



PENDAMPINGAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS DIGITAL STORYTELLING PADA KELOMPOK PENGRAJIN BATIK NITIK BLAWONG BANTUL

Agung Prabowo¹, Oliver Samuel Simanjuntak², Ida Wiendijarti³, Yenni Sri Utami⁴, Yudhy Widya Kusumo⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

E-mail address : agung.prabowo@upnyk.ac.id, oliver.simanjuntak@upnyk.ac.id,
ida.wiendijarti@upnyk.ac.id, yenni.sriutami@upnyk.ac.id,
yudhy.widya@upnyk.ac.id

Abstract

Batik Nitik Blawong is one of the written batik's products which is well-known and inherited in the village of Blawong District of Bantul Yogyakarta. However, this UMKM industry must face the obstacles in its marketing and product innovations mostly in technology and digital content production. Through the Community Partnership Program (PKM), the implementation team attempts to provide solutions through training and assistance regarding multimedia content production, digital storytelling and digital marketing management. This program is expected to improve the quality level and competitiveness of Batik Nitik Blawong in wider markets, increase the loyal consumers, and be able to keep up with the sustainable business endeavors through the application of cutting edge technology and effective communication management. The program evaluation is aimed to measure the activity level of the program's achievement and the program's impact to the partners focusing on the improvement of both technical and managerial skills of the batik craftsmen.

Keywords: Batik Nitik Blawong, Digital Storytelling, Digital Marketing.

Abstrak

Batik Nitik Blawong adalah salah satu produk batik tulis yang memiliki tradisi turun-temurun di Desa Blawong, Bantul, Yogyakarta. Namun, industri UMKM ini menghadapi tantangan dalam pemasaran dan inovasi produk, terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi dan pembuatan konten digital. Melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM), tim pelaksana berusaha memberikan solusi melalui pelatihan dan pendampingan dalam produksi konten multimedia, digital storytelling, serta manajemen pemasaran digital. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan daya saing Batik Nitik Blawong di pasar yang lebih luas, meningkatkan loyalitas konsumen, serta memastikan keberlanjutan usaha melalui penerapan teknologi terkini dan strategi komunikasi yang efektif. Evaluasi program dilakukan untuk menilai keberhasilan dan dampak program terhadap mitra, dengan fokus pada peningkatan keterampilan teknis dan manajerial para pengrajin Batik Nitik

Blawong.

Kata kunci: Batik Nitik Blawong, Digital Storytelling, Pemasaran Digital

PENDAHULUAN

Batik Nitik Blawong Bantul merupakan salah satu industri UMKM yang memproduksi batik dan berada di desa Blawong 1 Rt 06 Trimulyo Jetis Bantul, DIY. Batik Nitik Blawong adalah batik tulis yang memiliki tradisi menitik pada proses pembuatannya yang sudah berlangsung turun temurun. Aktivitas membatik masyarakat Nitik Blawong dimulai ketika para abdi dalem yang ditugasi untuk menjaga makam mengisi waktu senggangnya dengan membatik. Jenis luaran diuraikan secara jelas, baik dalam aspek produksi, Permasalahan mitra mengacu pada analisis situasi. Permasalahan mitra bersifat spesifik, konkret, dan benar-benar merupakan permasalahan prioritas masyarakat mitra.

Pengrajin batik Nitik Blawong bukan berarti tidak pernah melakukan inovasi. Para akademisi sering datang dengan membawa motif batik yang berbeda dengan sebelumnya. Namun inovasi ini bersifat temporer dan tingkat ketergantungannya dengan pihak lain cukup tinggi. Pengrajin tidak tergerak untuk mengeksplorasi sendiri. Padahal saat ini sumber informasi motif batik banyak dan mudah ditemukan di data raya (big data). Perkembangan teknologi saat ini memudahkan semua pihak untuk menggali informasi apa yang dibutuhkan. Apabila menguasai teknologinya, maka semua informasi mudah dilacak dan didapatkan. Pengabdian beranggapan pengrajin harus menguasai teknologi informasi semacam ini, sehingga kreatifitasnya bisa dikembangkan, terutama dalam inovasi motif batik.

Permasalahan yang berkaitan dengan teknologi informasi sangat sesuai dengan latar belakang pengusul dalam bidang ilmu Teknik Informatika. Sebagai akademisi dan sekaligus praktisi di bidang informatika, pengusul juga sudah banyak mengerjakan proyek sejenis dengan permasalahan yang dihadapi para pengrajin Batik Nitik Blawong ini. Sementara permasalahan kedua sesuai dengan kompetensi anggota pengusul yang berlatar belakang Ilmu Komunikasi. Permasalahan *content* muaranya adalah masalah komunikasi. *Content* merupakan simbolisasi pesan komunikasi. Kekuatan mengemas simbol merupakan faktor yang penting dalam proses sampainya pesan komunikasi.

Produk Batik Nitik Blawong memiliki kualitas yang sangat baik. Namun karena pandemi Covid-19, pemasaran produk ini merosot di titik terendah. Permasalahan utama dari situasi ini adalah pemanfaatan teknologi informasi serta pembuatan *content* untuk mempromosikan produknya yang lemah. Teknologi informasi nyaris tidak dimanfaatkan oleh para pengrajin. Website belum dikoneksikan ke *network* yang lebih luas, seperti website jasa tourisme, website



pariwisata maupun *market place*. Tampilan website juga perlu diupdate menunya sesuai dengan kebutuhan pemasaran. Demikian pula dengan content-nya. Gambar/foto katalog tidak pernah di-update, sehingga tampilan kurang 'menjual'. Kualitas gambar/foto juga lemah dari aspek fotografinya. Potensi filosofis motif tidak dieksplor melalui narasi (*story*) produk sebagai bagian dari strategi pemasaran. Artinya banyak yang bisa dioptimalkan berkaitan dengan potensi Batik Nitik Blawong ini, terutama dari dua aspek tersebut, teknologi dan *content*-nya.

Permasalahan utama dari situasi ini adalah pemanfaatan teknologi informasi serta pembuatan *content* untuk mempromosikan produknya yang lemah. Teknologi informasi nyaris tidak dimanfaatkan oleh para pengrajin. Website belum dikoneksikan ke *network* yang lebih luas, seperti website jasa tourisme, website pariwisata maupun *market place*. Tampilan website juga perlu diupdate menunya sesuai dengan kebutuhan pemasaran

METODE DAN PELAKSANAAN

Proses pencarian solusi terhadap permasalahan yang ada, dilakukan melalui pendekatan dan diskusi bersama dari pelaksana PKM dan pengelola "Batik Nitik Blawong". Diskusi yang dilaksanakan diharapkan dapat mensinergikan kegiatan-kegiatan dalam rangka penguatan produksi, manajemen usaha, dan komunikasi pemasaran. Metode pendekatan dan diskusi terhadap kebutuhan konten multimedia, peningkatan kualitas produk, penguatan organisasi, peningkatan kemampuan akan teknologi komunikasi, branding kepada pengelola "Batik Nitik Blawong", dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam rangka peningkatan kemampuan kepada pengurus (pada khususnya) dan anggota (pada umumnya).

Permasalahan mitra yang diuraikan di atas dapat diselesaikan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Metode ini dirasakan paling tepat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Melalui pelatihan maka aspek-aspek strategis dan teknis dapat dilakukan. Materi pelatihan menggunakan media transfer teknologi berupa modul tertulis, tayangan dan video serta praktek secara langsung di lapangan. Pendampingan juga diharapkan mampu memastikan program-program perbaikan dilaksanakan secara konsisten. Tim pelaksana dibantu oleh mahasiswa akan secara intens membantu mitra untuk keluar dari permasalahan-permasalahan utama. Tim juga akan melibatkan mitra secara aktif pada setiap kegiatan. Hal ini karena mitra yang mengetahui pasti permasalahan yang dihadapi, apa yang diinginkan, dan bagaimana mereka menjalankan usahanya sesuai yang akan diperbarui.

Pelatihan dan pendampingan diharapkan dapat mensinergikan kegiatan-kegiatan dalam rangka penguatan produksi, manajemen usaha, dan komunikasi

pemasaran. Metode pendekatan dan diskusi terhadap terhadap kebutuhan konten multimedia, peningkatan kualitas produk, penguatan organisasi, peningkatan kemampuan akan teknologi komunikasi, branding kepada pengurus pengelola “Batik Nitik Blawong”. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara bersama-sama sehingga akan mendapatkan hasil yang diharapkan. Baik permasalahan maupun solusi yang harus diambil telah mendapatkan kesamaan pandang antara pengusul dan pengelola “Batik Nitik Blawong”, sehingga diharapkan apabila PKM ini terealisasi akan mendapatkan dukungan yang nyata dari pihak-pihak terkait.

Pelaksanaan kegiatan direncanakan melalui 3 (tiga) tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan persiapan dapat dijabarkan sebagai berikut: a) Koordinasi dengan mitra, b) Identifikasi permasalahan, c) Penyusunan pendekatan, prosedur dan metode, d) Telaah praktek terbaik. Setelah tahapan persiapan, maka dilaksanakan tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan dapat dijabarkan sebagai berikut: a) Persiapan pelatihan dan pendampingan, b) Inventarisasi sarana dan prasarana, c) Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan.

Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di desa Blawong 1 Rt 06 Trimulyo Jetis Bantul, DIY. Pendampingan multimedia dan pengadaan perangkat multimedia kepada pengelola “Batik Nitik Blawong” dalam rangka melaksanakan produksi konten (produk) multimedia yang memberikan pemahaman,

Pelatihan teknik *storytelling* bagi anggota pengelola “Batik Nitik Blawong” dalam rangka menyediakan informasi produk dengan teknik penyampaian sebuah informasi dengan cerita yang menarik, mengalir, dan membangkitkan perasaan masyarakat akan produk “Batik Nitik Blawong”.

Pendampingan juga dilakukan untuk melaksanakan manajemen pemasaran digital, Pendampingan manajemen organisasi sebagai bentuk fungsi dan struktur organisasi pada pengelola “Batik Nitik Blawong”.



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan



Pendampingan pengurusan merek dagang dan proses pembuatan *watermarking* pada konten digital "Batik Nitik Blawong". Pendampingan teknis pemasaran secara elektronik bagi anggota pengelola "Batik Nitik Blawong", secara khusus pemasaran batik pada website dan *official store* di marketplace "Batik Nitik Blawong", Pengembangan teknologi website dan marketplace untuk pemasaran yang lebih luas.

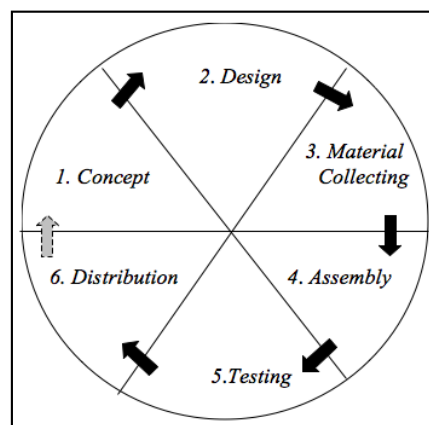
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelola "Batik Nitik Blawong" sebagai mitra telah menyatakan kesediannya untuk terlibat aktif dalam kegiatan PKM. Pernyataan mitra dapat dilihat pada Lampiran. Pengurus antusias dengan usulan program ini dan menyatakan akan mendukung program ini semaksimal mungkin. Antusias dari mitra juga ditunjukkan saat tim melakukan wawancara dan survei ke lokasi. Para pengurus dengan semangat menjawab semua pertanyaan bahkan tim didampingi sampai ke tempat produksi batik. Tim sangat terbantu untuk memetakan masalah yang dihadapi dan solusi yang harus dilakukan. Berdasarkan wawancara dengan beberapa anggota yang berada di lokasi survei juga diperoleh informasi bahwa mereka akan dengan sukarela membantu sebagai tenaga untuk proses pelatihan yang akan dilakukan. Dari hasil pertemuan ini, tim PKM menyimpulkan bahwa mitra dengan antusias ikut bersama-sama mempersiapkan, ikut mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik. Pelaksana PKM dan pengelola "Batik Nitik Blawong" sepakat bersama-sama menjalankan kegiatan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi PKM.

Evaluasi program dan keberlanjutan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan dengan untuk melihat tingkat keberhasilan program di kelompok pengelola "Batik Nitik Blawong". Adapun sasaran evaluasi adalah melihat tingkat keberhasilan program terhadap pencapaian tujuan "Batik Nitik Blawong" yang tercantum dalam target PKM pengelola "Batik Nitik Blawong". Hasil evaluasi ini penting untuk keberlanjutan program di "Batik Nitik Blawong" setelah kegiatan PKM dilaksanakan. Evaluasi dilaksanakan dengan menggunakan alat ukur, yang berupa: 1) Observasi. Observasi dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis pada hasil pemasaran yang telah terbangun melalui pengembangan website, 2) Kuisisioner. Kuisisioner dilaksanakan dengan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh pengurus dan anggota yang akan mengukur kemudahan dan pemanfaatan program PKM, 3) Wawancara. Wawancara dilaksanakan dengan komunikasi langsung antara Tim PKM dengan pengurus.

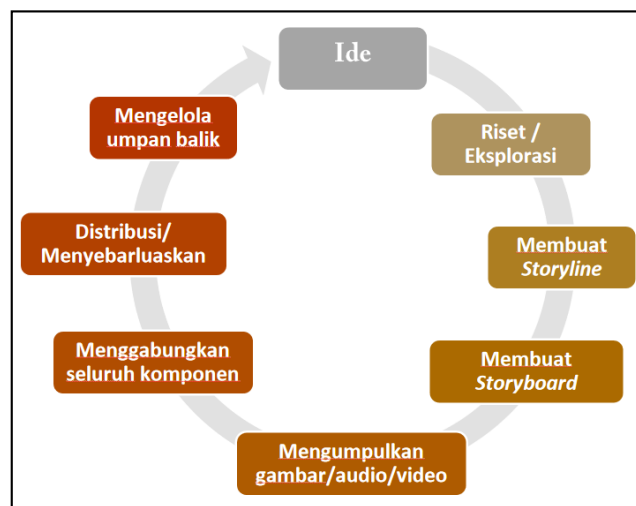
Evaluasi melihat beberapa kategori capaian luaran sebagai berikut: a) Konten multimedia (foto dan video) produk batik yang akan dipasarkan dalam website dan *marketplace*, b) Buku manual produksi konten multimedia dan informasi batik sebagai buku pegangan yang terdaftar hak ciptanya, c) Storytelling produk batik yang akan dipasarkan dalam website dan *marketplace*, d) Buku manual produksi konten multimedia dan informasi batik sebagai buku pegangan yang terdaftar hak ciptanya, e) Panduan tertulis dalam bentuk *Standard operating procedure* (SOP), f) Struktur organisasi pengelola “Batik Nitik Blawong” yang baru dengan penjelasan pembagian kerja, fungsi, serta kewajiban/hak anggota, g) Merek dagang produk yang terdaftar secara resmi, h) *Watermarking* pada konten digital, i) Buku manual pengembangan website berbasis multimedia dan marketplace sebagai buku pegangan belajar bagi tiap anggota yang terdaftar hak ciptanya, j) Terdapatnya website berbasis multimedia sebagai sarana komunikasi pemasaran, k) Terdapatnya *official store* “Batik Nitik Blawong” pada beberapa marketplace (shopee dan tokopedia) sebagai sarana pemasaran yang lebih luas, l) Terdapatnya instagram dan facebook *official store* “Batik Nitik Blawong”.

Gambaran IPTEK yang diimplementasikan di pengelola “Batik Nitik Blawong”, Kombinasi dari media dasar audio visual dan visual yang dipergunakan untuk tujuan pembelajaran dan penggunaan secara kombinasi dua atau lebih media pembelajaran yang dikenal dengan multimedia [3]. Pendampingan pemanfaatan perangkat multimedia dan pendampingan multimedia, yaitu: disain grafis, fotografi dan multimedia sebagai penanganan permasalahan aspek produksi konten di “Batik Nitik Blawong”. Tahap pendampingan dimulai dengan mengumpulkan objek pendukung media. Selanjutnya melakukan pengambilan gambar dengan memperlihatkan langkah kerja dalam menggambar perspektif interior ruang diikuti perekaman suara untuk menjelaskan langkah kerja penggambaran dari awal hingga akhir dengan bantuan mikrofon. Proses terakhir yaitu penggabungan serta pengeditan video. Setelah proses pengeditan video, dilakukan validasi multimedia interaktif oleh tim ahli yaitu ahli materi, media, dan ahli pembelajaran.



Gambar 2: Tahapan pembelajaran multimedia

Pelatihan teknik *storytelling* bagi anggota Paguyuban “Batik Nitik Blawong” dalam rangka menyediakan informasi produk dengan teknik penyampaian sebuah informasi dengan cerita yang menarik, mengalir, dan membangkitkan perasaan masyarakat akan produk “Batik Nitik Blawong”. *Storytelling* memiliki beberapa tahapan pembuatan. Tahap yang pertama adalah penentuan ide sesuai dengan ruang lingkup materi pembuatan batik. Tahap ke dua adalah eksplorasi dan riset dengan mengumpulkan bahan yang akurat, untuk kemudian mulai membuat narasi cerita yang akan mengalir dalam bentuk storyline. Storyline akan diperkuat dengan storyboard yang menggambarkan setiap frame (bingkai) cerita. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan gambar/ audio/ video yang dapat diperoleh dengan mengunduh dari sumber yang disediakan atau membuat sendiri untuk orisinalitas. Bahan-bahan ini akan digabungkan dan disesuaikan antar gambar, narasi dan suara.



Gambar 3: Tahapan pembuatan storytelling

Pada era digital seperti saat ini, manajemen pemasaran banyak melakukan perubahan yang mampu membuat usaha tetap bertahan di era digital. Tentunya setiap perubahan dilakukan dengan penyesuaian manajemen pemasaran di era digital. Menurut Strauss dan Frost (2014), tujuh tahap dalam perancangan e-marketing adalah *Situation Analysis* (Analisis Situasi), *E-Marketing Strategic Planning* (Strategi Perencanaan E-Marketing), *Objectives* (Tujuan), *E-Marketing Strategy* (Strategi E-Marketing), *Implementation Plan* (Rencana Pelaksanaan), *Budget* (Anggaran), *Evaluation Plan* (Rencana Evaluasi). Untuk rencana pelaksanaan, pengelola “Batik Nitik Blawong” memutuskan bagaimana untuk mencapai tujuan melalui strategi yang efektif dan kreatif. Pemasar memilih bauran pemasaran (4P), strategi manajemen dan strategi lain untuk mencapai tujuan rencana dan kemudian menyusun rencana pelaksanaan (*Implementation Plan*).

Pendampingan teknis pemasaran secara elektronik bagi anggota pengelola “Batik Nitik Blawong”, secara khusus pemasaran batik pada website dan *official store* di marketplace “Batik Nitik Blawong”. Pemasaran menjadi satu bagian dalam proses belanja masyarakat secara daring, secara khusus pada proses pencarian. Materi pelatihan meliputi: a) Riset tentang materi yang ingin diunggah agar konten tersebut sesuai dengan tren terbaru, b) Memperbarui informasi untuk mendapatkan tren terbaru, c) Membentuk koneksi dengan calon pelanggan, d) Secara berkala mengecek dan memperbaharui konten, e) Mengelola konten pada akun sosmed, f) Merencanakan dan mendesain konten yang menarik, g) Membuat jadwal penayangan konten dengan baik, h) Membuat laporan rutin tentang barang keluar atau yang terjual, h) Merancang strategi pemasaran, dan i) Menjalankan campaign yang ada pada sosmed.

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pendampingan ini diharapkan menjadi titik awal bagi Kelompok Pengrajin Batik Nitik Blawong 1 Bantul untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Di era pemasaran digital saat ini diharapkan Batik Nitik Blawong dapat semakin dikenal luas dan terus berkembang di masa depan. Melalui inovasi digital storytelling dan peningkatan kualitas pemasaran, para pengrajin Batik Nitik diharapkan dapat meraih kesuksesan yang lebih besar, tidak hanya sebagai pelestari budaya tetapi juga sebagai pelaku ekonomi kreatif yang kompetitif.

Berdasarkan sumber daya yang ada saat ini potensi yang ada di desa Blawong perlu dioptimalkan, peran karang taruna sebagai generasi muda nampaknya merupakan sumberdaya yang harus ditingkatkan kompetensinya. Hal ini mengingat bahwa karya batik sebagai hasil budaya leluhur, selain harus dilestarikan juga perlu untuk dikembangkan dan dipasarkan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua anggota kelompok pengrajin “Batik Nitik Blawong” Bantul yang telah meluangkan waktu dan bekerja sama dalam proses pendampingan ini. Terima kasih juga diucapkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dana hibah untuk pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan kontrak induk Nomor 101/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 dan Nomor Kontrak Turunan 217/UN62.21/DT.06.01/2024. Terima kasih juga diucapkan kepada



Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul. Studi Desa Wisata Krebet. Tersediadi <http://studioe2.blogspot.com> (Diakses 3 Maret 2023)
- Novitasari, Khikmah. Penggunaan Teknologi Multimedia Pada Pembelajaran Literasi Anak Usia Dini. *Jurnal Golden Age, Vol. 3 No. 01, Juni 2019, Hal. 50-56*, E-ISSN : 2549-7367
- Rahajo, Tety E. Pemasaran Digital. Penerbit IPB Press, Cetakan Pertama, 2019. ISBN 978-602-440-914-2
- Rivaldi, Rero. Lahirkan Batik Kayu Nan Mempesona Desa Wisata. Tersedia di <https://travelingyuk.com/batik-kayu-desa-krebet-bantul> (Diakses 3 Maret 2023).
- Sulastri, Lilis. Manajemen Usaha Kecil Menengah. LaGood's Publishing, Cetakan: 1,2016. ISBN 978-602-18063-9-5
- Wahyuni, Efa. Penerapan Standard Operation Procedure (Sop) Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Aa Bento Kelurahan Ujung Menteng Jakarta Timur. *Jurnal Andhara, Vol 1 No 1, Mei 2021*.
- Yuliana, Irma. Berkreasi Dengan Digital Storytellingsebagai Alternatif Strategi Pembelajaran, Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan dan Menggembirakan (The Second Progressive and Fun Education Seminar). 2018. ISBN: 978-602-361-102-7

