

Penggunaan *Digital Marketing* Sosial Media pada Batik SR Batam

Elvin¹⁾, Evita Kalista²⁾, Intan Pratama Putri³⁾, Jason⁴⁾, Jonathan Miguel Barahama⁵⁾, Reny Ng⁶⁾, Syitty Nurhaliza⁷⁾, Wahyu Ihsan Pradana⁸⁾, Yaumil Yuninda Bhalqis⁹⁾, Zorine Kelana¹⁰⁾

¹Universitas Internasional Batam
email: elvintjeng14@gmail.com

²Universitas Internasional Batam
email: evita_hk@yahoo.com

³Universitas Internasional Batam
email: intanpratamaputri11@gmail.com

⁴Universitas Internasional Batam
email: jason0856974123@gmail.com

⁵Universitas Internasional Batam
email: jonathanbarahama@gmail.com

⁶Universitas Internasional Batam
email: renyng29@gmail.com

⁷Universitas Internasional Batam
email: syittynurhaliza.sn@gmail.com

⁸Universitas Internasional Batam
email: wip.wahyupradana@gmail.com

⁹Universitas Internasional Batam
email: yybhalqis@gmail.com

¹⁰Universitas Internasional Batam
email: zorinekelana@gmail.com

Abstract

Social media nowadays is very important in your daily life. We can know this by how Indonesia is being the fourth largest internet user in the world. Not only in Indonesia, but social media is also being used by almost all countries around the world. Social media is are very helping human in our daily life. Social media can give us the place for socializing, building social networks, helping us getting information, as an education facility, even social media can be used as buying or selling media. The action of promotion or trading stuff by digital media or what we called social media is the definition of digital marketing. Digital marketing is one of the strategies that can be used by a small business runner or the middle business runner because digital marketing needs only a small amount of capital. Other than that, because social media nowadays is improving very fast, digital marketing can expand its range much easier.

Keyword: *Social Media, Digital marketing, Promotion*

PENDAHULUAN

Media promosi saat ini sangat dibutuhkan layaknya kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya sosial media, informasi dapat tersebar luas secara merata dengan cepat dan pesat sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk memasarkan produk yang ingin kita jual hal itu termasuk pengaruh positif dari

penggunaan media sosial menurut Luas et al (2019), yaitu dapat dijadikan sebagai media penyebaran dan atau pengumpulan informasi, bagi pelajar media sosial dapat dijadikan sebagai media menamba pengetahuan untuk mengerjakan tugas-tugas sekolah, menumbuhkan rasa empati dan simpati terhadap sesama pengguna media sosial, dapat dijadikan sebagai

sarana untuk mengembangkan keterampilan, media sosial juga dapat dijadikan sebagai media promosi oleh perusahaan dalam bidang bisnis. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia pada saat ini sebanyak 63 juta orang, ini berarti bahwa 95 % dari 100 % orang di Indonesia menggunakan internet untuk saling terhubung. Dari sosial media, kita juga dapat belajar dari kompetitor cara memasarkan produk yang sama jenisnya dengan yang kita jual sebagai pedoman maupun inspirasi serta sebagai media informasi dan pemasaran.

Pemasaran melalui *media social* dapat menyediakan manfaat pada pengembangan usaha dalam mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan mendapatkan lebih banyak konsumen menurut Pribadi (2018). Terkait dengan pemasaran online, *social media marketing* atau *digital marketing* menurut Claudia et al (2019), menjadi tren pemasaran yang populer di kalangan pebisnis kecil. Salah satu cara yang dilakukan adalah mendistribusikan konten yang menarik melalui sosial media seperti Facebook dan Instagram.

Batik SR adalah salah satu usaha batik *handmade* yang dibangun oleh Bapak Suratno. Batik Sri Rejeki beralamat di Tiban Lama RT 01 RW 02 No 54, Kelurahan Tiban Lama, Kecamatan Sekupang. Batik SR telah berdiri sejak tahun 2015. SR memproduksi beberapa motif batik. Salah satunya adalah Batik Gonggong. Motif batik gonggong sangat unik karena motifnya adalah motif cangkag siput yang dipadukan dengan pakaian batik sehingga menumbuhkan ciri khas tersendiri. Untuk meningkatkan dan mempromosikan Batik SR digunakanlah media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi sekaligus memanfaatkan penggunaan teknologi untuk hal yang positif karena itulah proyek ini bertema

penggunaan digital marketing sosial media pada Batik SR Batam.

Rumusan Masalah

Batik Sri Rejeki yang berlokasi di tiban lama jarang diketahui oleh masyarakat lain karena keterbatasan informasi yang disebarkan. Oleh karena itu, digital marketing dapat membantu memperluas jangkauan Batik Sri Rejeki. Karena seperti yang kita tahu, digital marketing dapat menyebarkan informasi secara pesat bahkan mendunia. Tentu saja teknik marketing yang dipakai berpengaruh juga dengan hasil yang diharapkan.

Batik Sri Rejeki sendiri telah mencoba untuk menggunakan teknik digital marketing, namun hasilnya tidak begitu maksimal karena kurangnya promosi, serta pembaharuan yang berkala.

Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah penggunaan digital marketing yang kurang optimal dan kurangnya kesadaran masyarakat tentang merek.

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode observasi. Menurut Hernandeni (2018), observasi atau pengamatan dilakukan untuk melengkapi data, selain data yang di dapat dari proses wawancara dan dokumentasi, data tersebut juga dapat di peroleh secara langsung dari lapangan. Penulis langsung bertatap muka dengan pemilik SR batik batam untuk mendapatkan informasi yang diperlukan serta mengetahui tentang teknik yang digunakan dalam membuat kain batik. Menurut Suryantoro et al (2019) teknik membatik bisa dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. Batik Tulis

Dalam pengerjaan batik tulis, ada beberapa bagian proses membatik yang secara manual digambar dengan tangan, yaitu proses pewarnaan lilin dan membersihkan lilin yang masih tersisa di

kain. Efek khas dari batik tulis adalah retak-retak halus yang tampak pada lilin yang memungkinkan pewarna dengan jumlah sangat kecil untuk meresap, sehingga bentuk pencetakan ini tidak mungkin dilakukan di teknik batik lainnya.

2. Batik Cap

Batik cap dikerjakan dengan mencetak bentuk batik dengan stempel ke kain yang diinginkan. Dengan cara ini pengrajin bisa menghasilkan batik sesuai kebutuhan pasar yang ada. canting cap atau lebih biasa disebut dengan cap atau stempel yang dipakai menggunakan bahan metal yang biasanya berisi garis-garis tembaga yang membentuk desain batik. Dengan cara ini, pengrajin batik bisa menghasilkan batik dengan kualitas desain yang baik dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan batik tulis.

3. Batik Kombinasi

Sesuai namanya, batik ini menggabungkan dua teknik yang menggunakan canting di batik tulis dan stempel tembaga di batik cap. Batik kombinasi di buat untuk mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada pada produk batik cap, seperti motif yang besar atau seni coretan tangan. Teknik ini memproduksi lebih banyak desain yang lebih kreatif dengan waktu yang lebih cepat.

Sedangkan untuk metode pengamatan yang akan digunakan dalam proyek ini adalah metode pengamatan partisipatif yang pengertiannya menurut Rajagukguk (2018) yaitu mengamati secara langsung suatu objek kegiatan atau usaha, serta ikut ambil bagian seperti wawancara untuk memperoleh informasi serta data-data yang dibutuhkan untuk mengembangkan proyek. Dalam hal ini pengamatan dilakukan dalam 1 bulan pertama untuk mengumpulkan informasi dan data-data diantaranya, peluang dari usaha Batik Gonggong, bagaimana proses berjalannya pembuatan Batik Gonggong, jenis-jenis motif serta produk yang dihasilkan dari usaha Batik Gonggong, serta target-target

pasar yang ingin dicapai sehingga nantinya dapat diketahui teknik digital marketing seperti apa yang cocok untuk menarik peminat dipasarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

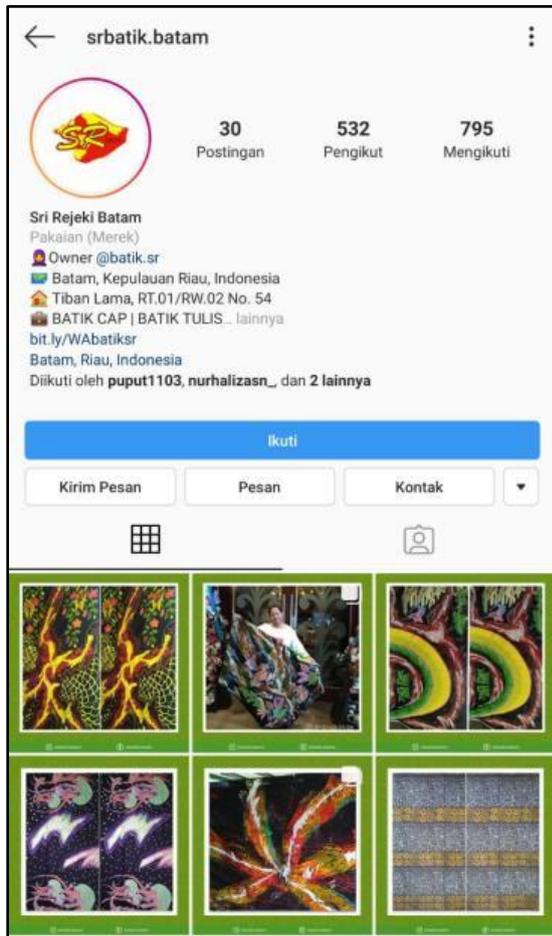
Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan maka dibuatlah jadwal pelaksanaan program untuk menetapkan tujuan yang ingin dicapai dan menyusun strategi untuk mencapai tujuan bersama agar tepat waktu sesuai dengan deadline awal. Fungsi jadwal pelaksanaan program sama saja dengan berencana (planning) adalah untuk pengawasan, untuk mengkoordinasi antar bidang dalam perusahaan, pelaksanaan tugas yang tepat, kegiatan lebih terorganisir sesuai dengan yang diharapkan dan dapat meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

No	Kegiatan	Juli		Agustus		
		3	4	1	2	3
1	Penyediaan elektronik Dan kuota	x				
2	Pembuatan akun online		x			
3	Promosikan akun		x	x	x	x
4	Mempublikasi batik Gonggong		x	x	x	x
5	Endorse selegram		x	x		x

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penyediaan elektronik dan kuota data sudah dimulai pada minggu ke 3 bulan Juli, sedangkan pembuatan akun online berupa sosial media Instagram dan Facebook dibuat pada minggu ke 4 bulan Juli setelah dirundingkan dengan pemilik S Batik Batam. Kegiatan promosi akun sosial media dimulai pada minggu ke 4 bulan Agustus sampai minggu ke 3. Promosi akun batik yang juga dimulai pada minggu ke 4 bulan Juli. Kemudian endorse selegram dimulai pada minggu ke 4 bulan Juli, Minggu ke 1, ke 2 dan ke 3 bulan Agustus. Hasilnya semua kegiatan dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah dibuat.

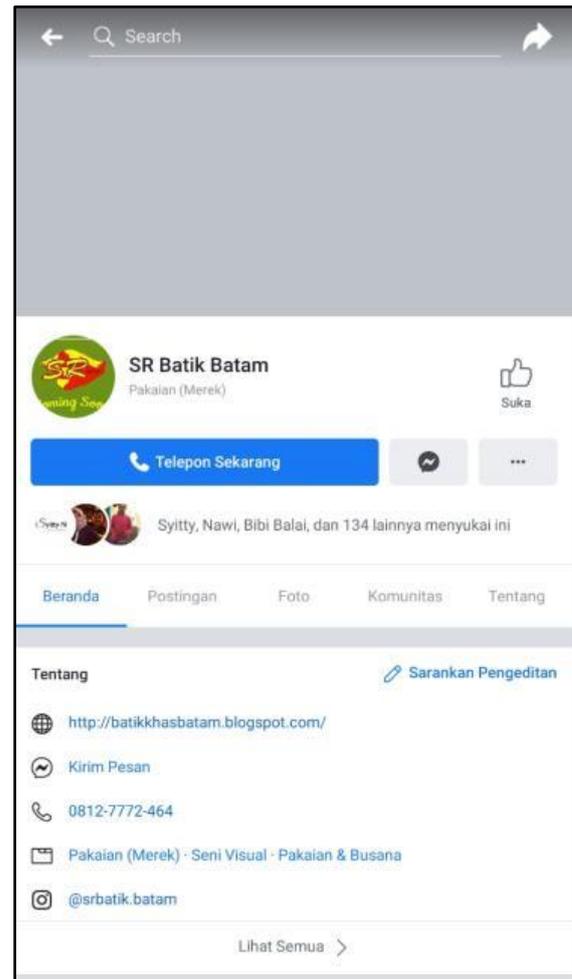
Maka dari itu sesuai dengan jadwal dibuatlah akun sosial media berupa Instagram dan Facebook dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2



Gambar 1. Akun Instagram

akun Instagram dibuat dengan nama sr.batik batam yang dimana sr merupakan singkatan dari sri rezeki. Akun Instagram juga dibuat dengan profil bisnis. Konten Instagram diunggah setiap 3 kali sehari dengan mempertimbangkan jam-jam yang dirasa ramai dihuni oleh pengguna sosial media Instagram serta Facebook serta diadakan tanya jawab di Instagram *story* setiap 2 kali seminggu.

Akun Instagram juga dihubungkan dengan akun Facebook dengan nama SR Batik Batam yang juga aktif mempromosikan batik SR, dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Akun Facebook

Setelah dilakukan penelitian dan mendapatkan hasil berupa template desain yang digunakan sebagai konten Instagram, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. Template foto produk

Pada gambar 3 merupakan template foto produk yang dimana khusus untuk memperlihatkan produk-produk kain batik SR Batam dan pada bagian caption terdapat penjelasan mengenai jenis batik dan motif yang ada pada kain batik tersebut.



Gambar 4. Template tahukah kamu

Pada gambar 4 merupakan template khusus untuk tahukah kamu yang dimana digunakan untuk memberikan pengetahuan seputar batik bertujuan untuk menambah pengetahuan para konsumen mengenai dunia perbatikan.



Gambar 5. Template testimoni

Pada gambar 5 merupakan bagian penjelasan untuk testimoni dalam bentuk foto-foto pelanggan maupun kegiatan pameran serta *fashion show* yang diikuti.

SIMPULAN

Batik SR Batam yang merupakan batik *handmade* yang berlokasi di Tiban Lama RT 01 RW 02 No 54, Kelurahan Tiban Lama, Kecamatan Sekupang. Sesuai dengan tujuan yaitu memanfaatkan sosial media Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk Batik SR Batam,. Hasil yang didapatkan setelah melewati proses yaitu berupa akun Instagram sr.batik batam serta akun Facebook dengan nama SR Batik Batam yang aktif dalam mempromosikan batik serta aktif mengunggah konten dan Instagram *story* setiap 3 kali sehari di jam-jam ramainya pengguna sosial media. Konten yang dibuat berisi foto produk, testimoni pelanggan serta konten tahukah kamu yang menambah wawasan mengenai batik. Hal ini sesuai dengan tujuan yaitu memanfaatkan teknologi dalam hal sosial media sebagai media promosi dan menjangkau pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyelasan artikel ini, penulis banyak mendapat bantuan berupa doa

serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Winshery Tan, SH., MH sebagai dosen pembimbing KWN, atas segala arahan, bimbingan, kesabaran, pikiran, waktu, perhatian dan keterampilan yang beliau ajarkan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini.

2. Winda Fitri, SH., MH sebagai dosen pembimbing KWN kedua, yang telah meluangkan waktunya serta memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi perbaikan artikel ini.

3. Pihak lainnya yang ikut serta membantu namun tidak dapat penulis disebutkan satu per satu, baik yang ikut terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan artikel ini.

sebagai Sarana Pemasaran Produk pada Konveksi Kerudung ‘Al-Kattar’ di Kelurahan Merjosari, Malang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 2(1).

Rajagukguk CP., Indra GF., & Herwanti S. 2018. Perubahan Komposisi Jenis Tanaman dan Pola Tanam pada Pengelolaan Agroforestri Damar. *Journal of Sustainable Forest*. 6(3): 18-27.

DAFTAR PUSTAKA

Claudia M., Hastin UA., & Yulianti P. 2001. PKM Peningkatan Kemampuan “Pemasaran Online” bagi Komunitas Perempuan di Rumah Kreatif Banjarmasin. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*. 1(1): 86-93.

Hernandeni DF., Bafadal I., & Maisyaroh. 2018. Intensitas Komunikasi Kepala Madrasah, Guru dan Tenaga Kependidikan dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*. 1(2): 150-159.

Luas CB., Franckie RM., & Ribka W. 2019. Hubungan antara Penggunaan Media Sosial dengan Kejadian Insomnia pada Remaja di SMA Advent Tanah Putih Likupang Barat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. 8(3): 85-93.

Pribadi A., Ghozali K., Hidayanto BC., Hafidz I., Muqtadiro FA., Hafidz MA., Sintiya ES., Puspitaningrum AC., & Sari R. 2018. Pelatihan Teknik Sosial Media Marketing