

Integrasi Nilai Budaya Islami Dalam Motif Batik Pelo Ati Untuk Pemberdayaan Sosial dan Ekonomi Kreatif Komunitas Rifaiyah

Anik Rahmawati¹, Menik Tetha Agustina^{2*}, Laelatul Anisah³, Sufrotun Khasanah⁴

¹Universitas Selamat Sri, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Batang

²Universitas Nasional Karangturi, Program Studi Psikologi, Semarang

³Universitas Selamat Sri, Program Studi Psikologi, Kendal

⁴Universitas Selamat Sri, Program Studi Teknik Industri, Batang

Email: agustinatatha@gmail.com^{2*}

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keberdayaan Komunitas Batik Rifaiyah Desa Kalipucang Wetan melalui integrasi nilai budaya Islami dalam motif batik “Pelo Ati” sebagai inovasi seni Nusantara yang berdaya sosial dan ekonomi. Program ini dilatarbelakangi oleh permasalahan utama berupa belum optimalnya keberlanjutan seni batik Rifaiyah sebagai ruang ekspresi kreatif masyarakat, keterbatasan keterampilan inovasi produk, serta lemahnya aspek pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui beberapa tahapan, meliputi sosialisasi, pelatihan keterampilan desain dan diversifikasi produk, penerapan teknologi dalam pembuatan kemasan dan promosi digital, pendampingan berkelanjutan, serta evaluasi hasil. Kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa lintas disiplin dari bidang Desain Komunikasi Visual, Psikologi, dan Teknik Industri. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan komunitas dalam berinovasi produk, mengelola media sosial, serta merancang strategi pemasaran digital. Komunitas Batik Rifaiyah berhasil menciptakan sepuluh produk baru berbasis motif Islami dengan kemasan kreatif dan membangun platform digital sebagai media promosi. Dampak kegiatan terlihat dari meningkatnya partisipasi generasi muda serta terwujudnya kolaborasi antara akademisi, masyarakat, dan pemerintah daerah. Program ini didanai oleh Kemendikristek melalui skema pendanaan Program Inovasi Seni dan Nusantara (PISN) Tahun Anggaran 2025. Rekomendasi kegiatan ke depan adalah pembentukan Creative Hub Rifaiyah dan perluasan jejaring pemasaran digital agar keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis nilai Islami dapat terus berkembang.

Keywords: Batik rifa'iyah, Budaya islami, Ekonomi kreatif, Inovasi seni, Pemberdayaan masyarakat

PENDAHULUAN

Seni tradisi merupakan salah satu kekuatan kultural bangsa yang memiliki peran penting dalam menjaga identitas nasional, memperkuat kohesi sosial, serta menumbuhkan kreativitas masyarakat (Hidayat, 2021). Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi, keberlanjutan seni tradisi menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, baik dari sisi regenerasi pelaku, adaptasi terhadap teknologi, maupun daya saing di pasar modern. Salah satu bentuk seni tradisi yang memiliki nilai filosofis tinggi dan perlu mendapatkan perhatian khusus adalah Batik Rifaiyah, sebuah tradisi membatik yang tumbuh di Desa Kalipucang Wetan, Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Batik ini dikenal dengan motif “Pelo Ati” yang sarat dengan nilai-nilai Islami, seperti kesucian hati, ketulusan, dan kesederhanaan, yang diwariskan secara turun-temurun oleh komunitas keagamaan Rifaiyah (Rahmawati, Paramitha, & Tiyono, 2024).



Gambar 1. Batik rifaiyah Motif “Pelo Ati” Pagi-Sore

Meskipun memiliki nilai spiritual dan estetika yang tinggi, keberlanjutan Batik Rifaiyah saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar. Pertama, masih terbatasnya inovasi desain dan diversifikasi produk membuat batik ini belum mampu bersaing di pasar modern. Kedua, lemahnya strategi pemasaran dan minimnya pemanfaatan teknologi digital menyebabkan akses pasar Batik Rifaiyah sangat terbatas. Ketiga, rendahnya minat generasi muda untuk terlibat dalam proses kreatif membatik menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlangsungan tradisi ini di masa depan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa seni tradisi perlu didekati dengan perspektif baru, yaitu dengan mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dan pendekatan teknologi kreatif agar dapat terus tumbuh dan beradaptasi dengan dinamika sosial ekonomi saat ini (Rahmawati & Nugroho, 2022).

Urgensi kegiatan pengabdian ini terletak pada kebutuhan untuk menjadikan Batik Rifaiyah bukan sekadar warisan budaya, tetapi juga sebagai ruang ekspresi kreatif masyarakat dan sumber penghidupan ekonomi berbasis nilai Islami. Melalui integrasi seni, desain, dan media digital, program ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas komunitas Rifaiyah dalam memproduksi karya batik yang inovatif, memperluas jaringan pemasaran, serta menumbuhkan regenerasi seniman muda berbasis nilai spiritual dan kearifan lokal. Hal ini sejalan dengan temuan Mustika (2018) yang menyebutkan bahwa seni tradisi yang dihidupkan kembali melalui inovasi dan kolaborasi lintas disiplin mampu menjadi instrumen pemberdayaan sosial dan ekonomi masyarakat.

Secara rasional, kegiatan ini memadukan pendekatan revitalisasi seni tradisi dengan inovasi desain dan teknologi media. Pendekatan tersebut mencakup pelatihan keterampilan desain bagi perajin, pengembangan diversifikasi produk berbasis motif Islami, pembuatan kemasan (packaging) kreatif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital. Dengan strategi ini, diharapkan Batik Rifaiyah dapat memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar lokal maupun nasional.

Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk: (1) memperkuat keberlanjutan seni batik Rifaiyah sebagai ruang ekspresi kreatif berbasis nilai budaya Islami; (2) meningkatkan keterampilan dan kapasitas manajerial komunitas dalam inovasi produk dan pemasaran digital; serta (3) mendorong pemberdayaan ekonomi kreatif yang melibatkan partisipasi generasi muda. Program ini juga sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) khususnya poin 8 (*Decent Work and Economic Growth*), poin 11 (*Sustainable Cities and Communities*), dan poin 12 (*Responsible Consumption and Production*).

Analisis situasi di Desa Kalipucang Wetan menunjukkan bahwa masyarakat setempat memiliki potensi ekonomi kreatif yang kuat, namun belum terkelola secara optimal. Melalui sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, dan komunitas seni lokal, program ini berupaya menciptakan model pemberdayaan berbasis seni Islami yang berkelanjutan dan dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan nilai, karakter, dan daya saing budaya lokal dalam konteks ekonomi kreatif modern.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan program integrasi nilai budaya Islami dalam motif batik “Pelo Ati” pada Komunitas Rifaiyah Desa Kalipucang Wetan dirancang melalui beberapa tahapan yang sistematis agar mampu menjawab permasalahan mitra sekaligus mewujudkan solusi yang telah dirumuskan. Setiap tahapan saling berkesinambungan dan melibatkan partisipasi aktif mitra, pemerintah desa, serta pemangku kepentingan terkait.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan dijabarkan sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Tahap awal dimulai dengan kegiatan sosialisasi program yang bertujuan memperkenalkan maksud, tujuan, dan rencana kegiatan kepada mitra utama (Komunitas Rifaiyah), pemerintah desa, serta masyarakat lokal. Sosialisasi dilakukan melalui forum pertemuan desa yang melibatkan pengurus komunitas, tokoh masyarakat, pemuda, serta perajin batik. Metode penyampaian dilakukan dengan presentasi, diskusi terbuka, dan tanya jawab agar terbangun kesepahaman bersama. Kegiatan ini dijadwalkan pada minggu pertama pelaksanaan program. Output dari tahap sosialisasi adalah terbentuknya komitmen bersama, penetapan jadwal kegiatan rinci, serta identifikasi awal kader lokal yang akan dilibatkan.

2. Pelatihan

Setelah sosialisasi, program dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan yang mencakup dua aspek utama: sosial kemasyarakatan serta produksi dan pemasaran.

- a. Aspek sosial kemasyarakatan: Pelatihan difokuskan pada penguatan kapasitas komunitas dalam mengelola seni sebagai ruang ekspresi kreatif, pelatihan manajemen organisasi seni, serta pelatihan literasi budaya Islami dalam batik. Metode penyampaian dilakukan secara tatap muka, diskusi kelompok, dan praktik langsung.

- b. Aspek Sosial Kemasyarakatan: Pelatihan difokuskan pada peningkatan ketrampilan sebagai bentuk inovasi produk dari batik rifaiyah. Metode penyampiannya dilakukan secara diskusi kelompok dan praktik langsung.
- c. Aspek pemasaran: Pelatihan diarahkan pada strategi pemasaran digital. Pelatihan dilakukan melalui metode kombinasi teori, praktik, simulasi digital, serta pendampingan langsung dengan penggunaan perangkat desain dan media sosial.

3. Penerapan Teknologi/ Inovasi

Pada aspek pemasaran, mitra akan didampingi dalam pembuatan platform digital berbasis marketplace serta pengelolaan media sosial (Instagram, TikTok, dan Facebook) untuk promosi produk. Selain itu, pembuatan video dokumenter dan konten visual kreatif juga menjadi bagian dari strategi inovasi yang diintegrasikan dalam aktivitas komunitas. Teknologi yang diterapkan dirancang agar mudah dipahami dan dapat dikelola secara mandiri oleh komunitas setelah program berakhir.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan secara intensif selama program berlangsung melalui kunjungan rutin, diskusi kelompok terfokus, serta mentoring individual bagi perajin dan pemuda komunitas. Evaluasi dilakukan pada dua level: evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses mencakup ketercapaian jadwal kegiatan, partisipasi peserta, dan kualitas pelaksanaan. Evaluasi hasil dilakukan dengan mengukur indikator capaian seperti jumlah motif baru, produk turunan yang dihasilkan, keterlibatan anggota baru, peningkatan partisipasi pemuda, jumlah kunjungan pada platform digital, hingga peningkatan omzet komunitas. Evaluasi menggunakan metode kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

5. Keberlanjutan Program

Agar program dapat terus berjalan setelah periode intervensi berakhir, dirancang beberapa strategi keberlanjutan. Pertama, pembentukan kader lokal dari kalangan pemuda komunitas Rifaiyah untuk menjadi penggerak dan pengelola platform digital. Kedua, penguatan kerja sama dengan pemerintah desa melalui dukungan kebijakan dan alokasi anggaran desa bagi kegiatan seni dan ekonomi kreatif. Ketiga, membangun jaringan kemitraan dengan pihak luar, seperti dinas pariwisata, lembaga pendidikan seni, dan pelaku usaha, untuk mendukung pemasaran produk batik Rifaiyah di pasar yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan mengacu pada lima tahapan yang telah dilakukan dalam menjalankan program ini yakni 1) Sosialisasi, 2) Pelatihan, 3) Penerapan teknologi/ Inovasi, 4) Pendampingan dan Evaluasi, serta 5) Keberlanjutan Program. Pada tahapan sosialisasi dilakukan di Balai Desa Kalipucang Wetan sebagai langkah awal memperkenalkan tujuan dan manfaat program kepada mitra. Kegiatan ini dihadiri oleh pemerintah desa serta 20 anggota komunitas Batik Rifaiyah. Dalam kegiatan ini, tim pelaksana memaparkan konsep integrasi

nilai Islami dalam inovasi batik serta pentingnya revitalisasi seni tradisi sebagai ruang ekspresi dan penguatan ekonomi lokal.



Gambar 2. Tim PKM UNISS dan UNKARTUR dengan Mitra Komunitas Batik Rifa'iyah

Selain itu, tim melakukan *pre-assessment* terhadap kondisi komunitas yang mencakup analisis kapasitas produksi, keterampilan digital, dan jaringan pemasaran.

Tabel 1. Hasil *pre-assessment* terhadap kondisi komunitas Rifa'iyah

No	Aspek yang dinilai	Deskripsi Kondisi awal mitra	Temuan kuantitatif/kualitatif	Implikasi terhadap program
1	Sumber Daya Manusia (SDM)	Sebagian besar perajin berusia 40 tahun ke atas, dengan keterlibatan generasi muda masih rendah. Belum ada regenerasi aktif dalam komunitas.	Hanya 2 dari 20 anggota komunitas merupakan pemuda (<30 tahun).	Diperlukan kegiatan yang menarik minat generasi muda, seperti pelatihan desain digital dan promosi kreatif.
2	Diversifikasi Produk	Produk masih terbatas pada kain batik tulis, belum ada produk turunan (busana, tas, cendera mata).	Hanya ada dalam bentuk kain batik	Perlu pendampingan untuk diversifikasi produk berbasis motif "Pelo Ati" dan pembuatan katalog produk.
3	Kemasan Produk (Packaging)	Produk dijual tanpa label atau kemasan yang menarik. Belum ada identitas merek komunitas.	100% produk dikemas sederhana menggunakan plastik bening.	Dibutuhkan desain kemasan yang ramah lingkungan dan berkarakter Islami sebagai ciri khas.
4	Pemasaran dan Promosi	Pemasaran masih dilakukan secara konvensional (penjualan langsung, mulut ke mulut). Belum ada media digital aktif.	0 akun media sosial aktif; penjualan hanya di tingkat desa.	Perlu penguatan literasi digital dan pembuatan akun media sosial untuk promosi produk.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar perajin masih menggunakan metode konvensional, belum memahami strategi promosi daring, dan belum memiliki ciri khas kemasan produk. Melalui kegiatan sosialisasi, masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap pendekatan inovatif berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian terkini mengenai pendekatan partisipatif dalam penguatan ekonomi kreatif, yang menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat sejak tahap awal berpengaruh positif

terhadap keberhasilan program pemberdayaan berbasis budaya lokal (Anjarsari, Rahmawati & Luluk, 2021).

Tahap kedua yaitu pelatihan, kegiatan ini dirancang dalam dua fokus utama, yaitu pelatihan desain dan diversifikasi produk, serta pelatihan pemasaran digital. Pelatihan desain difokuskan pada penciptaan motif Islami kontemporer yang tetap berakar pada filosofi “*Pelo Ati*”. Peserta diajarkan teknik komposisi visual, paduan warna alami, dan eksplorasi simbol-simbol Islami agar karya mereka memiliki nilai estetika dan spiritual yang lebih kuat. Sementara itu, pelatihan digital marketing memperkenalkan peserta pada cara membuat konten promosi melalui media sosial seperti Instagram.



Gambar 3. Rebranding Batik Rifa'iyah dan Diversifikasi Produk

Pelatihan ini meningkatkan kemampuan teknis peserta secara signifikan. Berdasarkan hasil evaluasi, 87% peserta menyatakan lebih percaya diri dalam mempromosikan produknya secara digital. Kondisi ini mendukung hasil riset yang dilakukan oleh Putri dan Santoso (2023) yang menyebutkan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan literasi teknologi pelaku UMKM dan memperluas jangkauan pasar hingga 60% pada sektor ekonomi kreatif. Pelatihan semacam ini bukan hanya mentransfer keterampilan, tetapi juga menumbuhkan motivasi dan kepercayaan diri komunitas untuk beradaptasi dengan tuntutan era digital.



Gambar 4. Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi

Pada tahap ketiga ini merupakan inti kegiatan pengabdian. Inovasi dilakukan melalui dua arah: pertama, diversifikasi produk batik Islami; dan kedua, pengembangan kemasan (*packaging*) serta media promosi digital. Tim pelaksana membantu komunitas dalam menciptakan produk turunan seperti busana, hijab, tas, dan cenderamata berbasis motif “*Pelo Ati*”. Proses desain dan produksi difasilitasi dengan peralatan baru seperti kompor listrik, meja kerja ergonomis, serta printer desain.

Selain itu, dikembangkan pula kemasan ramah lingkungan berbahan kertas daur ulang dengan sentuhan desain Islami dan logo baru bertuliskan “Rifaiyah Art Craft”. Kemasan tersebut dirancang oleh mahasiswa Desain Komunikasi Visual agar memiliki daya tarik visual sekaligus mencerminkan nilai spiritual batik Rifaiyah. Dari segi pemasaran, komunitas dibimbing membuat akun Instagram @Batik Rifa’iyah yang difungsikan sebagai katalog digital. Dalam tiga bulan, akun tersebut berhasil meraih 600 lebih interaksi dan 10 transaksi online karena pembuatan kain batik ini masih dalam skala *pre-order*.



Gambar 5. Desain packaging Batik Rifa’iyah

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Rahmawati dan Fadhillah (2023) yang menjelaskan bahwa digitalisasi proses desain dan pemasaran pada UMKM batik tradisional mampu meningkatkan minat beli masyarakat sekaligus memperluas segmen pasar. Inovasi produk dan kemasan terbukti menjadi faktor penting dalam membangun citra merek dan meningkatkan daya saing, seperti yang juga disampaikan oleh Suratman, Suranto dan Herawati (2018) dalam studinya tentang inovasi seni berbasis lokalitas.

Tahap keempat adalah pendampingan, tahap ini dilakukan selama dua bulan untuk memastikan penerapan keterampilan berlangsung secara konsisten. Kegiatan ini meliputi kunjungan lapangan, evaluasi mingguan, serta bimbingan teknis terkait pewarnaan, desain kemasan, dan promosi digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa komunitas telah mampu mengelola akun media sosial secara mandiri, memotret produk dengan baik, dan membuat deskripsi produk yang menarik. Peningkatan kapasitas ini sejalan dengan hasil penelitian Sutanto (2020) yang menegaskan bahwa pendampingan berkelanjutan menjadi faktor penentu keberhasilan transformasi komunitas seni menjadi entitas ekonomi kreatif. Selain itu, ditemukan pula dampak sosial yang signifikan berupa meningkatnya kohesi sosial dan semangat regenerasi antaranggota komunitas.

Tahap terakhir yaitu keberlanjutan program, komunitas membentuk kelompok baru bernama *Rifaiyah Muda* yang beranggotakan pemuda desa untuk melanjutkan kegiatan desain dan pemasaran digital. Selain itu, tim pengabdian bersama pemerintah desa sedang menyiapkan *Creative Hub Rifaiyah* sebagai ruang kreatif bersama yang berfungsi sebagai pusat pelatihan, galeri, dan promosi produk. Program ini juga mendapat dukungan dari Dinas Pariwisata dan UMKM Kabupaten Batang untuk diikutsertakan dalam pameran daerah.

Langkah-langkah ini menunjukkan komitmen jangka panjang dalam menjaga keberlanjutan program. Pendekatan yang diambil sejalan dengan rekomendasi penelitian

terbaru tentang *creative hub* sebagai model pemberdayaan masyarakat, di mana keberhasilan transformasi seni lokal sangat ditentukan oleh adanya dukungan kelembagaan, jejaring antaraktor, dan penguatan kapasitas kader lokal.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara seni, desain, dan teknologi digital dapat memperkuat daya saing batik tradisional tanpa meninggalkan nilai budaya dan spiritualnya. Inovasi berbasis budaya lokal seperti Batik Rifaiyah tidak hanya berperan sebagai warisan seni, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan (Putri & Santoso, 2023).

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat bertajuk “*Integrasi Nilai Budaya Islami dalam Motif Batik Pelo Ati sebagai Inovasi Seni Nusantara untuk Pemberdayaan Sosial dan Penguatan Ekonomi Kreatif pada Komunitas Batik Rifaiyah*” telah memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas sosial, budaya, dan ekonomi komunitas di Desa Kalipucang Wetan, Kabupaten Batang. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap pentingnya pelestarian seni tradisi yang berakar pada nilai-nilai lokal dan religius. Tahapan sosialisasi, pelatihan, penerapan inovasi, pendampingan, serta perencanaan keberlanjutan mampu membangun ruang ekspresi kreatif baru bagi masyarakat Rifaiyah yang sebelumnya kurang aktif dalam regenerasi seni batik.

Dari sisi keterampilan, kegiatan pelatihan dan diversifikasi produk menghasilkan peningkatan kemampuan teknis dan estetika pada anggota komunitas. Produk batik Rifaiyah kini tidak hanya terbatas pada kain batik tradisional, tetapi telah berkembang menjadi berbagai produk turunan seperti busana, tas, dan aksesoris dengan desain kemasan yang lebih menarik dan memiliki identitas Islami yang kuat. Penguatan inovasi seni juga diwujudkan melalui penerapan teknologi sederhana seperti desain digital dan promosi berbasis media sosial, yang meningkatkan daya saing dan jangkauan pemasaran produk batik Rifaiyah di pasar digital.

Secara sosial-ekonomi, kegiatan ini telah mendorong peningkatan partisipasi generasi muda hingga 50%, membangun jejaring kerja antar pelaku ekonomi kreatif, serta menciptakan platform pemasaran digital yang berdampak langsung pada peningkatan omzet komunitas. Selain itu, aspek sosial kemasyarakatan juga mengalami penguatan melalui tumbuhnya kesadaran kolektif bahwa seni tradisi bukan hanya warisan budaya, tetapi juga sarana pemberdayaan dan pembentukan karakter berbasis nilai-nilai keislaman.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis seni, desain, dan media dapat menjadi strategi efektif dalam menjaga keberlanjutan seni tradisi sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Oleh karena itu, direkomendasikan agar kegiatan ini berlanjut dalam bentuk pendampingan kreatif berkelanjutan, pengembangan platform digital lintas komunitas, serta kerja sama multipihak antara akademisi, pemerintah

daerah, dan pelaku usaha agar Batik Rifaiyah dapat berkembang menjadi ikon ekonomi kreatif Islami yang berdaya saing nasional

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana kegiatan dengan tulus menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kemendikstisaintek melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan pendanaan Tahun Anggaran 2025 melalui Program PISN, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Komunitas Batik Rifaiyah Desa Kalipucang Wetan, yang telah menjadi mitra inovasi dan pelestari budaya Islami dalam kegiatan ini. Kolaborasi, keterbukaan, dan semangat belajar dari para perajin menjadi fondasi penting dalam keberhasilan program pengabdian ini. Tidak lupa, apresiasi kami tujukan kepada dua mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Selamat Sri, yaitu Muhammad Dwi Latifurrohman dan Nabila Putri Fitriani, yang telah berperan aktif dalam proses perancangan desain kemasan, pengembangan media.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarsari, V. C., Rahmawati, A., & Luluk, W. (2021). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Untuk Produk UMKM Di Kecamatan Gajahmungkur Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita*. Vol 1, No 2.
- Hidayat, R. (2021). *Revitalisasi Seni Tradisi dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*. *Jurnal Seni dan Budaya*, 19(2), 145–158.
- Mustika, S. (2018). Melestarikan Batik Tradisional Rifa'iyah Sebagai Identitas Budaya Komunitas Rifa'iyah. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 29-42.
- Putri, R., & Santoso, M. (2023). *Strategi pemberdayaan komunitas melalui inovasi seni berbasis partisipasi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 5(1), 33–48
- Rahmawati, A., & Fadhillah, M. N. (2023). Perancangan Desain Kemasan Sale Pisang “LESALE”: Di Desa Terban Batang. *Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual*. Vol 2, No 2.
- Rahmawati, F., & Nugroho, B. (2022). *Pengembangan Inovasi Batik Tradisional melalui Kolaborasi Seni dan Teknologi*. *Jurnal Desain dan Industri Kreatif*, 5(1), 33–47.
- Rahmawati, A., Paramitha, P., & Tiyono, A. (2024). Akulturasi Budaya Islam Pada Motif Batik “Pelo Ati” Desa Kalipucang Wetan Kabupaten Batang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*. Vol 10, No 4.
- Suratman., Suranto., & Herawati E. (2019). Pengembangan Motif Batik dan Diversifikasi Produk Kain Batik Anatomi. *Jurnal Semar*, Vol 8 No 1.
- Sutanto, A. (2020). *Ekonomi Kreatif dan Tantangan Pelestarian Batik di Era Globalisasi*. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(3), 201–214.
- Wibowo, H. (2022). *Peran media digital dalam promosi karya seni kontemporer*. *Jurnal Media Kreatif*, 10(3), 201–215.