumpulkan data dan informasi produk melalui wawancara dengan pihak terkait. Proses : Wawancara dilakukan dengan pihak terkait, khususnya rekan kerja di bidang pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif, untuk memperoleh informasi yang relevan. Proses wawancara dilaksanakan secara tatap muka dengan mencatat jawaban responden secara sistematis.



	Kualitas produk : Data dan informasi yang autentik serta sesuai dengan kebutuhan kegiatan. 3. Mengelompokkan serta menyusun data produk dalam bentuk laporan. Proses : Penulis mengelompokkan data yang telah terkumpul sesuai kategori yang relevan, seperti jenis produk, spesifik produk, dan Alamat produk dalam bentuk tabel agar informasi lebih mudah dipahami. Kualitas produk : Laporan data produk yang rapi, sistematis, dan sesuai dengan tujuan kegiatan. Dalam melaksanakan kegiatan ini saya telah menerapkan nilai-nilai dasar ASN dalam setiap tahapan kegiatan yaitu, Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.
Manfaat Kegiatan Terhadap Pencapaian Visi, Misi, dan Tugas Organisasi.	Berikut adalah manfaat dari kegiatan yang disebutkan, dikaitkan dengan visi misi “Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”. • Menyediakan data yang valid dan akurat sebagai dasar perumusan kebijakan dan strategi pembangunan daerah. • Mendukung pengembangan inovasi melalui informasi yang relevan tentang potensi, keunggulan, serta tantangan produk. • Meningkatkan daya saing serta kesinambungan pembangunan dengan perencanaan yang berbasis data.
	Berikut adalah analisis dampak dari kegiatan yang diaktualisasikan tidak didasarkan pada Nilai Dasar ASN BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif): 1. Menyiapkan instrumen pengumpulan data yang jenisnya telah ditentukan. • Akuntabel : Instrumen yang disusun berpotensi tidak sesuai standar, tidak dapat dipertanggungjawabkan, dan menghasilkan data yang keliru.

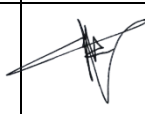


	• Harmonis : Instrumen kurang memperhatikan kebutuhan serta masukan pihak terkait, sehingga bisa menimbulkan ketidakselarasan dalam tim maupun dengan stakeholder. • Loyal : Instrumen tidak mencerminkan komitmen untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi, sehingga hasil pengumpulan data tidak mendukung misi instansi. • Adaptif : Instrumen menjadi kaku, tidak sesuai dengan dinamika kebutuhan lapangan, serta tidak responsif terhadap perubahan kondisi atau masukan mentor. 2. Mengumpulkan data dan informasi produk melalui wawancara dengan pihak terkait. • Akuntabel : Hasil wawancara tidak dapat dipertanggungjawabkan karena proses pencatatan maupun dokumentasi kurang jelas. • Kompeten : Data yang diperoleh tidak relevan atau tidak mendalam karena wawancara dilakukan tanpa persiapan instrumen dan keterampilan yang memadai. • Harmonis : Hubungan dengan narasumber bisa terganggu karena wawancara tidak dilakukan dengan sikap saling menghargai. • Kolaboratif : Informasi yang didapat menjadi terbatas karena tidak ada kerja sama yang baik dengan pihak terkait dalam menggali data. • Orientasi Pelayanan : Narasumber merasa kurang dilayani dengan baik, sehingga wawancara tidak menghasilkan data yang maksimal dan bisa menurunkan kepercayaan terhadap instansi. 3. Mengelompokkan serta menyusun data produk dalam bentuk laporan. • Akuntabel : Laporan yang disusun tidak transparan, sulit dipertanggungjawabkan, dan berpotensi menimbulkan kesalahan informasi. • Kompeten : Data yang dikelompokkan kurang tepat, analisisnya dangkal, serta laporan yang dihasilkan tidak memenuhi standar kualitas. • Loyal : Laporan tidak mencerminkan dukungan terhadap visi, misi, dan tujuan organisasi, sehingga hasil kerja tidak memberi manfaat nyata bagi instansi.
--	---



	• Kolaboratif : Penyusunan laporan dilakukan secara tertutup tanpa melibatkan pihak terkait, sehingga informasi yang disajikan kurang lengkap dan kurang representatif.
--	--

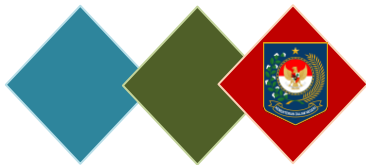
b. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh Mentor.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E		
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama		
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci		
No	Tanggal/waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Paraf mentor
1.	Rabu, 17 September 2025	Silakan minta data yang dibutuhkan untuk promosi dengan bapak jhon notris.	Alat instrumen pengumpulan data yang terstruktur	
2.	Rabu, 10 September 2025		Data dan informasi produk yang akan di promosikan terkumpul secara lengkap.	
3.	Rabu, 10 September 2025	Laporan ini telah disusun dengan baik dan lengkap. Lanjutkan rencana kegiatan berikutnya.	Laporan data dan informasi yang valid.	



c. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh *Coach*.

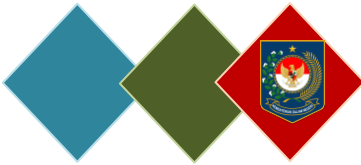
Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E			
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama			
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci			
No	Tanggal/ Waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Media Komunikasi (Telepon, WhatsApp, LMS, Email, Dll)	Paraf <i>Coach</i>
1.	Sabtu, 27 September 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-3	Melalui chat menggunakan aplikasi WhatsApp.	
2.					
3.					

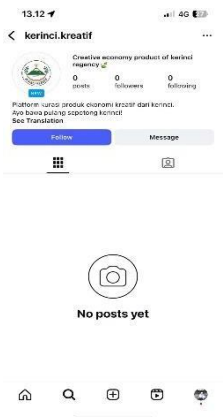


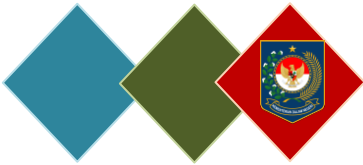
Lampiran 4. Lampiran Laporan Mingguan Minggu Ke-4

a. Tabel Pelaksanaan Aktualisasi.

Judul Kegiatan 4	Menyediakan media promosi produk Ekraf
Tanggal Pelaksanaan Kegiatan	29 September – 08 Oktober 2025
Daftar Lampiran	1. Data kebutuhan media promosi. 2. Desain visual media sosial yang menarik. 3. Media promosi yang terpublikasi.
Uraian Kegiatan yang dilaksanakan	
Uraian Kegiatan yang Memuat Nilai– Nilai Dasar Ber-AKHLAK	a. Tahapan kegiatan 1 Mengidentifikasi kebutuhan media promosi sesuai dengan karakteristik produk Ekraf. ➤ Akuntabel, saya memilih media promosi dengan data dan pertimbangan yang jelas. ➤ Kompeten, saya menyesuaikan produk dengan media promosi. ➤ Adaptif, saya menyesuaikan media promosi dengan perkembangan teknologi. ➤ Kolaboratif, saya mengidentifikasi media promosi dengan masukan dari pelaku Ekraf dan juga mentor. ➤ Orientasi pelayanan, saya memilih media yang tepat untuk membantu produk Ekraf lebih mudah dikenal masyarakat. b. Tahapan kegiatan 2 Menyusun konsep media promosi. ➤ Akuntabel, saya menyusun konsep yang jelas dan terukur. ➤ Kompeten, saya membuat desain promosi yang menarik, dengan kreativitas, keterampilan, dan pengetahuan. ➤ Adaptif, saya menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. ➤ Kolaboratif, saya menyusun konsep dengan berdiskusi dan meminta masukan dari rekan kerja, dan mentor. ➤ Harmonis, saya mendengarkan dan menghargai masukan ide dari rekan kerja atau mentor. ➤ Orientasi Pelayanan, saya membuat konsep yang baik agar pelaku Ekraf mendapat promosi yang efektif.



	c. Tahapan kegiatan 3 Mendistribusikan media promosi kepada publik. ➤ Orientasi pelayanan, saya menyebarkan media promosi untuk memberi informasi dan manfaat langsung kepada masyarakat serta pelaku Ekraf. ➤ Akuntabel, saya mendistribusikan sesuai sasaran. ➤ Kompeten, saya memilih media promosi yang tepat. ➤ Adaptif, saya mengoptimalkan platform digital. ➤ Kolaboratif, saya selalu melibatkan mentor untuk mendapat saran. ➤ Loyal, saya mendorong potensi Ekraf agar dikenal luas demi kemajuan daerah melalui media promosi.
Teknik Aktualisasi yang Dipergunakan dan Bukti Fisik Kegiatan/Evidence.	a. Tahap kegiatan 1 Mengidentifikasi kebutuhan media promosi sesuai dengan karakteristik produk Ekraf. Penulis memilih media Instagram sebagai sarana promosi karena platform ini memiliki jangkauan audiens yang luas dan sangat populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda dan wisatawan digital. Dengan tampilan yang estetik dan mudah diakses, Instagram dinilai efektif dalam meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan promosi, serta membangun citra positif terhadap produk Ekraf lokal Bukti fisik/<i>Evidence</i> : Tangkapan layar akun Instagram yang menampilkan media promosi produk Ekraf. 



b. Tahap kegiatan 2

Menyusun konsep media promosi.

Penulis melakukan proses pengeditan foto untuk konten feed Instagram sebagai bagian dari kegiatan penyusunan media promosi produk Ekraf. Kegiatan ini dilakukan untuk mempercantik tampilan visual agar lebih menarik dan sesuai dengan konsep promosi yang telah disusun sebelumnya.

Bukti Fisik/*Evidence* :

Dokumentasi kegiatan: Foto yang menunjukkan penulis sedang melakukan proses editing konten media promosi, seperti mengedit desain poster, membuat layout postingan Instagram, atau menyusun caption promosi melalui laptop.



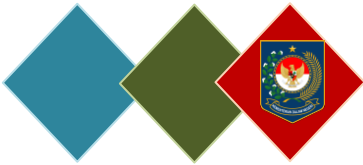
c. Tahap kegiatan 3

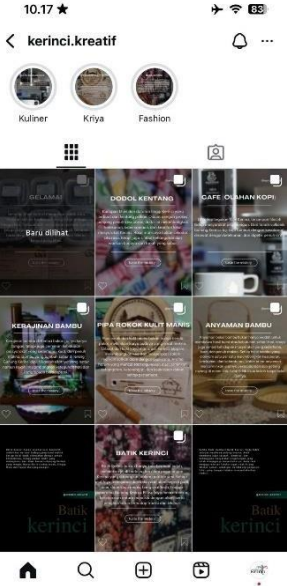
Mendistribusikan media promosi kepada publik.

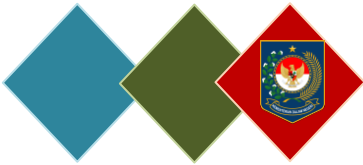
Penulis memposting hasil editan konten promosi ke akun Instagram sebagai bentuk publikasi media promosi produk Ekraf. Setelah proses pengeditan selesai, konten diunggah ke feed Instagram dengan memperhatikan aspek visual, penggunaan caption yang informatif, serta penambahan tagar (hashtag) yang relevan.

Bukti Fisik/*Evidence* :

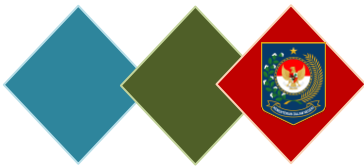
Tangkapan layar feed Instagram yang menampilkan hasil postingan konten promosi produk Ekraf.



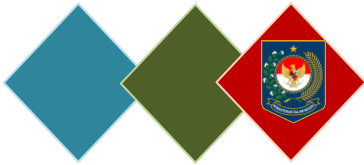
	
Deskripsi Proses dan Kualitas Produk Kegiatan.	Berikut adalah deskripsi mengenai proses dan kualitas produk dari kegiatan 3 : 1. Menyediakan media promosi ekraf. Proses : Penulis terlebih dahulu menentukan konsep akun Instagram yang akan digunakan sebagai media promosi produk ekraf. Konsep tersebut mencakup identitas visual, gaya bahasa, serta jenis konten yang akan dipublikasikan. Setelah itu, penulis membuat akun Instagram khusus dengan nama yang mudah diingat dan relevan dengan produk ekraf yang dipromosikan. Selanjutnya, penulis melengkapi profil akun dengan foto profil, dan bio pada akun. Kualitas produk : Akun Instagram resmi sebagai media promosi produk ekraf. Akun tersebut memiliki tampilan profil yang rapi, dan identitas visual yang konsisten. 2. Menyusun konsep media promosi. Proses : Penulis memilih foto-foto produk ekraf yang akan digunakan sebagai materi promosi, kemudian melakukan proses pengeditan menggunakan aplikasi pengolah gambar. Pengeditan dilakukan untuk memperbaiki kualitas visual, seperti pencahayaan, ketajaman, dan komposisi gambar,



	serta menambahkan elemen pendukung seperti logo, watermark, atau teks informatif agar foto lebih menarik dan informatif. Selama proses editing, sehingga cocok dipublikasikan di media sosial. Kualitas produk : Kumpulan foto produk ekraf yang telah diedit dengan kualitas visual yang baik dan tampilan yang menarik. 3. Mendistribusikan media promosi kepada publik. Proses : Penulis mengunggah foto-foto produk ekraf yang telah melalui proses editing ke akun Instagram yang telah disiapkan sebagai media promosi. Sebelum diposting, saya menyusun caption yang informatif dan menarik, serta ajakan kepada masyarakat untuk mengenal dan mendukung produk lokal. Saya juga menambahkan tagar yang relevan agar jangkauan postingan lebih luas. Kualitas produk : Unggahan foto produk ekraf pada akun Instagram resmi dengan tampilan yang rapi, caption yang jelas dan menarik, serta penggunaan tagar yang tepat. Dalam melaksanakan kegiatan ini saya telah menerapkan nilai-nilai dasar ASN dalam setiap tahapan kegiatan yaitu, Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.
Manfaat Kegiatan Terhadap Pencapaian Visi, Misi, dan Tugas Organisasi.	Berikut adalah manfaat dari kegiatan yang disebutkan, dikaitkan dengan visi misi “Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”. • Melalui media promosi yang terkelola dengan baik, produk-produk ekonomi kreatif lokal dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat dan pasar potensial, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pelaku usaha di daerah. • Membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku ekonomi kreatif lokal untuk memasarkan produknya secara digital, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan ekonomi daerah.



	• Mencerminkan peran aparatur yang inovatif, responsif terhadap perkembangan teknologi, serta mampu memberikan dukungan nyata kepada masyarakat melalui layanan promosi dan fasilitasi publik yang efektif. • Penggunaan media digital sebagai sarana promosi merupakan bentuk inovasi dalam strategi pemasaran yang memperkuat posisi produk lokal di tengah persaingan pasar yang semakin luas. • pengembangan ekonomi kreatif dapat berlangsung secara berkelanjutan, memperkuat sektor ekonomi lokal, dan memberikan dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan masyarakat Kerinci.
	Berikut adalah analisis dampak dari kegiatan yang diaktualisasikan tidak didasarkan pada Nilai Dasar ASN BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif): 1. Mengidentifikasi kebutuhan media promosi sesuai dengan karakteristik produk Ekraf. • Akuntabel : Data dan pertimbangan yang digunakan tidak jelas sehingga keputusan kurang tepat. • Kompeten : Media promosi yang dipilih tidak sesuai dengan karakteristik produk Ekraf. • Adaptif : Tidak mampu menyesuaikan strategi promosi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar. • Kolaboratif : Hasil identifikasi menjadi sempit dan tidak komprehensif. • Orientasi pelayanan : Media promosi yang dirancang tidak tepat sasaran dan kurang bermanfaat bagi pengembangan produk ekraf. 2. Menyusun konsep media promosi. • Akuntabel : Konsep media promosi menjadi tidak jelas dasar penyusunannya. • Kompeten : Konsep disusun tanpa pengetahuan dan keterampilan yang memadai, sehingga hasilnya tidak profesional. • Adaptif : Konsep promosi tidak menyesuaikan dengan tren digital, perubahan perilaku konsumen, maupun perkembangan teknologi. • Kolaboratif : Konsep yang dihasilkan menjadi sempit, kurang inovatif, dan tidak mencerminkan kebutuhan bersama.



	• Harmonis : Hubungan kerja menjadi kurang solid, yang berdampak pada kualitas hasil konsep. • Orientasi Pelayanan : Informasi yang disampaikan menjadi tidak menarik, tidak sesuai kebutuhan audiens, dan kurang memberi manfaat bagi pengembangan produk ekraf. 3. Mendistribusikan media promosi kepada publik. • Orientasi pelayanan : Informasi yang disampaikan menjadi tidak tepat sasaran sehingga promosi tidak efektif. • Akuntabel : Proses distribusi tidak terdokumentasi dengan baik dan sulit dipertanggungjawabkan. • Kompeten : Media promosi tidak dimanfaatkan secara optimal, menurunkan efektivitas kegiatan. • Adaptif : Media promosi tidak menjangkau masyarakat luas karena hanya menggunakan cara-cara konvensional. • Kolaboratif : Jangkauan distribusi menjadi terbatas dan kurang menyeluruh. • Loyal : Kurangnya komitmen terhadap tujuan dan kebijakan instansi dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif daerah.
--	--

b. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh Mentor.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E		
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama		
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci		
No	Tanggal/waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Paraf mentor
1.	Senin, 29 September 2025		Data kebutuhan media promosi.	
2.	Rabu, 01 Oktober 2025		Desain visual media sosial yang menarik.	
3.	Rabu, 08 Oktober 2025		Media promosi yang terpublikasi.	



c. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh *Coach*.

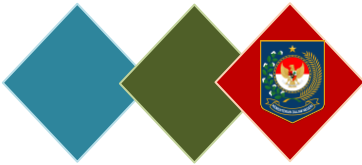
Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E			
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama			
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci			
No	Tanggal/ Waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ Output	Media Komunikasi (Telepon, WhatsApp, LMS, Email, DII)	Paraf Coach
1.	Rabu, 08 Oktober 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-4	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	
2.					
3.					



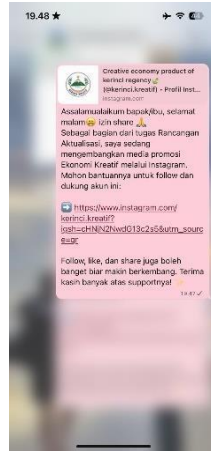
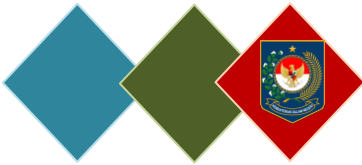
Lampiran 5. Lampiran Laporan Mingguan Minggu Ke-5

a. Tabel Pelaksanaan Aktualisasi.

Judul Kegiatan 5	Membagikan media promosi melalui grup Whatsapp komunitas dan stakeholder
Tanggal Pelaksanaan Kegiatan	09 Oktober – 10 Oktober 2025
Daftar Lampiran	1. Daftar grup Whatsapp dan stakeholder sasaran. 2. Media promosi yang tersampaikan. 3. Masukan untuk evaluasi efektivitas media promosi.
Uraian Kegiatan yang dilaksanakan	
Uraian Kegiatan yang Memuat Nilai– Nilai Dasar Ber-AKHLAK	a. Tahapan kegiatan 1 Mengidentifikasi grup Whatsapp komunitas dan stakeholder yang relevan dengan promosi Ekraf. ➤ Orientasi pelayanan, saya mengumpulkan siapa saja yang perlu dijangkau supaya promosi tepat sasaran. ➤ Akuntabel, saya memilih grup yang relevan. ➤ Kompeten, saya memahami jaringan komunikasi dan cara memanfaatkan media digital dengan efektif. ➤ Harmonis, saya melakukan interaksi dengan etika yang baik, menghargai anggota, serta menjaga hubungan yang positif. ➤ Kolaboratif, saya menjadikan WhatsApp sebagai sarana kerja sama dengan komunitas dan stakeholder untuk mendukung promosi produk Ekraf. ➤ Adaptif, saya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya. b. Tahapan kegiatan 2 Membagikan tautan media promosi ke grup yang sudah dipilih dengan pesan yang sopan. ➤ Akuntabel, saya membagikan tautan media promosi ke grup yang relevan. ➤ Harmonis, saya menyampaikan pesan dengan bahasa yang sopan, ramah, dan menghargai anggota grup. ➤ Kolaboratif, saya melakukan interaksi dan komunikasi yang baik dengan komunitas atau stakeholder. ➤ Adaptif, saya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dengan



	memanfaatkan teknologi komunikasi untuk promosi c. Tahapan kegiatan 3 Menerima masukan dari anggota grup. ➤ Harmonis, saya menunjukkan sikap terbuka, dan menghargai pendapat anggota grup. ➤ Kolaboratif, saya melibatkan interaksi dan Kerjasama dengan anggota grup. ➤ Loyal, saya memanfaatkan masukan untuk keberhasilan promosi Ekraf.
Teknik Aktualisasi yang Dipergunakan dan Bukti Fisik Kegiatan/Evidence.	a. Tahap kegiatan 1 Mengidentifikasi grup Whatsapp komunitas dan stakeholder yang relevan dengan promosi Ekraf. Penulis menelusuri berbagai grup WhatsApp yang aktif, kemudian memilih grup yang relevan sebagai media penyebaran informasi promosi produk Ekraf binaan. Bukti fisik/<i>Evidence</i> : Tangkapan layar grup WhatsApp komunitas dan stakeholder yang telah dipilih sebagai target promosi.  b. Tahap kegiatan 2 Membagikan tautan media promosi ke grup yang sudah dipilih dengan pesan yang sopan. Penulis membagikan tautan media promosi ke grup WhatsApp yang telah dipilih sebelumnya disertai pesan yang sopan, jelas, dan menarik, sehingga anggota grup terdorong untuk membuka tautan dan berpartisipasi dalam mendukung promosi produk Ekraf. Bukti Fisik/<i>Evidence</i>: Tangkapan layar percakapan/chat saat tautan media promosi dibagikan ke grup WhatsApp.



c. Tahap kegiatan 3

Menerima masukan dari anggota grup.

Penulis membagikan tautan kuesioner ke grup. Teknik ini bertujuan mengumpulkan masukan, penilaian, serta saran terhadap media promosi produk Ekraf yang telah disebar.

Bukti Fisik/Evidence:

Tangkapan layar grafik hasil jawaban responden.

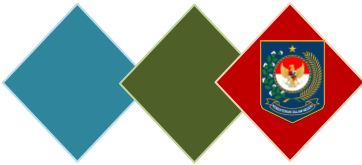
No	Nama	Jabatan	Jawaban	Kategori
1	Hendriana	Asisten	...	...
2	Andriana	...	...	...
3	Andriana	...	...	...
4	Andriana	...	...	...
5	Andriana	...	...	...
6	Andriana	...	...	...
7	Andriana	...	...	...
8	Andriana	...	...	...
9	Andriana	...	...	...
10	Andriana	...	...	...

Berikut adalah deskripsi mengenai proses dan kualitas produk dari kegiatan 3 :

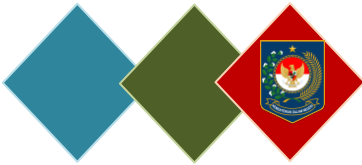
1. Mengidentifikasi grup Whatsapp komunitas dan stakeholder yang relevan dengan promosi Ekraf.

Proses :

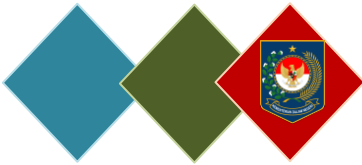
Penulis menelusuri grup WhatsApp yang sudah ada di lingkungan kerja, yaitu grup Dinas Pariwisata dan grup CPNS. Kedua grup tersebut dipilih karena beranggotakan ASN dan pegawai yang berperan langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan promosi ekonomi kreatif. Selanjutnya dilakukan pengecekan keaktifan grup serta kesesuaian



Deskripsi Proses dan Kualitas Produk Kegiatan.	anggotanya dengan sasaran promosi. Setelah dipastikan relevan, grup tersebut ditetapkan sebagai media penyebaran informasi promosi produk Ekraf binaan. Kualitas produk : Grup Whatsapp terpilih yang relevan dan aktif, grup ini menjadi saluran komunikasi internal yang efektif untuk mendukung penyebaran informasi promosi Ekraf secara cepat, terarah, dan menjangkau anggota yang potensial memberikan dukungan.. 2. Membagikan tautan media promosi ke grup yang sudah dipilih dengan pesan yang sopan. Proses : Penulis membagikan tautan media promosi produk Ekraf ke grup WhatsApp yang telah dipilih sebelumnya. Tautan dibagikan dengan menyertakan pesan ajakan yang sopan dan informatif, agar anggota grup memahami maksud kegiatan dan terdorong untuk mendukung penyebaran promosi. Pembagian tautan dilakukan secara langsung melalui pesan grup untuk memastikan informasi tersampaikan dengan cepat dan merata. Kualitas produk : Penyebaran tautan promosi yang efektif dan pesan ajakan yang disusun dengan bahasa sopan dan jelas membuat informasi promosi mudah dipahami dan diterima oleh anggota grup. 3. Menerima masukan dari anggota grup. Proses : Penulis membagikan tautan Google Form ke grup WhatsApp yang telah dipilih sebelumnya. Google Form tersebut berisi sejumlah pertanyaan untuk mengumpulkan masukan, tanggapan, dan penilaian dari anggota grup terkait efektivitas media promosi produk Ekraf. Anggota grup kemudian mengisi kuesioner secara online, dan semua jawaban terekam otomatis melalui Google Form. Kualitas produk : data masukan yang terstruktur dan terdokumentasi dengan baik melalui hasil isian Google Form.
--	--



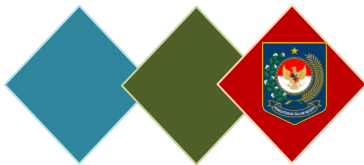
	Dalam melaksanakan kegiatan ini saya telah menerapkan nilai-nilai dasar ASN dalam setiap tahapan kegiatan yaitu, Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.
Manfaat Kegiatan Terhadap Pencapaian Visi, Misi, dan Tugas Organisasi.	Berikut adalah manfaat dari kegiatan yang disebutkan, dikaitkan dengan visi misi “Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”. • Mendukung terwujudnya pembangunan daerah yang berdaya saing dan berkelanjutan melalui penyebaran informasi promosi secara luas. • Mendorong pengembangan inovasi dengan memanfaatkan media digital (grup WhatsApp) sebagai sarana promosi yang cepat dan efektif. • Mendukung tugas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan promosi dan pengembangan potensi daerah.
	Berikut adalah analisis dampak dari kegiatan yang diaktualisasikan tidak didasarkan pada Nilai Dasar ASN BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif): 1. Mengidentifikasi grup WhatsApp komunitas dan stakeholder yang relevan dengan promosi Ekraf. • Orientasi pelayanan : Identifikasi grup menjadi tidak tepat sasaran sehingga informasi promosi tidak menjangkau pihak yang membutuhkan. • Akuntabel : Proses pemilihan grup tidak dapat dipertanggungjawabkan secara jelas. • Kompeten : Pemilihan grup dilakukan tanpa pertimbangan yang matang atau analisis yang tepat, sehingga efektivitas promosi menjadi rendah. • Harmonis : Potensi terjadinya kesalahpahaman dengan pihak komunitas atau stakeholder karena grup yang dipilih tidak sesuai konteks. • Kolaboratif : Tidak tercipta kerja sama yang baik antara ASN, komunitas, dan stakeholder karena grup yang dipilih tidak mendukung komunikasi dua arah. • Adaptif : Tidak mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan pola komunikasi yang relevan.



	2. Membagikan tautan media promosi ke grup yang sudah dipilih dengan pesan yang sopan. • Akuntabel : Informasi promosi dibagikan tanpa kejelasan tujuan dan pertanggungjawaban, sehingga pesan menjadi kurang dipercaya. • Harmonis : Pesan yang disampaikan bisa dianggap tidak sopan atau kurang tepat, sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan mengganggu hubungan baik. • Kolaboratif : Tidak tercipta kerja sama yang efektif antara ASN dan anggota grup karena pesan tidak mendorong keterlibatan. • Adaptif : Pesan promosi tidak menyesuaikan dengan karakteristik dan budaya komunikasi grup, sehingga kurang menarik perhatian anggota. 3. Menerima masukan dari anggota grup. • Harmonis : Hubungan dengan anggota grup dapat terganggu karena masukan yang diberikan tidak dihargai atau ditanggapi dengan kurang sopan. • Kolaboratif : Proses pengumpulan masukan menjadi tidak efektif karena tidak ada kerja sama yang baik antara ASN dan anggota grup. • Loyal : Dapat menurunkan kepercayaan terhadap instansi, karena terlihat tidak mendukung upaya bersama dalam meningkatkan kualitas layanan dan promosi.
--	--

b. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh Mentor.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E		
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama		
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci		
No	Tanggal/waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/Output	Paraf mentor
1.	Kamis, 09 Oktober 2025		Daftar WhatsApp grup komunitas dan <i>stakeholder</i> yang relevan.	
2.	Kamis, 09 Oktober 2025		Media promosi yang tersampaikan.	



3.	Jum'at, 10 Oktober 2025		Masukan untuk evaluasi media promosi.	
----	-------------------------	--	---------------------------------------	---

c. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh *Coach*.

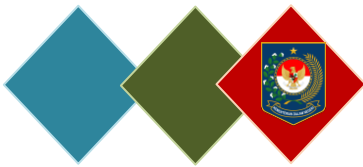
Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E			
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama			
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci			
No	Tanggal/Waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Media Komunikasi (Telepon, WhatsApp, LMS, Email, Dll)	Paraf <i>Coach</i>
1.	Rabu, 15 Oktober 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-4	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	
2.					
3.					



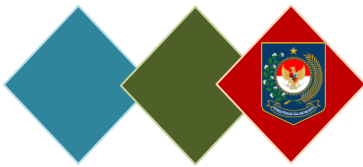
Lampiran 6. Lampiran Laporan Mingguan Minggu Ke-6

a. Tabel Pelaksanaan Aktualisasi.

Judul Kegiatan 6	Menyusun laporan aktualisasi dari hasil kegiatan
Tanggal Pelaksanaan Kegiatan	11 Oktober – 17 Oktober 2025
Daftar Lampiran	1. Data dan dokumentasi. 2. <i>Draft</i> laporan aktualisasi. 3. Laporan aktualisasi yang telah disetujui mentor.
Uraian Kegiatan yang dilaksanakan	
Uraian Kegiatan yang Memuat Nilai– Nilai Dasar Ber-AKHLAK	a. Tahapan kegiatan 1 Mengumpulkan data serta hasil kegiatan. ➤ Akuntabel, saya mengumpulkan data secara lengkap dan benar. ➤ Kompeten, saya terampil dan teliti dalam memilah data agar sesuai dengan kebutuhan laporan. ➤ Loyal, saya menghimpun data sesuai arahan. b. Tahapan kegiatan 2 Menyusun narasi laporan berdasarkan rangkaian kegiatan aktualisasi. ➤ Akuntabel, saya menyusun laporan sesuai fakta kegiatan. ➤ Adaptif, saya menyesuaikan laporan dengan masukan dari mentor. ➤ Orientasi pelayanan, saya menjadikan laporan untuk memberi manfaat bagi instansi dan dapat dijadikan dasar pengembangan kegiatan selanjutnya. c. Tahapan kegiatan 3 Mengajukan laporan kepada mentor untuk mendapat persetujuan. ➤ Kompeten, saya menjelaskan isi laporan dengan jelas saat diminta penjelasan oleh mentor. ➤ Loyal, saya mengajukan laporan sesuai dengan arahan serta menghormati proses persetujuan mentor. ➤ Harmonis, saya menunjukkan sikap sopan, menghargai masukan, dan menjaga komunikasi yang baik dengan mentor. ➤ Kolaboratif, saya menerima masukan atau perbaikan untuk mencapai persetujuan mentor.



Teknik Aktualisasi yang Dipergunakan dan Bukti Fisik Kegiatan/Evidence.	a. Tahap kegiatan 1 Mengumpulkan data serta hasil kegiatan. Penulis melakukan pengumpulan seluruh data dan hasil pelaksanaan kegiatan aktualisasi yang telah dilaksanakan. Proses pengumpulan dilakukan secara sistematis agar seluruh informasi yang diperoleh dapat tersusun dengan rapi sebagai dasar penyusunan laporan akhir. Bukti fisik/<i>Evidence</i> : Foto dokumentasi penulis saat melakukan proses pengumpulan data dan hasil kegiatan aktualisasi. 
	b. Tahap kegiatan 2 Menyusun narasi laporan berdasarkan rangkaian kegiatan aktualisasi. Penulis menyusun narasi laporan berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan aktualisasi yang telah dilaksanakan. Narasi disusun dengan memperhatikan kaidah bahasa yang baik dan format laporan yang telah ditetapkan Bukti Fisik/<i>Evidence</i> : Foto dokumentasi penulis saat menyusun narasi laporan aktualisasi di perangkat laptop. 



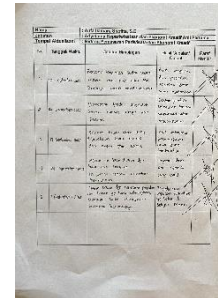
c. Tahap kegiatan 3

Mengajukan laporan kepada mentor untuk mendapat persetujuan.

Penulis mengajukan laporan aktualisasi yang telah disusun kepada mentor untuk dilakukan pengecekan dan memperoleh persetujuan. Pengajuan dilakukan dengan menyampaikan dokumen laporan secara langsung.

Bukti Fisik/*Evidence* :

Foto dokumentasi penulis saat menyerahkan/mengajukan laporan kepada mentor, dan notulen pertemuan yang mencatat hasil pembahasan laporan aktualisasi bersama mentor.



Berikut adalah deskripsi mengenai proses dan kualitas produk dari kegiatan 3 :

1. Mengumpulkan data serta hasil kegiatan :

Proses :

Penulis melakukan pengumpulan seluruh data dan hasil pelaksanaan kegiatan aktualisasi yang telah dilaksanakan.

Kualitas produk :

Data dan hasil kegiatan yang terkumpul tersusun dengan rapi, lengkap, dan sesuai dengan urutan pelaksanaan aktualisasi.

2. Menyusun narasi laporan berdasarkan rangkaian kegiatan aktualisasi.

Proses :

Penulis menyusun narasi laporan dengan merangkum seluruh rangkaian kegiatan aktualisasi secara sistematis. Proses penyusunan dilakukan



Deskripsi Proses dan Kualitas Produk Kegiatan.	dengan mengacu pada data dan bukti kegiatan yang telah dikumpulkan sebelumnya. Kualitas produk : Laporan yang dihasilkan memiliki alur penulisan yang runtut, sistematis, dan mudah dipahami. Seluruh bagian laporan telah mencerminkan pelaksanaan aktualisasi secara menyeluruh, dilengkapi dengan data pendukung yang valid. 3. Mengajukan laporan kepada mentor untuk mendapat persetujuan. Proses : Penulis mengajukan laporan aktualisasi yang telah selesai disusun kepada mentor untuk dilakukan pengecekan, pembahasan, dan persetujuan. Pengajuan dilakukan melalui pertemuan langsung untuk menyerahkan dokumen laporan sekaligus mendiskusikan isi laporan. Kualitas produk : Laporan yang diajukan tersusun lengkap dan sesuai format, sehingga memudahkan mentor dalam proses pemeriksaan. Produk kegiatan berupa laporan final yang telah mendapatkan masukan dan validasi dari mentor, dilengkapi dengan notulen pertemuan sebagai bukti pendukung proses persetujuan. Dalam melaksanakan kegiatan ini saya telah menerapkan nilai-nilai dasar ASN dalam setiap tahapan kegiatan yaitu, Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.
Manfaat Kegiatan Terhadap Pencapaian Visi, Misi, dan Tugas Organisasi.	Berikut adalah manfaat dari kegiatan yang disebutkan, dikaitkan dengan visi misi “Mewujudkan Kerinci yang Berdaya Saing, Maju, dan Sejahtera”. • Penyusunan laporan aktualisasi mendukung pencapaian visi pembangunan Kabupaten Kerinci dengan menyediakan dokumen yang merekam secara sistematis pelaksanaan kegiatan pengembangan potensi daerah, khususnya ekonomi kreatif. Laporan ini menjadi dasar evaluasi dan perbaikan kebijakan yang sejalan dengan arah pembangunan daerah, sehingga membantu



	terwujudnya tata kelola pemerintahan yang efektif dan berdaya saing. • Kegiatan penyusunan laporan aktualisasi mencerminkan penerapan tata kelola administrasi yang tertib, transparan, dan akuntabel. Dengan tersusunnya laporan yang lengkap dan sistematis, proses pengawasan, evaluasi, dan pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih efektif. Hal ini memperkuat kualitas birokrasi, mendorong pelayanan publik yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat, serta mendukung stabilitas dan kepemimpinan yang berbasis data dan fakta • Kegiatan ini mendukung pelaksanaan tugas organisasi dalam hal penyediaan laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap program kerja yang telah dilaksanakan. Laporan aktualisasi berfungsi sebagai dokumen resmi yang dapat dijadikan acuan dalam pelaporan ke instansi pembina, perencanaan kegiatan selanjutnya, serta peningkatan kinerja organisasi secara berkelanjutan.
	Berikut adalah analisis dampak dari kegiatan yang diaktualisasikan tidak didasarkan pada Nilai Dasar ASN BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif): 1. Mengumpulkan data serta hasil kegiatan. • Akuntabel : Data yang dikumpulkan berpotensi tidak valid, tidak lengkap, atau tidak dapat dipertanggungjawabkan. • Kompeten : Proses pengumpulan data menjadi tidak sistematis dan kurang profesional. • Loyal : Menunjukkan kurangnya komitmen terhadap tugas dan tujuan instansi. 2. Menyusun narasi laporan berdasarkan rangkaian kegiatan aktualisasi. • Akuntabel : Narasi laporan dapat menjadi tidak objektif, tidak akurat, atau tidak sesuai dengan fakta kegiatan yang sebenarnya. • Adaptif : Laporan menjadi kaku dan tidak relevan dengan kondisi terkini. • Orientasi pelayanan : Laporan yang disusun tidak memberikan informasi yang jelas, bermanfaat, dan mudah dipahami oleh pembaca atau pihak yang membutuhkan.



	3. Mengajukan laporan kepada mentor untuk mendapat persetujuan. • Kompeten : Laporan yang diajukan tidak tersusun dengan baik atau masih banyak kesalahan substansi dan teknis. • Loyal : Mengindikasikan kurangnya komitmen terhadap tugas dan tanggung jawab kepada instansi serta mentor. • Harmonis : Proses komunikasi dengan mentor menjadi kurang baik atau terkesan tidak sopan. • Kolaboratif : Pengajuan laporan dilakukan secara sepihak tanpa koordinasi dan diskusi yang baik dengan mentor.
--	--

b. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh Mentor.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E		
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama		
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci		
No	Tanggal/waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Paraf mentor
1.	Senin, 13 Oktober 2025		Data dan dokumentasi.	
2.	Rabu, 15 Oktober 2025		<i>Draft</i> laporan aktualisasi.	
3.	Jum'at, 17 Oktober 2025		Laporan aktualisasi yang telah disetujui mentor.	



c. Catatan Pengendalian Aktualisasi oleh *Coach*.

Nama Peserta		Aufa Ikhtiary Shofita, S.E			
Jabatan		Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Pertama			
Tempat Aktualisasi		Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci			
No	Tanggal/ Waktu	Catatan Bimbingan	Hasil Capaian/ <i>Output</i>	Media Komunikasi (Telepon, WhatsApp, LMS, Email, Dll)	Paraf <i>Coach</i>
1.	Jumat, 17 Oktober 2025		Tersedianya laporan pelaksanaan kegiatan aktualisasi minggu ke-6	Melalui <i>chat</i> menggunakan aplikasi WhatsApp.	
2.					
3.					

DAFTAR PUSTAKA

- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Jambi Ekspres. (2025, Februari). Kapal wisata “Kerinci Sakti” terbengkalai. Jambi Independent. (2023, November). Festival Kerinci sepi pengunjung.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (n.d.). *Situs resmi Kemenparekraf*. Diakses dari <https://kemenparekraf.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Pemerintah Kabupaten Kerinci. (2009). *Peraturan Daerah Kabupaten Kerinci Nomor 11 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Kerinci*.
- Pemerintah Kabupaten Kerinci. (2024). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Kerinci Tahun 2024–2029*.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2008 tentang Pembentukan Kota Sungai Penuh di Provinsi Jambi*.
- Pratono, A. H. (2018). Network structure and open innovation: The role of trust in product development. *International Journal of Business Innovation and Research*, 15(3), 297–313. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2018.10012611>