

## BATIK GAMES: OPTIMALISASI SALURAN KOMUNIKASI BISNIS UMKM MELALUI PERANCANGAN DAN PEMBUATAN MATERI INTERAKTIF H5P

Oleh:

Nugrahaningtyas Fatma Anyassari<sup>1</sup>, Putri Sekarsari<sup>2</sup>, Wahyuni Ningsih<sup>3</sup>,  
Noverita Wahyuningsih<sup>4</sup>, Sugeng Hariyanto<sup>5</sup>, Eko Boedhi Santoso<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Politeknik Negeri Malang

<sup>1</sup>nfanyassari@polinema.ac.id

### Abstrak

Dalam situasi bisnis yang semakin kompetitif, UMKM batik yang memiliki kekuatan produk secara alami perlu mengoptimalkan saluran komunikasi bisnisnya dengan tidak hanya bergantung pada materi statis, tetapi juga pada materi interaktif. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk melengkapi website UMKM batik dengan materi interaktif bertajuk 'batik games'. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi perancangan dan pembuatan materi interaktif tersebut yang terdiri dari empat tahap yaitu perancangan, produksi, evaluasi internal, dan uji publik; pengukuran level keberdayaan mitra; dan penyerahan aset. *Plug-in* H5P dipilih sebagai perangkat lunak dalam pembuatan produk. Terdapat sepuluh permainan interaktif dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris) yang dibuat. Dari hasil uji publik dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa materi interaktif H5P pada laman 'batik games' menyenangkan dan bermanfaat. Materi interaktif tersebut menyenangkan karena seru, interaktif, dan informatif. Materi tersebut bermanfaat karena menambah wawasan tentang motif, makna, dan cara pembuatan batik serta budaya terkait motif batik melalui cara yang menarik bagi gen Z. Hasil yang didapat dari analisis peningkatan level keberdayaan mitra adalah adanya peningkatan daya saing mitra dari segi penambahan ragam saluran komunikasi bisnis, peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis, dan penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis.

**Kata Kunci:** *UMKM batik, komunikasi bisnis, materi interaktif, bahasa Inggris*

### Abstract

*In an increasingly competitive business environment, an SME batik, with its inherent product strengths, needs to optimize its business communication channels by relying not only on static materials but also on interactive ones. This community service activity was carried out to equip the batik MSME website with interactive materials titled 'batik games'. The community service implementation method included designing and creating the interactive materials, which consisted of four stages: design, production, internal evaluation, and field testing; measuring the level of partner empowerment; and product handover. The H5P plug-in was chosen to accommodate product creation. Ten interactive games in two languages (Indonesian and English) were created. Field testing results show that respondents agreed that the H5P interactive materials on the 'batik games' page were fun and useful. The interactive materials were fun because they were exciting, interactive, and informative. The materials were useful because they added insight into batik patterns, meanings, and methods of batik making as well as the culture related to the batik patterns through an interesting way for Gen Z. The results obtained from the analysis of increasing the level of partner empowerment are an increase in partner competitiveness in terms of adding a variety of business communication channels, increasing differentiation of business communication strategies, and adding English as the language for business communication channel materials.*

**Keywords:** *SME batik, business communication, interactivity, English*

### PENDAHULUAN

Saluran komunikasi bisnis dapat dibagi menjadi tiga kategori jika dilihat dari besar-kecilnya kontrol perusahaan, yaitu *paid*, *owned*, dan *earned media* (Belcher and Belcher, 2018). Dari ketiga saluran komunikasi bisnis tersebut, perusahaan memiliki kontrol

penuh atas *owned media* sehingga dapat memanfaatkannya secara strategis untuk melangsungkan komunikasi bisnis. Dengan manfaat tersebut, *owned media*, terutama dalam bentuk website, sangat disarankan untuk dimiliki oleh perusahaan baru (Breeze, 2013). Anyassari et al. (2025) menambahkan bahwa website perlu dimiliki oleh perusahaan baru untuk tetap berkembang di tengah arus

informasi digital serta untuk mengakomodasi perubahan perilaku pembeli di era digital.

Manfaat terbesar dari adanya website adalah penyedia informasi terkait produk dan perusahaan (Belcher dan Belcher, 2018). Hal ini dapat dipahami karena website terdiri dari beragam laman, misalnya *homepage*, *about us*, *our product*, *newsroom*, *career*, dan *contact us* yang masing-masing memiliki peran dan tujuan informasi. Namun, bila merujuk pada proses keputusan pembelian dalam Belcher dan Belcher (2018), keberadaan informasi membantu calon pembeli untuk sampai pada tahap keputusan. Dengan kata lain, materi yang ada pada website tidak hanya mampu memberikan informasi kepada pengunjung atau calon pembeli tapi juga dapat berkontribusi dalam memersuasi calon pembeli meski secara tidak langsung (Anyassari *et al.*, 2025). Agar strategi persuasi tersebut semakin kuat di tengah kompetisi bisnis yang semakin kompetitif, keberadaan website dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ketertarikan pengunjung atau calon pembeli dengan menambahkan materi interaktif. Breeze (2013) menyebutkan bahwa website sebaiknya tidak hanya memberi informasi, tetapi juga mengakomodasi interaksi dengan pengunjung. Dengan merujuk pada Dhokalia *et al.* (2000), Breeze (2013) mendaftar enam aspek dalam mewujudkan materi interaktif, yaitu *user control*, *personalization*, *responsiveness*, *real-time interaction*, *connectedness*, dan *playfulness*.

Pentingnya website untuk mendukung komunikasi bisnis di era digital perlu diaplikasikan pada pelaku UMKM batik. Dengan kekuatan produk batik yang menjadi ikon negara Indonesia di kancah global (Kementerian Luar Negeri Indonesia, 2021), produk batik memiliki peran strategis dalam diplomasi, menjaga warisan budaya, serta mendidik generasi muda terkait wawasan Nusantara. Situasi alami yang telah dimiliki produk batik tentu sangat menguntungkan UMKM batik dalam melangsungkan komunikasi bisnis melalui kontrol penuh pada saluran komunikasi berupa website. UMKM Batik Tulis Lintang Malang yang terletak di Kabupaten Malang merupakan UMKM yang aktif melakukan kegiatan riset motif dan pendidikan. Pemilik unit usaha menjelaskan bahwa motif Batik Tulis Lintang Malang mengandung sejarah, kearifan lokal, dan filosofi mendalam. Ketiga hal tersebut menjadi sumber terciptanya motif batik. Pemilik juga aktif dalam memberikan materi Wawasan Nusantara kepada peserta mulai dari tingkat

sekolah menengah pertama sampai tingkat universitas.

Saluran komunikasi bisnis yang diandalkan Batik Tulis Lintang Malang adalah *earned media* dalam bentuk pemberitaan media massa online lokal (e.g. Novanta, 2019; Gumilang, 2021; Purwanto, 2023; Kiswara, 2023). Hal ini tidak lain karena jaringan yang telah dibangun oleh pemilik Batik Tulis Lintang Malang. Namun sayang, melihat potensi Batik Tulis Lintang Malang, pemberitaan yang dilakukan hanya menggunakan bahasa Indonesia yang mungkin jangkauannya tidak seluas apabila berita tersebut berbahasa Inggris.

*Earned media* yang digunakan oleh Batik Tulis Lintang Malang saja sebetulnya kurang begitu cukup dalam mewujudkan komunikasi bisnis. Meski hasil temuan penelitian Lovett dan Staelin (2016) serta Bell (2019) menunjukkan *earned media* lebih berdampak positif dalam membantu calon pengguna mempelajari produk daripada *paid* dan *owned media*, Bonchek (2014) meyakinkan bahwa penggunaan *owned media* masih sangat penting dan strategis, terutama bila unit usaha tidak ingin tergerus oleh zaman. Wan (2019) membuktikan bahwa kombinasi *owned* dan *positive earned media* paling efektif dalam membentuk kredibilitas konten, kehendak keterlibatan konsumen, sikap terhadap merek, serta kehendak pembelian. Untuk itu, sebuah website dibangun sebagai *owned media* untuk melengkapi saluran komunikasi bisnis Batik Tulis Lintang Malang.

Batik Tulis Lintang Malang telah memiliki website dua bahasa (Indonesia-Inggris) yang terdiri dari lima laman, yaitu Beranda (*Homepage*), Tentang Kami (*About Us*), Produk Kami (*Our Products*), Berita (*Newsroom*), dan Hubungi Kami (*Contact Us*). Sayangnya, website tersebut hanya berfokus pada konten statis berupa artikel dan foto. Padahal secara psikologis, untuk menarik minat pengunjung, konten interaktif lebih disukai (Sicilia *et al.*, 2005). Hal ini sejalan dengan aspek *playfulness* (Dhokalia *et al.*, 2000 dalam Breeze, 2013) yang mengombinasikan informasi dan hiburan melalui, salah satunya, permainan interaktif.

Dari analisis di atas, dapat ditemukan permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu: hanya ada materi statis dalam bentuk artikel dan foto pada website Batik Tulis Lintang Malang. Untuk itu, pengabdian ini dilakukan untuk mengoptimalkan saluran komunikasi bisnis Batik Tulis Lintang dalam bentuk website dengan menambahkan materi interaktif

berbentuk permainan. *Plug-in* H5P dipilih karena kompatibel dengan CMS wordpress yang digunakan website Batik Tulis Lintang Malang. Selain itu, H5P unggul dalam ragam pilihan materi interaktif dan kemudahan pengoperasiannya, bahkan bagi pengguna umum.

## METODE

Metode pelaksanaan pengabdian meliputi perancangan dan pembuatan produk yang terdiri dari empat tahap, yaitu perancangan, produksi, evaluasi internal, dan uji publik; pengukuran level keberdayaan mitra; dan penyerahan aset. Berikut penjelasannya.

### Perancangan dan Pembuatan Produk

#### Perancangan

Materi yang akan dimasukkan sebagai bahan materi interaktif dikumpulkan dengan mewawancarai pemilik unit usaha dan pencipta motif batik. Kemudian, dibuat

rancangan cetak biru terkait materi dan konversinya ke materi interaktif. Sebelum mewujudkan cetak biru tersebut, pelaksana pengabdian terlebih dahulu mencari referensi bentuk materi interaktif yang cocok bagi audiens Batik Tulis Lintang Malang. Observasi dilakukan dalam tahap perancangan, meliputi observasi audiens pengunjung website Batik Tulis Lintang Malang.

#### Produksi

Kegiatan produksi ini dimulai dengan menyusun materi interaktif dalam dua bahasa (Indonesia-Inggris). Kemudian dilanjutkan dengan memasukkan materi interaktif tersebut ke dalam plug-in H5P. Selanjutnya adalah penambahan laman pada website Batik Tulis Lintang Malang [www.batiklintangmalang.com](http://www.batiklintangmalang.com) dengan tajuk 'batik games'. Selanjutnya adalah penyematan materi interaktif H5P pada laman tersebut. Berikut disajikan peran tim pengabdian dalam kegiatan produksi dalam **Tabel 1** di bawah ini.

**Tabel 1.** Peran Tim Pengabdian Pada Masyarakat dalam Tahap Produksi

| No. | Kegiatan                                          | Peran Tim Pengabdian Pada Masyarakat                                                                   |
|-----|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Menyusun materi interaktif berdasarkan cetak biru | Ketua Pelaksana, anggota 1, dan anggota 3 menyusun materi interaktif dibantu oleh mahasiswa            |
| 2   | Memasukkan materi interaktif ke plug-in H5P       | Ketua pelaksana, anggota 2, dan anggota 4 menyalin/rekat materi interaktif dibantu oleh mahasiswa      |
| 3   | Penambahan laman website 'Batik Games'            | Ketua pelaksana dan anggota 4 menambah laman website                                                   |
| 4   | Penyematan materi interaktif ke website           | Ketua pelaksana dan semua anggota saling membantu menyematkan materi interaktif dibantu oleh mahasiswa |

#### Evaluasi Internal

Evaluasi dilakukan dengan *internal review* di mana tim pengabdian menguji coba hasil awal dan meninjau tampilan dan performa materi interaktif tersebut. Pemilik unit usaha dilibatkan dalam evaluasi ini untuk menyamakan persepsi. Kemudian, ada audiens skala kecil yang juga akan menguji coba materi interaktif tersebut. Mereka mereview dan memberikan umpan balik. Hasil umpan balik tersebut digunakan untuk mengevaluasi materi interaktif dan merevisinya bila mana diperlukan.

#### Uji Publik

Setelah selesai direvisi, materi interaktif siap untuk diujicobakan pada audiens muda atau pelanggan Batik Tulis Lintang Malang yang berkunjung. Umpan balik dari mereka akan digunakan untuk memperbaiki materi interaktif sekali lagi. Survey dipilih sebagai metode dan kuesioner dibuat sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Kuesioner tersebut terdiri dari empat pertanyaan demografi, satu pertanyaan pilihan, dua pertanyaan berskala 5 diikuti dua pertanyaan kualitatif untuk menggali persepsi

responden terhadap skala yang dipilih, dan satu pertanyaan untuk meminta saran. Pemilihan responden menggunakan teknik *convenience sampling*. Data kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menghitung frekuensi, rerata skala, dan standar deviasi. Data verbal disajikan dalam bentuk deskripsi sesuai dengan tema yang sering muncul.

### Pengukuran Level Keberdayaan Mitra

Untuk mengukur level keberdayaan mitra dengan indikator peningkatan daya saing mitra, wawancara terstruktur dilakukan dengan pemilik Batik Tulis Lintang Malang. Kuesioner berskala lima disiapkan sebagai instrumen yang meliputi tiga aspek, yaitu (1) peningkatan penambahan ragam saluran komunikasi bisnis, (2) peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis, (3) penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis. Masing-masing aspek kemudian diperinci dengan item pernyataan. Data yang didapat dari wawancara kemudian dikonversi ke dalam skala 1-5 oleh pewawancara. Untuk memastikan kredibilitas data, strategi *member checking* dilakukan dengan memberikan hasil interpretasi data kepada informan untuk ditinjau ulang. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif, yaitu dengan menghitung rerata. Data kemudian disajikan dalam bentuk tabel.

### Penyerahan Aset

Untuk mendorong kemandirian mitra dalam mengelola website, sebuah buku manual berisi langkah-langkah masuk dan mengedit masing-masing laman website disiapkan. Buku manual ini dibuat dengan

bahasa yang mudah untuk dimengerti pengguna. Buku manual ini diberikan kepada pemilik Batik Tulis Lintang Malang bersamaan dengan penyerahan aset berupa website.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perancangan dan Pembuatan Produk

Perancangan dan pembuatan produk terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu perancangan, produksi, evaluasi internal, dan uji publik. Masing-masing tahap dijelaskan sebagai berikut.

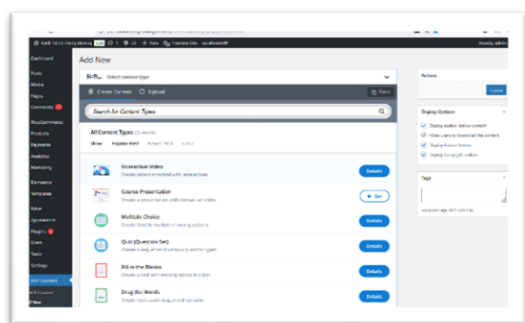
#### Perancangan

Tahap ini dilakukan mulai 23 Juni hingga 11 Juli 2025. Dari hasil wawancara, bahan untuk materi interaktif diambil dari narasi yang telah ada pada website Batik Tulis Lintang Malang, lebih tepatnya, laman 'tentang kami', 'produk kami', dan 'berita'. Informasi dari ketiga laman tersebut cukup untuk dikonversi menjadi materi interaktif. Kemudian, berdasarkan observasi tim pengabdian, rentang usia audiens Batik Tulis Lintang Malang bervariasi mulai dari 13 hingga 50 tahun. Pekerjaan mereka antara lain adalah pelajar, pegawai kantor pemerintahan, dan swasta. Audiens tersebut banyak yang berasal dari Indonesia, namun ada juga yang dari luar negeri seperti mahasiswa asing yang mengikuti pertukaran pelajar dan turis. Selanjutnya, dibuat rancangan cetak biru terkait materi dan konversinya ke materi interaktif. **Tabel 2** berikut merangkum cetak biru konversi informasi dari ketiga laman yang dipilih menjadi rancangan materi interaktif.

**Tabel 2.** Cetak biru rancangan ragam materi interaktif

| Sumber Laman                                                                                                            | Informasi yang Dipilih                                                                                                                                              | Ragam Materi Interaktif                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tentang kami<br><a href="https://batiklintangmalang.com/tentang-kami/">https://batiklintangmalang.com/tentang-kami/</a> | Lokasi galeri Batik Tulis Lintang Malang                                                                                                                            | Kuis                                                                                                                                                                                                                   |
| Produk kami<br><a href="https://batiklintangmalang.com/produk-kami/">https://batiklintangmalang.com/produk-kami/</a>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motif bapang</li> <li>• Motif padma garudeya</li> <li>• Motif garudeya tlogosari</li> <li>• Motif parijata alam</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasangkan gambar</li> <li>• <i>Flashcard</i></li> <li>• Teka-teki</li> <li>• Kuis</li> <li>• Papan informasi</li> <li>• Temukan kata</li> <li>• Kuis kepribadian</li> </ul> |
| Berita<br><a href="https://batiklintangmalang.com/berita/">https://batiklintangmalang.com/berita/</a>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filosofi dan makna motif batik</li> <li>• Jenis-jenis pewarna</li> </ul>                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temukan kata</li> <li>• Kuis</li> </ul>                                                                                                                                       |

Dalam tahap ini juga dilakukan pemasangan perangkat lunak H5P pada website Batik Tulis Lintang Malang sebagaimana **Gambar 1** berikut.



**Gambar 1.** Plug-in H5P terpasang pada website UMKM Batik Tulis Lintang Malang

Setelah pemasangan perangkat lunak H5P dan pembuatan cetak biru, tahap selanjutnya adalah produksi.

### Produksi

Tahap produksi dilakukan antara tanggal 10 dan 20 Juli 2025. Ketua PPM dibantu oleh anggota 3 menyusun materi interaktif sesuai dengan cetak biru yang telah dibuat. Terdapat 13 materi interaktif dua bahasa (Indonesia-Inggris) yang dibuat dengan 8 tipe permainan interaktif yang terdapat pada perangkat lunak H5P, yaitu: *dialog cards*, *mark the words*, *find the words*, *personality quiz*, *true/false question*, *image hotspot*, *memory game*, dan *flashcards*. Kedelapan tipe permainan tersebut dipilih karena keselarasan dengan cetak biru serta kesesuaian dengan sasaran audiens, serta kemudahan dalam memainkannya. Kedelapan tipe tersebut dinilai cukup populer bagi audiens Batik Tulis Lintang Malang sehingga mereka telah memiliki latar belakang pengetahuan tentang cara memainkannya. Latar belakang ini penting untuk meningkatkan motivasi audiens dalam memainkan materi interaktif ini.

**Gambar 2** menunjukkan daftar materi interaktif yang dibuat.

| Title                  | Content Type        | Author | Type | Last modified | Views | Status |
|------------------------|---------------------|--------|------|---------------|-------|--------|
| Game about batik tulis | Dialog Cards        | admin  | ...  | 2025-07-10    | 11    | Ready  |
| Mark the words         | Mark the Words      | admin  | ...  | 2025-07-10    | 10    | Ready  |
| Find the words         | Find the Words      | admin  | ...  | 2025-07-10    | 9     | Ready  |
| Personality quiz       | Personality Quiz    | admin  | ...  | 2025-07-10    | 11    | Ready  |
| True/False question    | True/False Question | admin  | ...  | 2025-07-10    | 12    | Ready  |
| Image hotspot          | Image Hotspot       | admin  | ...  | 2025-07-10    | 9     | Ready  |
| Memory game            | Memory Game         | admin  | ...  | 2025-07-10    | 7     | Ready  |
| Flashcards             | Flashcards          | admin  | ...  | 2025-07-10    | 5     | Ready  |
| ...                    | ...                 | ...    | ...  | ...           | ...   | ...    |

**Gambar 2.** Daftar materi interaktif

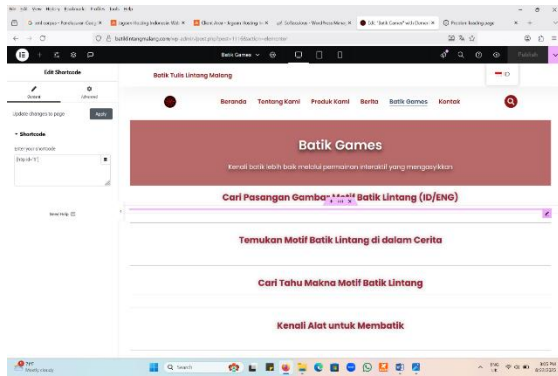
Isian materi interaktif dalam daftar di atas berupa teks dan gambar. Teks yang berisi informasi tentang Batik Tulis Lintang Malang diambil dari tiga laman website Batik Tulis Lintang Malang seperti yang tertera pada cetak biru. Gambar diambil dari foto produk serta peralatan dan bahan membuat batik yang difoto oleh pelaksana pengabdian. Selain itu, pelaksana pengabdian juga memasukkan foto relief garudeya (tokoh burung garuda yang terpahat pada tiga sisi Candi Kidal sebagai simbol pembebasan dari perbudakan) dan foto Candi Kidal. Gambar tersebut disematkan pada tipe permainan interaktif *dialog cards*, *personality quiz*, *image hotspot*, *memory game*, dan *flashcards*.

Dari 13 materi interaktif yang telah disusun, 10 di antaranya dipilih untuk disematkan dalam laman 'batik games'. Pemilihan didasarkan pada faktor variasi, tampilan, serta kesesuaian dengan audiens Batik Tulis Lintang Malang.

Setelah semua permainan dibuat dengan menggunakan perangkat lunak H5P dan telah dicoba pratinjau, kode pendek tiap permainan kemudian disalin rekat ke draf laman 'batik games' (**Gambar 3**). **Tabel 3** berikut merangkum kode pendek semua permainan.

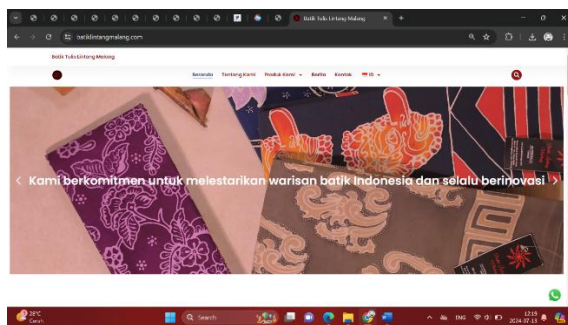
**Tabel 3.** Daftar kode pendek 10 permainan H5P

| Permainan    | Kode pendek   |
|--------------|---------------|
| Permainan 1  | [h5p id="5"]  |
| Permainan 2  | [h5p id="10"] |
| Permainan 3  | [h5p id="7"]  |
| Permainan 4  | [h5p id="11"] |
| Permainan 5  | [h5p id="8"]  |
| Permainan 6  | [h5p id="13"] |
| Permainan 7  | [h5p id="2"]  |
| Permainan 8  | [h5p id="4"]  |
| Permainan 9  | [h5p id="6"]  |
| Permainan 10 | [h5p id="1"]  |



**Gambar 3.** Penyematan kode pendek H5P pada draf laman 'batik games'

Setelah selesai, laman 'batik games' kemudian dipublikasikan dengan tautan <https://batiklintangmalang.com/batik-games/> dan siap diujicoba. **Gambar 4 dan 5** berikut menunjukkan perbedaan sebelum dan sesudah publikasi laman 'batik games'.



**Gambar 4.** Tampilan website lama tanpa laman 'batik games'



**Gambar 5.** Tampilan website baru setelah laman 'batik games' disematkan

Adapun daftar kesepuluh permainan interaktif yang telah disematkan pada website Batik Tulis Lintang Malang serta bahasa pengantar yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Permainan 1: Cari Pasangan Gambar Motif Batik Lintang/Match Batik Lintang's Patterns (bahasa Indonesia-Inggris)

Permainan ini bertujuan untuk mengenalkan motif yang dimiliki Batik Tulis Lintang Malang. Informasi pada laman 'produk kami' digunakan sebagai bahan materi interaktif. Adapun motif yang ditampilkan pada permainan ini adalah bapang, garudeya tlogosari, padma garudeya, dan parijata alam. Tiap motif ditampilkan dua kali dengan dua gambar yang berbeda. Total ada 16 kartu yang dibuat untuk permainan ini.

2. Permainan 2: Temukan Motif Batik Lintang di dalam Cerita (bahasa Indonesia)

Permainan ini bertujuan untuk mengenalkan motif Batik Tulis Lintang Malang sesuai laman 'produk kami'. Meski memiliki tujuan yang sama, permainan 2 ditampilkan dalam bentuk cerita. Audiens diminta untuk menandai kata yang menyebutkan motif batik dalam cerita yang terdiri dari satu paragraf menarik.

3. Permainan 3: Cari Tahu Makna Motif Batik Lintang (bahasa Indonesia)

Permainan ini bertujuan untuk mengenalkan makna di balik motif batik milik Batik Tulis Lintang Malang. Pengenalan makna ini penting untuk mengedukasi audiens tentang budaya yang dilestarikan melalui motif batik. Hal ini sejalan dengan visi misi Batik Tulis Lintang Malang yang tertulis pada laman 'tentang kami'. Terdapat 4 motif dengan 8 kartu pada permainan ini.

4. Permainan 4: Kenali Alat untuk Membatik (bahasa Indonesia)

Permainan ini bertujuan untuk memperkenalkan Batik Tulis Lintang Malang sekaligus mengedukasi audiens terkait alat-alat yang digunakan untuk membatik. Informasi alat-alat tersebut diambil dari laman 'produk kami'. Permainan ini menggunakan tipe *dialog cards* yang bisa dibalik untuk mengetahui jawaban. Terdapat 7 kartu dalam permainan ini.

5. Permainan 5: Batik Bisa Dipakai untuk Apa? Yuk Cari Tahu! (bahasa Indonesia)

Permainan ini menginspirasi audiens untuk mengenakan batik. Sebagai bagian dari industri fesyen, produk Batik Tulis Lintang Malang dapat digunakan sebagai syal, udeng, kemeja, dan lainnya. Informasi yang

digunakan dalam permainan ini diambil dari laman 'produk kami'. Terdapat 6 benda yang terdiri dari maksimal 6 huruf agar tampilan tidak terpotong ketika diakses melalui ponsel pintar. Keenam benda tersebut dapat ditandai secara vertikal atau horizontal, atau diagonal.

6. Permainan 6: Yuk Ukur Pengetahuanmu Tentang Batik! (bahasa Indonesia)

Permainan ini berbentuk kuis kepribadian (personality quiz) dengan 7 soal. Tujuan permainan ini adalah untuk mengedukasi audiens seputar batik, terutama produk dan informasi Batik Tulis Lintang Malang dengan cara yang menyenangkan. Hasil dari permainan ini adalah kategori kelompok sesuai dengan kecenderungan jawaban yang dipilih.

7. Permainan 7: *Guess the Pattern Name* (bahasa Inggris)

Permainan ini dirancang dan dibuat dalam bahasa Inggris. Hal ini untuk mengakomodasi audiens luar negeri yang kurang fasih berbahasa Indonesia. Permainan ini menggunakan tipe *flashcard* berjumlah 4 kartu. Tujuan dari permainan ini adalah memperkenalkan produk Batik Tulis Lintang Malang sekaligus makna dan filosofi di balik tiap motifnya. Informasi yang digunakan untuk permainan ini berasal dari laman 'produk kami' yang berbahasa Inggris.

8. Permainan 8: *Find More Information about Garudeya Relief of Kidal Temple* (bahasa Inggris)

Permainan 8 dibuat seperti papan informasi. Relief garudeya sengaja digunakan sebagai gambar utama karena berkaitan dengan motif ikon Batik Tulis Lintang Malang sekaligus motif ikon Kabupaten Malang. Permainan 8 ini menggunakan tipe image hotspot dengan 4 hotspot yang memberikan informasi tentang motif batik yang terinspirasi dari relief garudeya, arti relief garudeya, serta informasi praktis tentang Candi Kidal Malang. Tujuan permainan 8 ini selain memperkenalkan Candi Kidal sebagai tujuan wisata budaya juga sebagai sarana edukasi budaya melalui motif batik. Hal ini sejalan dengan visi misi Batik Tulis Lintang Malang yang disebutkan pada laman 'tentang kami'. Ditambah lagi, permainan ini dapat digunakan untuk belajar bahasa Inggris bagi audiens lokal.

9. Permainan 9: *Did you know how to make batik?* (bahasa Inggris)

Permainan ini bertujuan untuk belajar prosedur umum pembuatan batik sekaligus belajar kata kerja berbahasa Inggris. Informasi yang digunakan dalam permainan ini berasal dari laman 'produk kami' yang berbahasa Inggris. Permainan ini dibuat dengan tipe mark the words dimana audiens dapat menandai kata kerja dalam paragraf yang disajikan.

10. Permainan 10: *Find Batik Lintang's Patterns That Best Describe You* (bahasa Inggris)

Permainan ini bertujuan untuk memberi informasi motif batik milik Batik Tulis Lintang Malang dalam bahasa Inggris yang sesuai dengan tipe kepribadian audiens. Terdapat 4 soal pada permainan ini.

### *Evaluasi Internal*

Tahap evaluasi internal dilakukan pada tanggal 21-30 Juli 2025 dengan melibatkan tim pengabdian dan pemilik Batik Tulis Lintang Malang untuk meninjau ulang produk materi interaktif H5P yang telah terpasang pada website [www.batiklintangmalang.com](http://www.batiklintangmalang.com).

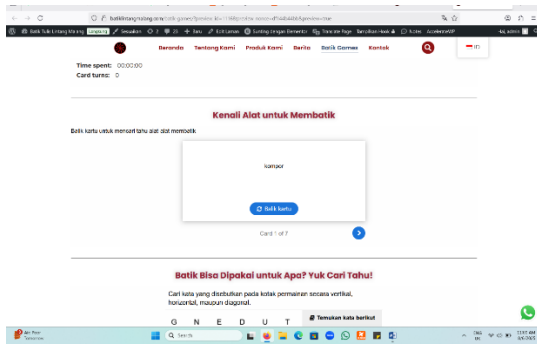
Tim pengabdian mengevaluasi tampilan permainan 4 yang memerlukan gambar visual. Untuk itu, tim pengabdian menyampaikan kebutuhan tersebut kepada pemilik Batik Tulis Lintang Malang. Ada 7 gambar visual yang dibutuhkan, yaitu cangkir, cangkir cap, pewarna, kompor, lilin, wajan, dan dingklik. Tim pengabdian kemudian mengambil foto ketujuh benda tersebut di Galeri Batik Tulis Lintang Malang. **Gambar 6** berikut adalah tampilan sebelum revisi, sedangkan **Gambar 7** adalah tampilan permainan setelah revisi.

Hasil uji coba skala kecil menunjukkan bahwa permainan interaktif yang disematkan pada laman 'batik games' dapat berjalan dengan lancar dan mudah digunakan serta menghibur pengguna. Akan tetapi, ada beberapa pengguna yang mengalami kendala jaringan sehingga memerlukan waktu yang agak lama untuk membuka laman 'batik games'.

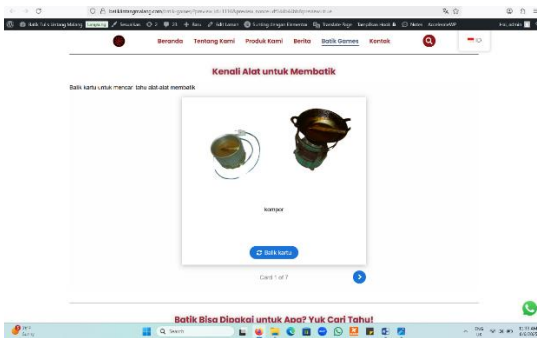
### *Uji Publik*

Tahap terakhir yaitu uji publik yang dilaksanakan antara tanggal 25 dan 30 Juli 2025. Uji publik dilakukan dengan survei pada responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *convenience sampling*





Gambar 6. Permainan 4 sebelum revisi



Gambar 7. Permainan 4 setelah revisi

dengan melibatkan mahasiswa Politeknik Negeri Malang jurusan Administrasi Niaga dan Teknik Kimia.

Selama rentang waktu uji publik, didapat 14 responden yang mengisi kuesioner secara sukarela. Usia mereka berada dalam rentang 19-24 tahun. Mereka berasal dari tiga kota, yaitu Malang (86%), Depok (0,7%), dan Sidoarjo (0,7%).

Permainan berbahasa Indonesia yang paling banyak dimainkan adalah permainan 1, sedangkan permainan yang berbahasa Inggris adalah permainan 9. Kuesioner terdiri dari 4 item: 2 item skala dan 2 item respon verbal. **Tabel 4** berikut menunjukkan hasil survey untuk uji publik.

Dari hasil uji publik dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa materi interaktif H5P pada laman 'batik games' menyenangkan dan bermanfaat. Materi interaktif tersebut menyenangkan karena seru, interaktif, dan informatif. Materi tersebut bermanfaat karena menambah wawasan tentang motif, makna, dan cara pembuatan batik serta budaya terkait motif batik melalui cara yang menarik bagi gen Z. Hasil uji publik ini sejalan dengan temuan Sicilia *et al.* (2005) bahwa konten interaktif dapat menarik minat pengunjung.

Tabel 4. Hasil survey uji publik

| No | Item                                    | Rerata | SD   |
|----|-----------------------------------------|--------|------|
| 1  | Apakah permainan tersebut menyenangkan? | 4.43   | 0.65 |
| 2  | Apakah permainan tersebut bermanfaat?   | 4.64   | 0.63 |

| No | Item          | Respon verbal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Alasan item 1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>permainannya menyenangkan membuat saya tertarik belajar soal batik</li> <li>games seru dan memiliki informasi lebih terkait batik dan cara membuatnya bahkan sampai alat dan bahannya</li> <li>menyen(a)ngkan dan tidak membosankan</li> <li>Dari segi permainan sudah menyenangkan</li> <li>karena sangat seru sekali</li> <li>Fun and informative, also quite simple to follow and understandable</li> <li>Permainannya menarik</li> <li>Instruksi cara bermain Batik Games ini sangat jelas dan mudah dilakukan. Selain itu bentuk variasi games-nya juga beragam.</li> <li>Permainan yang dibuat memiliki banyak fungsi, seperti menambah pengetahuan, meningkatkan daya ingat, dan juga sebagai pengisi waktu saat ingin refreshing dari rutinitas. Jadi, sangat menyenangkan buat saya.</li> <li>bagus dan interaktif</li> <li>karena agak sedikit berpikir</li> <li>Hanya seru diawal saja</li> <li>Kuis yang diberikan mudah dikerjakan dan langsung memberikan jawaban benarnya.</li> <li>Karena permainan tersebut sangat interaktif</li> </ul> |
| 2  | Alasan item 2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>kurangnya fitur feedback/jawaban benar</li> <li>saya jadi mengetahui alat bahan untuk membuat batik (yang pada awalnya saya tidak tau)</li> <li>membantu kita mengenal batik lebih luas</li> <li>Karena dapat mengetahui cara membuat batik</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |



- permainan ini sangat bermanfaat, kita dapat bermain sambil belajar
- Dapat mengetahui informasi tentang batik dengan cara menyenangkan.
- Permainannya dapat menambah wawasan
- Batik Games ini sudah cukup mengenalkan secara singkat mulai dari bagaimana batik dibuat dan apa saja motif-motifnya.
- Permainan tentang Batik ini jadi kita belajar sambil bermain. Tidak terasa, namun ada ilmu yang diperoleh.
- sangat bermanfaat
- karena dapat menambah pengetahuan bagi orang awam, terutama gen z yang harus tetap melestarikan budaya Indonesia
- Agak membosankan karena tidak ada hal yang menarik
- Kuis ringan seperti ini sangat membantu untuk menghafal dan memahami makna motif batik.
- Karena permainan tersebut memberikan banyak informasi menarik terkait batik terutama tentang motif dan asal-usul nya yang terbilang jarang ditemui di laman umum

#### Keterangan skala:

- 1= sangat tidak menyenangkan/bermanfaat  
2= tidak menyenangkan/bermanfaat  
3= sedikit menyenangkan/bermanfaat  
4= menyenangkan/bermanfaat  
5= sangat menyenangkan/bermanfaat

Ditambah lagi, laman 'batik games' mampu menggabungkan materi informatif dan interaktif yang memberi manfaat pada pengunjung sehingga dapat digunakan sebagai strategi persuasi dalam komunikasi bisnis (Breeze, 2013).

#### Pengukuran Level Keberdayaan Mitra

Wawancara dilakukan dengan pihak mitra untuk mengetahui dampak kegiatan pengabdian ini. Indikator yang diukur adalah

peningkatan daya saing mitra. Terdapat tiga aspek yang diukur, yaitu peningkatan penambahan ragam saluran komunikasi bisnis, peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis, penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis. Hasil yang didapat dari analisis adalah adanya peningkatan daya saing mitra dari segi penambahan ragam saluran komunikasi bisnis ( $\bar{x}$  sebelum= 2.6;  $\bar{x}$  sesudah= 4), segi peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis ( $\bar{x}$  sebelum= 2.5;  $\bar{x}$  sesudah= 3.75), dan segi penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis ( $\bar{x}$  sebelum= 3;  $\bar{x}$  sesudah= 5). **Tabel 5** berikut menyajikan hasil analisis peningkatan level keberdayaan mitra sesuai instrumen yang dibuat. Untuk data yang lebih detail, lihat Lampiran.

**Tabel 5.** Analisis peningkatan level keberdayaan mitra

| Indikator                    | Aspek                                                          | $\bar{x}$ Sebelum Pengabdian Masyarakat | $\bar{x}$ Setelah Pengabdian Masyarakat |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|
| Peningkatan daya saing mitra | Penambahan ragam saluran komunikasi bisnis                     | 2.6                                     | 4                                       |
|                              | Peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis            | 2.5                                     | 3.75                                    |
|                              | Penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis | 3                                       | 5                                       |

#### Penyerahan Aset

Produk diserahkan pada hari Kamis, 31 Juli 2025, bertempat di Galeri Batik Tulis Lintang Malang Desa Ngijo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Kegiatan dihadiri oleh 10 peserta, yakni 7 tim pengabdian dan 3 tim Batik Tulis Lintang Malang. Dalam penyerahan produk ini, buku manual yang telah disiapkan juga turut diserahkan. Buku manual ini disusun oleh tim

pengabdian untuk memudahkan pihak mitra dalam mengelola keberlanjutan website. Buku manual dibuat praktis dan disertai gambar agar memudahkan pihak mitra memahami langkah-langkah penyuntingan website. Buku manual ini terdiri dari 51 halaman. **Gambar 8** berikut menunjukkan penyerahan buku manual tersebut sedangkan **Gambar 9** menunjukkan penandatanganan berita acara penyerahan produk.



**Gambar 8.** Penyerahan buku manual



**Gambar 9.** Penandatanganan berita acara penyerahan produk

Tim pengabdian juga mendemonstrasikan bagaimana menggunakan laman 'batik games' serta bagaimana menyunting laman-laman lain dalam website. Semua prosedur yang didemonstrasikan telah tertulis dalam buku manual yang telah diserahkan kepada pihak mitra. **Gambar 10** berikut menunjukkan aktivitas pendemonstrasian produk kepada pihak mitra.



**Gambar 10.** Proses pendemonstrasian produk

Kegiatan pengabdian diakhiri dengan penyampaian testimoni mitra yang dilakukan langsung oleh tim mahasiswa. Kegiatan ini merupakan wujud nyata salah satu kontribusi tim mahasiswa dalam kegiatan pengabdian ini. Penyampaian testimoni berdasarkan dua pertanyaan yang telah disusun oleh tim mahasiswa atas arahan dari ketua pengabdian. Pertanyaan tersebut adalah (1) apa manfaat dari kegiatan pengabdian? (2) apa dampak dari produk hasil pengabdian? Testimoni mitra kemudian direkam dalam bentuk video setelah memastikan kesediaan mitra. **Gambar 11** menunjukkan sesi penyampaian testimoni mitra.



**Gambar 11.** Tim mahasiswa melakukan wawancara untuk testimoni mitra

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada pembuatan dan perancangan materi interaktif dengan menggunakan perangkat lunak H5P untuk menghasilkan teknologi tepat guna dalam bentuk laman website berisi permainan interaktif bertajuk 'batik games' untuk melengkapi saluran komunikasi bisnis UMKM Batik Tulis Lintang Malang. Laman tersebut dapat diakses melalui tautan <https://batiklintangmalang.com/batik-games/> pada website UMKM. Sekaligus bagian dari kegiatan pengabdian adalah memperpanjang masa aktif website Batik Tulis Lintang Malang hingga 2030 agar website tersebut semakin memberikan manfaat bagi keberlangsungan komunikasi bisnis UMKM. Pengabdian ini berkontribusi dalam meningkatkan level keberdayaan masyarakat dari segi peningkatan daya saing mitra yang dibuktikan dengan adanya peningkatan tiga aspek yaitu penambahan ragam saluran komunikasi bisnis, peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis, dan penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis.

## Saran

Kegiatan pengabdian ini dapat dilanjutkan dengan memperkaya materi interaktif lain pada saluran komunikasi bisnis UMKM. Selain dalam bentuk permainan, materi interaktif dapat berbentuk pengalaman imersif yang melibatkan pengunjung website seolah-olah berinteraksi dengan produk. Selain itu, bentuk pengabdian lain dapat berupa pelatihan pengelolaan website jika UMKM telah memiliki admin khusus untuk website. Saran lain untuk kegiatan pengabdian adalah memperkaya unsur multimodalitas dalam bentuk audiovisual yang dapat menambah pengalaman pengunjung website UMKM. Saran selanjutnya adalah memperkaya materi komunikasi bisnis melalui platform media sosial seperti yang dilakukan oleh Warsiman *et al.* (2024) dan Azizah dan Mauliana (2020).

## Ucapan terima kasih

Pengabdian ini dibiayai oleh dana DIPA Politeknik Negeri Malang tahun 2025 nomor Nomor: SP DIPA-139.03.2.693474/2025 dengan Surat Perjanjian Nomor 5787/PL2.1/HK/2025.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anyassari, N. F., Istifaiyah, A. I., Agustina, H. N., Indianti, T., and Rohani, S. (2025). Developing 'about us' and 'our products' pages on SME batik's owned media using applied genre framework. *Journal of English in Academic and Professional Communication*, 11(1), 55-71. <https://doi.org/10.25047/jeapco.v11i1.5684>
- Azizah, N.L. dan Mauliana, M.I. (2020). Program pengabdian masyarakat usaha mikro kecil menengah (UMKM) mengenai desain komersialisasi dan promosi produk makanan inovasi. *Jurnal ABDI*, 6(1), 58-64.
- Belch, G. & Belch, M. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (11th edition)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Bell, B. (2019). *The benefits of utilizing earned media for emerging pop music artists: a case study in music publicity* [Master's thesis, Seton Hall University]. Seton Hall University eRepository. <https://scholarship.shu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3769&context=dissertations>
- Bonchek, M. (2014, October 10). Making sense of owned media. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2014/10/making-sense-of-owned-media>
- Breeze, R. (2013). *Corporate discourse*. London: Bloomsbury.
- Gumilang, B. (2021, July 25). Batik Lintang Karangploso ciptakan tiga motif baru saat PPKM darurat. *Times Indonesia*. <https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/pelajar-smpn-1-pandaan-pasuruan-belajar-di-gerai-batik-lintang-malang/>
- Kementerian Luar Negeri Indonesia. (2021, January 6). *Ekspor batik Indonesia meningkat selama pandemi* [Press Release]. <https://kemlu.go.id/penang/id/news/10378/ekspor-batik-indonesia-meningkat-selama-pandemi>
- Kiswara, B. Y. (2023, January 25). Pelajar SMPN Pandaan 1 Pasuruan belajar di gerai Batik Lintang Malang. *Beritajatim.com*. <https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/pelajar-smpn-1-pandaan-pasuruan-belajar-di-gerai-batik-lintang-malang/>
- Lovett, M. J. and Staelin, R. (2016). The role of paid, earned, and owned media in building entertainment brands: reminding, informing, and enhancing enjoyment. *Marketing Science*, 35(1), 142-157. <https://doi.org/10.1287/mksc.2015.0961>
- Novanta, B. E. (2019, December 14). Serunya melukis sosok burung garudeya di Batik Lintang Malang. *Tugu Malang*. <https://kumparan.com/tugumalang/serunya-melukis-sosok-burung-garudeya-di-batik-lintang-malang-1sRXhGxhrep/full>
- Purwanto. (2023, November 2). Mahasiswa UMM dan Australia belajar di galeri Batik Lintang Malang. *Suryamalang*. <https://suryamalang.tribunnews.com/2023/11/02/mahasiswa-umm-dan-australia->

[belajar-di-galeri-batik-lintang-malang](#)

Sicilia, M., Ruiz, S., and Munuera, J. L. (2005). Effects of interactivity in a web site: the moderating effect of need for cognition. *Journal of Advertising*, 34(3), 31–45.  
<https://doi.org/10.1080/00913367.2005.10639202>

Wan, A. (2019). *Effectiveness of a brand's paid, owned, and earned media in a social media environment*. [Doctoral

dissertation, University of South Carolina]. University of South Carolina Scholar Commons.  
<https://scholarcommons.sc.edu/etd/5262>

Warsiman, Jazuli, A.M., Prameka, A.S., dan Nurmasari, N.D. (2024). Pendampingan pembuatan video konten pemasaran sebagai upaya melakukan penjualan online retail produsen sandal di Desa Wedoro Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal ABDI*, 9(2), 206-214.

## Lampiran

Analisis level keberdayaan mitra sebelum kegiatan pengabdian

| NO                                                             | Pertanyaan                                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | $\bar{x}$ |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|-----------|
| Penambahan ragam saluran komunikasi bisnis                     |                                                             |   |   |   |   |   |           |
| 1                                                              | Saya telah memiliki website profesional.                    |   |   |   | ✓ |   | 2.6       |
| 2                                                              | Website tersebut telah memiliki laman 'tentang kami'        |   |   | ✓ |   |   |           |
| 3                                                              | Website tersebut telah memiliki laman 'berita'              | ✓ |   |   |   |   |           |
| 4                                                              | Website tersebut telah memiliki laman 'produk kami'         |   |   |   | ✓ |   |           |
| 5                                                              | Website tersebut telah dilengkapi materi interaktif.        | ✓ |   |   |   |   |           |
| 6                                                              | Saya telah memiliki akun sosial media.                      |   |   | ✓ |   |   |           |
| Peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis            |                                                             |   |   |   |   |   |           |
| 1                                                              | Saya menggunakan <i>word of mouth</i> .                     |   |   |   | ✓ |   | 2.5       |
|                                                                | Saya mempromosikan produk secara langsung melalui pameran.  |   |   |   | ✓ |   |           |
| 3                                                              | Saya menggunakan iklan.                                     | ✓ |   |   |   |   |           |
| 4                                                              | Saya menggunakan materi interaktif.                         | ✓ |   |   |   |   |           |
| Penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis |                                                             |   |   |   |   |   |           |
| 1                                                              | Saluran komunikasi bisnis saya menggunakan bahasa Indonesia |   |   |   |   | ✓ | 3         |
| 2                                                              | Saluran komunikasi bisnis saya menggunakan bahasa Inggris.  | ✓ |   |   |   |   |           |

Analisis level keberdayaan mitra sesudah kegiatan pengabdian

| NO                                                                    | Pertanyaan                                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | $\bar{x}$ |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|-----------|
| <b>Penambahan ragam saluran komunikasi bisnis</b>                     |                                                             |   |   |   |   |   |           |
| 1                                                                     | Saya telah memiliki website profesional.                    |   |   |   | ✓ |   | 4         |
| 2                                                                     | Website tersebut telah memiliki laman 'tentang kami'        |   |   | ✓ |   |   |           |
| 3                                                                     | Website tersebut telah memiliki laman 'berita'              |   |   |   | ✓ |   |           |
| 4                                                                     | Website tersebut telah memiliki laman 'produk kami'         |   |   |   | ✓ |   |           |
| 5                                                                     | Website tersebut telah dilengkapi materi interaktif.        |   |   |   |   | ✓ |           |
| 6                                                                     | Saya telah memiliki akun sosial media.                      |   |   |   | ✓ |   |           |
| <b>Peningkatan diferensiasi strategi komunikasi bisnis</b>            |                                                             |   |   |   |   |   |           |
| 1                                                                     | Saya menggunakan <i>word of mouth</i> .                     |   |   |   |   | ✓ | 3.75      |
| 2                                                                     | Saya mempromosikan produk secara langsung melalui pameran.  |   |   |   |   | ✓ |           |
| 3                                                                     | Saya menggunakan iklan.                                     | ✓ |   |   |   |   |           |
| 4                                                                     | Saya menggunakan materi interaktif.                         |   |   |   | ✓ |   |           |
| <b>Penambahan ragam bahasa untuk materi saluran komunikasi bisnis</b> |                                                             |   |   |   |   |   |           |
| 1                                                                     | Saluran komunikasi bisnis saya menggunakan bahasa Indonesia |   |   |   |   | ✓ | 5         |
| 2                                                                     | Saluran komunikasi bisnis saya menggunakan bahasa Inggris.  |   |   |   |   | ✓ |           |

1= sangat tidak setuju 2=tidak setuju 3=kurang setuju 4=setuju 5=sangat setuju