

PENGEMBANGAN MEDIA BARU DAN MEDIA PROMOSI DIGITAL DALAM TANTANGAN INDUSTRI KREATIF KERAJINAN ANYAMAN DESA JEPANG

Eko Sugiarto^a, Kemal Budi Mulyono^b, Tjetjep Rohendi Rohidi^c

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Diterima: Oktober 2018 Disetujui: November 2018 Dipublikasikan: Desember 2018

Abstrak

Kriya anyaman (sebagai produk seni tradisi) di Desa Jepang Kabupaten Kudus saat ini menghadapi dua persoalan yang dikotomis. Di satu segi desain anyaman tradisional yang masih dipertahankan saat ini semakin tertinggal dan tidak diminati pasar. Di segi lain terdapat tantangan berupa munculnya segmentasi pasar seni dalam bentuk produk anyaman yang lebih kontemporer dan fungsional bagi kebutuhan masyarakat urban. Hal ini berdampak pada manajemen usaha (khususnya pemasaran) yang masih konvensional. Aspek produksi dan manajemen usaha kerajinan anyaman belum tergarap dengan maksimal. Tujuan paper ini ingin menjelaskan: (1) inovasi media baru, teknik, dan kemampuan mengembangkan gagasan desain serta (2) pengembangan media promosi online. Metode yang digunakan yakni prapengembangan, pengembangan, dan pascapengembangan. Hasil yang dicapai yaitu penerapan metode new media art (NMA) dalam berkarya kerajinan dan perluasan jejaring pemasaran melalui media website/online.

Kata kunci: kerajinan, anyaman, new media art, industri, inovasi

Pendahuluan

Perajin anyaman di Desa Jepang merupakan kelompok masyarakat yang cukup produktif secara ekonomi (usaha mikro) dalam bidang seni kriya-kerakyatan. Desa Jepang sebagai sentra kriya anyaman pesisiran sesungguhnya telah banyak dikenal. Keterampilan anyaman di Desa Jepang telah ditemukan sejak zaman wali (abad ke-16), kemudian berlangsung secara turun-temurun.

Sekalipun saat bukan satu-satunya pekerjaan utama kaum pria, warga setempat (utamanya ibu-ibu) menempatkan kriya anyaman bambu sebagai pekerjaan yang digemari bagi ibu-ibu. Seiring dengan berjalannya waktu, geliat produk anyaman bambu memang mendapat pesaing, terutama bahan-bahan gerabah yang berasal dari plastik yang makin banyak di pasaran. Namun demikian, kerajinan anyaman bambu sampai saat ini tetaplah dipertahankan (Joedawinat, 2005).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, produk anyaman Desa Jepang selalu monoton dan tidak mengikuti perkembangan industri kreatif. Barang yang diproduksi oleh perajin anyaman secara tradisional utamanya berupa bentuk-bentuk masa lalu (klasik), antara lain ekrak, besek, tambir, kalo, kranjang, tampah, kipas, dunak, tebok, dan irig. Berikut ini adalah produksi kerajinan anyaman di Desa Jepang selama ini.

Hal ini berdampak pula pada manajemen usaha (khususnya pemasaran) yang masih konvensional. Aspek produksi dan manajemen usaha kerajinan anyaman belum tergarap dengan maksimal. Di tengah perkembangan industri kreatif pada bidang seni kriya, kelompok perajin masyarakat Desa Jepang masih saja bertahan dengan cara-

cara lama dalam memproduksi dan mengelola usahanya. Tillitt, B. & Bruder, M.N. (1998). *Speaking Naturally: Communication Skills in American English*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Tabel 1. Data Media dan Nilai Jual Kerajinan Anyaman yang Sudah Ada

| No | Produk | Sifat media | | Nilai jual produk perbulan | | |
|----|-----------------|----------------------------|------------------------|----------------------------|--------|--------|
| | | Media lama/ tradisional | Media baru/ inovasi | Tinggi | Sedang | Rendah |
| 1 | <i>Ekrak</i> | V | - | - | V | - |
| 2 | <i>Besek</i> | V | - | V | - | - |
| 3 | <i>Tambir</i> | V | - | - | - | V |
| 4 | <i>Kalo</i> | V | - | - | - | V |
| 5 | <i>Kranjang</i> | V | - | - | V | - |
| 6 | <i>Tampah</i> | V | - | - | - | V |
| 7 | <i>Kipas</i> | V | - | - | V | - |
| 8 | <i>Dunak</i> | V | - | - | - | V |
| 9 | <i>Tebok</i> | V | - | - | - | V |
| 10 | <i>Irig</i> | V | - | - | - | V |

(Sumber: Sugiarto, 2017)

Pemasaran dilakukan masih secara pasif dengan tiga bentuk, yaitu (1) menunggu pesanan, (2) diedarkan dari satu tempat ke tempat lain, dan (3) ditipkan di kios atau pasar. Dengan demikian, persoalan yang dihadapi mitra antara lain.

Tabel 2. Pemetaan Persoalan yang Dihadapi Mitra

| Peta persoalan | Prioritas Persoalan | | | | | Implikasi |
|---------------------------|---|--|---|---------------------------|---|-------------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Aspek Produksi | Tidak ada inovasi media baru (bahan dan teknik pembuatan) | Tidak ada kemampuan dan kemauan mengembangkan gagasan desain | Tidak ada memiliki referensi desain kerajinan | - | - | Nilai produk kerajinan rendah |
| Aspek Sumber Daya Perajin | Hanya menguasai satu teknik anyaman | Tidak ada pengetahuan produk inovatif | Tidak ada dorongan maju | Tidak ada pelatihan kerja | - | Nilai produk kerajinan rendah |
| Aspek Manajemen Pemasaran | Pemasaran sangat konvensional | Tidak memiliki website/situs online | Tidak adanya koperasi usaha | Tidak adanya show room | Tidak ada bantuan distribusi dari pemerintah desa | Nilai jual kerajinan rendah |

Dari berbagai persoalan umum yang telah dipetakan di atas, Tim Pengabdian Masyarakat pada tahun ini (2018) hanya memprioritaskan pada persoalan khusus yang paling mendasar, yaitu:

- 1) Tidak ada inovasi media baru, teknik, dan kemampuan mengembangkan gagasan desain.
- 2) Tidak memiliki website/situs online.

Dengan demikian, kreativitas menjadi aspek yang sangat penting dalam pengembangan kerajinan di Indonesia (Ariety, 1979).

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan. Penentuan permasalahan prioritas mitra yang telah ditentukan baik aspek produksi maupun manajemen usaha telah disepakati bersama pada saat koordinasi awal sehingga menghasilkan kesepakatan kerja sama.

Mitra yang dimaksud adalah kelompok perajin dan perangkat desa setempat. Perajin yang dilibatkan sebagai mitra yaitu diwakili oleh ketua kelompok perajin di beberapa RT, yaitu: Sumarni, Sarmi, Nurhadi (Ketua Perajin), Mualifah dan Sarmo. Partisipasi mitra (khususnya) dalam pelaksanaan program sebagai peserta pelatihan sekaligus berperan sebagai pelaku secara mandiri setelah

program PPM selesai. Sedangkan partisipasi perangkat desa dalam bentuk penanggungjawab atau penjamin keberlanjutan program ini.

Prosedur dan rencana kegiatan kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan diuraikan secara sistematis berupa langkah-langkah solusi atas persoalan pada kedua aspek utama (aspek produksi maupun manajemen). Prosedur kegiatan meliputi (1) pra kegiatan, (2) pengembangan produk, (3) pengembangan aplikasi pemasaran online, dan (4) monitoring dan evaluasi kegiatan. Prosedur kegiatan tersebut berorientasi pada pemecahan masalah mitra.

Selanjutnya tiap langkah/prosedur tersebut dirincikan dalam rencana-rencana kegiatan yang lebih spesifik. Berikut ini disajikan rencana kegiatan dalam skema fishbone yang mampu memberikan gambaran lebih jelas dan sistematis.



Gambar 1. Bagan Fishbone Metode Pelaksanaan Program

Hasil dan pembahasan

Ruang Lingkup Kerajinan Anyaman Desa Jepang

Desa Jepang sesungguhnya merupakan wilayah yang dikenal sebagai sentra kerajinan anyaman di Kabupaten Kudus. Anyaman mula-mula biasa digunakan manusia untuk perkakas dalam kehidupannya sehari-hari yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan makan (biologis) dan sosial-budaya. Joedawinata (2005) mengungkapkan anyaman pada dasarnya memiliki kedudukan yang sama dengan peralatan tembikar, karena anyaman adalah bentuk lain dari gerabah yang dibuat dari pengaturan bilah-bilah bambu (masyarakat Desa Jepang sering menyebutnya sebagai 'iratan' bambu). Kriya dengan bahan bambu atau kayu merupakan karya seni tradisi yang banyak ditemukan di wilayah asia tenggara, termasuk di Malaysia, Indonesia, dan negara yang lain. Oleh sebab itu pelestariannya harus berdasarkan sumber daya yang ada (Kong, 2010; Holt, 2000).



Gambar 1. Aktivitas Produksi Anyaman Bambu Desa Jepang

Kegiatan pengabdian dilaksanakan sebanyak dua kali pertemuan. Pertemuan dilaksanakan pada tanggal 9 dan 10 Juli 2018. Pelaksanaan kegiatan bertepatan dengan hari Sabtu dan Minggu karena menyesuaikan kesiapan waktu mitra pengabdian. Secara umum materi pelatihan terdiri atas dua materi pokok, yaitu materi paradigma desain kreatif dan pedoman teknis pengembangan kras anyaman.

Pengembangan Anyaman dengan Media Baru

Pengembangan anyaman sebagai sebuah kerajinan tua di Indonesia penting untuk dilakukan untuk mengembangkan kreativitas produk. Howard; Dryden & Johnson (1999) dalam artikelnya yang berjudul "Creative Behavior" menegaskan bahwa orang yang kreatif memiliki kemampuan untuk menemukan kompleksitas ide secara bersamaan, dan merekonstruksinya untuk diterapkan dalam aktivitasnya.

Kegiatan pelatihan telah dilaksanakan sesuai dengan kegiatan yang direncanakan sebelumnya, yaitu dalam dua kali materi dalam dua kali pertemuan. Tatap muka masing-masing dijadwalkan hari Sabtu tanggal 9 Juli 2018 dan Minggu tanggal 10 Juli 2018. Kemudian perlengkapan pelatihan yang digunakan antara lain 1). prototipe karya, 2) laptop dan LCD –proyektor, 3) sound system, dan peralatan dan bahan berkarya kriya anyaman. berikut ini adalah jadwal kegiatan pelatihan

Kegiatan hari pelatihan dilaksanakan pada hari Minggu, 9 Juli 2018 di Rumah salah satu pengrajin. Dalam acara tersebut, berkesempatan Prof. Dr. Tjetjep Rohendi Rohidi, MA memberikan sambutan sebagai pembuka. Sedangkan pihak mitra diwakili oleh Bapak Nurhadi. Berikut ini suasana pembukaan pelatihan yang juga dihadiri oleh perangkat desa setempat.



Gambar 2. Pembukaan Pelatihan Desain Anyaman dan Media Promosi/Pemasaran

Pihak pengrajin mengaku terbantu oleh pihak UNNES yang telah berbaik hati memberikan sumbangan dalam bentuk kegiatan pelatihan yang sangat bermanfaat. Menurutnya, kegiatan pelatihan ini dapat memberikan tambahan wawasan tentang desain karya anyaman dengan pendekatan new media art.

Pelatihan desain inovatif kriya anyaman Desa Jepang ini merupakan respons dari tim terhadap produk-produk setempat yang tidak memiliki varian. Produk yang dihasilkan juga masih mengandalkan pada pemertahanan bentuk-bentuk lama yang tidak memperhatikan perkembangan kriya seni di Indonesia. Apabila kondisi tersebut terus dibiarkan maka minat terhadap produk anyaman bambu akan semakin merosot. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan suasana kegiatan pelatihan.



Gambar 3. Pelatihan Desain Anyaman

Kegiatan pelatihan telah dilaksanakan dalam dua kali tatap muka dengan jadwal sebagai berikut. Pertama, materi yang disampaikan oleh Prof. Dr. Tjetjep Rohendi Rohidi, MA dengan topik pemahaman mendasar kepada pengrajin tentang paradigma kreatif dalam penciptaan seni rupa. Materi ini adalah materi yang bersifat teoretis dengan tujuan agar pengrajin memiliki keterbukaan wawasan dan sekaligus kesadaran bahwa kreasi dan inovasi sangat penting bagi pemertahanan kriya anyaman di masa depan.

Kedua, membimbing teknis desain kreatif produk anyaman. Materi ini disampaikan oleh Dr. Eko Sugiarto, S.Pd., M.Pd. Materi yang disampaikan merupakan persoalan teknis dalam mendesain produk inovatif kriya anyaman. Dalam pelatihan ini, pemateri memberikan wawasan desain-desain inovatif anyaman dalam bentuk tempat tisu, dan cup lampu. Kedua desain produk ini diberikan karena omsetnya cukup tinggi di pasaran.

Pengembangan Media Promosi Digital

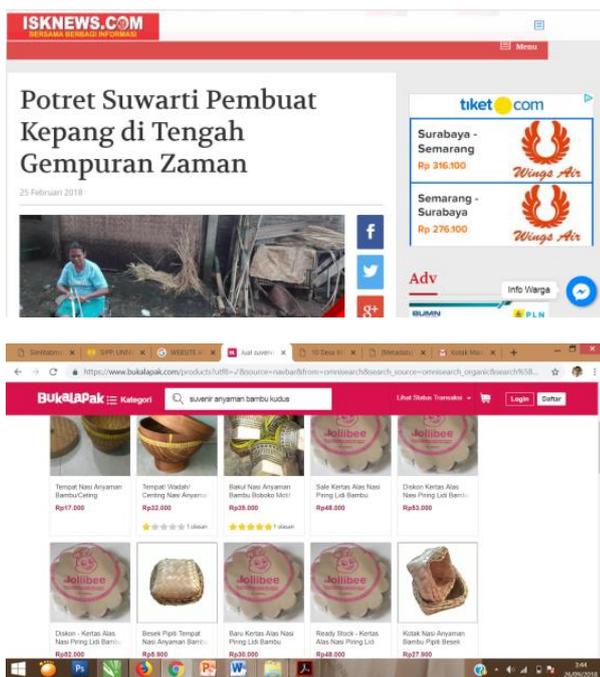
Media sosial masih menjadi platform yang sangat menarik untuk dieksplorasi dalam kaitannya dengan bagaimana *brand* atau *publisher* mengembangkan kanal pemasaran melaluinya. Namun banyak diakui, ada banyak tantangan yang harus dipecahkan, baik dari sisi penyesuaian dengan platform ataupun *audience*. Pasalnya Indonesia memiliki potensi pasar yang sangat besar di sini, seiring dengan pertumbuhan adopsi internet dan *smartphone*.

Mempromosikan merupakan bagian dari pemasaran. Promosi merupakan proses mengidentifikasi dan menghubungkan manusia dan kebutuhan sosialnya. Pemasaran adalah aktifitas dan proses untuk membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar

informasi yang mempunyai nilai untuk konsumen, klien, mitra dan masyarakat (Kotler, 2016:27).

Saat ini para pengusaha dan pengrajin produk Indonesia beranggapan bahwa promosi berarti membuat iklan dan itu membutuhkan biaya ratusan juta. Dengan melalui media-media ini tentu kita harus mengeluarkan dana yang berlebih untuk membuat dan memasang iklan. Asumsi seperti ini muncul karena iklan-iklan kebanyakan muncul di media-media komersil seperti tv, majalah, koran, brosur, dan media lainnya

Berikut ini adalah pengembangan media promosi digital produk anyaman.



Gambar 4. Media promosi digital

Perlu mencari dan memanfaatkan media lain yang lebih hemat, mudah, dan efektif seperti Internet. Seluruh dunia saat ini sudah mengakrabkan diri dengan bisnis dan transaksi melalui media digital, seperti internet. Bahkan, Internet sudah menjadi media belanja yang mudah dan menjadi salah satu senjata untuk meningkatkan kapasitas pemasaran dan promosi suatu produk kerajinan.

Simpulan

Pengembangan produk anyaman bambu di Desa Jepang dari segi gagasan lebih mengeksplorasi produk dengan varian baru, mencoba meninggalkan produk lama atau tradisi. Sedangkan media kerajinan kriya anyaman di Desa Jepang menggunakan material utama iratan bambu namun dikolaborasikan dengan material non-bambu, seperti kayu atau logam.

Pengembangan media promosi digital memanfaatkan teknologi desain grafis olah bitmap dan olah vektor sehingga

menghasilkan media promosi digital seperti flyer, e-catalog, poster online. Wujud media promosi diterapkan pada berbagai situs online dan media sosial.

Daftar Pustaka

- Ariety, Silvano. 1979. *Creativity, The magic Synthesis*. New York: Basic Book, Inc.Publisher
- Holt, Claire. 2000. *Melacak Jejak Perkembangan Seni di Indonesia*. Terjemahan R.M. Soedarsono. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Howard, S.; Dryden, J. & Johnson, B. 1999. *Childhood Resilience: Review and Critique of Literature*. Oxford Review of Education, 25(3), 307-323.
- Joedawinata, Ahadiat. 2005. Unsur-unsur Pemandu dan Kontribusinya dalam mewujudkan Sosok Artefak Tradisional dengan Indikasi-indikasi Lokal yang Dikandung dan Dipancarkannya”. *Laporan Disertasi*. Bandung: FSRD ITB (Tidak dipublikasikan).
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education Limited. Harlow
- Kuang, Ling Pik & Hasnah Toran. 2010. “Perlaksanaan Aktiviti Seni Kreatif dalam Pendidikan Prasekolah Malaysia”. Dalam *Educationist Journal* Vol. IV No. 1 Januari 2010, ISSN : 1907 – 8838 (page 35-47) University Kebangsaan Malaysia.
- Laporan Rektor Dies Natalis ke 57 Universitas Negeri Semarang tahun 2017.
- [Rencana Strategis tahun 2015 – 2019. LP2M UNNES.](#)
- Sugiarto, Eko. 2017. Kajian Pendidikan Seni Kolaboratif dalam Pewarisan Kriya Anyaman Masyarakat Desa Jepang Kabupaten Kudus. *Laporan Penelitian*. UNNES.

