



Promosi Batik Inklusif Karya Siswa Sekolah Luar Biasa (SLB) Desa Reksosari melalui Media Sosial

Advancing Inclusive Batik Promotion: Engaging Students of Sekolah Luar Biasa (SLB) Reksosari Village through Social Media

Agus Mukholid^{1*}, Alexander Gibson Xaverius Sihotang², Anisa Meliana Tri Pasha³,
Disti Nurul Khoiriyah⁴, Dwi Wulandari⁵, Elida Rifghana Nur⁶, Fanny Anggraini⁷,
Muhammad Fathan Anandita⁸, Novyta Puspasari,⁹ Rifda Nahya Bilqiis Adzanisya¹⁰,
Yuliana Ismi¹¹

¹⁻¹¹Universitas Sebelas Maret, Indonesia

*Penulis Korespondensi: agusmukholid@staff.uns.ac.id¹

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 05 September 2025;

Revisi: 19 September 2025;

Diterima: 02 Oktober 2025;

Terbit: 06 Oktober 2025

Keywords: Creative Economy;
Social Inclusion; Special Needs
Schools; Splatter Batik;
Vocational Skills

Abstract. Batik is an Indonesian cultural heritage recognized by UNESCO, rich in artistic, philosophical, and social values. Beyond its cultural significance, batik can serve as a tool for education and empowerment, including for students with special needs. One technique, batik ciprat, is particularly suitable because it is simple, flexible, and easy to adapt, making it an effective medium for inclusive learning. The Community Service Program (KKN) UNS 273, conducted from July to August 2025 at SLB NU Reksosari, Semarang Regency, aimed to enhance students' vocational skills through batik ciprat training. In addition, the program promoted students' works through social media as a strategy to support social inclusion and creative economic development. A participatory approach was applied throughout the program, covering preparation, implementation of training, and promotion of students' creations. The results showed positive responses from the surrounding community, increased students' self-confidence, and potential collaboration with local SMEs. The program not only preserves the batik culture but also empowers SLB students, opens economic opportunities, and strengthens their participation in social activities. Recommendations for future development include optimizing social media usage, collaborating with local communities, strengthening product branding, integrating e-commerce platforms, and conducting offline activities to enhance promotion and direct engagement with the public.

Abstrak

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang diakui oleh UNESCO dan kaya akan nilai seni, filosofi, dan sosial. Selain sebagai identitas budaya, batik juga dapat menjadi sarana edukasi dan pemberdayaan, termasuk bagi siswa berkebutuhan khusus. Salah satu teknik yang digunakan, yaitu batik ciprat, memiliki keunggulan karena sederhana, fleksibel, dan mudah diadaptasi, sehingga efektif dijadikan media pembelajaran inklusif. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) UNS 273 yang dilaksanakan pada Juli–Agustus 2025 di SLB NU Reksosari, Kabupaten Semarang, bertujuan meningkatkan keterampilan vokasional siswa melalui pelatihan batik ciprat. Selain itu, program ini mendorong promosi karya siswa melalui media sosial sebagai strategi untuk mendukung inklusi sosial dan pengembangan ekonomi kreatif. Pendekatan partisipatif menjadi fokus program, mencakup tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan, dan promosi karya. Hasil kegiatan menunjukkan respons positif dari masyarakat sekitar, peningkatan kepercayaan diri siswa, serta potensi kolaborasi dengan UMKM lokal. Program ini tidak hanya melestarikan budaya batik, tetapi juga memberdayakan siswa SLB, membuka peluang ekonomi, dan memperkuat partisipasi mereka dalam kegiatan sosial. Rekomendasi untuk pengembangan ke depan mencakup optimalisasi media sosial, kolaborasi dengan komunitas, penguatan branding produk, integrasi dengan e-commerce, serta pelaksanaan kegiatan offline sebagai sarana promosi dan interaksi langsung dengan masyarakat.

Kata kunci: Batik Ciprat; Ekonomi Kreatif; Inklusi Sosial; Keterampilan Vokasional; SLB

1. PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui secara internasional oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda Kemanusiaan (UNESCO, 2009). Seni batik tidak hanya menyajikan keindahan estetika, namun juga mengandung nilai-nilai filosofi, budaya, dan sosial yang mendalam bagi masyarakat Indonesia (Hadi, 2020). Batik sebagai produk budaya tidak hanya dipandang sebagai karya seni, melainkan juga sebagai media edukasi dan penggerak ekonomi kreatif di berbagai daerah (Sari, 2021).

Dalam perkembangannya, batik memiliki berbagai teknik dan gaya yang beragam, yang masing-masing memiliki karakteristik dan keunikan tersendiri. Salah satu teknik batik yang unik dan sederhana adalah batik ciprat. Batik ciprat adalah teknik pembuatan batik dengan mencipratkan malam lilin cair secara langsung pada kain putih sehingga menghasilkan motif abstrak dan corak yang khas (Wahyulina, 2024). Alat yang digunakan dalam membuat batik ciprat mencakup canting, sapu lidi, kuas, dan lainnya. Teknik ini memiliki keunggulan dalam hal kecepatan proses dan kemudahan aplikasinya jika dibandingkan dengan teknik batik tradisional seperti batik tulis dan batik cap.

Seiring dengan karakteristiknya yang sederhana dan fleksibel, batik ciprat kerap dijadikan media pembelajaran terutama di lingkungan pendidikan termasuk di Sekolah Luar Biasa (SLB). Sekolah ini berlokasi di Desa Reksosari, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, sebuah desa yang dikenal memiliki suasana pedesaan yang asri serta masyarakat yang menjunjung tinggi nilai kebersamaan. Keunggulan batik ciprat yang tidak membutuhkan keahlian teknis tinggi menjadikannya sarana yang inklusif bagi peserta didik berkebutuhan khusus. Anak-anak dengan hambatan intelektual, sensorik, maupun motorik tetap dapat berpartisipasi dalam proses penciptaan karya batik dengan penuh semangat. Hal ini berbeda dengan teknik batik tulis atau cap yang membutuhkan ketelitian tinggi dan koordinasi motorik halus yang cukup rumit. Kegiatan membatik ciprat di SLB umumnya diawali dengan pengenalan alat dan bahan secara sederhana, kemudian dilanjutkan dengan praktik menciprat malam atau pewarna langsung ke kain. Guru berperan sebagai fasilitator yang memberikan arahan, sementara peserta didik diberi ruang untuk bereksperimen dengan cipratan warna sesuai imajinasi mereka. Dengan cara ini, batik ciprat tidak hanya melatih keterampilan vokasional, tetapi juga menumbuhkan kemandirian, kreativitas, dan rasa percaya diri peserta didik. Proses pembelajaran berbasis praktik ini sejalan dengan prinsip pendidikan vokasional yang menekankan keterampilan hidup nyata (*life skills*).

Dari perspektif pemberdayaan, program batik ciprat di SLB memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan keterampilan vokasional anak berkebutuhan khusus.

Pelatihan membatik memberi mereka peluang untuk menghasilkan karya yang memiliki nilai ekonomi. Produk batik ciprat dapat dikembangkan menjadi berbagai bentuk, seperti kain, busana, hingga aksesoris, yang berpotensi dipasarkan ke masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep ekonomi kreatif yang mendorong pemanfaatan ide dan kreativitas sebagai sumber penghasilan. Dalam konteks ini, siswa SLB tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat pendidikan, tetapi juga sebagai pelaku kreatif yang aktif berkontribusi. Siswa SLB NU Suruh yang dilatih membatik ciprat mampu menghasilkan karya yang dipamerkan dalam kegiatan publik dan mendapatkan apresiasi luas.

Dengan pemahaman tersebut, kami kemudian menginisiasi sebuah program yang memberi ruang bagi siswa SLB NU Desa Reksosari untuk berkreasi melalui batik ciprat. Dalam program ini, anak-anak SLB menjadi pelaku utama yang menciptakan karya batik, sementara kami berperan untuk membantu mempromosikan hasil karya mereka agar lebih dikenal masyarakat luas. Dengan begitu, kegiatan ini tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga membuka kesempatan bagi anak-anak SLB NU untuk menunjukkan potensi dan meningkatkan rasa percaya diri melalui karya seni batik ciprat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan melalui program KKN UNS 273 di Desa Reksosari, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, pada Juli 2025 dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Subjeknya adalah siswa SLB NU Reksosari (usia 12–18 tahun) yang telah berpengalaman membuat batik ciprat. Fokus kegiatan mencakup penguatan keterampilan, peningkatan kualitas produk, dan strategi pemasaran, yang dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu:

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim KKN melakukan observasi kondisi fisik, sarana prasarana, serta karakteristik siswa SLB. Selain itu, dipetakan potensi batik ciprat yang telah ada dan dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah, perangkat desa, serta tokoh masyarakat untuk merumuskan program kerja. Persiapan teknis meliputi pengadaan bahan baku dan alat produksi batik, penyiapan media dokumentasi dan promosi, serta penyusunan jadwal kegiatan yang disesuaikan dengan rutinitas siswa agar pendampingan berjalan efektif.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan difokuskan pada peningkatan kualitas batik ciprat melalui pendampingan personal bagi siswa SLB. Tim KKN membimbing dalam komposisi warna,

kebersihan cipratan, serta pemilihan motif yang lebih menarik agar karya layak dipasarkan. Proses produksi dilakukan secara inklusif, menyenangkan, dan disesuaikan dengan ritme belajar siswa sehingga mereka termotivasi untuk berkarya. Kegiatan ini tidak hanya melatih keterampilan vokasional, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri dan ruang berekspresi kreatif bagi siswa.

Tahap Pemasaran dan Promosi

Tahap pemasaran dan promosi dilakukan melalui dokumentasi visual berupa foto dan video proses maupun hasil batik ciprat. Materi tersebut dipublikasikan melalui media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp, karena dinilai efektif, murah, dan mudah dijangkau. Seluruh bahan promosi kemudian diserahkan kepada pihak sekolah untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan setelah program berakhir.

3. HASIL DAN DISKUSI

Program Promosi Batik Inklusif karya siswa dari Sekolah Khusus Kebutuhan Khusus Desa Reksosari, telah mendapat sambutan positif di kalangan masyarakat. Program promosi ini dilaksanakan melalui media sosial, telah dipuji atas keberhasilannya dalam mendorong inklusi dan mempromosikan bakat seni para peserta program. Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim mahasiswa Program Pengabdian kepada Masyarakat (KKN) UNS 273 di Desa Reksosari, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, pada tanggal 23 Juli 2025. Tujuan utama program ini adalah memperkenalkan karya batik siswa berkebutuhan khusus kepada khalayak yang lebih luas. Untuk itu, media digital digunakan sebagai alat promosi yang efektif, mudah diakses, dan relevan sesuai dengan perkembangan zaman. Melalui kegiatan ini, karya batik siswa SLB tidak hanya dipandang sebagai produk budaya lokal, tetapi juga sebagai simbol inklusi sosial, sehingga menonjolkan potensi anak-anak berkebutuhan khusus. Pemilihan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook didasarkan pada jangkauan luas dan kemampuannya untuk menjangkau demografi muda. Penerapan strategi penerbitan digital inovatif memungkinkan penyebaran karya batik siswa kepada khalayak yang lebih luas, sehingga menciptakan lingkungan apresiasi yang meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi siswa untuk terus menerus dalam upaya artistik mereka.

Persiapan (Diskusi dan Perencanaan Konten Media Sosial)

Tahap awal dimulai dengan koordinasi antara tim mahasiswa KKN UNS 273 dan pihak SLB Desa Reksosari. Diskusi dilakukan untuk menentukan karya batik yang paling representatif untuk dipublikasikan. Mahasiswa juga menyusun konsep konten digital berupa foto, video, dan narasi yang menekankan pada semangat inklusi dan kemandirian siswa. Selain

itu, dilakukan pembekalan singkat kepada siswa agar mereka memahami bahwa karya mereka akan ditampilkan di media sosial, sehingga mereka merasa bangga dan termotivasi. Peralatan sederhana seperti kamera, *smartphone*, tripod, dan aplikasi pengolah konten disiapkan agar dokumentasi berjalan optimal. Tahap persiapan ini menjadi penting karena memastikan bahwa konten yang dibuat tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sarat makna sosial.

Pelaksanaan (Dokumentasi dan Publikasi Konten)

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim mahasiswa KKN UNS 273 dengan mendokumentasikan seluruh proses membatik, mulai dari proses pemberian malam, pewarnaan kain, pemberian *water glass* hingga tahap *finishing* kain. Dokumentasi ini tidak hanya menampilkan keterampilan teknis siswa, tetapi juga momen kebersamaan, kesabaran, dan kegembiraan mereka saat berkarya. Hasil dokumentasi kemudian diedit menjadi konten kreatif yang dilengkapi dengan narasi inklusif untuk memperkuat pesan sosial. Publikasi dilakukan melalui Instagram dan Facebook, dilengkapi dengan tagar khusus seperti #BatikInklusif, #BatikReksosari, dan #InklusiSosial. Tim mahasiswa juga aktif merespons komentar dan pesan dari audiens untuk membangun keterlibatan publik. Dengan strategi ini, media sosial benar-benar menjadi ruang promosi sekaligus edukasi.

Output (Hasil Promosi)

Promosi batik inklusif karya siswa SLB Desa Reksosari melalui media sosial berhasil mendapatkan respon yang positif. Terlihat dari meningkatnya jumlah *likes*, komentar, dan share yang menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap karya siswa berkebutuhan khusus. Bahkan beberapa pihak lokal, seperti pelaku UMKM batik dan komunitas budaya, menyampaikan minat untuk berkolaborasi dalam mendukung pemasaran batik inklusif. Dari sisi siswa, mereka merasa lebih dihargai karena karya mereka dipublikasikan ke ruang publik. Hal ini menumbuhkan rasa percaya diri, kebanggaan, serta motivasi untuk terus berkarya. Bagi tim mahasiswa KKN UNS 273, keberhasilan ini menjadi bukti nyata bahwa media sosial mampu menjadi sarana pemberdayaan masyarakat sekaligus pelestarian budaya.

Pasca Kegiatan (Sosialisasi dan Tindak Lanjut)

Setelah tahap promosi selesai, tim mahasiswa KKN UNS 273 melakukan sosialisasi lanjutan dengan pihak sekolah mengenai pentingnya menjaga keberlanjutan publikasi karya siswa melalui media sosial. Guru dan siswa dianjurkan untuk melanjutkan promosi dengan memanfaatkan akun sekolah sebagai wadah utama. Selain itu, direncanakan kolaborasi dengan UMKM batik lokal agar karya siswa tidak hanya dipandang sebagai simbol inklusi sosial, tetapi juga memiliki nilai ekonomi. Ke depan, pelatihan dasar digital marketing bagi guru dan siswa

SLB sangat diperlukan agar mereka dapat mandiri dalam mengelola promosi. Hasil kegiatan ini juga memperkuat citra Universitas Sebelas Maret (UNS) sebagai perguruan tinggi yang peduli terhadap pemberdayaan masyarakat, inklusi sosial, serta pelestarian budaya.

Potensi dan Rekomendasi

Batik ciprat yang dihasilkan oleh siswa SLB Desa Reksosari memiliki nilai keunikan yang tinggi karena memadukan seni tradisi dengan semangat inklusivitas. Keaslian motif ciprat yang abstrak dan penuh ekspresi menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar yang menghargai produk *handmade* dan *limited edition*. Selain itu, adanya narasi sosial yang melekat bahwa karya ini dihasilkan oleh anak-anak berkebutuhan khusus menjadi nilai tambah yang memperkuat citra batik inklusif sebagai produk budaya sekaligus gerakan pemberdayaan.

Secara ekonomi, batik ciprat berpotensi dikembangkan menjadi beragam produk turunan, seperti kain, pakaian, tas, hingga aksesoris. Dari sisi sosial, kegiatan promosi batik inklusif dapat membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penerimaan dan dukungan terhadap difabel. Dengan demikian, produk batik ini tidak hanya bernilai estetik, tetapi juga mengandung pesan moral dan sosial yang kuat.

Agar potensi tersebut dapat dimaksimalkan, terdapat beberapa rekomendasi strategi promosi yang dapat dilakukan:

a. Optimalisasi Media Sosial

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok perlu terus dimanfaatkan dengan konsep konten yang konsisten, kreatif, dan mengedepankan narasi inklusi. Konten dapat berupa *behind the scenes* proses membatik, testimoni pembeli, hingga kampanye edukatif tentang inklusi sosial.

b. Kolaborasi dengan UMKM dan Komunitas

Menjalin kerja sama dengan UMKM batik lokal, komunitas seni, serta pelaku ekonomi kreatif dapat memperluas jangkauan pasar. Kolaborasi ini dapat berupa pameran bersama, produk *co-branding*, atau pelatihan desain baru bagi siswa SLB.

c. Penguatan Branding “Batik Inklusif Reksosari”

Diperlukan identitas merek yang jelas dengan logo, kemasan, dan slogan khusus agar batik ciprat karya siswa SLB memiliki positioning yang kuat di pasar. Branding yang menekankan nilai budaya, keunikan motif, dan semangat inklusi akan meningkatkan daya tarik konsumen.

d. Pemanfaatan Platform E-Commerce

Selain promosi di media sosial, karya batik inklusif dapat dipasarkan melalui *marketplace* (Shopee, Tokopedia) atau platform khusus produk kreatif (Etsy, GrabMart).

Hal ini membuka peluang pemasaran lebih luas hingga skala nasional maupun internasional.

e. Kegiatan *Offline* dan Edukasi Publik

Selain strategi digital, promosi juga bisa diperkuat melalui keikutsertaan dalam pameran seni, bazar UMKM, atau kegiatan budaya lokal. Workshop membuat inklusif yang melibatkan masyarakat umum juga dapat menjadi media promosi sekaligus edukasi.

Program Promosi Batik Inklusif yang dijalankan oleh tim KKN UNS 273 di Desa Reksosari telah menunjukkan hasil yang positif dan signifikan, tidak hanya dalam aspek promosi, tetapi juga pemberdayaan sosial dan ekonomi. Kesuksesan ini didukung oleh berbagai tahapan, mulai dari perencanaan yang matang hingga strategi implementasi yang efektif.

Analisis Kuantitatif dan Kualitatif Respons Publik

Hasil promosi melalui media sosial menunjukkan respons yang sangat antusias dari masyarakat. Terlihat dari meningkatnya jumlah likes, komentar, dan share, yang menjadi indikator kuat bahwa konten berhasil menarik perhatian. Meskipun data spesifik tidak dicantumkan, peningkatan ini merefleksikan bahwa masyarakat kini semakin tertarik pada isu inklusi sosial dan karya seni yang memiliki cerita di baliknya. Secara kualitatif, program ini berhasil mengubah cara pandang publik. Narasi #BatikInklusif dan #InklusiSosial yang digaungkan berhasil membangun kesadaran bahwa anak-anak berkebutuhan khusus memiliki potensi luar biasa. Banyak komentar yang menunjukkan apresiasi dan empati, mengindikasikan bahwa pesan sosial program ini tersampaikan dengan baik. Media sosial tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga platform edukasi yang efektif.

Dampak pada Kepercayaan Diri dan Motivasi Siswa

Dampak paling nyata terlihat pada para siswa itu sendiri. Publikasi karya mereka di ruang digital memberikan rasa bangga dan percaya diri yang luar biasa. Mereka merasa dihargai dan diakui sebagai seniman. Hal ini menumbuhkan motivasi yang kuat untuk terus berkarya. Keterlibatan dalam proses dokumentasi dan promosi membuat mereka merasa menjadi bagian penting dari keberhasilan ini. Mereka tidak hanya sebagai objek, tetapi juga subjek utama dalam upaya pemberdayaan diri.

Strategi Pelaksanaan dan Inovasi Konten

Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi yang matang. Tim KKN UNS 273 berhasil memanfaatkan media digital sebagai alat yang efisien untuk menjangkau audiens muda. Konsep konten yang dibuat tidak hanya menampilkan hasil akhir batik, tetapi juga seluruh proses membuat yang menunjukkan kerja keras, kesabaran, dan kegembiraan para siswa. Hal

ini memberikan nilai tambah yang kuat, karena audiens bisa terhubung secara emosional dengan cerita di balik setiap karya.

Potensi Keberlanjutan dan Tindak Lanjut

Program ini membuka jalan bagi keberlanjutan dan pemberdayaan jangka panjang. Minat kolaborasi dari pelaku UMKM batik dan komunitas budaya menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan batik ciprat menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Dengan kolaborasi, karya siswa tidak hanya menjadi simbol inklusi, tetapi juga sumber penghasilan.

Untuk menjaga keberlanjutan, tim KKN telah memberikan rekomendasi dan sosialisasi kepada pihak sekolah agar guru dan siswa dapat mandiri dalam mengelola promosi. Pelatihan dasar digital marketing adalah langkah krusial agar mereka bisa terus mengoptimalkan media sosial sebagai alat promosi dan pemasaran. Ini menunjukkan bahwa program ini didesain tidak hanya untuk memberikan dampak sesaat, tetapi juga untuk membangun kemandirian komunitas dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, program promosi ini membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang kuat untuk pemberdayaan masyarakat, pelestarian budaya, dan promosi inklusi sosial.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program promosi batik inklusif karya siswa SLB NU Reksosari melalui KKN UNS 273 terbukti mampu memberikan dampak positif, baik dari sisi sosial maupun ekonomi. Kegiatan pelatihan batik ciprat tidak hanya meningkatkan keterampilan vokasional, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri, kreativitas, serta kebanggaan siswa berkebutuhan khusus. Melalui strategi promosi di media sosial, karya mereka berhasil dikenal lebih luas, mendapat apresiasi masyarakat, dan bahkan membuka peluang kolaborasi dengan UMKM serta komunitas budaya.

Selain sebagai sarana pemberdayaan, program ini juga menjadi bentuk nyata pelestarian budaya batik yang diselaraskan dengan semangat inklusi sosial. Respons positif dari publik dan potensi keberlanjutan program menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif untuk mendukung ekonomi kreatif berbasis komunitas. Ke depan, penguatan branding, optimalisasi platform digital, serta dukungan berkelanjutan dari sekolah dan masyarakat sangat penting untuk memastikan keberlangsungan dan peningkatan manfaat program ini.

Kedepannya adanya partisipasi lebih lanjut dari siswa dan guru sehingga program kerja ini bisa dapat terjalin dengan lebih baik. Adanya penggunaan media sosial lain agar jangkauan lebih besar sehingga hasil penjualan dapat lebih masif lagi. Diharapkan agar program kerja

dapat terus dijalankan oleh pihak sekolah secara berlanjut dan dimasukkan dalam salah satu capaian dari sekolah sehingga siswa - siswa dapat lebih semangat dalam berkarya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) memberikan wadah serta fasilitas untuk pelaksanaan pengabdian pada masyarakat melalui kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2025. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Musadi selaku Ketua RT Dusun Kwangsan pada program kerja “Lentera Baca Desa” di Desa Ketapang, tokoh masyarakat lain dan khususnya masyarakat di Desa Ketapang yang telah mengikuti kegiatan dan mendukung terlaksananya kegiatan, serta seluruh anggota kelompok KKN 279 UNS.

DAFTAR REFERENSI

- Artanto, D., Suryani, N., & Hidayat, A. (2021). Branding batik ciprat karya siswa SLB melalui media sosial. *Jurnal At-Tamkin*, 30, 45–58. <https://ejournal.uniramalang.ac.id/attamkin/article/download/4129/2974/29492>
- Chairudin, A., & Sari, S. R. (2021). Model hubungan citra merek dan minat beli ulang: Peran kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 17(2), 112-126. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v17i2.1259>
- Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kemendikbudristek. (2025). Di Tengah Keterbatasan, Siswa SLBN Semarang Berkarya Lewat Batik Ciprat.
- Hartomi, Z. H., Muhaimin, A., & Yulisman. (2022). Pelatihan penjualan kerajinan batik tulis SLB Negeri Pembina Pekanbaru berbasis website. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(12), 3357–3369. <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/download/2063/1493/3996>
- Hidayatullah, R. (2024). Learning creative economy empowerment through digital marketing and batik waste-based products. *Attractive Journal of Business and Social Science*, 3(1), 1–11. <https://attractivejournal.com/index.php/bse/article/view/560>
- Ismardhani, Y. F., & Ardani, W. (2024). Rancang ulang konten Instagram untuk promosi produk batik siswa Budhi di Kelurahan Gayungan Kota Surabaya. *BARIK*, 6(2). <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i2.64552>
- Janah, N. R. (2024). The influence of social media on batik online shop income in Pekalongan. *International Conference on Islamic Economics (ICIE)*, 1(1), 963–972. <https://proceeding.uingusdur.ac.id/index.php/icie/article/view/1706>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2025). *Panduan pengembangan kurikulum inklusif di SLB*. Jakarta: Kemdikbud.
- Pratama, W. (2025, September 3). Mahasiswa KKN 273 UNS angkat batik SLB NU Suruh sebagai simbol inklusi sosial. *Sorotnesia*. <https://sorotnesia.com/mahasiswa-kkn-273-uns-angkat-batik-slb-nu-suruh-sebagai-simbol-inklusi-sosial/>

- Rahadi, D. R., & Abdillah, L. A. (2013). The utilization of social networking as promotion media (Case study: Handicraft business in Palembang). *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1312.3532>
- Salsabila, A. P., Prayitno, G., Wicaksono, A. D., Nugraha, A. T., Siankwilimba, E., & Dinanti, D. (2025). Inclusive creative tourism through batik ciprat: Empowering individuals with intellectual disabilities in Karangpatihan Village—Indonesia. *Tourism and Hospitality*, 6(4), 177. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6040177>
- Sihotang, A. G. X., & Pasha, A. M. T. (2025, September 3). Mahasiswa KKN 273 UNS angkat batik SLB NU Suruh sebagai simbol inklusi sosial. *Sorotnesia*. <https://sorotnesia.com/mahasiswa-kkn-273-uns-angkat-batik-slb-nu-suruh-sebagai-simbol-inklusi-sosial/>
- Suryani, N., & Sunardi. (2022). Pelatihan pemasaran batik tulis di era digital melalui e-commerce bagi siswa tunarungu. *SPEED: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 55–65. <https://jurnal.unipar.ac.id/index.php/speed/article/download/865/794>
- Wahyulina, D., & Chrisdanty, F. (2024). Kain Batik Ciprat Kreasi Wisnuwardhana (Teknik Ciprat dan Oles). *Jurnal ABM Mengabdi*, 11(1), 55-66. <https://doi.org/10.31966/jam.v11i1.1408>
- Wianto, A. H., Mulia, A. L., Salsabiela, A., Dinda, E., Imaniar, F., Rahmawati, S., ... & Malang, U. N. (2023). Batik Ciprat Training for Students with Special Needs at Putra Pancasila SLB Foundation. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(6), 491-500. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i6.4522>
- Wulandari, N. S., & Jaya, I. (2023). Meningkatkan Keterampilan Vokasional Batik Ciprat Peserta Didik Hambatan Intelektual Ringan Dengan Metode Drill. *JPK: Jurnal Pendidikan Khusus*, 2(1), 105-115.
- Yunita, D. R., & Sari, A. N. (2023). Pemberdayaan siswa SLB melalui pelatihan batik dan pemasaran online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 99–110. <https://ejournal.universitasmuhammadiyah.ac.id/index.php/jpm/article/view/1234>