



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

Citi Foundation



Siaran Pers

Untuk Segera Didistribusikan

## **Citi Indonesia dan UNESCO Jakarta Mendukung Pelatihan Pengembangan *Branding* untuk Wirausaha Muda Kreatif di Yogyakarta dan Jawa Tengah**

**Yogyakarta, 1 Juli 2019** - Setelah melakukan serangkaian kegiatan pendampingan yang berfokus pada peningkatan literasi finansial dan pelatihan teknis, UNESCO kini bekerjasama dengan Srengenge Advertising Agency dan enam perguruan tinggi yakni Universitas Gadjah Mada, Modern School of Design, Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk mendorong kolaborasi antara mahasiswa dengan wirausaha muda penerima manfaat program dalam pelatihan pengembangan *product brand*.

Kegiatan ini merupakan bagian dari program "*Creative Youth at Indonesian Heritage Sites*" yang didukung Citi Foundation, dengan tujuan membangun kapasitas pada wirausaha muda kreatif yang tinggal sekitar empat destinasi utama pariwisata Indonesia, yakni Borobudur, Prambanan, Danau Toba dan Kota Tua Jakarta. Program ini bermaksud menghubungkan situs-situs warisan dunia dan mata pencaharian komunitas di sekitarnya melalui pelatihan pengembangan usaha bagi para wirausaha muda supaya bisa memanfaatkan peluang dari keberadaan destinasi wisata populer tersebut.

Pelatihan kolaborasi *branding* yang beri nama "*Branding Bahagia*" ini menyediakan peluang dan pengalaman baru bagi para mahasiswa dari enam perguruan tinggi untuk mengevaluasi serta mengembangkan skema *branding* baru bagi produk dari 114 wirausaha muda di Yogyakarta dan Jawa Tengah.

"Kolaborasi antara para wirausaha muda dengan mahasiswa dalam kegiatan ini tidak hanya menguntungkan kedua belah pihak, namun juga menjadi strategi untuk meningkatkan kepedulian terhadap pelestarian budaya. Jadi kegiatan ini tidak hanya menyediakan pengalaman bagi mahasiswa, namun juga bisa mengembangkan usaha kreatif dari para wirausaha muda, sekaligus akan berdampak pada upaya pelestarian tradisi dan budaya lokal," terang **Prof. Shahbaz Khan, Direktur dan Perwakilan UNESCO**.

"*Branding Bahagia* adalah program yang sangat bermanfaat. Dari perspektif mahasiswa, ini adalah kegiatan yang menarik karena memberi kesempatan untuk bekerja secara langsung dengan para penerima manfaat yang masih muda sebagai klien. Mahasiswa juga bisa belajar beragam tantangan usaha yang dihadapi pada penerima manfaat, sehingga bisa bersama-sama mengembangkan konsep *branding* yang tepat, dengan harapan bisa membantu memajukan usaha mereka," kata **Indiria Maharsi, Kepala Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta**.

Sebuah pameran yang menyajikan hasil kolaborasi lima bulan untuk mengevaluasi dan mengembangkan skema *branding* baru dalam program "*Branding Bahagia*" akan diadakan pada 1 – 3 Juli 2019 di Pendhapa Art Space Yogyakarta. Pameran ini juga akan diisi dengan sejumlah kegiatan lain seperti *talk show* mini, pertunjukan seni tradisional, lokakarya dan bincang kreatif.

"BEKRAF menyambut baik dan memberikan dukungan kepada program-program semacam '*Branding Bahagia*' ini. Pelatihan kepada para pengusaha muda merupakan langkah strategis bagi pengembangan sumber daya manusia, terutama generasi muda yang jumlahnya mencapai 64 juta di Indonesia. BEKRAF memberikan perhatian utama pada pengembangan kapasitas pengusaha muda, khususnya di sektor ekonomi kreatif, tidak hanya agar mereka berhasil mengembangkan usaha. Lebih dari itu, kami juga selalu mendorong agar pengusaha muda Indonesia juga bisa berjaya di pasar internasional," kata **K. Candra Negara, Direktur Hubungan Antarlembaga Luar Negeri BEKRAF**.



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

Citi Foundation



Untuk dapat lebih mengembangkan diri, Candra menganjurkan agar para peserta “Branding Bahagia” segera mendaftarkan diri ke BEKRAF Information System on Mobile Application (BISMA) agar dapat mengikuti berbagai program yang dilaksanakan BEKRAF bagi pelaku ekonomi kreatif.

**Elvera N. Makki, Director, Country Head of Corporate Affairs Citi Indonesia** mengatakan bahwa tujuan program ini adalah untuk mendorong peningkatan penghasilan bagi anak muda di area warisan dunia maupun area tujuan wisata utama lainnya. “Dengan mengimplementasikan program ini, kami ingin mendorong peningkatan penghasilan bagi anak muda yang berada di area warisan dunia maupun lokasi tujuan wisata utama lainnya, sehingga mereka bisa memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal yang pada akhirnya akan meningkatkan bisnis mereka. Melalui serangkaian pelatihan kewirausahaan, anak muda yang terlibat dalam program ini akan memiliki keahlian kompetitif sebagai bekal untuk memajukan usaha mereka sekaligus untuk membuka akses ke literasi dan inklusi keuangan, serta sumber daya lain yang mereka butuhkan sehingga menempatkan mereka dalam jalur yang akan membawa mereka ke arah kesuksesan ekonomi,” jelasnya.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Ananta Wisesa  
Head of External Communications  
Citi Indonesia (Citibank N.A., Indonesia)  
[corporateaffairs.indonesia@citi.com](mailto:corporateaffairs.indonesia@citi.com)

Moe Chiba  
Head of Culture Unit  
UNESCO Jakarta  
[www.unesco.org/jakarta](http://www.unesco.org/jakarta)

### Tentang Citibank Indonesia

Citibank Indonesia adalah cabang yang dimiliki secara penuh oleh Citigroup, Inc – New York, Amerika Serikat. Di Indonesia, Citibank telah berdiri sejak tahun 1968 dan merupakan salah satu bank berjangkauan internasional terbesar di negara ini. Citibank mengoperasikan 10 cabang di enam kota besar – Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, dan Denpasar. Di Indonesia, Citibank memiliki jaringan transaksi konsumen sekitar 33.000 titik pembayaran dan jaringan distribusi korporasi sekitar 6.000 lokasi di 34 provinsi. Citibank N.A., Indonesia tersambung dalam jaringan ATM Bersama dengan lebih dari 70.000 terminal ATM yang tersebar di berbagai lokasi di seluruh wilayah Indonesia.

Di tahun 2018, Citibank Indonesia mendapatkan penghargaan bergengsi sebagai Best International Bank in Indonesia dari Finance Asia, Best Bank-Global in Indonesia, Best Bond Adviser-Global in Indonesia, Best Digital Bank in Indonesia, Best Retail Mobile Banking Experience dari majalah the Asset, Digital Banking Initiative of the Year-Indonesia dari Asian Banking and Finance, serta Innovative Company in Digital Services di kategori Foreign Bank dari Warta Ekonomi.

Informasi lebih lengkap dapat diperoleh di Website: [www.citigroup.com](http://www.citigroup.com) | Twitter: @citi | Youtube: [www.youtube.com/citi](http://www.youtube.com/citi) | Blog: <http://blog.citigroup.com> | Facebook: [www.facebook.com/citiindonesia](http://www.facebook.com/citiindonesia) | LinkedIn: [www.linkedin.com/company/citi](http://www.linkedin.com/company/citi) Untuk mendapatkan pengalaman perbankan digital, silahkan kunjungi [www.citibank.co.id](http://www.citibank.co.id)

Citibank N.A., Indonesia adalah bank yang berlisensi, terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (OJK).

### Tentang UNESCO

Selama lebih dari 40 tahun, Konvensi Warisan Dunia UNESCO (UNESCO World Heritage Convention) telah melestarikan, melindungi serta menampilkan Nilai Keagungan Luar Biasa dari warisan bersama kita. Keajaiban alam dan budaya yang unik ini mewakili masa lalu dan sekarang, dan menjadi milik semua orang. Situs Warisan Dunia merupakan destinasi wisata yang penting, yang jika dikelola dengan baik melalui manajemen pengelolaan pariwisata yang tepat, dapat memberikan dampak positif yang besar bagi pengembangan ekonomi lokal dan keberlanjutan jangka panjang.

Laman Resmi: [www.unesco.org/jakarta](http://www.unesco.org/jakarta) | Facebook: [www.facebook.com/unesco](http://www.facebook.com/unesco) | Twitter: @unescojakarta



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

Citi Foundation



## GALERI FOTO



**K. Candra Negara, Direktur Hubungan Antarlembaga Luar Negeri Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Republik Indonesia** memberikan opening speech dalam pameran “Branding Bahagia” yang diselenggarakan oleh Citi Indonesia dan UNESCO Jakarta



Para wirausahawan muda kreatif di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah yang mengikuti pelatihan pengembangan *branding*. Bekerjasama dengan enam universitas, para wirausaha muda ini bersama-sama mengembangkan konsep branding yang tepat, dengan harapan bisa membantu memajukan usaha mereka



**Elvera N. Makki, Director, Country Head of Corporate Affairs Citi Indonesia** membuka pameran “Branding Bahagia” berlokasi Pendhapa Art Space, Yogyakarta

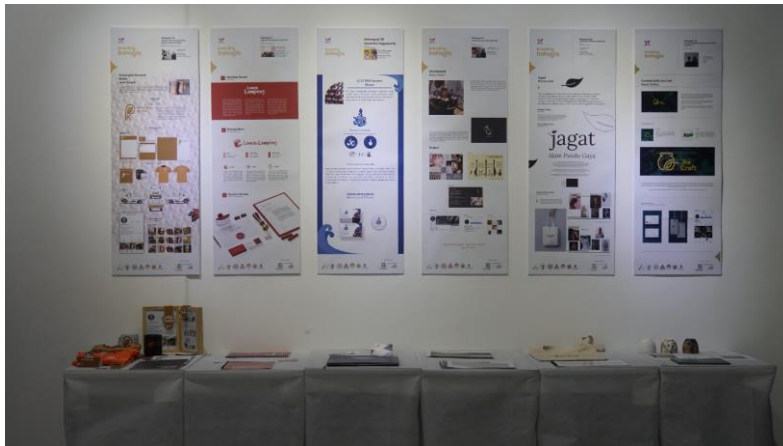


United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

Citi Foundation



Selain pameran, diadakan juga talkshow terkait pemberdayaan wirausaha muda kreatif di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah



Para wirausaha muda juga berkesempatan untuk melakukan pameran terkait konsep branding yang mereka hasilkan dari pelatihan