



## Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD

Optimization of Digital Promotion of Clay Crafts in The Preservation of Local Wisdom of  
Arjawinangun Village With ABCD Approach

<sup>1)</sup> **Taufik Ridwan**, <sup>2)</sup> **Abdul Rohim**, <sup>3)</sup> **Nurima Fadilah**, <sup>4)</sup> **Zaenal Arifin**, <sup>4)</sup> **Amaliya**, <sup>5)</sup> **Aan Ajijah**, <sup>6)</sup> **Inah**, <sup>7)</sup> **Istikanatul Mustafidah**, <sup>8)</sup> **Siti Masitoh**, <sup>9)</sup> **Herdy Ageng Triyatna**, <sup>10)</sup> **Muhamad Nur Arifin**, <sup>11)</sup> **Siti Patimah**, <sup>12)</sup> **Khsusunul Khotimah**

Institut Bunga Bangsa Cirebon, Indonesia<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12</sup>

\*Email: [taufikridwan98@gmail.com](mailto:taufikridwan98@gmail.com), [triples9gegesik@gmail.com](mailto:triples9gegesik@gmail.com), [Nurimafadilah@gmail.com](mailto:Nurimafadilah@gmail.com),  
[Kgzaenalarifin@gmail.com](mailto:Kgzaenalarifin@gmail.com), [amaliyaliya@gmail.com](mailto:amaliyaliya@gmail.com), [aanajijah19@gmail.com](mailto:aanajijah19@gmail.com),  
[inahfatimatuzzahro@gmail.com](mailto:inahfatimatuzzahro@gmail.com), [khanaisti33@gmail.com](mailto:khanaisti33@gmail.com), [imasnew83@gmail.com](mailto:imasnew83@gmail.com), [herdy.at8694@gmail.com](mailto:herdy.at8694@gmail.com),  
[mnrarfn09@gmail.com](mailto:mnrarfn09@gmail.com), [sitipatimah1088@gmail.com](mailto:sitipatimah1088@gmail.com)

\*Correspondence: [taufikridwan98@gmail.com](mailto:taufikridwan98@gmail.com)

DOI:

10.36418/comserva.v2i3.254

### ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan : 15-07-2022

Diterima : 19-07-2022

Diterbitkan : 28-07-2022

Pesatnya arus informasi dan era digital ini dapat membawa pandangan baru di dalam masyarakat terkait promosi kerajinan tanah liat untuk mempertahankan eksistensinya karena bagian dari kearifan lokal desa. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan promosi digital kerajinan tanah liat dalam pelestarian kearifan lokal Desa Arjawinangun. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data dengan observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan, yaitu mereduksi data, menyajikan (display) dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terbangunnya kesadaran masyarakat pengrajin tanah liat untuk mengoptimalkan pemasaran digital bagi usahanya. Sehingga kerajinan tanah liat ini mampu tersebar luas melalui media sosial facebook, instagram, dalam melestarikan dan mempopulerkan serta memasarkan kearifan lokal yang ada di Desa Arjawinangun. Simpulan yang didapat bahwa pengrajin gerabah dalam promosi dapat menggunakan era digital di sosial media facebook dan instagram secara luas, sedangkan untuk pelestariannya dapat dilihat dari proses pembuatan kerajinan tanah liat di desa Arjawinangun melalui beberapa proses yaitu: pengolahan tanah, pembentukan Gerabah, pengeringan Gerabah, dan proses pembakaran.

**Kata kunci:** *Promosi Digital, kerajinan tanah liat; kearifan lokal*

### ABSTRACT

*The rapid flow of information and this digital era can bring new views in the community regarding the promotion of clay crafts to maintain their existence as part of the village's local wisdom. This study aims to optimize the digital promotion of clay crafts in the preservation of local wisdom of Arjawinangun Village. The method used is qualitative with a descriptive approach, data*

<sup>1\*)</sup>Taufik Ridwan, <sup>2)</sup> Abdul Rohim, <sup>3)</sup> Nurima Fadilah, <sup>4)</sup> Zaenal Arifin, <sup>4)</sup> Amaliya, <sup>5)</sup> Aan Ajjah, <sup>6)</sup> Inah, <sup>7)</sup> Istikanatul Mustafidah, <sup>8)</sup> Siti Masitoh, <sup>9)</sup> Herdy Ageng Triyatna, <sup>10)</sup> Muhamad Nur Arifin, <sup>11)</sup> Siti Patimah, <sup>12)</sup> Khsusunul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD

---

*collection techniques with observation and documentation. Data analysis techniques were carried out, namely reducing data, presenting (display) and verification. The results of this study indicate that the awakening of the awareness of clay craftsmen to optimize digital marketing for their business. So that this clay craft is able to spread widely through social media facebook, instagram, in preserving and popularizing and marketing local wisdom in Arjawinangun Village. The conclusion obtained is that pottery craftsmen in promotion can use the digital era in social media facebook and instagram widely, while for preservation it can be seen from the process of making clay crafts in Arjawinangun village through several processes, namely: soil processing, pottery formation, pottery drying, and firing process.*

**Keywords:** Digital Promotion, clay crafts; local culture

---

## PENDAHULUAN

Hampir 25% penduduk didunia saat ini menggunakan media sosial. Pada tahun 2017 diperkirakan pengguna media sosial akan bertumbuh mencapai 2.33 miliar pengguna aktif ([Kirářová & Pavlíćeka](#), 2015). Infrastruktur TI dan komunikasi yang dimiliki provinsi Kepulauan Riau saat ini sudah sangat baik dan mendukung kegiatan digitalisasi proses bisnis masyarakat usaha mikro, kecil dan menengah. Hal ini ditunjukkan oleh sebuah pencapaian yang dipublikasikan didalam laporan bulanan data sosial dan ekonomi oleh badan pusat statistika nasional Indonesia (BPS) pada Maret 2017 yang menunjukkan perkembangan Ilmu pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi (IP-TIK) yang tumbuh secara konsisten ([Statistik](#), 2018)

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen akan tetapi bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan (Nurhadi, et al. 2016). Pemasaran terkait dengan kegiatan perencanaan, dan pelaksanaan strategi pemasaran dan evaluasi hasil untuk perbaikan-perbaikan lebih lanjut ([LPPM](#), 2018).

Promosi melalui internet merupakan salah satu cara untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui internet khususnya dengan menggunakan Website, informasi produk Anda dapat menjangkau konsumen yang ada di pelosok negeri tanpa harus terjun langsung ke daerah tersebut untuk mempromosikan produk selama 24 jam dan dapat diakses oleh jutaan orang diseluruh dunia selama terhubung dengan koneksi internet. Promosi ada hakekatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan ([Toyib et al.](#), 2020).

Maksud dari komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan ([Gunaedi et al.](#), 2017). Promosi dipandang sebagai kegiatan komunikasi pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik (Surya S. D. I, 2015).

Desa Arjawinangun terletak di Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Pada garis kontur, permukaannya datar dan didominasi oleh persawahan. Daerah yang sangat cocok sebagai pemasok bahan baku tanah liat. Lingkungan depok Desa Arjawinangun dahulu (1970-an-1990-an) merupakan lingkungan yaitu hampir semua orang bermata pencaharian sebagai pembuat kerajinan tanah liat.

---

Namun, kini banyak masyarakat yang melakukan kegiatan lain selain gerabah, dan banyak yang menjadi pendatang ke kota lain, gerabah tidak lagi dianggap sebagai barang yang bernilai ekonomi tinggi.

*“Generasi muda di sini sekarang lebih suka bekerja di luar dari pada terus membuat gerabah seperti ini”*, menurut Pa yuda, salah satu pengrajin di blok depok.

Ini juga terkait erat dengan kebangkitan manufaktur plastik untuk menggantikan peran celengan dan barang-barang rumah tangga gerabah lainnya. Arus informasi yang semakin cepat, serta menjamurnya infrastruktur dan teknologi, juga membawa perspektif baru bagi masyarakat. Pemuda di lingkungan tersebut sangat merasakan hal ini, dan semakin mudahnya masyarakat membeli telepon genggam, yang menghubungkan banyak orang dengan daerah lain. Kuota atau pulsa internet untuk perangkat mobile semakin mudah didapatkan. Gerai-gerai Pulsa berjejer di berbagai sudut keramaian.

Kompetensi dalam berkomunikasi yang mudah dengan negara asing mampu meningkatkan akses ke informasi lebih lanjut. Kearifan lokal digantikan oleh kebutuhan. Ide gaya hidup dan karir membuat generasi muda lebih mencari kesibukan di bidang ekonomi dari pada tradisi. Banyak masyarakat usia produktif berlomba-lomba meningkatkan taraf hidup, sehingga minat terhadap gerabah menurun. Mukhtar (Ketua RT) juga mengemukakan bahwa pemuda jaman sekarang jarang yang ingin jadi pengrajin celengan, mereka akan memilih pekerjaan lain yang menghasilkan uang lebih banyak. Jumlah perajin juga semakin berkurang, dan jumlah perajin yang saat ini aktif dalam produksi gerabah masih sekitar 30 orang. Lambat laun, gerabah yang memiliki nilai budaya, identitas, dan ekonomi akan dilupakan oleh zaman. Melihat kerajinan ini sudah sangat familiar dan telah diwariskan secara turun-temurun, serta menjadi salah satu mata pencaharian warga sekitar.

Penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini yaitu yang dilakukan oleh ([F. D. Saragih](#), 2018), bahwa dari kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian di Pulau setokok, Kecamatan Bulang, Kota Batam, Kepulauan Riau disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan ditanggapi dengan baik oleh seluruh peserta dan para peserta sangat antusias terhadap materi yang disampaikan. Metode pembinaan yang fleksibel membuat peserta lebih mudah untuk menguasai praktek yang diajarkan pada saat pelatihan. Masyarakat atau para peserta sekarang lebih paham untuk memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan pantai alam sehat dan pantai setokok kepada masyarakat yang mencari informasi lokasi wisata pantai melalui facebook dan instagram.

Sedangkan dalam penelitian ([Rachmawaty](#), 2021) pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai kegiatan, salah satunya optimasi media sosial dalam meningkatkan penjualan secara online. Terdapat beberapa pelaku usaha bahkan melakukan optimasi dengan memasang iklan berbayar di beberapa media sosial, bahkan membuat promosi “Buy 2 Get 3” atau potongan harga untuk menarik minat pembeli.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh ([E. J. Saragih & Utami](#), 2020) yang mempromosikan pantai alam kepada masyarakat, penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan kerajinan gerabah guna memajukan pertumbuhan perekonomian di Arjawinangun namun tetap menggunakan sosial media facebook dan instagram sebagai media promosinya. Sementara persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian ([Rachmawaty](#), 2021) adalah untuk meningkatkan penjualan dalam meningkatkan pengusaha kecil kepada masyarakat luas, sedangkan penelitian ini yaitu tidak hanya meningkatkan pemasaran, akan tetapi mengenalkan budaya masyarakat berupa kerajinan gerabah di Arjawinangun kepada masyarakat luas.

Pentingnya bagi masyarakat untuk memahami digitalisasi terutama sosial media facebook dan instagram guna mempromosikan segala sesuatu secara instan dan mudah, baik itu produk maupun jasa atau wisata. Adapun kerajinan gerabah di Arjawinangun yang mana masyarakat luas belum cukup mengetahui dan faham dari proses pembuatan dan fungsinya.

Mahasiswa BBC sebagai tim kpm Arjawinangun merasa terpenggil untuk mendeskripsikan eksistensi dan mempopulerkan dalam proses pembuatan Gerabah di desa Arjawinangun serta

---

<sup>1\*)</sup>Taufik Ridwan, <sup>2)</sup> Abdul Rohim, <sup>3)</sup> Nurima Fadilah, <sup>4)</sup> Zaenal Arifin, <sup>4)</sup> Amaliya, <sup>5)</sup> Aan Ajjah, <sup>6)</sup> Inah, <sup>7)</sup> Istikanatul Mustafidah, <sup>8)</sup> Siti Masitoh, <sup>9)</sup> Herdy Ageng Triyatna, <sup>10)</sup> Muhamad Nur Arifin, <sup>11)</sup> Siti Patimah, <sup>12)</sup> Khsusunul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD

---

bagaimana kendala yang dihadapi pengrajin gerabah dalam promosi era digital dengan langkah eksistensi pengembangan dikerajinan tanah liat di desa Arjawinangun dengan menggunakan pendekatan ABCD.

Pendekatan ABCD merupakan sebuah pendekatan pemberdayaan masyarakat yang menyediakan sejumlah prinsip dan alat-alat yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk membantu dirinya sendiri dengan menemukan dan memobilisasi kekuatan-kekuatan yang dimiliki. ABCD fokus pada aset dan kekuatan yang ada pada komunitas daripada permasalahan. Membangun kapasitas masyarakat untuk dapat mengidentifikasi aset-aset yang ada dalam komunitasnya ([Fitrianto & Susilowati, 2022](#)).

Menurut ([Brown, 2002](#)) ABCD adalah upaya untuk menemukan akar sebuah kesuksesan dalam pemberdayaan masyarakat, bukan mencari akar permasalahan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan eksistensi dan mempopulerkan dalam proses pembuatan Gerabah di desa Arjawinangun serta bagaimana kendala yang dihadapi pengrajin gerabah dalam promosi era digital dengan langkah eksistensi pengembangan dikerajinan tanah liat di desa Arjawinangun.

## METODE

Objek penelitian berbasis pengabdian ini dilakukan di Desa Arjawinangun blok posong Kecamatan Arjawinangun kabupaten Cirebon. Pendekatan kualitatif berbasis community development dilakukan dengan tujuan untuk bisa lebih fokus kepada penggalian data yang lebih humanis sehingga informasi dari pengumpulan data, penilaian kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan tidak menyimpang dari kenyataan masyarakat. Dalam konteks ini, penelitian ini akan mengkaji keberadaan pengrajin gerabah untuk menjelaskan secara deskriptif perilaku, kognisi, dan masalah yang mereka hadapi.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Sedangkan subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau objek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah eksistensi kerajinan gerabah dalam mempertahankan kerajinan di Arjawinangun, Cirebon, Jawa Barat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan peneliti yang berperan sebagai kunci. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah gerabah kerajinan tanah liat

Asal usul pengrajin gerabah di desa arjawinangun Blok posong ini sudah ada sejak nenek moyang mereka dahulu. Tradisi industri rumah tangga ini sampai ke tangan mereka dilakukan secara turun menurun tanah liat di ambil dari tanah sawah desa yang di sebut dengan titisara. Jenis tanah liat yang biasa di gunakan dalam kerajinan gerabah memiliki dua jenis tanah lapisan, lapisan pertama dapat di gunakan untuk pembuatan batu bata, sedangkan lapisan tanah kedua bisa di gunakan untuk membuat celengan pedil, kendi, menyan perukuyan dan bentuk lainnya. Tetapi berbagai jenis tanah liat di atas tergantung pada tanahnya jika bagus maka dapat di gunakan. Menjalankan usahanya secara turun temurun. Sebagian besar pengrajin yang merupakan penduduk asli Gampong Ateuk Jawo, jadi tidak mengherankan bila hubungan sosial yang terjadi antara satu dengan yang lainnya cukup erat. Kelompok sosial ini sepertinya hanya terlihat seperti kelompok profesi, namun karena mereka bertetangga dekat, dan tinggal dilingkungan yang sama, maka interaksi sosial yang mereka lakukan juga berbeda dengan kelompok sosial profesi lainnya.

Sesuai dengan pendekatan ABCD penelitian ini difokuskan pada penerapan promosi digital dan Pelatihan dan Pendampingan. ([Wardhana, 2015](#)) mengklaim bahwa metode pemasaran digital berdampak pada keunggulan kompetitif Pemasaran digital adalah jenis periklanan yang memanfaatkan media elektronik (digital).

---

<sup>1\*)</sup>Taufik Ridwan, <sup>2)</sup> Abdul Rohim, <sup>3)</sup> Nurima Fadilah, <sup>4)</sup> Zaenal Arifin, <sup>4)</sup> Amaliya, <sup>5)</sup> Aan Ajjiah, <sup>6)</sup> Inah, <sup>7)</sup> Istikanatul Mustafidah, <sup>8)</sup> Siti Masitoh, <sup>9)</sup> Herdy Ageng Triyatna, <sup>10)</sup> Muhamad Nur Arifin, <sup>11)</sup> Siti Patimah, <sup>12)</sup> Khsusnul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD

Beberapa contoh kegiatan pemasaran termasuk pemasaran digital antara lain: Search Engine Optimization (SEO), iklan online melalui iklan FB, Google Ads, dll, videotron, media sosial, dll ([Kusumawati & Akmalia](#), 2021). Dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan beberapa tahapan yaitu FGD, pembuatan logo, pembuatan akun marketing sales, serta pelatihan dan pendampingan. Di bawah ini adalah deskripsi rinci dari acara tersebut.

#### 1. Focus Group Discussion

*Focus Group Discussion* (FGD) adalah suatu strategi untuk dapat mengumpulkan data interaksi sosial dalam suatu diskusi (Alfiyanti, 2008). Adapun menurut ([Mishra](#), 2016) Focus group discussion (FGD) adalah cara yang baik untuk mengumpulkan orang-orang dari latar belakang atau pengalaman yang sama untuk membahas topik tertentu yang menarik. FGD dilakukan untuk mendiskusikan suatu permasalahan dan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin tanah liat. Berdasarkan berbagai latar belakang yang ada, maka dalam kasus FGD ini disepakati kegiatan yang dilakukan pada implementasi digital marketing untuk promosi maupun penjualannya.



Gambar 1. *Focus Group Discussion*

#### 2. Pembuatan logo

Logo adalah elemen grafis berupa ideogram, simbol, tanda, ikon, tanda, yang digunakan sebagai lambang suatu merek. Logo adalah pintu masuk untuk mencerminkan merek. Oleh karena itu, logo harus mampu mengungkapkan kepribadian dan jiwa dari entitas yang diwakilinya ([Oscario](#), 2013). Pembuatan Logo dimaksudkan untuk meningkatkan branding suatu usaha tersebut.



<sup>1\*)</sup>Taufik Ridwan, <sup>2)</sup> Abdul Rohim, <sup>3)</sup> Nurima Fadilah, <sup>4)</sup> Zaenal Arifin, <sup>4)</sup> Amaliya, <sup>5)</sup> Aan Ajjiah, <sup>6)</sup> Inah, <sup>7)</sup> Istikanatul Mustafidah, <sup>8)</sup> Siti Masitoh, <sup>9)</sup> Herdy Ageng Triyatna, <sup>10)</sup> Muhamad Nur Arifin, <sup>11)</sup> Siti Patimah, <sup>12)</sup> Khsusunul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD

Gambar 2. Logo Kerajinan Gerabah Desa Arjawinangun

### 3. Pembuatan akun media sosial

Evolusi dunia digital dan internet yang semakin cepat tidak diragukan lagi berdampak pada dunia pemasaran. Tren pemasaran dunia bergeser dari tradisional ke digital. Digital marketing merupakan media komunikasi yang dinilai lebih efektif dalam memasarkan suatu produk. Pemasaran digital, biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terintegrasi, memfasilitasi interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen potensial. Salah satu platform pemasaran digital yang sering digunakan adalah media sosial. Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan penggunanya. (Urva et al., 2022)

Dengan media sosial, promosi digital dapat dilakukan dengan mengunggah konten pada social media yang ada. Seperti hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Tresnawati & Prasetyo, 2018) bahwa Konten yang tepat digunakan pada Instagram adalah visual/image dan hashtag, Sedangkan untuk Facebook adalah photo album, teks, dan fanpage. Berikut adalah social media yang telah dibuat:



Gambar 3. Akun facebook



Gambar 4. Akun instagram

### 4. Pelatihan dan Pendampingan

Mengoptimalkan untuk media pemasaran secara digital, maka Tim melakukan pelatihan serta pendampingan dilakukan secara offline pada *client* diikutsertakan dalam pelatihan dengan materi digital marketing dan webinar digital marketing. Pelatihan dan pendampingan antara lain dalam proses unggah produk, desain produk, promosi, serta penanganan transaksi.

<sup>1\*)</sup>Taufik Ridwan, <sup>2)</sup> Abdul Rohim, <sup>3)</sup> Nurima Fadilah, <sup>4)</sup> Zaenal Arifin, <sup>4)</sup> Amaliya, <sup>5)</sup> Aan Ajjah, <sup>6)</sup> Inah, <sup>7)</sup> Istikanatul Mustafidah, <sup>8)</sup> Siti Masitoh, <sup>9)</sup> Herdy Ageng Triyatna, <sup>10)</sup> Muhamad Nur Arifin, <sup>11)</sup> Siti Patimah, <sup>12)</sup> Khsusnul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD



Gambar 5. Pelatihan & pendampingan aplikasi pemasaran digital

Salah satu bentuk antusiasme para pengrajin tanah liat terhadap mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan observasi guna untuk melengkapi kegiatan program KPM adalah dengan tidak sungkan memberikan informasi terhadap para mahasiswa dan bahkan merekapun mengajak para mahasiswa untuk ziarah ke makam pangeran panjuran. Desa arjawinangun adalah salah satu desa yang masyarakatnya berprofesi sebagai pengrajin tanah liat terutama di Blok posong mayoritas masyarakat membuat gerabah. Hasil dari pembuatan gerabah itu tanah liat ini dibuat dari beberapa proses mulai dari pembuatan atau pencetakan, pengepulan, atau pembakaran, dekorasi (CET warna) dan terakhir pengeringan. Cara pembuatan gerabah yaitu:

- a. Tanah liat di haluskan terlebih dahulu lalu di campurkan abu, pasir kemudian di aduk secara manual dengan tangan dan menggunakan kaki karena belum ada mesin pencetakan gerabah, maka dari itu pengrajin gerabah masih menggunakan secara manual pembuatan.
- b. Proses selanjutnya tanah liat di bentuk lalu di jemur dan di keringkan dalam waktu 2 hari setelah kering di simpan di tempat pembakaran. Proses pembarakaran tergantung pada cuaca jika cuaca bagus waktu pembakaran 2 - 3 hari jika cuaca buruk menghabiskan waktu 4-5 hari.
- c. Proses pengecatan membutuhkan waktu 2 hari untuk jenis kendi-kendi biasa sedangkan untuk kerajinan celengan membutuhkan waktu yang cukup lama karena harus memadukan berbagai macam warna agar lebh menarik di lihat oleh pembeli untuk pengecatan pendil, kendi belum menggunakan cat yang bervariasi karena membutuhkan modal yang sangat besar sedangkan tidak balance dengan penghasilan produk yang dapat di hasilkan dalam satu hari tergantung pada pengrajin jika pengrajin berumur lansia hanya dapat menghasilkan kerajinan semampunya sedangkan anak muda bisa menghasilkan cukup banyak kerajinan gerabah, bentuk paling favorit sering di buat yaitu pendil, kendi, celengan ayam, celengan macan, dan mainan anak-anak seperti teko maianan anak-anak.

1\*)Taufik Ridwan, 2) Abdul Rohim, 3) Nurima Fadilah, 4) Zaenal Arifin, 4) Amaliya, 5) Aan Ajjiah, 6) Inah, 7) Istikanatul Mustafidah, 8) Siti Masitoh, 9) Herdy Ageng Triyatna, 10) Muhamad Nur Arifin, 11) Siti Patimah, 12) Khsusunul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD



Gambar 6. Foto kegiatan pelatihan dan pendampingan gerabah

Desain gerabah yang biasa di buat sesperti kendi dalam satu bulan modal penghasilan tidak menentu karena sedikitnya populasi pemasaran dampak dari Covid-19 sehingga penghasilan belum stabil. Pembuatan kendi di buat tergantung pemesanan jika banyak pesanan keuntungan akan lebih banyak. Penjualan kendi pada tahun sebelumnya perbulan dapat menjual 1000 pich dengan penghasilan 1 juta sedangkan keuntungan perhari mencapai 50-100 ribu, keuntungan perminggu mencapai 1 juta lebih keuntungan perbulan paling banyak 2 juta.

Mayoritas para pengrajin ini meneruskan peninggalan dari nenek moyang mereka, sehingga masyarakat desa arjawinangun ini khususnya Blok depok masih melestarikannya sebagai bentuk penghargaan kepada nenek moyang dan bentuk cinta serta tetap mempertahankan produk local yang masih bersifat tradisional Oleh karenanya beberapa masyarakat masih ada yang memproduksi kerajinan tanah liat.

Salah satu contoh kerajinan tanah liat ini adalah cetakan kendi karena dilihat dari proses pembuatannya yang sangat mudah. Karena prosesnya sangat cepat sehingga membuat pekerja pengrajin tanah liat ini bisa di gunakan semua kalangan mulai dari kalangan tua sampai kalangan muda. Bahan-bahan Baku kerajinan tanah liat

1. Tanah liat : bahan utama

2. Air : untuk mengatur tekstur tanah liat agar mudah di bentuk
3. Abu : untuk di campurkan ke tanah liat saat di bakar agar hasilnya bisa keras dan kuat
4. Kayu bakar : digunakan untuk membakar hasil dari kerajinan tanah liat yang telah dikeringkan

Mereka (para pengrajin) mendapatkan tanah liat ini dari tanah sawah desa secara gratis selama 5 tahun karena di fasilitasi oleh pemerintahan desa. Untuk cara menjualnya, para pengrajin ini tidak memasarkan sendiri melainkan hanya menunggu pesanan dari para pembeli dan bersyukur pesanan mereka hampir datang setiap hari sehingga mereka bisa menjadikan kerajinan tanah liat ini sebagai profesi utama. Melalui sosial media facebook dan instagram tersebut pemasaran produk tanah liat dapat membantu meningkatkan penjualan hasil tanah liat dari biasanya yang tanpa menggunakan media sosial.

Masyarakat Arjawinangun saat ini menjadikan media sosial facebook dan instagram sebagai sarana pemasaran penting dan mengurangi tenaga dan waktu dalam memasarkannya serta berdampak untuk waktu yang panjang. Kelebihan dalam menggunakan sosial media facebook dan instagram yaitu dapat menjangkau luas dan dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun dan di mana pun tidak terbatas oleh usia mau pun kalangan tertentu.

## SIMPULAN

Pembuatan kerajinan tanah liat di desa Arjawinangun melalui beberapa proses yaitu: pengolahan tanah, pembentukan Gerabah, pengeringan Gerabah, dan proses pembakaran. Upaya yang dilakukan oleh pengrajin Gerabah dalam mempertahankan kelanjutan dari kerajinannya adalah berbentuk pemasaran secara rutin yang dilakukan oleh masyarakat setempat. Kendala yang dihadapi pengrajin yaitu proses pembuatannya masih menggunakan cara tradisional dan faktor pengrajin yang melakoni pekerjaan ini sudah semakin sedikit, dikarenakan SDM pengrajin dan bahan baku yang digunakan sulit ditemukan serta keberadaan gerabah dipengaruhi dengan adanya perkakas rumah tangga yang memiliki fungsi sama. Maka dari itu mengadakan kerjasama dan gotong royong untuk memajukan pengrajin gerabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brown, G. (2002). *Asset-based community development: As simple as ABCD. A Seminar Sponsored by the Centre for the Study of Training, Investment and Economic Restructuring. Ottawa, Ontario, Canada: Carleton University.*
- Fitrianto, A. R., & Susilowati, Z. (2022). Strategi Optimalisasi Peran Rukun Nelayan Dengan Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Pada Peningkatan .... *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)*, 7(2), 373–392.
- Gunaedi, J., Nastiti, H., & Krisnanik, E. (2017). IBM SME Based Online Marketing. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 7(2), 446–457.
- Kiráľová, A., & Pavlíčeka, A. (2015). Development of social media strategies in tourism destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 358–366.
- Kusumawati, R., & Akmalia, A. (2021). Optimalisasi Pemasaran Digital Sebagai Upaya Pemulihan Usaha Kerajinan Gerabah. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- LPPM, U. K. I. (2018). *Pedoman Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) Universitas*

<sup>1\*)</sup>Taufik Ridwan, <sup>2)</sup> Abdul Rohim, <sup>3)</sup> Nurima Fadilah, <sup>4)</sup> Zaenal Arifin, <sup>4)</sup> Amaliya, <sup>5)</sup> Aan Ajjah, <sup>6)</sup> Inah, <sup>7)</sup> Istikanatul Mustafidah, <sup>8)</sup> Siti Masitoh, <sup>9)</sup> Herdy Ageng Triyatna, <sup>10)</sup> Muhamad Nur Arifin, <sup>11)</sup> Siti Patimah, <sup>12)</sup> Khsusunul Khotimah

Optimasi Promosi Digital Kerajinan Tanah Liat dalam Pelestarian Kearifan Lokal Desa Arjawinangun Dengan Pendekatan ABCD

---

Kristen Indonesia. *Jakarta: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UKI.*

Mishra, L. (2016). Focus group discussion in qualitative research. *Techno Learn*, 6(1), 1.

Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202.

Rachmawaty, A. (2021). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 8(1), 29–44.

Saragih, E. J., & Utami, R. A. (2020). Efektifitas Model "PC-JeWa" Perawat terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap. *Jurnal Kesehatan Holistic*, 4(1), 12–26.

Saragih, F. D. (2018). *Peran Bina Keluarga Remaja (Bkr) Dalam Mewujudkan Keharmonisan Keluarga Di Kelurahan Durian Payung Kecamatan Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung.* UIN Raden Intan Lampung.

Statistik, B. P. (2018). *Statistik Indonesia 2018.* Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *Profesi Humas*, 3(1), 102–119.

Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61.

Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).