

Penerapan Media Sosial Dan Photoshoot Dalam Menunjang Ekonomi Pengrajin Batik Dan Patung Di Desa Bejjong

Marselinus PRG¹, Esmeralda VL², Elsada RP³, Kresna DWP⁴, Galle E⁵, **Dwi Prasetyo⁶**
Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi –Almamater Wartawan
Surabaya (Stikosa-AWS)
Jl.Nginden Intan Timur 1/18 Surabaya 60118
Email: dwiprasetyo@stikosa-aws.ac.id

Abstract

The introduction of social media and photoshoots to the community in Bejjong Village is an important thing to do to make Bejjong Village more aware of social media as a promotional medium and the people of Bejjong Village are able to improve the economy. This social media introduction and photoshoot program was well received by the community in Bejjong Village. Bejjong village is a village that is unique in that it has a house that resembles a Joglo shape like the Majapahit kingdom.

This research involves the community around the Bejjong Village area such as people who trade to help advance their business by teaching Bejjong Village residents to be able and independent to use social media as a means of promoting trade in Bejjong Village residents in order to improve the economy.

This study uses a descriptive qualitative method where the research data is in the form of primary data sources for the community in Bejjong Village. Data was collected by using interview, observation, and documentation techniques. The instrument used for this research is a human instrument, namely the researcher himself. To maintain the validity of the data, the data analysis stage is carried out starting from the data reduction stage, data presentation, and drawing conclusions. Based on the results of the research, the residents of Bejjong Village are still unable to maximize Instagram social media as a promotional media.

keywords: social media, photoshoot, bejjong village,

Abstrak

Pengenalan media sosial dan photoshoot kepada masyarakat di Desa Bejjong merupakan hal yang penting dilakukan untuk mewujudkan Desa Bejjong menjadi lebih paham tentang media sosial sebagai media promosi dan masyarakat Desa Bejjong mampu menaikkan ekonomi. Program pengenalan media sosial dan photoshoot ini diterima baik oleh masyarakat di Desa Bejjong. Desa Bejjong merupakan desa yang memiliki keunikan yaitu memiliki rumah menyerupai bentuk Joglo seperti kerajaan Majapahit.

Penelitian ini melibatkan masyarakat sekitar kawasan Desa Bejjong seperti masyarakat yang berdagang guna membantu memajukan usaha mereka dengan cara mengajarkan warga Desa Bejjong agar mampu dan mandiri menggunakan media sosial sebagai sarana promosi perdagangan warga Desa Bejjong guna untuk meningkatkan ekonomi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana data penelitian yang berupa sumber data primer masyarakat di Desa Bejjong. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini berupa instrumen manusia yaitu peneliti sendiri. Untuk menjaga kebenaran data dilakukan tahap analisis data dimulai dari tahap reduksi data,

Marselinus dkk : Penerapan Media Sosial Dan Photoshoot Dalam Menunjang Ekonomi Pengrajin Batik Dan Patung Di Desa Bejijong

penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil riset peneliti bahwa warga Desa Bejijong masih belum dapat memaksimalkan media sosial instagram sebagai media promosi.

kata kunci : media sosial, photoshoot, desa bejijong,

1. PENDAHULUAN

Desa Bejijong merupakan desa yang berlokasi di provinsi Jawa Timur, kecamatan Trowulan, kabupaten Mojokerto. Desa Bejijong ini memiliki sejarah yang menarik yaitu terdapat peninggalan dari Kerajaan Majapahit. Menurut warga desa Bejijong, desa ini memiliki nama lokasi yang diambil dari kata “Bejijong” yang identik dengan kata Beijing dari negara China yaitu kapal dari Beijing yang terdampar hingga berlabuh di pelabuhan Mojokerto.

Desa Bejijong ini memiliki keunikan pada rumah penduduk yang mayoritas bentuk rumah ini terdapat gapura yang terdiri dari dua bangunan dengan bentuk sejajar menyerupai candi yang ada disekitar Desa Bejijong sebagai pintu gerbang menuju teras rumah.

Hampir dari seluruh warga desa yang tinggal di daerah Bejijong menjadi pengusaha seperti pengrajin patung, bahkan terdapat tempat wisata patung Buddha tidur raksasa seperti di Thailand. Jenis patung yang berada di Desa Bejijong ini mayoritas membuat patung kuningan namun ada juga pahat, batik yang dibuat oleh warga desa ini lebih fokus pada pembuatan batik tulis bahkan dari warga desa Bejijong sendiri memiliki batik cap khas bejijong, mebel ; seperti kursi dan kuliner.

Sejak dahulu hingga saat ini profesi paling banyak yang dipilih oleh warga desa Bejijong adalah pengrajin patung. Hasil karya pembuatan patung yang sudah jadi biasanya ditaruh diteras luar atau teras dalam rumah. Namun semenjak adanya pademi covid 19 yang belum juga usai hingga saat ini membuat setiap orang mengalami penurunan ekonomi bahkan sangat terasa di Desa Bejijong karena terdapat berbagai kerajinan patung, kerajinan batik, dan tradisi dari warga Desa yang diadakan oleh Kepala Desa kini tidak dapat berjalan seperti dulu sebelum pandemi covid 19. Seluruh pengusaha pengrajin sempat tidak boleh beroperasi dan para pekerja seniman tidak dapat berkumpul untuk membuat karya seni. Karena hal ini lah banyak yang membuat warga Desa Bejijong berganti alih profesi menjadi petani agar dapat memenuhi kebutuhan hidup.

2.METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Trowulan Mojokerto dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif dipilih oleh penulis supaya hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan di masyarakat, khususnya masyarakat kecamatan Trowulan Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Lokasi penelitian bertempat di Desa Bejijong Trowulan Mojokerto. Di Desa tersebut terdapat pengrajin batik dan pengrajin patung, cara memproduksi batik dan patung masih manual dan tradisional. Hasil karya yang dihasilkan oleh para pengrajin batik dan pengrajin patung masih mempertahankan budaya pada masa Kerajaan Majapahit, pengrajin batik masih menggunakan simbol-simbol pada era Kerajaan Majapahit dan pengrajin patung memproduksi patung seperti patung dewi taramusik, patung ganesha, patung bodhisatva, patung kilisuci, patung dewi parvati, patung sapi nandhi, senjata bajra, patung puspatara yang terbuat dari tembaga kuningan,tembaga, dan timah.

Untuk mendapatkan data yang valid dan objektif dalam penelitian, menggunakan informan dan data yang telah ditetapkan, yaitu : ketua desa yang memberikan akses kepada peneliti dan warga yang bekerja sebagai pengrajin batik dan patung yang sangat membantu peneliti untuk memahami situasi dan kondisi.

Dokumen merupakan salah satu sumber data yang pasti sangat berpengaruh dan menjadi rujukan yang tidak bisa lepas dari penelitian. Dokumen dapat berupa buku bermanfaat untuk penggalian sumber informasi selain dari informan. Buku yang memiliki informasi mengenai kerajinan batik mengenai arti simbol serta patung yang terdapat informasi tentang patung Dewi Tara, Bodhisatva, Kilisuci, Dewi Parvati, Sapi Nandhi, senjata Bajra, patung Ganesha yang dapat di akses informasinya mulai perpustakaan Trowulan, perpustakaan kampus, dan juga katalog pameran. Tidak hanya koleksi buku dalam perpustakaan saja, ada juga artikel, katalog pameran Majapahit: keseharian di Trowulan, majalah dan lain sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data yang terdiri dari Pengamatan (observasi) Metode pengamatan atau observasi adalah metode yang diperoleh dengan mengamati langsung objek yang diteliti, lingkungan sekitar. Moleong (2005:175) pengamatan mengoptimalkan kemampuan teknik observasi diambil oleh peneliti bertujuan untuk mengambil data yang mencakup permasalahan yang diteliti dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi yang menjadi objek penelitian. Pengamatan dilakukan secara langsung pada karya dari pengrajin batik dan patung.

Wawancara ini diajukan kepada informan yang betul-betul mengetahui permasalahan yang diteliti, wawancara dilakukan dengan para pengrajin batik dan patung yang berhubungan dengan kondisi perekonomian. Peneliti juga melakukan kegiatan mencatat data yang ada di lokasi tentang perkembangan berbagai macam bentuk batik dan patung mengambil data melalui foto dan hasil wawancara dengan para pengrajin batik dan patung.

Peneliti melakukan analisis data menggunakan:

- 1) Reduksi data, adalah aktifitas yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang mengenai hasil pengamatan dan mempermudah penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.
- 2) Display data, bertujuan untuk mempermudah dalam menguraikan data, dengan demikian dalam menentukan kesimpulan yang benar, display data dilakukan pada rumusan masalah yang peneliti ambil sebagai bahan peneliti yaitu pengrajin batik dan patung.
- 3) Kesimpulan, adalah langkah yang terakhir dari sebuah penelitian yang dilakukan peneliti setelah melalui seluruh proses analisis, sehingga dapat ditarik sebuah rangkuman dari semua hasil penelitian pada pengrajin batik dan patung di desa Bejjong, Trowulan Mojokerto.

Peneliti menggunakan keabsahan data dengan Triangulasi data, Triangulasi merupakan teknik yang dilakukan dengan cara mencari data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, yaitu data diperoleh dengan cara wawancara, kemudian dicek dengan observasi dan dokumentasi.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Bejjong yang terkenal dengan penduduknya pengrajin batik dan patung di kecamatan Trowulan kabupaten Mojokerto ± 12 km dari pusat kota Mojokerto, di bagian sisi paling barat wilayah Mojokerto.

Potensi di desa Bejjong sangat banyak, selain banyak umkm yang ada disana terdapat juga

Marselinus dkk : Penerapan Media Sosial Dan Photoshoot Dalam Menunjang Ekonomi Pengrajin Batik Dan Patung Di Desa Bejjong

pengrajin patung, misalnya cor kuningan, patung tanah liat yang di bentuk sesuai dengan model dan kreasi pengrajinnya, selain itu ada juga pengrajin batik, di desa Bejjong sendiri terdapat batik khas desa Bejjong yaitu batik khas gapura majapahit dan juga ada batik lainnya seperti batik tjcap dan batik tulis. Selain itu masyarakat desa Bejjong sangat mempunyai keinginan dan keyakinan yang kuat dalam belajar mengembangkan potensi-potensi yang mereka miliki, para anak muda juga disana terlihat mempunyai potensi dalam bidang seni rupa yaitu patung dan batik yang perlu di kembangkan lagi untuk menunjang di sektor ekonomi desa Bejjong.

Dalam proses kegiatan penelitian ini tim membantu para pengerajin batik dan juga pengerajin patung dengan memberikan sebuah materi yaitu tentang tips dan trik dalam memasarkan produk melalui fotografi dan video. Selain itu juga tim juga memberikan praktek secara langsung tentang bagaimana cara mengambil gambar dengan baik dan juga menarik untuk diupload di media sosial serta kami juga mengajari teknik-teknik cara mengambil gambar kepada masyarakat di Desa Bejjong. Tidak hanya itu saja, tim juga memberikan tips dan juga strategi bagaimana cara mempromosikan produk barang agar banyak konsumen yang tertarik dengan produk tersebut.

Hasil yang kami dapat setelah tim peneliti melaksanakan program yang di buat adalah masyarakat di Desa Bejjong jadi paham tentang teknik fotografi dan juga videografi dan mereka juga sangat senang menerima materi dan praktek secara langsung dari tim kelompok peneliti. Selain itu, masyarakat desa Bejjong juga saat ini dapat mempromosikan produk mereka dengan desain-desain yang menarik dan tidak lagi asal-asalan dalam mengambil gambar.

Pada pemberian materi Foto dan Vidio Memanfaatkan Sosial Media, masyarakat antusias dan interaktif saat diberikan materi. Tidak hanya pengerajin batik yang datang. Melainkan pengusaha UMKM lainnya juga datang seperti contohnya pengerajin tas, penjual keripik dan kue tart. Kemudian pengenalan teknik foto untuk pengerajin batik, masyarakat ikut bergerak aktif dan bertanya salah satunya adalah menanyakan teknik foto apa yang cocok digunakan untuk produk dagangannya dan juga mereka ingin mencoba mempraktekkan tekniknya.

Untuk pelatihan pengenalan teknik vidio untuk pengerajin batik, Masyarakat aktif bergerak dan bertanya, salah satu contoh menanyakan bagaimana teknik pengambilan vidio yang baik agar tidak goyang saat mengambil gambar dan mencoba mempraktekannya. Pada pengenalan editing foto untuk pengrajin batik, masyarakat aktif dengan contoh mempraktekkan teknik crop dan pengaturan cahaya. Untuk pengenalan editing video untuk pengrajin batik, masyarakat aktif dengan contoh mempraktekkan teknik cut to cut dan transisi.

Berikut Contoh Feed Instagram pengerajin yang mendapat pembekalan dari tim peneliti setelah dilakukan pembekalan materi :

Gambar 1. Hasil foto dan posting di instagram



(sumber : dokumentasi pribadi)

Marselinus dkk : Penerapan Media Sosial Dan Photoshoot Dalam Menunjang Ekonomi Pengrajin Batik Dan Patung Di Desa Bejjong

Gambar 2. Hasil foto dan posting di instagram



(sumber : dokumentasi pribadi)

Gambar 3. Tim peneliti dengan pengurus desa



(sumber : dokumentasi pribadi)

Gambar 4. Penjelasan materi oleh tim peneliti



(sumber : dokumentasi pribadi)

Gambar 5. Praktek Photoshoot



(sumber : dokumentasi pribadi)

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan program kuliah kerja lapangan yang juga sebagai pengabdian masyarakat untuk berbagi softskill dapat disimpulkan bahwa penerapan pembelajaran mengenai teknik pengambilan gambar dan video meningkatkan minat para pengrajin batik dan patung Desa Bejijong sebagai penunjang daya tarik konsumen terhadap iklan mereka, melalui pembelajaran teknik pengambilan gambar dan video pun membuat mereka sadar sebagaimana gambar yang nantinya akan di iklankan menjadi nilai lebih dan guna memikat perhatian calon konsumen, dengan mengikuti setiap teknik, angle, dan komposisi, para pengrajin dapat melakukannya dengan baik dan benar, hingga apa yang telah diajarkan oleh tim program kuliah kerja lapangan Stikosa-AWS dapat diterima dengan baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

Moleong, Lexi J. (2005), Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung :P. T. Remaja Rosdakarya.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1. Penerbit Erlangga.

Kotler Philip (2000), Marketing Management Millenium Edition, Prentice Hall International, Inc,

Masnia Ningsih, & Rakhmad Saiful Ramadhani. (2021). Pengembangan Motif Batik Etno Majaphit Pada Komunitas Pembatik Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.128>

Markplus Institute of Marketing (2009), Brand Operation, Jakarta : Erlangga

Mucholil, I Gede Oka R, Iman Iswari, Fahmi RS, Indra BP, & Linggar MS. (2021). Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 60-68. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.135>

[Http://www.wongmojokerto.com/2009/10/mojokerto-patenkan-6-motif-batik-tulis](http://www.wongmojokerto.com/2009/10/mojokerto-patenkan-6-motif-batik-tulis), diakses pada tanggal 1 Juli 2021