


# Pelatihan Desain Grafis Majalah Katalog Fotografi Sebagai Media Promosi Pada Batik Gabovira

<sup>1)</sup>Ambar Aditya Putra

<sup>1)</sup>Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya  
Email Corresponding: [ambaradityaputra@ darmajaya.ac.id](mailto:ambaradityaputra@ darmajaya.ac.id)

| INFORMASI ARTIKEL  | ABSTRAK   |
|--|---|
| <b>Kata Kunci:</b><br>Kain Batik<br>Majalah Katalog<br>Fotografi<br>Desain<br>Promosi      | Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, salah satunya adalah batik, yang telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda Dunia. Batik Gabovira, terus melakukan inovasi dalam pengembangan desain dan teknik batik yang terinspirasi oleh warisan budaya dan sejarah Lampung. Meskipun Batik Gabovira telah memanfaatkan strategi penjualan baik secara daring maupun luring, mereka menghadapi kendala dalam promosi luring, terutama karena belum adanya majalah promosi yang dapat menyajikan informasi lengkap mengenai produk-produk yang ditawarkan. Kendala utama yang dihadapi oleh Batik Gabovira adalah kurangnya media promosi berbentuk majalah yang mampu memberikan deskripsi komprehensif mengenai produk batik dan kain. Solusi yang diusulkan untuk mengatasi masalah ini adalah pembuatan majalah promosi yang memadukan teknik fotografi dan desain grafis, guna menyajikan informasi visual tentang berbagai jenis kain. Selain itu, dilakukan pelatihan desain grafis kepada 5 (lima) tim pemasaran agar mampu menghasilkan majalah dan katalog produk secara mandiri. Dengan adanya majalah promosi yang disertai dengan kemampuan desain grafis yang memadai dari tim pemasaran, diharapkan pelanggan akan lebih memahami dan mengenal produk Batik Gabovira secara lebih mendalam. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan sekaligus memperluas jangkauan promosi baik di ranah daring maupun luring. |
| <b>Keywords:</b><br>Batik Fabric<br>Catalog Magazine<br>Photography<br>Design<br>Promotion | <b>ABSTRACT</b><br>Indonesia has a rich and diverse cultural heritage, one of which is batik, which has been recognized by UNESCO as an Intangible Cultural Heritage of Humanity. Batik Gabovira continues to innovate in the development of batik designs and techniques, inspired by the cultural heritage and history of Lampung. Although Batik Gabovira has utilized both online and offline sales strategies, they face challenges in offline promotion, particularly due to the lack of a promotional magazine that can provide comprehensive information about the products offered. The main challenge faced by Batik Gabovira is the absence of a promotional magazine that can offer detailed descriptions of their batik and fabric products. The proposed solution to address this issue is the creation of a promotional magazine that combines photography and graphic design techniques to visually present information about various types of fabrics. Additionally, graphic design training will be provided to five (5) marketing team members so they can independently produce product catalogs and magazines. With a promotional magazine supported by the marketing team's adequate graphic design skills, it is hoped that customers will gain a deeper understanding and awareness of Batik Gabovira's products. This is expected to increase sales and expand promotional reach both online and offline.                        |

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan budaya nasional dan warisan leluhur yang beragam, yang menjadi identitas dan karakteristik bangsa. Budaya ini memegang peran krusial dalam pembentukan jati diri nasional dan oleh karena itu, wajib dilestarikan. Keberagaman budaya Indonesia meliputi berbagai aspek, seperti upacara adat, pakaian tradisional, tarian, musik, bahasa, kuliner, dan seni, di mana setiap daerah memiliki keunikan tersendiri. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan ragam seni yang autentik dan bervariasi (Susanti et al., 2019). Salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai seni tinggi adalah batik, yang

diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya takbenda pada 2 Oktober 2009. Pengakuan ini menegaskan batik sebagai identitas nasional yang diwariskan secara turun-temurun dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia (Dalam et al., 2009). Salah satu produsen batik yang berkembang di Provinsi Lampung adalah Batik Gabovira, didirikan pada 25 Februari 2000 di Bandar Lampung. Batik Gabovira memproduksi berbagai jenis batik, termasuk batik tulis, cap, dan printing, sesuai dengan permintaan pelanggan. Seiring perkembangannya, Batik Gabovira terus berinovasi dengan memproduksi batik wax print, batik cap kombinasi tulis, batik eco art, serta mengembangkan teknik pewarnaan seperti pelangi dan gradasi (dalam Bahasa Jawa disebut Umplukan). Batik Gabovira telah terdaftar sebagai merek dagang resmi di Direktorat HKI Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Desain batik Gabovira memiliki keunikan yang terinspirasi dari sejarah dan ornamen budaya Lampung. Hingga saat ini, Batik Gabovira terus memperkaya motif dan desain batik khas Lampung, dengan tujuan utama mempromosikan seni dan budaya Lampung melalui batik (Meidasari et al., 2022).

Proses produksi Batik Gabovira melibatkan masyarakat lokal, termasuk penyandang Tuna Rungu Wicara, yang berperan dalam pembuatan batik tulis. Selain batik, Gabovira juga menjual kain tenun, pakaian batik, kaos, serta berbagai souvenir dan kerajinan khas Lampung. Penjualan dilakukan secara offline dan online, dengan promosi online yang aktif melalui platform media sosial dan situs web resmi gabovira.id. Namun, tantangan muncul dalam penjualan offline, khususnya dalam promosi langsung (door to door) dan di gerai, karena Batik Gabovira belum memiliki majalah promosi yang memberikan informasi lengkap mengenai jenis-jenis batik dan kain yang ditawarkan. Selain itu, tim pemasaran pada Batik Gabovira belum memiliki kemampuan dalam merancang dan mendesain majalah dengan menggunakan desain grafis menggunakan Adobe Photoshop dengan memanfaatkan fotografi sebagai media pendukungnya (Fotografi et al., 2022).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan pelatihan desain grafis guna menambah pengetahuan tim pemasaran dimana dengan menggabungkan teknik desain, fotografi dan informasi mengenai jenis kain. Selain itu, pelatihan desain grafis ini diperlukan dalam pembuatan majalah katalog, agar pelanggan dapat lebih memahami produk yang ditawarkan nantinya. Desain grafis dibutuhkan dalam media promosi yang berfungsi sebagai alat visual untuk menggambarkan produk di media cetak maupun digital (Lisnawita et al., 2020). Penggunaan desain grafis juga dapat digunakan untuk promosi (Tejo Kumoro et al., 2021), khususnya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, situs web, dan majalah, terbukti efektif karena dapat menjangkau audiens yang luas (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

## II. MASALAH

Batik Gabovira merupakan salah satu pelaku industri batik di Provinsi Lampung yang telah berkembang pesat dalam menghasilkan berbagai jenis batik, termasuk batik tulis, cap, dan printing. Meskipun demikian, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan dalam hal promosi produk secara efektif dan profesional, khususnya dalam bentuk media visual yang menarik. Hingga saat ini, Batik Gabovira belum memiliki media promosi berupa majalah katalog yang dapat secara komprehensif menampilkan produk batik terbaru, motif, serta kualitas kain dengan visual yang mendukung.

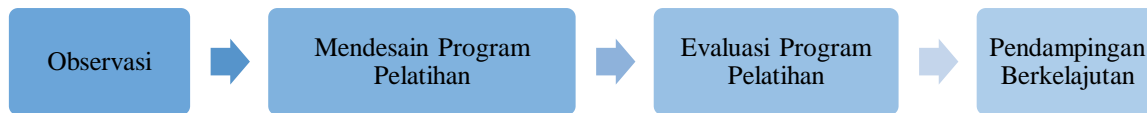
Keterbatasan dalam kemampuan mendesain dan memotret katalog produk, serta minimnya pengetahuan terkait teknik desain grafis dan fotografi, menyebabkan produk-produk Batik Gabovira kurang dikenal secara luas, baik dalam pasar lokal maupun nasional. Promosi yang selama ini dilakukan sebagian besar bersifat tradisional, sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen secara optimal, terutama di era digital yang sangat bergantung pada visualisasi produk.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian Batik Gabovira

### III. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah metode presentasi, diskusi, praktik dan implementasi (Ambar Aditya Putra et al., 2023). Metode ini dilakukan karena dapat meningkatkan pengetahuan mitra dalam merancang dan mendesain sebuah majalah katalog fotografi sebagai media promosi yang digunakan dalam memperkenalkan produk dari batik gabovira itu sendiri. Adapun tahap pelaksanaan yang dilakukan sebagai berikut:



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan PKM

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian di Batik Gabovira dilakukan melalui beberapa tahap yang sistematis untuk mencapai tujuan meliputi:

#### a. Observasi

Pada tahap ini, tim melakukan observasi terhadap Batik Gabovira dan mengadakan pre-test untuk mitra guna menilai tingkat pemahaman mereka dalam perancangan dan desain. Selain itu, tim mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk pelatihan desain grafis dalam pembuatan fotografi katalog di tahap berikutnya, dengan tujuan memastikan pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan mitra. Observasi ini mencakup analisis terhadap teknik desain yang telah diterapkan, serta pemahaman mitra terkait aspek visual yang efektif, sehingga materi pelatihan dapat disesuaikan untuk memaksimalkan hasil dan meningkatkan kualitas promosi produk Batik Gabovira.



Gambar 3. Tahap Observasi

#### b. Mendesain Program Pelatihan

Pada tahap ini, tim menyusun rencana teknis pelaksanaan kegiatan PKM dengan memulai dari penentuan jadwal pelaksanaan dan mempersiapkan peralatan pendukung yang diperlukan untuk pembuatan majalah katalog fotografi, seperti laptop, kamera, elemen tambahan, kain yang akan difoto, serta model sebagai objek foto (Tinarbuko, 2015). Hal ini dilakukan agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu, tim juga merancang alur kerja yang sistematis, termasuk pengaturan lokasi pemotretan, pencahayaan, serta pemilihan gaya fotografi untuk memastikan hasil visual yang optimal dan sesuai dengan konsep katalog majalah yang direncanakan (Tunya, 2019).



Gambar 4. Tahap Pengambilan Gambar dan Pelatihan Desain Grafis

**c. Evaluasi Program Pelatihan**

Pada tahap ini, tim melaksanakan post-test kepada mitra untuk menilai tingkat pemahaman dan manfaat pelatihan desain grafis dalam pembuatan majalah katalog fotografi bagi Batik Gabovira (Kabas Asim et al., 2017). Hasil post-test ini dibandingkan dengan hasil pre-test guna mengidentifikasi peningkatan keterampilan dan pengetahuan mitra selama mengikuti pelatihan. Selain itu, tim juga mengumpulkan masukan dari mitra terkait relevansi materi pelatihan, hambatan yang ditemui selama pelaksanaan, serta potensi penerapan keterampilan yang telah diperoleh dalam pengembangan usaha mereka di masa mendatang.



Gambar 5. Evaluasi Program Pelatihan

**d. Pendampingan Keberlanjutan**

Pada tahap ini, tim tetap memberikan pendampingan kepada mitra Batik Gabovira meskipun program PKM telah selesai. Pendampingan ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan yang sudah dilaksanakan dan memastikan mitra dapat menghasilkan majalah edisi terbaru sebagai sarana promosi produk batik mereka. Selain itu, bimbingan tambahan juga diberikan jika diperlukan, agar mitra terus dapat meningkatkan kualitas desain grafis dan fotografi dalam pembuatan majalah katalog, sekaligus memperluas cakupan pemasaran melalui media promosi yang lebih profesional dan efektif.



Gambar 6. Pendampingan Keberlanjutan

e. Pengukuran *Pretest* dan *Posttest*

Berikut adalah data pengukuran *pretest* dan *posttest* mengenai pelatihan desain grafis majalah katalog di Batik Gabovira:

Tabel 1. Data Pengukuran *Pretest* dan *Posttest*

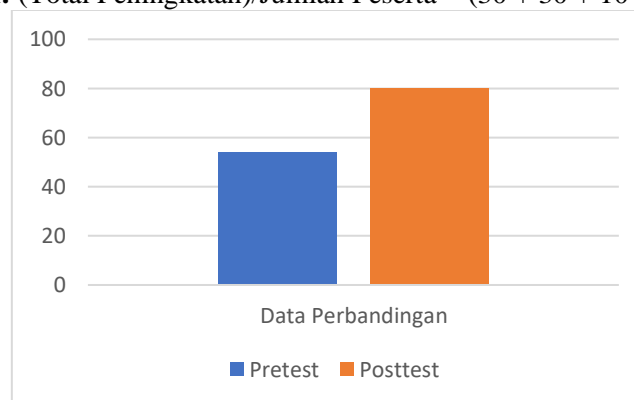
| No | Nama Peserta | Pretest (Skor 0-100) | Posttest (Skor 0-100) | Peningkatan (Posttest - Pretest) |
|----|--------------|----------------------|-----------------------|----------------------------------|
| 1  | Syavitri     | 50                   | 80                    | 30                               |
| 2  | Andini       | 60                   | 90                    | 30                               |
| 3  | Rachman      | 70                   | 80                    | 10                               |
| 4  | Maezurra     | 40                   | 70                    | 30                               |
| 5  | Putra        | 50                   | 80                    | 30                               |

**Rata-rata Skor**

**Rata-rata Pretest:** (Total Pretest)/Jumlah Peserta =  $(50 + 60 + 70 + 40 + 50) / 5 = 54$

**Rata-rata Posttest:** (Total Posttest)/Jumlah Peserta =  $(80 + 90 + 80 + 70 + 80) / 5 = 80$

**Rata-rata Peningkatan:** (Total Peningkatan)/Jumlah Peserta =  $(30 + 30 + 10 + 30 + 30) / 5 = 26$



Gambar 7. Data Perbandingan

Dari data di atas, terlihat bahwa terdapat peningkatan signifikan pada skor posttest dibandingkan dengan skor pretest, yang menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis majalah katalog yang dilaksanakan di Batik Gabovira berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam merancang dan mendesain. Hal ini mengindikasikan bahwa program pelatihan tersebut tidak hanya efektif dalam transfer pengetahuan, tetapi juga mampu membekali mitra dengan keterampilan praktis yang diperlukan untuk mengembangkan produk mereka secara profesional. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi yang berarti terhadap upaya promosi dan pemasaran produk batik, serta mendukung pertumbuhan usaha mitra di masa depan.

**V. KESIMPULAN**

Setelah dilaksanakan pelatihan desain grafis katalog dan fotografi pada tim Batik Gabovira, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan tim. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan nilai pretest dan posttest yang menunjukkan perkembangan yang jelas. Sebelum pelatihan, tim memiliki pemahaman dasar yang terbatas tentang elemen-elemen desain grafis dan teknik fotografi yang efektif untuk katalog produk. Namun, setelah pelatihan, hasil posttest menunjukkan peningkatan yang substansial dalam kemampuan mereka, baik dalam hal tata letak visual, pemilihan warna, hingga penggunaan fotografi untuk menonjolkan produk secara profesional.

Peningkatan tersebut membuktikan bahwa pelatihan ini berhasil tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperluas wawasan tim Batik Gabovira dalam mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan kreatif. Dengan pengetahuan yang lebih mendalam, diharapkan Batik Gabovira mampu meningkatkan kualitas katalog produk mereka, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat identitas merek melalui promosi yang lebih profesional dan menarik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ambar Aditya Putra, Desiana Murysari, Ade Moussadecq, Fahlul Rizki, & Cantika Khairunis. (2023). Pelatihan Pembuatan Alat Permainan Edukasi Busy Book Bagi Tenaga Pendidik Paud Aisyiyah Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 3206–3210.
- Dalam, D., Memenuhi, R., Magister, P., Hukum, I., & Kusumaningtyas, R. F. (2009). *Perlindungan Hak Cipta Atas Motif Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa ( Studi Terhadap Karya Seni Batik Tradisional Kraton Surakarta ) Tesis Program Pascasarjana*.
- Fotografi, J., Seni, F., & Rekam, M. (2022). *Efek distorsi dalam fashion editorial*.
- Kabas Asim, Bessie Juita L.D, & Nyoko Antonio E.L. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Kota Kupang Melalui Pembuatan Media Katalog Wisata. *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, 4, No.1(1), 71–90. <https://ejurnal.undana.ac.id/JEM/article/download/1359/1061>
- Lisnawita, L., Lucky Lhaura Van FC, & Musfawati. (2020). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 231–235. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i2.3406>
- Meidasari, E., Meliana, & Kusumawardani, N. (2022). Pengaruh Mutu Produk, Desain Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Batik Gabovira. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 1(3), 253–259. <https://doi.org/10.55983/inov.v1i3.145>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Susanti, D. I., Sudhiarsa, R. I. M., & Susrijani, R. (2019). *Ekspresi Budaya Tradisional dan Hak Kekayaan Intelektual*. 254.
- Tejo Kumoro, D., Hasanah, U., & Yoga Pudya Ardhana, V. (2021). Pelatihan Desain Grafis Bagi Santri Pondok Pesantren Pabelan. *Bakti Sekawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 13–16. <https://doi.org/10.35746/bakwan.v1i1.147>
- Tinarbuko, S. (2015). DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zDi4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&dq=Desain+komunikasi+visual&ots=cSzCkUf9SP&sig=ywSnGMMnWfp7nzY\\_l8T5E7V4k18](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zDi4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&dq=Desain+komunikasi+visual&ots=cSzCkUf9SP&sig=ywSnGMMnWfp7nzY_l8T5E7V4k18)
- Tunya, A. E. (2019). *Fotografi Fashion Editorial Sebagai Media Promosi Busana Rancangan Adinda Moeda*. <http://digilib.isi.ac.id/eprint/6005%0Ahttp://digilib.isi.ac.id/6005/3/JURNAL.pdf>