

WEB MEDIA DEVELOPMENT IN PROMOTING THE EMPOWERMENT OF SONGKET WEAVING PRODUCTS IN MUARA PENIMBUNG ULU VILLAGE

SPEKTRUM
Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)
<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/pnfi>
Jurusan Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Padang
Sumatera Barat, Indonesia

Volume 11, Nomor 1, Februari 2023
DOI: 10.24036/spektrumpls.v11i1.120326

Riska Wulandari¹, Mega Nurrizalia²

¹Jurusan Pendidikan Masyarakat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Brawijaya

² riskaw5.dari@gmail.com

ABSTRACT

This development research aims to produce web media in the promotion of songket weaving empowerment products as a valid and practical promotional media using the ADDIE development model (analysis, design, development, implementation and evaluation) which is carried out at the Mardiah Songket Gallery in Muara Penimbung Ulu village. The data collection techniques used in this study were interviews and questionnaires. The result of this study is that web media in the promotion of songket weaving products that have a media validity level get a total value of 38 with a percentage of 95%, then the material gets a total value of 32 with a percentage of 80%, and the language gets a total score of 34 with a percentage of 94.4%. This songket weaving product empowerment promotional web has a practicality level of 95% which is very feasible. Based on the results of validation and implementation, it can be concluded that the development of web media in the promotion of songket weaving empowerment products is categorized as very valid or very feasible and practical.

Keywords: web, promotion, empowerment

PENDAHULUAN

Perkembangan IPTEK saat ini memberikan pengaruh yang positif di segala bidang kehidupan, salah satunya penggunaan media online berbasis web sebagai media untuk menyebarkan berbagai informasi. Pemanfaatan internet khususnya media online sudah seharusnya mendapatkan perhatian bagi para pelaku pemberdayaan masyarakat khususnya untuk meningkatkan kualitas informasi, karena media ini menjangkau khalayak sasaran yang luas dan jumlah pengguna internet yang beragam dan semakin meningkat. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat membantu dalam mempromosikan keunikan dan potensi daerah, sehingga semakin dikenal secara luas.

Media promosi berbasis web telah terbukti memberikan manfaat terhadap proses promosi sebuah produk yang ada. Hal ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Nurfathiyah dkk (2018), dimana keberadaan web promosi dan penjualan produk pertanian di desa Tangkit Baru telah membantu petani dalam promosi dan penjualan produk pertanian. Banyak program pemberdayaan masyarakat dilaksanakan di daerah yang jauh dari pusat Kota. Seperti di Kabupaten Ogan Ilir yaitu desa Muara Penimbung Ulu. Salah satu potensi yang ada di desa Muara Penimbung Ulu yaitu kain songket dan topi caping. Kerajinan tenun songket di Indralaya mengalami naik turun tergantung kondisi sosial dan ekonomi daerah tersebut. Desa Muara Penimbung Ulu merupakan pusat kerajinan tenun songket yang meliputi desa-desa sekitarnya.

Masalah yang timbul adalah kesulitan para pengrajin untuk mempromosikan kain tenun yang mereka produksi supaya laku dan memiliki daya tarik besar bagi siapa saja yang melihatnya. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu dengan mengikuti pameran, orang yang datang ke ke galeri, dan melalui mulut ke mulut konsumen sehingga promosi menjadi tidak maksimal. Karena itu sangat diperlukannya sebuah terobosan dalam proses mempromosikan produk agar penjualan produk meningkat, salah satunya dengan menggunakan media web. Dilakukannya pengembangan web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket di desa Muara Penimbung Ulu. Dengan tujuan menghasilkan media web yang valid dan praktis dalam proses promosi produk.

Media promosi adalah alat atau sarana untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa dalam rangka mendorong tingkat pembelian atau penjualannya. Rambat Lupiyoadi (dalam Musa & Rotinsulu: 2019) promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Ekadewi, Yunanto, and Sastrawijaya (2018) Idealnya, kegiatan promosi dilakukan secara terus menerus di berbagai media, baik cetak maupun elektronik, yang dinilai efektif menjangkau pasar.

Web adalah kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui mesin pencari. Menurut Jimi (dalam Tey Seran: 2021) Website adalah keseluruhan kumpulan halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi baik yang bersifat statis dan dinamis. Menurut Yanti (2018) blog merupakan singkatan dari “web log” yang merupakan suatu bentuk aplikasi web yang berupa aneka macam tulisan-tulisan yang di muat sebagai posting atau artikel-artikel blog pada sebuah halaman web umum (template blog).

Pemberdayaan secara konseptual berasal dari kata power (kekuasaan atau keberdayaan). Mardikanto & Soebiato (2019) mengartikan pemberdayaan masyarakat merupakan proses perubahan sosial, ekonomi dan politik untuk memberdayakan dan memperkuat kemampuan masyarakat melalui proses belajar bersama yang partisipatif, agar terjadi perubahan perilaku pada diri semua stakeholders (individu, kelompok, kelembagaan) yang terlibat dalam proses pembangunan, demi terwujudnya kehidupan yang semakin berdaya, mandiri, dan partisipatif yang semakin sejahtera secara berkelanjutan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian pengembangan atau Research and Development (R&D) dengan menggunakan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation (Hamzah: 2020). Lokasi penelitian di Galeri Mardiah Songket desa Muara Penimbung Ulu. Subjek penelitian ini yaitu 3 orang ahli dan 9 pengrajin. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, validasi ahli dan angket. Analisis data validasi ahli menggunakan skala likert dan skala guttman untuk menghitung kepraktisan media web promosi produk pemberdayaan tenun songket desa Muara Penimbung Ulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

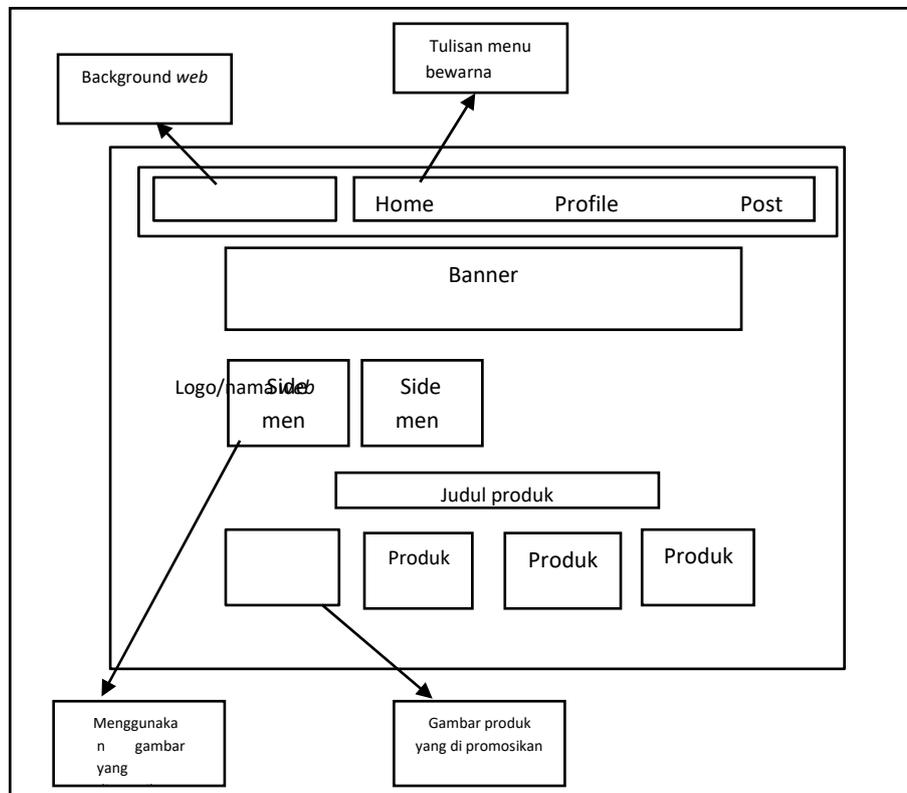
Analisis

Tahap analisis dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dari pengrajin sebelum dilakukannya pengembangan produk yang akan dibuat. Terdapat 4 aspek dalam tahap analisis yaitu aspek media komunikasi, aspek penggunaan internet, aspek promosi, dan aspek kebutuhan. Pada aspek media komunikasi 93% pengrajin sudah memiliki smartphone dan 57% pengrajin tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan smartphone. Aspek penggunaan internet menjelaskan 93% pengrajin bisa menggunakan internet. Analisis kebutuhan pada aspek promosi menunjukkan bahwa 57% pengrajin lebih sering melakukan promosi produk tenun songket secara lisan atau langsung. Pada aspek

kebutuhan 93% pengrajin tertarik mencoba mempromosikan tenun songket menggunakan media online web.

Desain

Gambar 1
Storyboard web Promosi



a) Menu beranda (Home), Pada halaman utama terdapat logo/nama web, beberapa menu web dan beberapa produk tenun songket yang dihasilkan oleh para pengrajin tenun songket; b) Menu profil, Menu profil merupakan menu yang berisi struktur organisasi galeri songket mardiah, map lokasi, profil galeri songket dan sejarah galeri songket mardiah; c) Menu post, Menu post merupakan menu yang berisi kegiatan-kegiatan pengrajin yang ada di galeri songket mardiah.

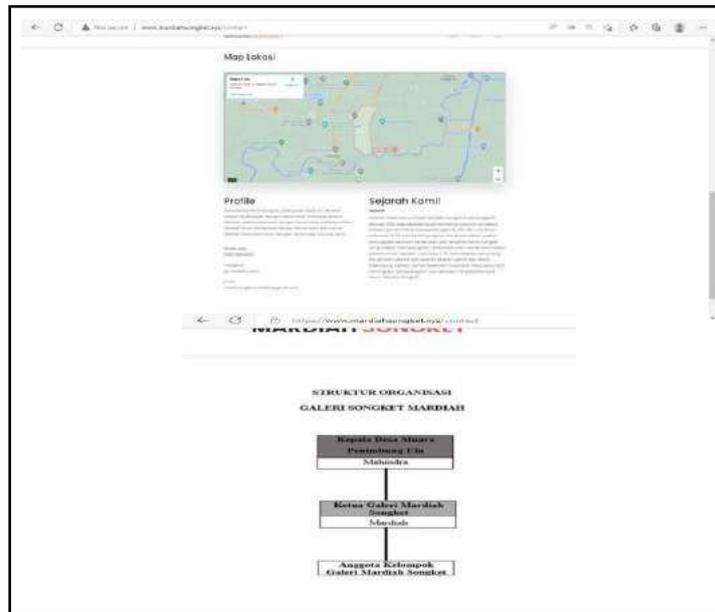
Pengembangan

Pembuatan *Produk*

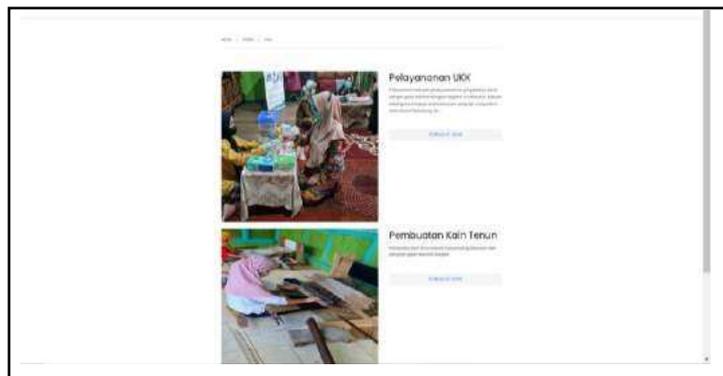
Gambar 2
Tampilan Menu Home



Gambar 3
Tampilan Menu Profil



Gambar 4
Tampilan Menu Post

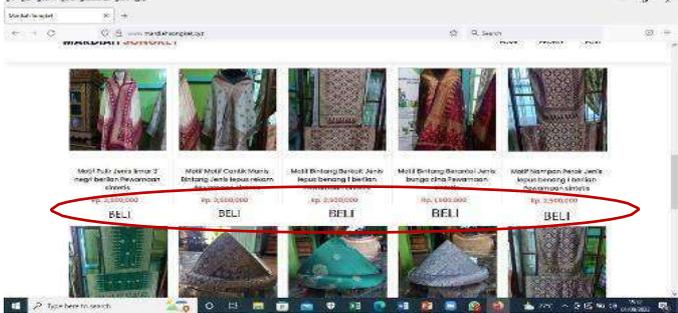
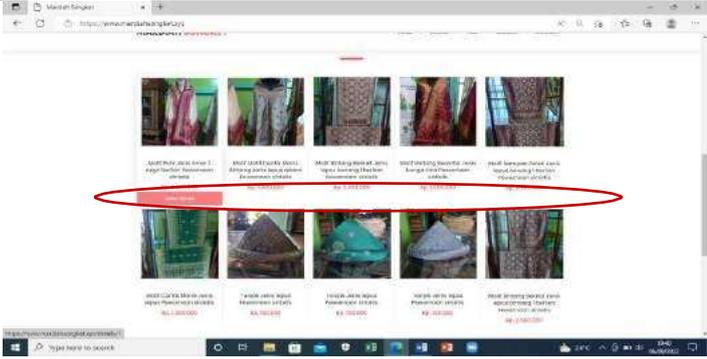


Validasi Ahli

Penilaian validasi dilakukan oleh berbagai ahli dibidangnya yaitu ahli media, ahli materi dan ahli Bahasa; a) Validasi media, Secara keseluruhan skor maksimal komponen sebesar 40, kelayakan pada media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket memperoleh skor 38 dengan persentase 95%. Dari aspek media, media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket dinyatakan memiliki kategori sangat layak atau sangat valid. Saran yang diberikan validator yaitu mensimetriskan menu/tombol beli atau menu lihat detail pada produk songket; b) Validasi materi, Secara keseluruhan skor maksimal sebesar 40, kelayakan pada materi pada media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket memperoleh skor 32 dengan persentase 80%. Dari aspek materi, materi pada media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket dinyatakan sangat layak (sangat valid). Saran yang diberikan validator yaitu penambahan materi deskripsi pada setiap produk tenun songket, penambahan materi mengenai sejarah songket dan tanjak dan penambahan beberapa foto gedung tempat menenun dan foto alat yang digunakan dalam menenun songket; c) Validasi Bahasa, Secara keseluruhan skor maksimal komponen sebesar 36, kelayakan pada media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket memperoleh skor 34 dengan persentase 94,4%. Dari

aspek bahasa, bahasa pada media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket dinyatakan memiliki kategori sangat layak atau sangat valid.

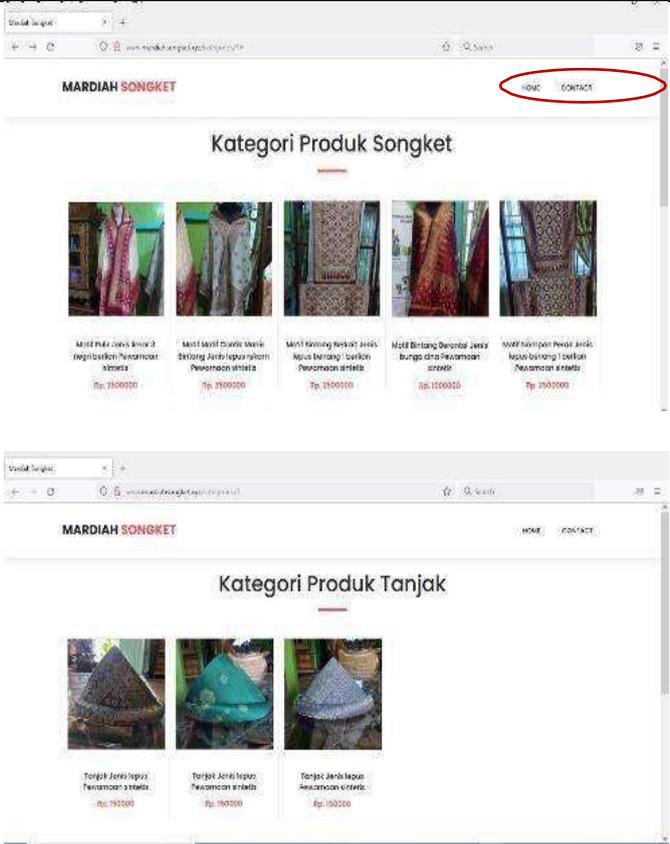
Tabel 1
Revisi Produk

No	Revisi Produk
1	Ahli Media
	Sebelum Revisi
	 <p>Menu/ikon beli atau menu lihat detail belum ada dan belum simetris pada setiap produk tenun songket.</p>
	<p>Sesudah Revisi</p>  <p>Menu/ikon beli atau menu lihat detail pada setiap produk tenun songket sudah ada dan simetris. Menu akan muncul ketika kursor diarahkan ke produk atau di klik produk.</p>

Ahli Materi

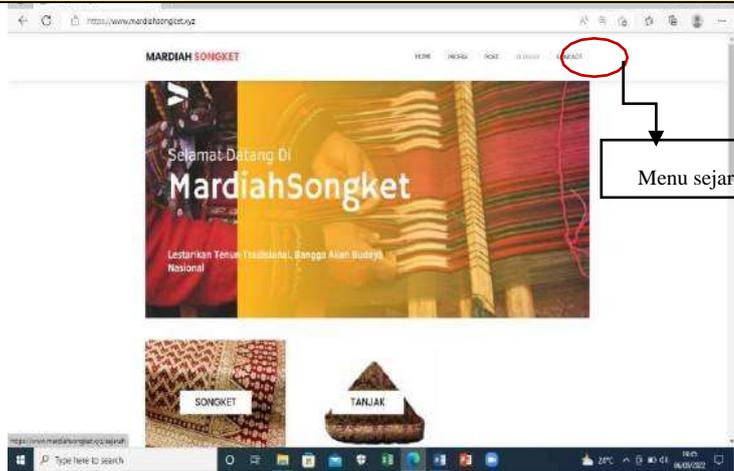
Sebelum Revisi

2

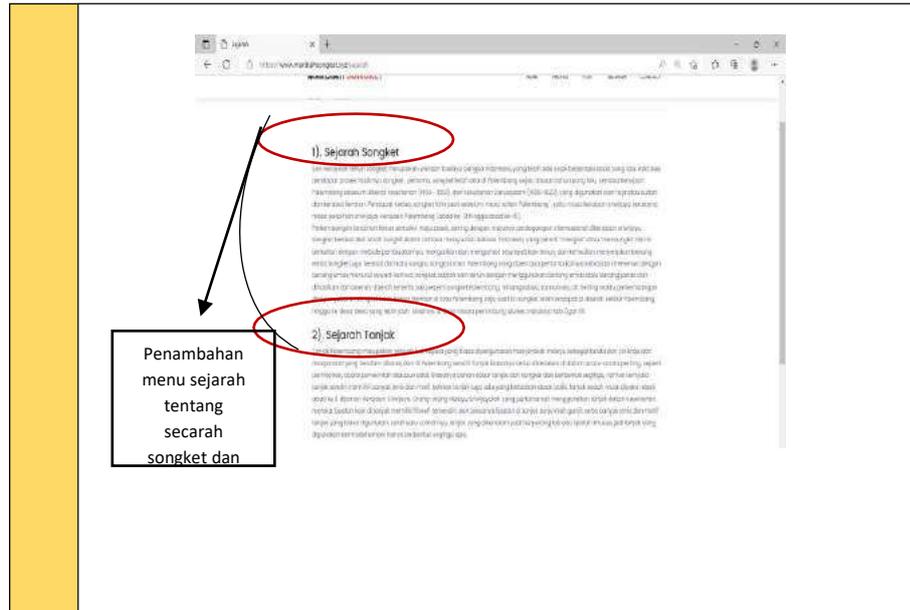


Belum ada menu yang menjelaskan tentang sejarah songket dan tanjak

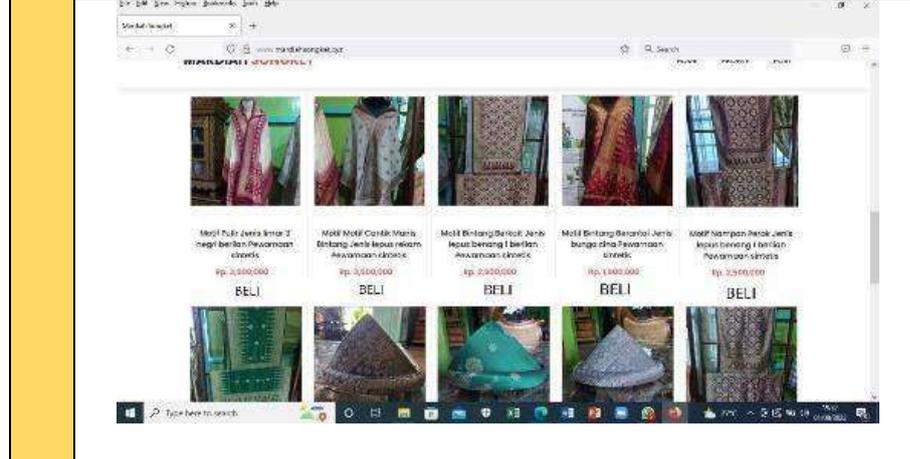
Sesudah Revisi



Menu sejarah



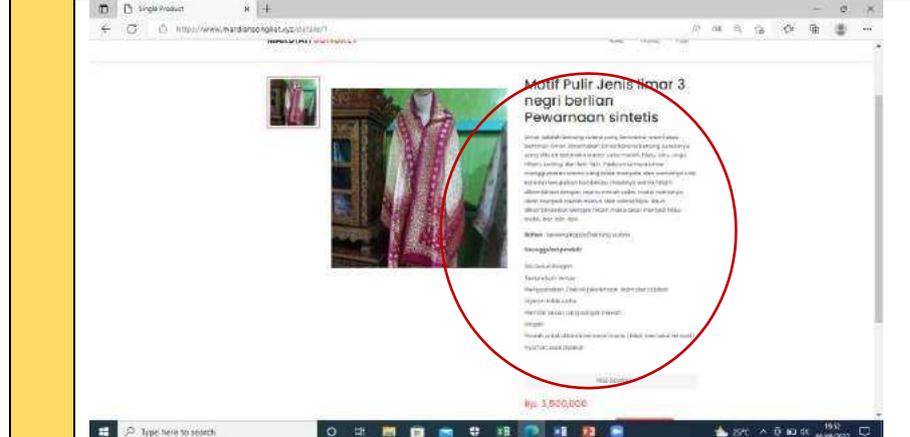
Sebelum Revisi



Belum adanya deskripsi motif atau bahan pada setiap produk

3

Sesudah Revisi



Sudah ditambahkan deskripsi singkat pada setiap produk

Sebelum Revisi

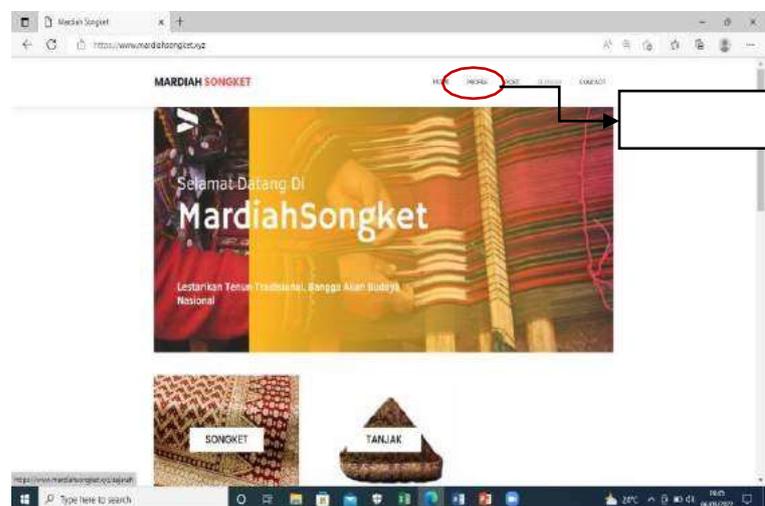
4

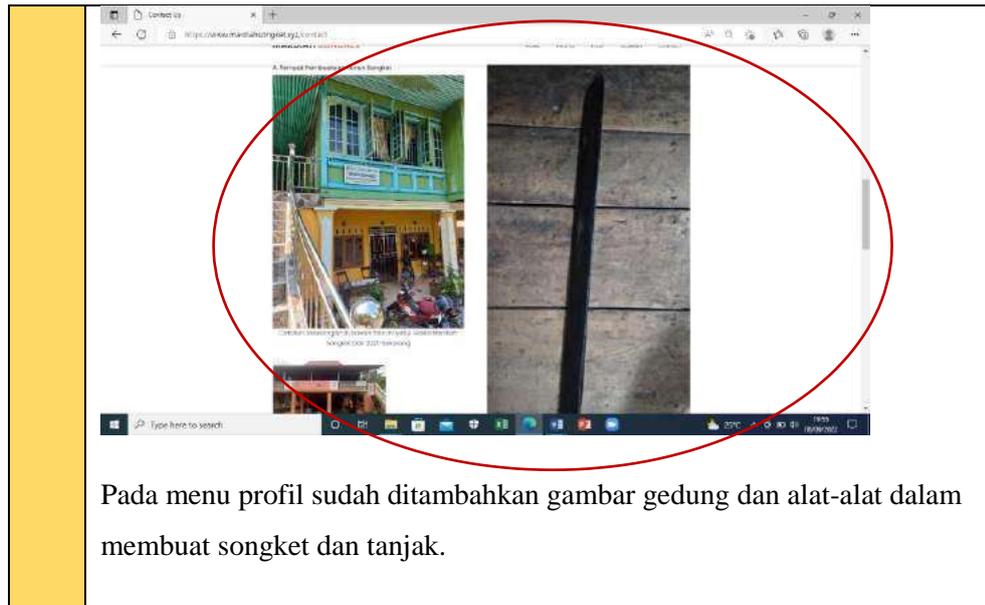
Menu profil

Profile

Sejarah Kami!

Pada menu profil dibagian materi profil dan sejarah belum ada gambar gedung, alat-alat membuat songket dan tanjak.





Iplementasi

Uji coba one to one

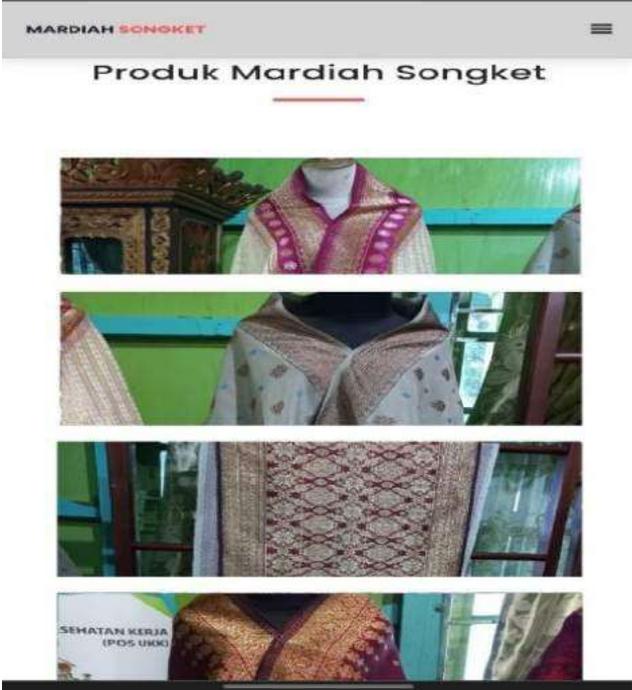
Media web dalam promosi pemberdayaan produk tenun songket dikategorikan sangat layak dengan persentase 88%. Adapun saran yang diberikan yaitu pada bagian atas yang terdapat nama web dan beberapa menu agar diberika warna yang berbeda dari background web.

Uji Small Group

Diperoleh kategori sangat layak dengan persentase 95%. Adapun saran yang diberikan yaitu agar lebih diperbaiki susunan web saat diakses menggunakan smartphone.

Tabel 2
Revisi Produk Akhir

No	Revisi Produk
	Uji coba <i>one-to-one</i>
	Sebelum Revisi
1	 <p>Latar tulisan logo “MARDIAH SONGKET” dan menu-menu diatas berwarna putih.</p>

No	Revisi Produk
	Uji coba <i>small group</i>
	Sebelum Revisi
2	 <p>Tampilan web ketika diakses menggunakan <i>smartphone</i> produk tidak tampil secara penuh.</p>



Evaluasi

Untuk menilai kelayakan dan kepraktisan produk ini, maka dilakukan tahap validasi oleh ahli media, ahli materi dan ahli bahasa yang ahli dalam bidangnya masing-masing. Sehingga didapat hasil kriteria sangat layak dengan persentase keseluruhan 89,8%. Pada uji coba one to one diperoleh skor 106 dengan persentase 88% yang memperoleh kategori sangat layak. Sedangkan pada uji coba small group diperoleh skor persentase sebesar 95% dengan kategori sangat layak. Berdasarkan kriteria web yang baik menurut Tropher (2022), menjelaskan bahwa terdapat 7 indikator web dapat dikategorikan baik/layak yaitu usability, mekanisme navigasi, desain visual, contents, compability, loading time, dan accessibility.

Pembahasan

Pengembangan media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket terdiri dari pengembangan desain seperti warna bervariasi, penambahan beberapa gambar produk tenun songket yang menarik, dan tampilan menu. Dari segi materi yaitu jelas dan mudah dipahami, menarik dan informatif sesuai dengan tujuan web promosi. Kemudian dari segi bahasa media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket menggunakan bahasa yang jelas, lugas dan mudah dipahami. Kelayakan setelah divalidasi oleh validator dari 3 ahli yaitu ahli media sebesar 95%, ahli materi sebesar 80%, ahli bahasa sebesar 94,4% yang berarti media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket “sangat layak” untuk dikembangkan. Respon media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket oleh pengrajin tenun songket diperoleh hasil keseluruhan angket yang menyatakan “sangat layak dan paraktis” dengan perolehan persentase uji coba one to one sebesar 88% dan uji coba kelompok kecil (small group) sebesar 95%. Dari hasil penelitian disimpulkan media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket sangat layak digunakan sebagai media promosi tenun songket di kelompok tenun Galeri Mardiah Songket desa Muara Penimbung Ulu.

Salah satu tahap pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan kemandirian dan ekonomi masyarakat agar lebih berdaya. Memberdayakan potensi-potensi desa yang ada sekarang serta memperkenalkannya kepada masyarakat luas merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat. Salah satu pemberdayaan masyarakat yang dilakukan sesuai perkembangan zaman yaitu pemberdayaan dengan memanfaatkan teknologi yang ada seperti pemanfaatan media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket di Galeri Mardiah Songket. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liando (2020) mengenai pemberdayaan masyarakat melalui penerapan web potensi desa di desa Lalumpe Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan.

KESIMPULAN

Media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket sebagai media promosi produk tenun songket dapat dikembangkan menggunakan model ADDIE. Hasil dari langkah-langkah tersebut dihasilkan media web promosi yang telah valid dan praktis sehingga layak untuk digunakan sebagai media promosi tenun songket desa Muara Penimbung Ulu. Media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket dinyatakan valid setelah melalui penilaian dari 3 ahli yaitu ahli media, materi dan bahasa dengan persentase yang didapat pada validasi media 95%, validasi materi sebesar 80% dan validasi bahasa sebesar 94,4%. Kepraktisan media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket dapat digunakan untuk memperkenalkan berbagai produk hasil kerajinan tenun songket kepada khalayak umum memperoleh kategori sangat praktis dengan skor persentase sebesar 88% pada uji coba one to one dan 95% pada uji coba kelompok kecil (small group). Hal ini menyatakan media web dalam promosi produk pemberdayaan tenun songket adalah web terkategori valid dan praktis.

DAFTAR RUJUKAN

- Hamzah, A. (2020). Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development) Uji Produk Kuantitatif Dan Kualitatif Proses Dan Hasil Dilengkapi Contoh Proposal Pengembangan Desai Uji Kualitatif Dan Kuantitatif. Malang: Literasi Nusantara.
- Liando, O. E. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penerapan Web Potensi Desa Di Desa Lalumpe Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan. *ABDIMAS: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 13(2).
- Musa, B., Rotinsulu, J, J. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi Terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam Pada Pt. Pandu Prima Manado. *Jurnal EMBA*. 7(3): 2701-2710.
- Nurfathiyah, P., Marsal, J., & Aminoto, T. (2018). Pengembangan Media Pemasaran (Website) Produk Pertanian Di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Muaro Jambi. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*. 2(2):112-123.
- Tey Seran, K. J. (2021). Pengembangan Media Promosi Potensi Desa Oepuah Dengan Menggunakan Metode Waterfall. *Journal of Information and Technology*, 1(1), 31–36.
- Tropher, T. (2022). KRITERIA WEBSITE YANG BAIK DAN BENAR. KRITERIA WEBSITE YANG BAIK DAN BENAR.