

Melestarikan Budaya Anjat Dayak: Analisis Dampak Pelatihan *Visual Communication Skill* Terhadap Penguatan SDM Usaha Rumahan Jessie Samarinda

Nur Wahidah¹, Iva Dwi Sari², Ella Anggriani³, Relma Reifana Hero⁴, Ismail Lukman⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Mulawarman

wahidah9780@gmail.com¹, ivadwi91@gmail.com², ellaanggriani6915@gmail.com³, relmareifanahero@gmail.com⁴

ABSTRACT

Globalization has brought significant changes to various aspects of life, including culture. Amid the influx of foreign cultures, local products such as the Anjat Dayak bag from the Dayak tribe face the threat of extinction. This research aims to preserve and promote the Anjat Dayak bag through training in visual communication skills to enhance the product's competitiveness and marketing. The study was conducted in Samarinda City, East Kalimantan, focusing on the Jessie Samarinda Home Business. This research employs a quantitative method (survey) and involves training the owner and employees of the home business in various aspects of visual communication skills. The training aims to improve digital marketing skills to boost sales and introduce the Anjat Dayak bag to the wider community. The research results show an 81.10% increase in the partners' knowledge and digital marketing skills. Thus, the competitiveness and sales of the Anjat Dayak bag are expected to increase, ensuring the preservation of Dayak culture.

Keywords: Anjat Dayak; Culture; Digital marketing; Home Business; Visual Communication Skill

ABSTRAK

Globalisasi membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk budaya. Di tengah gempuran budaya asing, produk lokal seperti tas Anjat Dayak dari suku Dayak menghadapi ancaman kepunahan. Penelitian ini bertujuan untuk melestarikan dan mempromosikan tas Anjat Dayak melalui pelatihan keterampilan komunikasi visual guna meningkatkan daya saing dan pemasaran produk. Penelitian dilakukan di Kota Samarinda, Kalimantan Timur, dengan fokus pada Usaha Rumahan Jessie Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (survei) dan melibatkan pelatihan kepada pemilik dan karyawan usaha rumahan tersebut dalam berbagai aspek keterampilan komunikasi visual. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital guna meningkatkan penjualan dan memperkenalkan tas Anjat Dayak kepada masyarakat luas. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital mitra sebesar 81,10%. Dengan demikian, daya saing dan penjualan Tas Anjat Dayak diharapkan meningkat, sehingga kelestarian budaya Dayak dapat terjaga.

Kata kunci: Anjat Dayak; Budaya; Pemasaran Digital; Usaha Rumahan; *Visual Communication Skill*

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk budaya. Di era globalisasi yang penuh dengan gempuran budaya asing, banyak produk lokal yang mengandung unsur budaya terancam punah. Anjat Dayak adalah salah satu warisan budaya khas Suku Dayak yang perlu dilestarikan. Namun, di era globalisasi ini, tas anjat mulai terpinggirkan. Generasi muda mulai beralih ke produk-produk modern, sehingga minat mereka terhadap tas Anjat Dayak semakin berkurang.

Anjat Dayak merupakan hasil karya seni penuh makna, dianyam dari bambu rotan dengan berbagai bentuk dan motif yang mencerminkan nilai-nilai dan kearifan lokal suku Dayak. Tas ini dulunya digunakan sebagai wadah berburu atau membawa perbekalan saat ke hutan. Kini, Anjat Dayak tak hanya digunakan untuk keperluan tradisional, tetapi juga telah berkembang menjadi cinderamata dengan desain yang menarik dan variatif.

Melestarikan Anjat Dayak bukan hanya tentang menjaga warisan budaya, tetapi juga membuka peluang ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Dayak. Anjat Dayak memiliki potensi besar untuk dipasarkan ke kancah internasional, baik sebagai produk budaya maupun sebagai cinderamata. Dengan desain yang unik dan bermakna, Anjat Dayak dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan dan pecinta budaya di seluruh dunia.

Oleh karena itu, Anjat Dayak perlu dilestarikan dan dipromosikan dengan strategi yang tepat agar dapat bersaing dan menarik minat konsumen. Upaya pelestarian Anjat Dayak perlu dilakukan dengan cara yang kreatif dan inovatif. Penerapan visual *communication skill* mencakup fotografi, video grafi, katalog dan pengelolaan media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing tas anjat Dayak di pasar domestik dan global.

Dengan visualisasi yang menarik dan informatif, Anjat Dayak dapat diperkenalkan kepada khalayak luas dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diminati. Konsumen di era digital ini lebih cenderung tertarik pada produk yang memiliki visualisasi yang menarik dan informatif. Visualisasi yang tepat dapat membantu Anjat Dayak untuk menonjol dari pesaingnya dan menarik perhatian konsumen potensial. Visualisasi juga dapat membantu membangun brand image dan identitas yang kuat bagi Anjat Dayak, sehingga produk ini dapat bersaing dengan produk-produk lain di pasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (*survey*) dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Kota Samarinda, Kalimantan Timur, dan berfokus pada Usaha Rumahan Jessie Samarinda. Waktu penelitian berlangsung selama 6 bulan dengan fokus penelitian yaitu pra-pelatihan, pelatihan dan pasca-pelatihan. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Usaha Rumahan Jessie Samarinda. Tujuan studi ini untuk mengetahui keberhasilan program

pelatihan visual *communication skill* terhadap penguatan SDM usaha rumahan Jessie Samarinda dalam pelestarian budaya Anjat Dayak.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi lapangan sekaligus pengumpulan data primer dengan melakukan wawancara survei kepada pemilik Usaha Rumahan Jessie Samarinda. Selanjutnya memberikan kuesioner berupa *pre test* untuk mengukur pengetahuan, keterampilan, dan motivasi karyawan. Tahap berikutnya peneliti mengukur indikator keberhasilan program dengan mengelola hasil *post test* dan dilanjutkan dengan penyajian data dalam bentuk laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Program

Anjat Dayak merupakan salah satu warisan budaya yang sangat penting bagi masyarakat Dayak di Kalimantan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pelestarian budaya ini menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan limbah. Usaha rumahan Jessie Samarinda, yang berdiri sejak 2016, merupakan salah satu upaya untuk mempertahankan kerajinan tangan khas Kalimantan ini. Usaha ini beralamat di Jalan Suryanata Gang Berkah No. 11A, Kelurahan Air Putih, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

Dalam diskusi identifikasi masalah dengan mitra sebelum program ini berjalan, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh usaha rumahan Jessie. Permasalahan utama yang dihadapi adalah lemahnya pemasaran, terutama pemasaran berbasis digital, dan pengelolaan limbah yang belum optimal. Akibat dari masalah ini, produk Anjat Dayak kurang dikenal oleh masyarakat luas, dan ada kekhawatiran bahwa Anjat sebagai warisan budaya Suku Dayak akan semakin terpinggirkan.

Situasi ini diperparah dengan semakin sulitnya menemukan pengrajin Anjat, maraknya produk serupa dari pasar luar, dan minimnya *skill* pemasaran di kalangan perajin Anjat. Padahal, Indonesia masih menjadi salah satu negara dengan tingkat konsumsi tertinggi terhadap barang non-pangan, yang didorong oleh perkembangan *e-commerce*. Berdasarkan wawancara lanjutan, diketahui bahwa pemasaran produk Anjat Dayak oleh mitra saat ini dilakukan dari mulut ke mulut, membuka *stand* pameran, serta menggunakan Facebook dan Instagram. Namun, akun media sosial tersebut tidak dikelola dengan baik dan tidak diisi secara rutin, sehingga belum optimal dalam mendukung pemasaran produk.

Untuk mengatasi permasalahan ini, tim Anjat Dayak sedang berjuang membangun strategi mempertahankan Anjat Dayak melalui usaha rumahan Jessie dengan menerapkan metode visual *communication skill*. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2022, 7,38% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia berasal dari ekonomi kreatif, dengan 579,3 miliar Rupiah berasal dari desain komunikasi visual. Metode ini dianggap tepat untuk meningkatkan kapasitas mitra terkait dengan pemasaran digital, sehingga mereka mampu menjalankan usahanya dengan lebih efektif. Dengan demikian, produksi Anjat Dayak dapat meningkat, dan keberadaan

Anjat Dayak sebagai warisan budaya tidak hilang, melainkan terus bertahan dan berkembang.

Program Pelatihan *Visual Communication Skill*

Program ini dilaksanakan berdasarkan masalah dari mitra, yaitu kurangnya kemampuan pemasaran digital yang berdampak rendahnya penjualan Tas Anjat Dayak sebagai produk yang dijual mitra. Oleh karena itu, program ini difokuskan pada peningkatan pemasaran digital yang dilaksanakan dari bulan April hingga Juni. Lokasi pelaksanaan diadakan pada dua tempat, yaitu di rumah usaha mitra yang terletak di Gang Berkah dan di Nutrihub Samarinda.

1. Tahap Persiapan Program

Tahapan persiapan program ini dilakukan melalui beberapa kegiatan penting. Pertama, koordinasi dengan pimpinan mitra dilaksanakan pada tanggal 23 April 2024. Pada tahap ini, dilakukan diskusi dan perencanaan awal untuk memulai program pemberdayaan di Usaha Rumahan Jessie Samarinda. Tujuan dari koordinasi ini adalah untuk memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan, sasaran, dan langkah-langkah yang akan diambil dalam program ini.

Selanjutnya, pada tanggal 24 April 2024, dilakukan penyusunan media pengajaran berupa buku panduan mitra. Buku panduan ini dirancang untuk memberikan informasi dan instruksi yang jelas mengenai strategi pemasaran digital yang akan diterapkan. Panduan ini mencakup berbagai aspek mulai dari penggunaan media sosial, pembuatan konten pemasaran, hingga teknik optimasi pemasaran digital.

Target utama dari tahap persiapan ini adalah memastikan seluruh kegiatan siap dilaksanakan dengan baik, dengan harapan mencapai 100% kesiapan dalam pelaksanaan program. Dengan persiapan yang matang, diharapkan program pemberdayaan ini dapat berjalan lancar dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi Usaha Rumahan Jessie Samarinda.

2. Tahap Pelaksanaan Program

Program di lapangan dilaksanakan melalui beberapa kegiatan, yaitu:

a. Penyuluhan Pemasaran Digital

Kegiatan dimulai dengan pemberian materi tentang pemasaran digital. Selanjutnya, diberikan materi mengenai penggunaan media pemasaran digital, diikuti dengan pembuatan *mind mapping* oleh mitra mengenai materi pemasaran digital yang telah disampaikan, kegiatan ini diakhiri dengan evaluasi program.

b. Pengembangan Logo Usaha

Proses kegiatan dilaksanakan dengan mengadakan diskusi bersama mitra mengenai gaya logo yang akan dibuat. Mitra diminta untuk membuat rancangan dan kemudian mengeksekusi logo produk dengan bantuan Canva. Target yang ingin dicapai adalah terciptanya satu logo usaha yang akan dievaluasi berdasarkan ketersediaan logo yang dibuat.

c. Pelatihan Foto Produk

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan *branding* produk melalui materi dan praktik fotografi. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggandeng Yaba Pictures, narasumber ahli di bidang fotografi yang sudah memiliki reputasi di Samarinda.

d. Pelatihan Teknik Videografi

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan *branding* iklan melalui teknik videografi, dengan penyampaian materi dan praktik videografi. Pelatihan ini dilaksanakan oleh WBphotographer Samarinda.

e. Pelatihan Penciptaan Katalog Digital

Kegiatan pelatihan pembuatan katalog digital diberikan materi dan praktik, yang dilaksanakan oleh WBphotografer Samarinda. Kegiatan ini bertujuan guna membantu pengembangan keterampilan katalog digital kepada mitra.

f. Pelatihan Pengelolaan Konten Media Sosial

Kegiatan pelatihan dimulai dari pembuatan kalender konten, implementasi konten, hingga evaluasi konten. Pelatihan ini dilaksanakan oleh WBphotographer Samarinda, mencakup penyampaian materi dan praktik langsung. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan mitra dalam pembuatan konten produk di media sosial.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan program dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Komponen Penilaian Program

Sumber: Hasil olah data penelitian

Komponen Penilaian	0-20	21-40	41-60	61-80	81-100
Pemahaman Pemasaran Digital					82
Penggunaan Aplikasi <i>E-Commerce</i>					84
Pembuatan Logo Usaha					90
Pelatihan Fotografi					
Pemahaman fungsi dan fitur dasar kamera pada HP,					88
Pemahaman jenis-jenis pencahayaan (alam dan buatan), arah cahaya, dan cara memanfaatkan cahaya alami.					81
Penggunaan Fokus dan Kedalaman Bidang yaitu Teknik mengatur fokus dan menggunakan efek blur untuk menonjolkan subjek.					81
Penggunaan Eksposur: Memahami ISO,					

shutter speed, dan aperture, serta bagaimana mengatur eksposur dengan aplikasi kamera manual jika tersedia.					80
Pemilihan <i>angle</i> untuk menghasilkan perspektif yang menarik.					90
Penggunaan Fotografi Gerakan dengan Teknik menangkap objek yang bergerak agar terlihat tajam atau sebaliknya, membuat efek blur yang artistik.					80
Pelatihan Videografi					
Teknik pengambilan gambar komposisi dan <i>framing</i>					82
Penggunaan jenis-jenis <i>shot</i> seperti <i>wide shot</i> , <i>medium shot</i> , <i>close-up</i> serta Gerakan kamera dalam bentuk <i>pan</i> , <i>tilt</i> , <i>zoom</i> , sumber cahaya alami dan buatan.					94
Penggunaan <i>diffuser</i> .					85
Teknik pencahayaan dasar: tiga titik pencahayaan.					80
Pelatihan Katalog					
Penggunaan katalog <i>online</i> untuk <i>marketplace</i> di Canva Perkenalan cara penggunaan Canva untuk membuat katalog: <ul style="list-style-type: none"> ● Memulai proyek baru ● Menyesuaikan desain ● Menambahkan konten ● Elemen visual Optimalisasi cetakan & digital					92
Pengolahan Akun Media Sosial					
Pemahaman pengelolaan akun media sosial					88
Perencanaan konten					96
Pembuatan konten					85
Promosi konten					83
JUMLAH					1541

Tabel 2. Rekapitulasi Nilai

Sumber: Hasil olah data penelitian

Skor 0-100	Predikat (Pengetahuan dan Keterampilan)	Klasifikasi Sikap
81-100	100%	Baik Sekali
61-80	80%	Baik
41-60	60%	Cukup
21-40	40%	Kurang
0-20	20%	Sangat Kurang

Berdasarkan penilaian yang diberikan, hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang sangat baik di berbagai aspek. Dalam pemahaman pemasaran digital, peserta memperoleh skor 82%, dan penggunaan aplikasi *e-commerce* mendapatkan skor 84%. Untuk pembuatan logo usaha, skor yang dicapai adalah 90%. Dalam pelatihan fotografi, peserta mendapatkan skor tinggi, termasuk pemahaman fungsi dan fitur dasar kamera pada ponsel dengan skor 88%, pemahaman jenis-jenis pencahayaan dengan skor 81%, penggunaan fokus dan kedalaman bidang dengan skor 81%, serta penggunaan eksposur dengan skor 80%, pemilihan sudut mendapatkan skor 90%, dan penggunaan fotografi gerakan memperoleh skor 80%.

Pada pelatihan videografi, peserta juga menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan teknik pengambilan gambar mendapatkan skor 82%, penggunaan jenis-jenis bidikan dengan skor 94%, penggunaan *diffuser* dengan skor 85%, dan teknik pencahayaan dasar dengan skor 80%. Pelatihan katalog di Canva menghasilkan skor 92%. Dalam pengelolaan akun media sosial, pemahaman pengelolaan akun memperoleh skor 88%, perencanaan konten dengan skor 96%, pembuatan konten dengan skor 85%, dan promosi konten dengan skor 83%. Dengan jumlah skor nilai akhir peserta adalah 81%, yang dikategorikan sebagai sangat baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Anjat Dayak adalah produk budaya lokal dari Kalimantan Timur yang kaya nilai dan makna. Namun, produk ini terancam terlupakan di era modern akibat maraknya penjualan *e-commerce*. Usaha rumahan Jessie Samarinda menghadapi tantangan pemasaran digital dan pengelolaan limbah. Untuk mengatasi hal ini, pelatihan *visual communication skill* diterapkan. Program ini meliputi penyuluhan pemasaran digital, pengembangan logo usaha, pelatihan foto dan videografi produk, penciptaan katalog digital, serta pengelolaan konten media sosial. Hasilnya menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital mitra hingga 100%. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan penjualan Anjat Dayak, sehingga budaya ini tetap lestari dan berkembang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, saran bagi pengelola Anjat Dayak ke depannya adalah supaya lebih meningkatkan promosi dan kualitas sehingga daya saing dan penjualan Anjat Dayak dapat meningkat secara signifikan serta semakin dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi. (2020). Penerapan e-commerce dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325.
- Bisnis, J. M., Saing, D., & Alwendi, U. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325.
- Hendro, F., & Putro, A. (2020). Pelatihan Fotografi Di Era Digital Dalam Kontek Komunikasi Visual. *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, 1(12), 276-281.
- Mazid, S., Prasetyo, D., Farikah, Tidar, U., & Tinggi Pariwisata Ambarukmo, S. (2020). Nilai-Nilai Kearifan Lokal Sebagai Pembentuk Karakter Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 10(2), 249-262.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2020). Komunikasi Visual Di Era Digital Melalui Fotografi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2), 422-430.
- Siswanto, A. D., Haryono, E., Baiquni, M., Fathoni, W. A., & Hakim, A. A. (2021). Study Of Environmental Management Based On Peri-Karst Community Interaction Pattern (Case Study: Long Lanuk Village, Sangkulirang-Mangkalihat Karst Area, East Kalimantan). *Journal of Earth and Environmental Science*, 686(1), 1-10.
- Suteja, K. (2020). Kajian Desain Partisi Anjat Dalam Melestarikan Budaya Lokal Dengan Desain Kontemporer. *Prosiding Snades Optimisme Desain Untuk Pembangunan Negeri*, 94-101.
- Yurisma, D. Y., & Prasetya, A. J. (2021). Pengenalan Desain Komunikasi Visual Dan Animasi Dalam Dunia Industri Untuk Pelajar Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 37-46.