



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 18715-18729

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Peran Komunikasi Lisan Dan Tulis Dalam Mempromosikan "Batik Sukoen" Kec. Kapanjen, Kab. Malang

Deswita Sari<sup>1✉</sup>, Nurul Pringgowati<sup>2</sup>, Arsih Amalia Chandra Permata<sup>3</sup>

Jurusan Pariwisata, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya

Email: [deswitaas@student.ub.ac.id](mailto:deswitaas@student.ub.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang kaya akan nilai seni dan sejarah. Di kota Malang, batik memiliki potensi besar sebagai produk unggulan yang dapat dipromosikan secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran komunikasi lisan dan tertulis dalam mempromosikan batik di Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengambilan data wawancara dan analisis deskriptif. Narasumber penelitian adalah Triyani Surya Dewi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi lisan, seperti bergabung dengan komunitas di kabupaten, provinsi, dan nasional. Di sisi lain, komunikasi tertulis, seperti brosur, katalog, dan media sosial, efektif dalam meningkatkan pemahaman tentang batik dan menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pelaku usaha, komunitas seni, dan media dalam mempromosikan batik di Malang.

Kata Kunci: *Batik, Malang, Komunikasi Lisan, Komunikasi Tertulis, Promosi*

### Abstract

Batik is an Indonesian cultural heritage that is rich in artistic and historical value. In the city of Malang, batik has great potential as a superior product that can be widely promoted. This study aims to identify the role of oral and written communication in promoting batik in Malang. The research method used is a qualitative method with interview data collection techniques and descriptive analysis. The research resource person is Triyani Surya Dewi. The results of the study indicate that oral communication, such as joining communities in districts, provinces, and nationally. On the other hand, written communication, such as brochures, catalogs, and social media, are effective in increasing understanding of batik and reaching a wider audience. This study also highlights the importance of business actors, art communities, and the media in promoting batik in Malang.

*Keywords: Batik, Malang, Oral Communication, Written Communication, Promotion*

## PENDAHULUAN

Batik merupakan seni tekstil tradisional Indonesia yang diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity). Sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia, batik memiliki potensi besar sebagai produk unggulan dalam industri kreatif. Kota Malang, sebagai salah satu kota di Jawa Timur yang kaya akan budaya dan seni, memiliki peluang besar untuk mengembangkan batik sebagai komoditas pariwisata dan ekonomi lokal (Rafsyanjani et al., 2022).

Batik, sebagai seni tekstil tradisional Indonesia, memiliki kedalaman sejarah dan kekayaan motif yang mencerminkan keberagaman budaya di Indonesia. Proses pembuatan batik melibatkan teknik pewarnaan kain dengan lilin yang dilakukan secara manual, menuntut ketelitian dan keterampilan tinggi dari para pengrajin. Setiap motif batik memiliki makna dan filosofi tersendiri, mencerminkan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang turun-temurun. Dalam perkembangannya, batik tidak hanya dianggap sebagai pakaian tradisional, tetapi juga menjadi simbol identitas nasional yang membanggakan (Qiram & Rubiono, 2020).

Perkembangan industri batik di Indonesia memang sangat mengesankan, terutama dalam hal desain dan pemasaran. Desain batik telah mengalami transformasi yang signifikan dari yang awalnya sederhana menjadi sangat rumit dan modern. Para perancang batik kini lebih berani bereksperimen dengan motif dan warna, menghasilkan karya-karya yang tidak hanya mempertahankan kekayaan tradisional, tetapi juga menyesuaikan dengan tren fashion global. Penggunaan teknologi digital juga telah memberikan kontribusi besar dalam perkembangan desain batik. Dengan bantuan perangkat lunak desain, para perancang dapat menciptakan motif yang lebih kompleks dan menarik, sesuai dengan selera pasar yang terus berkembang. Hal ini juga memudahkan dalam reproduksi massal motif batik, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat (Subekti et al., 2020).

Pemasaran batik juga telah mengalami perubahan yang signifikan. Jika dahulu batik lebih dikenal sebagai pakaian tradisional, kini batik telah menjadi produk fashion yang diminati oleh berbagai kalangan. Pemasaran batik tidak hanya dilakukan secara konvensional melalui toko-toko batik, tetapi juga melalui platform online yang memungkinkan batik Indonesia diakses oleh pasar global. Pasar internasional juga semakin mengakui keindahan dan keunikan batik Indonesia. Berbagai fashion designer dan selebriti internasional turut mempopulerkan penggunaan batik dalam berbagai acara dan kesempatan. Hal ini memberikan dampak positif terhadap industri batik Indonesia,

meningkatkan daya saing di pasar global dan memperluas pangsa pasar (Nashrudin Latif, 2022).

Dengan perkembangan yang pesat ini, industri batik di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia serta melestarikan warisan budaya bangsa. Diperlukan terus upaya dari semua pihak, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat untuk terus mendukung dan mempromosikan batik Indonesia sebagai salah satu kekayaan budaya yang patut dibanggakan.

Pengembangan dan promosi batik di Malang memerlukan pendekatan komunikasi yang efektif. Komunikasi lisan dan tertulis memiliki peran penting dalam memperkenalkan, mengedukasi, dan mempromosikan batik kepada masyarakat. Komunikasi lisan, melalui ceramah, diskusi, dan pertemuan komunitas, memungkinkan para pelaku usaha batik dan komunitas seni untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Sementara itu, komunikasi tertulis, seperti brosur, artikel, dan media sosial, dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara lebih luas dan mendalam kepada audiens yang lebih luas (Septyandani et al., 2020).

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam mempromosikan batik di Malang melibatkan berbagai strategi yang bersifat holistik dan berkesinambungan. Pertama, melalui komunikasi lisan, para pelaku usaha batik dan komunitas seni mengadakan berbagai acara seperti workshop, seminar, dan talk show yang membahas tentang batik. Acara ini tidak hanya memberikan informasi tentang sejarah dan teknik pembuatan batik, tetapi juga mengajak masyarakat untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan batik, sehingga meningkatkan apresiasi dan pemahaman mereka terhadap seni batik. Dalam komunikasi tertulis, para pelaku usaha batik menggunakan media cetak dan online untuk menyampaikan informasi tentang produk batik mereka. Mereka memanfaatkan brosur, katalog, dan website untuk menampilkan berbagai koleksi batik dan cerita di balik setiap motifnya. Selain itu, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan promosi batik, terutama kepada generasi muda yang aktif di platform tersebut (Jannah et al., 2020).

Kolaborasi antara pelaku usaha batik, komunitas seni, pemerintah daerah, dan media juga menjadi bagian penting dari pendekatan komunikasi ini. Dengan bekerja sama, mereka dapat mengadakan event promosi bersama, membuat program promosi yang lebih efektif, dan menyampaikan pesan tentang keunikan dan keindahan batik Malang secara lebih luas dan terarah. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan promosi batik di Malang dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan industri

batik dan meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap seni tradisional Indonesia (Hanin Zayyana et al., 2022).

Promosi batik di Malang dilakukan melalui berbagai strategi yang menarik perhatian masyarakat lokal maupun wisatawan. Salah satu strategi promosi yang efektif adalah melalui pameran batik. Pameran batik tidak hanya menampilkan berbagai produk batik, tetapi juga menyajikan informasi tentang sejarah, teknik pembuatan, dan makna filosofis di balik setiap motif batik. Dengan demikian, pameran batik menjadi ajang edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat terhadap seni batik. Selain pameran, promosi batik juga dilakukan melalui fashion show yang menampilkan desain batik terbaru. Fashion show ini tidak hanya menampilkan batik sebagai pakaian tradisional, tetapi juga sebagai busana modern yang sesuai dengan tren fashion saat ini. Hal ini bertujuan untuk menarik minat generasi muda agar lebih tertarik untuk menggunakan batik dalam kesehariannya.

Promosi batik juga dilakukan melalui kolaborasi dengan desainer terkenal atau selebriti. Kolaborasi ini dapat meningkatkan citra batik sebagai produk fashion yang modern dan stylish. Selain itu, promosi melalui media sosial juga menjadi bagian penting dari strategi promosi batik. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, promosi batik dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan terhubung dengan tren yang sedang berkembang. Kolaborasi dengan desainer terkenal atau selebriti merupakan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan citra batik sebagai produk fashion yang modern dan stylish. Dengan melibatkan mereka dalam desain dan promosi batik, dapat memberikan nilai tambah dan daya tarik yang lebih besar bagi konsumen. Kolaborasi ini juga membantu memperluas jangkauan pasar batik, terutama ke kalangan yang mungkin belum terlalu akrab dengan batik sebagai busana sehari-hari (Audianty & Sunarya, 2021).

Selain kolaborasi dengan desainer dan selebriti, promosi melalui media sosial juga menjadi bagian penting dalam strategi promosi batik. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, promosi batik dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang aktif di media sosial. Para produsen batik dapat menggunakan konten kreatif dan menarik untuk memperkenalkan berbagai produk batik mereka, serta mengikuti tren yang sedang berkembang di dunia fashion.

Pemanfaatan media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara produsen batik dan konsumen potensial. Hal ini memungkinkan untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang produk batik, sehingga produsen dapat melakukan penyesuaian dan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian,

promosi melalui media sosial tidak hanya meningkatkan popularitas batik, tetapi juga memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen, yang dapat berdampak positif pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan industri batik secara keseluruhan.

Pemerintah daerah juga turut berperan dalam promosi batik di Malang dengan mengadakan festival batik secara rutin. Festival ini tidak hanya menampilkan produk batik, tetapi juga kegiatan-kegiatan budaya seperti pertunjukan seni, kuliner, dan workshop pembuatan batik. Dengan demikian, festival batik menjadi ajang yang meriah dan edukatif bagi masyarakat untuk lebih mengenal dan mencintai batik sebagai bagian dari budaya Indonesia. Dengan strategi promosi yang komprehensif dan berkesinambungan, diharapkan batik Malang dapat terus berkembang dan menjadi salah satu produk unggulan yang membanggakan (Sari, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi lisan dan tertulis dalam mempromosikan batik di Malang. Dengan memahami peran komunikasi dalam konteks promosi batik, diharapkan dapat memberikan panduan bagi para pelaku usaha, komunitas seni, pemerintah daerah, dan media dalam mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan apresiasi dan konsumsi batik di Malang.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah wawancara dengan pelaku usaha batik Dewi Sri di Kabupaten Malang. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang sejarah batik, perkembangan industri batik di Indonesia, dan strategi promosi yang telah digunakan dalam memasarkan batik. Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Responden yang diwawancarai termasuk pemilik usaha batik, desainer batik, anggota komunitas seni, dan ahli budaya lokal yang memiliki pengetahuan mendalam tentang batik di Malang. Data yang diperoleh dari wawancara dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi peran komunikasi lisan dan tertulis dalam mempromosikan batik di Malang. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menyusun rekomendasi dan strategi promosi yang lebih efektif dalam mengembangkan pasar batik di kabupaten Malang. Metode penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang peran komunikasi dalam promosi batik di Malang. Dengan wawancara, diharapkan studi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan industri batik lokal dan memperkuat identitas budaya Malang melalui batik sebagai warisan budaya Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengembangan Komunitas Batik di Kabupaten Malang

Di tengah hiruk-pikuk industri batik yang semakin berkembang, seorang pengrajin di Kabupaten Malang berhasil menempatkan dirinya di antara para seniman dengan pendekatan yang kreatif. Ia tak hanya membaur dengan komunitas batik lokal untuk berbagi inspirasi dan wawasan, tetapi juga menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk memperkenalkan karya-karyanya. Salah satu strategi yang ia gunakan adalah membuat katalog dan brosur yang memikat, menampilkan ragam motif dan warna yang ia hasilkan dengan sentuhan personal. Dengan karya-karya yang diabadikan dalam bentuk visual, ia dapat membawa keindahan batik kepada konsumen, membuka kesempatan bagi siapa saja yang tertarik dengan seni tradisional ini.

Selain promosi melalui katalog dan brosur, ia juga memanfaatkan media sosial secara cerdas. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp memberikan jangkauan yang lebih luas, memungkinkan ia untuk mengunggah konten menarik yang menampilkan keindahan batik serta proses kreatif di balik setiap motif. Dari video pendek yang memperlihatkan teknik membatik hingga unggahan foto yang menginspirasi, ia menyusun narasi visual yang mampu menarik perhatian masyarakat modern. Dengan pendekatan ini, batik lokal mendapat tempat khusus di hati para penggemar mode yang ingin mendukung dan mengenakan karya-karya autentik.

Pengrajin ini juga aktif mengikuti berbagai pameran batik di wilayah lokal dan nasional. Keikutsertaannya dalam acara-acara tersebut memberinya peluang untuk bertemu langsung dengan calon pelanggan, mendengarkan masukan mereka, serta memahami tren dan preferensi pasar. Pameran juga menjadi kesempatan baginya untuk membangun jaringan dengan sesama pengrajin, memperkuat komunitas, dan membuka peluang kerja sama yang berpotensi menguntungkan. Dengan hadir di panggung-panggung tersebut, ia mampu memperlihatkan betapa batik tradisional dapat terus berkembang dengan beragam inovasi. Hasil wawancara dengan narasumber menjelaskan bahwa:

“Dengan bergabung dalam komunitas batik di Kabupaten Malang, saya telah memperkenalkan karya-karya saya secara luas melalui berbagai inisiatif promosi. Saya telah membuat katalog dan brosur yang menampilkan produk-produk batik yang saya pameran saat mengikuti berbagai acara. Tidak hanya itu, saya juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan pasar, memastikan bahwa batik lokal mendapatkan perhatian yang layak di tengah masyarakat modern yang terus berkembang.”

Dalam inisiatifnya untuk mempromosikan batik lokal, ia tak hanya berfokus pada keindahan visual, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai di balik setiap motif yang ia ciptakan. Cerita-cerita tentang makna dan simbolisme dari motif-motif ini menjadi bagian tak terpisahkan dari karya-karyanya. Dengan demikian, konsumen tak hanya mendapatkan selembar kain, tetapi juga sebuah kisah yang menghubungkan mereka dengan budaya dan tradisi setempat. Ia memanfaatkan label pada setiap produknya untuk menuturkan cerita ini, memberi pelanggan pemahaman yang lebih dalam tentang karya yang mereka miliki.

Komitmennya terhadap batik lokal terbukti melalui berbagai upaya yang ia lakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Melalui komunitas batik dan media sosial, ia berhasil memperkenalkan karya-karyanya kepada khalayak luas. Inisiatifnya ini tidak hanya membantu menjaga kelestarian tradisi, tetapi juga memastikan bahwa batik tetap relevan di tengah perubahan zaman.

### Inovasi di Masa Pandemi

Saat pandemi COVID-19 melanda, sebagai pembatik, saya berhadapan dengan tantangan besar untuk menjaga keberlangsungan usaha. Namun, saya memilih untuk tidak menyerah dan justru melihat situasi ini sebagai peluang untuk berinovasi. Saya menciptakan motif-motif baru yang kreatif dan menarik perhatian konsumen. Setiap motif membawa karakter yang unik, memberikan perspektif segar pada produk batik yang dihasilkan di tengah tantangan pandemi. Kreativitas ini memungkinkan saya tetap terhubung dengan pelanggan, memberi mereka kesempatan menemukan sesuatu yang berbeda di masa-masa yang sulit.

Inovasi saya tidak hanya terbatas pada motif baru, tetapi juga mencakup penggunaan warna alami yang menambah keistimewaan pada batik. Pewarnaan ini menghasilkan nuansa warna yang memikat dan khas, memberikan kesan alami dan ramah lingkungan. Setiap kain yang dihasilkan membawa cerita dan keindahan warna-warna dari alam, menciptakan nilai lebih bagi pelanggan yang menghargai produk yang tidak hanya indah tetapi juga selaras dengan alam. Penggunaan bahan alami dalam pewarnaan menjadi daya tarik tersendiri yang membuat produk saya berbeda dari yang lain.

Selain itu, pendekatan ini memberikan sentuhan artistik yang segar pada produk batik, membantu saya tetap menonjol di tengah pasar yang penuh persaingan. Dalam situasi pandemi, inovasi ini menjadi penting karena pelanggan mencari produk yang memiliki makna dan memberikan rasa koneksi. Dengan menawarkan motif yang unik dan warna alami yang ramah lingkungan, saya mampu memenuhi kebutuhan mereka akan sesuatu

yang istimewa dan berbeda. Dengan begitu, batik saya tetap relevan dan menarik perhatian di tengah tantangan yang dihadapi industri selama pandemi.

“Di musim COVID, saya berusaha untuk tetap terhubung dengan pelanggan dengan cara memberikan motif-motif baru yang kreatif dan penuh inovasi. Saya menyadari bahwa pelanggan menginginkan sesuatu yang segar dan unik di tengah situasi yang penuh ketidakpastian. Oleh karena itu, saya menciptakan motif-motif yang tidak hanya mencerminkan seni batik tradisional, tetapi juga membawa sentuhan modern yang dapat menarik perhatian. Inovasi ini dilakukan dengan pemanfaatan warna-warna alami yang memiliki keindahan tersendiri. Setiap motif yang saya ciptakan memiliki cerita dan makna, sehingga pelanggan dapat merasa terhubung dengan produk tersebut. Saya menggunakan pewarnaan alami dari berbagai bahan seperti tanaman dan rumput laut untuk memberikan karakter warna yang berbeda pada setiap motif. Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan produk yang lebih ramah lingkungan, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih kaya kepada pelanggan yang menghargai keindahan yang otentik. Dengan cara ini, saya berharap dapat menghadirkan produk yang memiliki nilai estetika dan filosofi yang lebih mendalam. Inovasi ini juga menjadi sarana bagi saya untuk menunjukkan kepada pelanggan bahwa di tengah pandemi, dunia batik tetap hidup dan beradaptasi dengan kondisi yang berubah. Dengan motif-motif baru dan penggunaan warna alami yang kreatif, saya ingin menunjukkan kepada pelanggan bahwa produk batik masih bisa relevan dan memberikan rasa nyaman serta keunikan di saat-saat sulit. Upaya ini diharapkan dapat memberikan pelanggan sesuatu yang baru, segar, dan bermakna, sehingga mereka tetap setia mendukung produk-produk lokal.”

Di musim COVID, upaya untuk tetap terhubung dengan pelanggan menjadi tantangan yang nyata bagi banyak pengrajin batik. Memahami pentingnya inovasi dalam menjaga loyalitas pelanggan, pembatik ini menciptakan motif-motif baru yang kreatif dan segar. Meski tetap berakar pada seni batik tradisional, setiap desain dilengkapi dengan sentuhan modern yang menarik perhatian. Penggunaan warna-warna alami yang memiliki keindahan tersendiri membantu menciptakan produk yang unik di tengah situasi yang penuh ketidakpastian.

Setiap motif yang diciptakan membawa cerita dan makna, memungkinkan pelanggan merasa terhubung dengan produk tersebut. Pewarnaan alami yang diambil dari berbagai tanaman dan rumput laut memberikan karakter warna yang berbeda pada setiap desain. Hal ini menambah nilai estetika dan filosofi pada setiap kain, membuatnya lebih ramah lingkungan serta memberi pelanggan pengalaman yang lebih mendalam. Motif dan warna

alami ini juga diharapkan menghadirkan keindahan otentik yang tetap sesuai dengan tren saat ini.

Inovasi ini menunjukkan kemampuan dunia batik untuk tetap hidup dan beradaptasi dalam kondisi yang berubah. Dengan menawarkan motif-motif baru dan pewarnaan alami yang kreatif, pembatik ini membuktikan bahwa produk batik bisa tetap relevan, memberikan rasa nyaman, dan menciptakan kesan unik di tengah pandemi. Dengan menghadirkan sesuatu yang baru, segar, dan bermakna, pelanggan tetap didorong untuk mendukung produk lokal, sementara pembatik terus memperkuat hubungan dengan komunitasnya.

### Komunikasi Melalui Google Bisnis

Menyadari perubahan perilaku konsumen yang lebih cenderung bertransaksi secara daring, Google Bisnis menjadi platform utama bagi sang pengrajin untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mahasiswa, dan pelajar. Platform ini dimanfaatkan untuk menerima pesanan produksi dan juga sebagai tempat berbagi ilmu membatik bagi mereka yang tertarik belajar. Penggunaan Google Bisnis yang efektif membuatnya tetap terhubung dengan pelanggan, sekaligus membangun jaringan dan hubungan baik. Dari hasil wawancara di jelaskan bahwa:

“Melalui Google Bisnis, saya dapat berkomunikasi secara efisien dengan pelanggan, mahasiswa, dan pelajar yang tertarik dengan produk atau ingin belajar tentang seni membatik. Platform ini memungkinkan mereka memesan produksi secara langsung, memberikan pertanyaan, atau bahkan memesan sesi pelatihan membatik. Dengan fitur komunikasi yang mudah diakses, saya bisa membangun hubungan yang lebih personal dengan setiap calon pelanggan, memahami kebutuhan mereka, serta memberikan layanan yang lebih baik. Google Bisnis telah menjadi jembatan yang kuat untuk memperluas jangkauan, menjadikan proses interaksi lebih lancar, dan memberikan akses kepada pelanggan untuk terhubung dengan dunia batik yang autentik.”

Google Bisnis telah menjadi platform yang efektif bagi pengrajin ini untuk terhubung dengan berbagai lapisan pelanggan, termasuk mahasiswa dan pelajar. Platform ini memungkinkan komunikasi yang efisien, baik untuk menerima pesanan produksi maupun memberikan pelatihan membatik. Dengan fitur-fitur komunikasinya yang mudah diakses, pelanggan dapat memberikan pertanyaan secara langsung, sementara pembatik dapat menjawabnya dengan cepat dan akurat. Hal ini mempercepat proses komunikasi dan memastikan layanan yang lebih responsif bagi setiap pelanggan.

Lebih dari sekadar sarana komunikasi, Google Bisnis juga memberikan kesempatan bagi pengrajin untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan calon pelanggan.

Dengan akses langsung ini, mereka dapat memahami kebutuhan pelanggan, memberikan saran yang tepat, dan menciptakan layanan yang lebih sesuai dengan harapan pelanggan. Interaksi ini bukan hanya memperkuat hubungan, tetapi juga membantu pengrajin meningkatkan kualitas produk dan layanan berdasarkan masukan yang diterima secara langsung dari pelanggan.

Secara keseluruhan, platform ini telah berperan sebagai jembatan yang kuat untuk memperluas jangkauan pengrajin, memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan menjadikan interaksi lebih lancar. Dengan memanfaatkan Google Bisnis, pengrajin ini dapat memberikan akses yang lebih mudah bagi pelanggan untuk terhubung dengan dunia batik. Hal ini memastikan bahwa seni batik tetap dapat dinikmati dan dipelajari oleh siapa pun yang tertarik, sehingga memperkuat kehadiran batik di pasar digital yang semakin kompetitif.

### Memperluas Jangkauan Komunitas

Meski berbasis di Kabupaten Malang, ia juga aktif di komunitas batik dan komunitas lainnya di tingkat kota, provinsi, dan nasional. Ini memungkinkan dirinya untuk mempromosikan batik dengan gaya, motif, pewarnaan, dan teknik membatik yang berbeda dari para pengrajin lainnya. Melalui berbagai komunitas tersebut, ia dapat memperkenalkan batik kepada khalayak yang lebih luas, dan memastikan keunikan batiknya dikenal luas di pasar yang beragam. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dijelaskan bahwa:

"Saya tidak hanya aktif dalam komunitas batik di Kabupaten Malang, tetapi juga bergabung dengan komunitas yang lebih luas, termasuk di kota, provinsi, dan bahkan skala nasional. Meskipun tidak semua komunitas ini secara khusus berfokus pada batik, keikutsertaan saya di dalamnya telah membuka peluang besar untuk mempromosikan karya-karya batik saya. Ini memberi saya kesempatan untuk memperkenalkan keunikan motif, teknik pewarnaan, dan cara membatik yang membedakan karya saya dari para pembatik lainnya. Di komunitas-komunitas tersebut, saya dapat berinteraksi dengan berbagai kalangan yang mungkin sebelumnya tidak mengenal atau memahami seni batik. Dengan menunjukkan proses kreatif di balik setiap motif dan teknik pewarnaan yang berbeda, saya dapat menjelaskan kepada anggota komunitas tentang nilai-nilai budaya yang terkandung dalam batik. Kehadiran saya di berbagai forum ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan produk, tetapi juga menciptakan kesadaran yang lebih luas mengenai pentingnya melestarikan warisan budaya yang kaya ini. Lebih jauh lagi, komunitas-komunitas ini memungkinkan saya membangun jaringan dengan para profesional dan seniman dari berbagai bidang. Interaksi ini memberikan perspektif segar

dan inspirasi baru yang kemudian dapat saya terapkan dalam karya-karya batik saya. Dengan cara ini, saya dapat terus mengembangkan diri, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas wawasan tentang tren dan kebutuhan pasar saat ini. Ini memastikan bahwa karya saya tetap relevan dan menarik bagi audiens yang beragam, menjadikannya lebih dikenal di tingkat lokal maupun nasional.”

Keikutsertaan dalam berbagai komunitas di tingkat kota, provinsi, dan nasional, baik yang berfokus pada batik maupun tidak, telah menjadi langkah strategis bagi pengrajin ini untuk memperkenalkan produknya. Dengan terlibat di banyak komunitas, dia dapat mempromosikan karya-karya batiknya kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Hal ini membantu memperlihatkan keunikan motif, teknik pewarnaan, dan cara membatik yang membuat karya-karya ini menonjol di tengah kompetisi. Melalui jaringan tersebut, ia berhasil meningkatkan kesadaran akan nilai budaya yang terkandung dalam batik.

Selain sebagai alat pemasaran, komunitas ini juga menjadi platform untuk berbagi ide dan pengetahuan. Dengan berinteraksi langsung dengan berbagai kalangan, ia dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang proses kreatif di balik batik. Hal ini membuka peluang bagi lebih banyak orang untuk mengenal batik dan memahami betapa pentingnya melestarikan warisan budaya yang kaya ini. Edukasi yang diberikan melalui komunitas-komunitas ini membantu membangun apresiasi yang lebih besar terhadap produk batik, sehingga memperluas pasar dan memperkuat reputasi pengrajin di industri.

Komunitas-komunitas ini memberikan akses ke jaringan profesional dan seniman yang memungkinkan pertukaran perspektif dan inspirasi. Kolaborasi dan diskusi yang dihasilkan membawa pandangan baru yang kemudian dapat diaplikasikan ke dalam proses kreatif membatik. Dengan begitu, pengrajin ini mampu terus berinovasi, meningkatkan kualitas produknya, dan memahami tren serta preferensi pasar saat ini. Hubungan yang dibangun dalam komunitas ini memastikan bahwa karyanya tetap relevan dan menarik bagi audiens yang beragam, menjadikan produk batiknya lebih dikenal secara luas.

#### Penerimaan Kritik sebagai Pembelajaran

Kritik negatif kadang muncul, terutama ketika hasil akhir tidak sesuai dengan keinginan pemesan. Namun, pembatik ini memahami bahwa produk batik yang dibuat secara homemade terkadang tidak sepenuhnya sesuai harapan. Terlebih lagi, pewarnaan alam yang digunakan bisa menghasilkan hasil akhir yang tidak terprediksi. Namun, setiap kritik dianggap sebagai pelajaran berharga untuk perbaikan dan pengembangan usaha batik ke depannya.

“Jika ada pertanyaan atau kritik negatif mengenai produk batik saya, saya akan menerimanya dengan lapang dada. Produk batik yang saya hasilkan adalah buatan tangan dan homemade, sehingga terkadang hasil akhirnya mungkin tidak selalu sesuai dengan keinginan pemesan, meskipun kami telah berusaha memenuhi harapan mereka. Dalam proses pewarnaan batik, terutama saat menggunakan pewarna alami, terkadang warna yang dihasilkan tidak selalu sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Oleh karena itu, saya melihat setiap komentar negatif sebagai pembelajaran dan catatan berharga untuk terus memperbaiki usaha batik saya.”

Penerimaan terhadap kritik dan pertanyaan negatif mencerminkan sikap yang bijaksana dalam menghadapi tantangan yang muncul dari produksi batik. Produk batik yang dihasilkan secara homemade atau buatan tangan memiliki karakter unik yang kerap kali tidak dapat sepenuhnya memenuhi keinginan pelanggan. Meski telah berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi harapan mereka, ada kalanya produk akhir tidak sesuai dengan ekspektasi, terutama dalam hal warna ketika pewarna alami digunakan. Proses pewarnaan alami bisa menghasilkan variasi warna yang tidak selalu konsisten.

Sikap keterbukaan terhadap kritik ini menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan keinginan untuk terus belajar dari masukan pelanggan. Pengrajin ini melihat umpan balik negatif sebagai sarana pembelajaran dan refleksi untuk lebih memahami kebutuhan pasar dan memperbaiki kualitas produknya di masa mendatang. Ini juga menunjukkan kematangan sikap dalam menjalani usaha yang melibatkan kreativitas, keterampilan, dan ekspektasi pelanggan.

Melalui pendekatan ini, setiap umpan balik menjadi bagian integral dari proses peningkatan usaha batik. Sikap menerima dan beradaptasi terhadap kritik dapat memperkuat reputasi pengrajin, karena pelanggan akan menghargai keterbukaan terhadap saran mereka. Ini juga membantu membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan, yang merasa didengar dan dihargai dalam proses pembelian. Akhirnya, sikap ini mendukung kesuksesan bisnis dengan mendorong inovasi dan pemahaman yang lebih baik tentang keinginan dan harapan pelanggan.

#### Menceritakan Keunikan Produk

Ketika memperkenalkan keunikan produknya, ia selalu menekankan motif-motif unik yang ia miliki, serta pewarnaan yang berbeda, termasuk pewarnaan naptol, indigosol, dan warna alami dari rumput laut. Setiap produk juga dilengkapi dengan label yang menjelaskan kisah di balik motif, bahan kain, metode pewarnaan, dan petunjuk perawatan. Pendekatan

ini menambah daya tarik dan memberikan pengalaman tersendiri bagi konsumen yang ingin tahu lebih dalam tentang cerita di balik produk yang mereka beli.

“Saat memperkenalkan keunikan produk batik saya, selain menekankan motif-motif yang unik, saya juga menjelaskan teknik pewarnaan yang berbeda dari lainnya. Pewarnaan yang saya gunakan meliputi pewarna naptol, indigosol, dan pewarna alami dari rumput laut. Saya juga sering menyertakan cerita tentang motif pada label produk, menjelaskan kisah di balik motif, bahan kain yang digunakan, teknik pewarnaan, serta cara merawat batik. Dengan demikian, pelanggan dapat memahami nilai dan keunikan dari setiap motif serta mengetahui bagaimana menjaga kualitas batik tersebut.”

Dalam pernyataan ini, pembatik menunjukkan pendekatan strategis untuk memperkenalkan keunikan produknya. Dengan tidak hanya menyoroti motif-motif unik, dia juga menjelaskan dengan jelas teknik pewarnaan yang digunakan. Penekanan pada pewarna naptol, indigosol, dan pewarna alami dari rumput laut menunjukkan komitmen untuk menggunakan beragam metode pewarnaan, termasuk pendekatan ramah lingkungan. Ini membedakan produknya dari yang lain dan menawarkan pilihan yang lebih variatif kepada pelanggan.

Selain itu, menyertakan cerita di balik motif pada label produk memperkaya pengalaman pelanggan. Cerita-cerita ini memberikan konteks dan makna mendalam, memungkinkan pelanggan untuk terhubung dengan produk secara lebih personal dan memahami nilai filosofis dari setiap motif yang dibuat. Selain itu, memberikan informasi mengenai bahan kain, teknik pewarnaan, dan cara merawat batik pada label juga menjadi strategi yang efektif. Hal ini membantu pelanggan dalam menjaga kualitas produk batik mereka, sehingga dapat bertahan lebih lama dan tetap terlihat indah.

Pendekatan ini juga menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya edukasi bagi pelanggan. Dengan memberikan informasi lengkap dan kontekstual, pembatik tidak hanya menciptakan produk yang estetik, tetapi juga meningkatkan apresiasi pelanggan terhadap seni batik. Pada akhirnya, ini memperkuat hubungan antara pengrajin dan pelanggan, membangun loyalitas, dan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyeluruh dan informatif. Pengrajin ini bertekad untuk terus maju dan berkembang di dunia batik dengan mempertahankan kualitas tinggi sambil berinovasi secara konsisten. Kualitas selalu menjadi prioritas utama, sehingga ia memastikan setiap motif dan pewarnaan dijaga dengan cermat. Inovasi yang dilakukan tidak hanya mencakup eksplorasi warna alami, tetapi juga pembuatan motif yang menggabungkan tradisi dan tren modern. Dengan cara ini, batik yang dihasilkan tetap relevan dan menarik bagi pelanggan dari berbagai kalangan.

Keterlibatannya dalam komunitas batik, baik lokal maupun nasional, memberinya perspektif yang lebih luas mengenai tren dan permintaan pasar. Di sana, ia tidak hanya berbagi pengetahuan dan ide, tetapi juga mendengarkan masukan dan kritik dari sesama pengrajin. Sikap terbuka ini memastikan bahwa ia selalu siap untuk menerima umpan balik yang konstruktif dan memanfaatkannya sebagai pendorong untuk peningkatan kualitas dan inovasi. Melalui pendekatan ini, ia mampu menjaga dan bahkan meningkatkan reputasinya sebagai pengrajin yang terus belajar dan beradaptasi. Narasi yang jelas juga menjadi kekuatan dalam memperkenalkan batik buatannya. Setiap produk yang ia hasilkan memiliki cerita yang tertulis rapi pada label, memberikan konteks dan makna mendalam di balik setiap motif. Narasi ini memungkinkan pelanggan untuk lebih memahami nilai filosofis dan budaya yang diwakili oleh motif-motif tersebut. Dengan begitu, pelanggan tidak hanya membeli sehelai kain, tetapi juga sebuah kisah yang kaya dengan makna dan sejarah.

Penggunaan pewarna alami menambah keistimewaan produk-produk batiknya. Dalam dunia yang semakin sadar akan dampak lingkungan, pewarna alami menjadi pilihan yang bijak karena lebih ramah lingkungan dan menciptakan warna yang unik. Kombinasi antara pewarna alami, motif yang dikerjakan dengan cermat, dan kisah yang menyertainya menjadikan produk batik ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para pecinta batik. Tekad dan dedikasinya dalam dunia batik menjadikan produk batiknya memiliki tempat khusus di hati para penggemar. Keunikan dan orisinalitas motif-motif yang dihasilkan, ditambah dengan pewarnaan alami, menjadikannya pilihan yang disukai oleh mereka yang menghargai nilai estetika serta makna mendalam di balik setiap helaian kain. Dengan komitmennya untuk terus berkembang dan menerima kritik sebagai pembelajaran, ia telah memastikan bahwa warisan budaya batik tetap hidup dan relevan di tengah perubahan zaman.

## SIMPULAN

Penjualan batik ini tetap ramai peminat meskipun terletak di kabupaten karena pelaku usaha ini pintar dalam mempromosikan, memperkenalkan, dan mempunyai keunikan dari usaha batiknya baik dari motif, pewarnaan, dan tekniknya. Pelaku juga mempromosikan usahanya dalam mengikuti berbagai acara dan komunitas batik, baik kecamatan provinsi maupun nasional. Pelaku juga mempunyai google bisnis yang mana pelanggan, mahasiswa, pelajar sering berkomunikasi lewat google bisnis batik untuk pesan produksi ataupun mau belajar membatik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Audianty, S., & Sunarya, Y. Y. (2021). Analisis Ketertarikan Generasi Milenial Untuk Perancangan Batik Malang. *Moda*, 3(2). <https://doi.org/10.37715/moda.v3i2.2064>
- Hanin Zayyana, S., Kurniawati, E., & Sila Ananda, K. (2022). DIGITALIZATION OF BATIK MSMEs IN MALANG AS THE OPTIMIZATION OF LOCAL WISDOM PRESERVATION DURING COVID-19 PANDEMIC. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial Dan Budaya*, 11, 261–274.
- Jannah, S., Indrawati, I., Rahayu, H. D., Marwan, S., Najmuddin, M. K., Mufaiz, M. T., Dewantoro, A., Mega, K. I., Almkri, M. S., Suhermanto, A. Y., Hidayah, D. Z. M., & Putri, M. R. (2020). Meningkatkan Eksistensi dan Pelestarian Batik di Era Modern. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(2), 139. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v1i2.6536>
- Nashrudin Latif. (2022). Pemanfaatan Story Telling Marketing sebagai alat bantu bisnis UMKM di Kelurahan Taman Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. *International Journal of Community Service Learning*, 2(1), 50–55.
- Qiram, I., & Rubiono, G. (2020). Peran Pemerintah Daerah dan Masyarakat Dalam Upaya Pelestarian Budaya Batik Banyuwangi. *Proceedings International Conference on Arts & Culture*, 1(1), 113–140.
- Rafsyanjani, G. M., Fauzi, A., Niaga, A., & Malang, P. N. (2022). Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada UMKM Aneka Batik Pamekasan. *Aplikasi Bisnis*, 8.
- Sari, R. R. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Batik Andalan Pt Rapp Dalam Mempromosikan Batik Bono. *Jom Fisip*, 9(2), 1–14.
- Septyandani, E., Santia Dewi, R., & Hidayatullah, D. M. S. (2020). Peranan Word of Mouth Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Jasa Studio Photo a Di Banjarbaru the Effect of Word of Mouth on Consumer Trust in Photo a Studio Services in Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 3(1), 30–33. <http://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.ph>
- Subekti, P., Hafiar, H., & Komariah, K. (2020). Word of mouth sebagai upaya promosi batik Sumedang oleh perajin batik (Studi Kasus pada Sanggar Batik Umimay). *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1), 41–54. <https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149>
- Trixie,A., dkk. (2020). FILOSOFI MOTIF BATIK SEBAGAI IDENTITAS BANGSA INDONESIA. *Folio*, Vol. (1).