

PENGEMBANGAN MEDIA BRANDING PRODUK BATIK DI UMKM KABUPATEN KULON PROGO

Oleh: Hanifah Nur Istanti, Nur Kholifah, Gina Eka Putri, Triyanto, Noor Fitrihana

ABSTRAK

Teknik pemasaran produk batik merupakan salah satu hal yang penting dalam keberlanjutan UMKM di Kulon Progo. Berbagai media dapat digunakan sebagai sarana dari pemasaran tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya pada tahun 2021, media branding yang digunakan dalam kategori cukup baik sehingga perlu adanya peningkatan maupun pengembangan media branding yang digunakan. Penelitian ini bertujuan: (1) mendeskripsikan pengembangan media branding Sembung Batik melalui akun di shopee; 2) mengetahui tingkat kelayakan pengembangan media branding Sembung Batik melalui akun di shopee. Penelitian dilaksanakan di Batik Sembung Kulon Progo. Jenis penelitian ini adalah penelitian pengembangan menggunakan model 4D dan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini direncanakan untuk: (1) pengembangan media branding Sembung Batik melalui akun di shopee yang terdiri dari empat tahapan yaitu tahap pendefinisian (define), tahap perancangan (design), tahap pengembangan (develop), dan tahap penyebaran (desseminate) yang dilakukan 3 kali shopee live; dan (2) tingkat kelayakan pengembangan media branding Sembung Batik melalui akun di shopee adalah sangat layak digunakan untuk shopee live.

Kata Kunci: *pengembangan media branding, produk batik, UMKM*