

## **PENERIMAAN MEDIA BRANDING PRODUK BATIK DI UMKM KABUPATEN KULON PROGO**

**Oleh: Triyanto, S.Sn.,M.A., Nur Kholifah, S.Pd., M.Pd., Hanifah Nur Istanti, S.Pd., M.Pd, Sri Handayani, M.Pd., Gina Eka Putri, M.Pd., Annas Tashia Widi Hastuti, Vanesa Frisillia**

### **ABSTRAK**

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan: 1) Mengetahui media branding yang dibangun oleh Sembung batik melalui akun shopee; 2) Mengetahui penerimaan dimasyarakat terhadap media branding yang dibangun oleh Sembung Batik melalui akun Shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian bersumber dari latar belakang masalah yang kemudian dirumuskan menjadi beberapa rumusan masalah, kemudian mencari landasan teori yang dapat digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat merumuskan hipotesis. Penelitian ini direncanakan untuk: 1) mengetahui media branding seperti apakah yang dibangun oleh Sembung batik melalui shopee; 2) bagaimana penerimaan followers terhadap media branding yang dibangun oleh Sembung batik. Hasil validasi instrument oleh 3 validator dinyatakan layak untuk penelitian.

Penelitian ini menghasilkan pemahaman mengenai: 1) media branding Batik Sembung telah dibangun melalui Shopee dengan akun *sembungbatik.ikm*, 2) penerimaan followers terhadap media branding yang dibangun oleh Sembung Batik dalam kategori cukup baik (69%) dengan sub indikator media branding Batik Sembung dalam kategori cukup baik (66%) dan sub indikator aksesibilitas media branding Batik Sembung dalam kategori cukup baik (66%). Dengan demikian maka media branding cukup diterima oleh followers UMKM Batik Sembung.

*Kata Kunci: penerimaan media branding, produk batik, UMKM.*