



Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pemahaman Makna Filosofis Tenun dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Kreatif

Alias ^{1)*}, Sitti Hermina ¹⁾, Sarman ²⁾, Muhamad Ifaldin ³⁾, Wa Ode Siti Ramadani ³⁾, Ahmat Keke ⁴⁾

¹Jurusan Tradisi Lisan, Universitas Halu Oleo. Kendari, Indonesia

²Jurusan Ilmu Sejarah, Universitas Halu Oleo. Kendari, Indonesia

³Jurusan Perpustakaan, Universitas Halu Oleo. Kendari, Indonesia

⁴ Jurusan antropologi, Universitas Halu Oleo. Kendari, Indonesia

Diterima: 25 Oktober 2025

Direvisi: 02 November 2025

Disetujui: 07 November 2025

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai respon atas rendahnya pemahaman penenun lokal terhadap makna filosofis simbol dalam motif tenun tradisional yang berdampak pada lemahnya narasi budaya dan daya saing produk ekonomi kreatif. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memperkuat pemahaman makna filosofis kelompok Dasawisma Ar-Rahman di Desa Lanto terhadap simbol-simbol tenun sekaligus mendorong pemanfaatannya dalam strategi peningkatan nilai jual produk. Kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif selama satu bulan dengan tahapan pelatihan, diskusi reflektif, penyusunan narasi produk, dan pendampingan promosi berbasis *storytelling*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman peserta dari 41,8% menjadi 85,8%. Selain itu, peserta mulai menyusun narasi produk yang mencerminkan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal. Kesimpulannya, penguatan pemahaman simbolis tenun mampu mendorong revitalisasi budaya lokal dan menjadi strategi efektif dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis identitas budaya. Model kegiatan ini berpotensi direplikasi pada komunitas lain dengan karakteristik budaya serupa.

Kata kunci: ekonomi kreatif; filosofi tenun; makna; pemberdayaan masyarakat; tenun tradisional.

Community Empowerment Based on an Understanding of The Philosophical Meaning of Weaving in Efforts to Improve The Creative Economy

Abstract

Community service activities were carried out in response to the low understanding among local weavers regarding the philosophical meanings of symbols in traditional woven motifs, which has affected the development of cultural narratives and the competitiveness of creative economy products. The purpose of this program was to strengthen the philosophical understanding of the Dasawisma Ar-Rahman group in Lanto Village toward symbolic meanings in traditional weaving and to encourage their application in strategies for increasing product value. The activity was conducted through a participatory approach over the course of one month, consisting of training sessions, reflective discussions, product narrative development, and promotional mentoring based on storytelling. The results showed an increase in the participants' average understanding from 41.8% to 85.8%. In addition, participants began to develop product narratives that reflect cultural values and local wisdom. In conclusion, strengthening symbolic understanding of traditional weaving can promote the revitalization of local culture and serve as an effective strategy for developing a creative economy based on cultural identity. This model has the potential to be replicated in other communities with similar cultural characteristics.

Keywords: *creative economy; weaving philosophy; meaning; community empowerment; traditional weaving.*

* Korespondensi Penulis. E-mail: alias1986@uho.ac.id

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif berfungsi sebagai pilar penting bagi pembangunan berkelanjutan. Kegiatan Ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan sehingga memperkuat perekonomian lokal (Foreword, 2022). Ekonomi ini mendorong kewirausahaan dan pariwisata yang menjadikan kota-kota lebih menarik dan hidup secara perekonomian (Mickov, 2022; Rozari, Polinggomang, & Fanggidae, 2024). Sektor ini mengandalkan ide, kreativitas, dan pengetahuan budaya sebagai sumber daya utama dalam menghasilkan produk dan jasa yang bernilai ekonomi (Ferreira et al., 2023; Adnanti & Widiastuti, 2024). Pada aspek lain kegiatan ekonomi kreatif mendorong pelestarian tradisi lokal dan praktik budaya, yang sering kali menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas pedesaan (Amory, 2024). Dengan mempromosikan produk dan pengalaman lokal yang unik, ekonomi kreatif membantu memperkuat identitas komunitas (Putranto & Kusumaningtyas, 2024). Salah satu sektor ekonomi kreatif yang berakar kuat pada warisan budaya adalah kerajinan tenun tradisional. Tenun tidak hanya berfungsi sebagai produk sandang melainkan juga mengandung nilai-nilai filosofis dan simbol-simbol budaya yang merefleksikan pandangan hidup, sejarah, serta sistem sosial masyarakat (Hidayani, 2024).

Pewarisan makna filosofis motif tenun sering kali mengalami kemunduran antar generasi. Fenomena ini terjadi dalam berbagai konteks budaya, di mana warisan budaya dari motif tenun tradisional berisiko hilang (Rodliyah, 2024; Suprayitno & Ariesta, 2014). Hal ini menyebabkan proses produksi tenun menjadi mekanis dan kehilangan konteks budaya yang seharusnya menjadi nilai jual utama dalam industri kreatif. Rendahnya pemahaman filosofis tentang tenun dapat berdampak pada lemahnya narasi dalam promosi dan pemasaran produk sehingga menyulitkan perajin untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Hussain et al., 2024; Morabito, 2022). Kondisi ini juga ditemukan dalam kegiatan menenun yang dilakukan oleh kelompok Dasawisma Ar-Rahman di Desa Lanto, Kecamatan Mawasangka Tengah, Kabupaten Buton Tengah. Kegiatan menenun kelompok Dasawisma Ar-Rahman menghadapi tantangan karena kurangnya pemahaman terhadap nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam motif tenun yang dihasilkan. Padahal, jika simbol dan filosofi tersebut dimaknai dan dikomunikasikan dengan baik, nilai jual produk dapat meningkat sekaligus memperkuat ekonomi kreatif berbasis identitas budaya (Aziz, 2018). Kesenjangan ini dapat menghambat diferensiasi produk di pasar, padahal nilai-nilai lokal sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik produk. Dengan mengatasi permasalahan ini pada dasarnya dapat memperkuat ekonomi kreatif masyarakat. Pelibatan masyarakat lokal dalam proses kreatif dapat memperkuat keterikatan terhadap warisan budaya sehingga produk menjadi lebih unik (Rusmaniah et al., 2022).

Berbagai kajian teoritik menunjukkan bahwa pemahaman terhadap warisan budaya, termasuk simbol dan makna dalam produk tradisional dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing suatu produk (Sabur, 2025; Yijing & Sharudin, 2023). Teori semiotika budaya menjelaskan bahwa setiap simbol memiliki makna yang diproduksi dan direproduksi melalui praktik sosial budaya. Dalam konteks tenun, setiap motif dan warna mengandung makna tertentu yang mencerminkan sistem kepercayaan, struktur sosial, hingga relasi manusia dengan alam (Januarti & Wempi, 2019; Lorusso, 2015). Apabila pemaknaan ini dikomunikasikan secara tepat melalui narasi produk, maka konsumen tidak hanya membeli barang, tetapi juga nilai, cerita, dan identitas. Pemahaman filosofis ini sejalan dengan pendekatan pembangunan berbasis budaya (*culture-based development*) yang menekankan

pada pentingnya kekuatan budaya lokal dalam menciptakan inovasi ekonomi yang berkesinambungan dan berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini berangkat dari permasalahan rendahnya pemahaman anggota kelompok Dasawisma Ar-Rahman terhadap makna filosofis simbol-simbol yang terdapat dalam motif tenun tradisional. Rendahnya pemahaman ini berdampak pada lemahnya kemampuan para penenun dalam mengaitkan nilai budaya dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang mereka jalankan. Oleh karena itu, kegiatan ini diarahkan untuk menjawab dua fokus utama, yakni meningkatkan pemahaman para penenun terhadap nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam setiap motif tenun, serta menemukan cara untuk mengintegrasikan pemahaman tersebut ke dalam strategi pengembangan produk dan promosi berbasis narasi budaya. Kemudian tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk memperkuat kapasitas pengetahuan anggota kelompok Dasawisma Ar-Rahman agar mampu memahami dan menginterpretasikan makna filosofis yang melekat pada motif-motif tenun tradisional, sekaligus menerapkan hasil pemahaman tersebut dalam kegiatan ekonomi kreatif yang mereka jalankan. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, para peserta diharapkan mampu mengembangkan narasi produk dan strategi promosi berbasis *storytelling* yang berakar pada kearifan lokal dan identitas budaya masyarakat Desa Lanto.

Kegiatan ini memiliki keunikan dibandingkan dengan program pemberdayaan tenun yang telah dilakukan sebelumnya. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis produksi, tetapi juga mengintegrasikan pendekatan semiotika budaya dan *storytelling* sebagai strategi peningkatan nilai tambah produk. Pendekatan ini menempatkan para penenun bukan sekadar sebagai pengrajin, melainkan sebagai pewaris dan penyampai pengetahuan simbolik budaya yang memiliki peran penting dalam mengomunikasikan identitas lokal melalui produk tenun. Integrasi antara aspek filosofis dan strategi pemasaran berbasis cerita menjadi inovasi yang berpotensi direplikasi pada komunitas budaya lain di Indonesia. Melalui pendekatan tersebut, kegiatan ini diharapkan mampu memperkuat kesadaran budaya para penenun, meningkatkan daya saing produk di pasar ekonomi kreatif, serta mendorong lahirnya model pemberdayaan perempuan berbasis kearifan lokal yang memadukan kekuatan budaya dan ekonomi secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Lanto, Kecamatan Mawasangka Tengah, Kabupaten Buton Tengah, dengan melibatkan kelompok Dasawisma Ar-Rahman sebagai mitra utama. Kelompok ini terdiri atas sebelas orang perempuan yang selama ini aktif dalam kegiatan ekonomi kreatif khususnya dalam bidang kerajinan tenun tradisional. Tim pengabdian berasal dari kalangan dosen dan mahasiswa Universitas Halu Oleo. Peran tim pengabdian meliputi perancang kegiatan, fasilitator pelatihan, narasumber, serta pendamping dalam proses internalisasi nilai-nilai filosofis tenun.

Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama satu bulan dan dirancang melalui empat tahapan yang saling berkaitan, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, pendampingan, dan evaluasi program secara menyeluruh. Setiap tahapan dirancang dengan pendekatan partisipatif untuk memastikan keterlibatan aktif mitra dalam seluruh proses kegiatan. Pelaksanaan program dibagi secara kronologis per minggu agar pelatihan dan evaluasi berjalan efektif.



Gambar 1. Bagan Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahap pertama merupakan kegiatan identifikasi kebutuhan dan pemetaan potensi yang dilaksanakan pada minggu pertama. Pada tahap ini dilakukan observasi awal terhadap aktivitas menenun, teknik produksi, dan wawancara dengan anggota kelompok untuk mengetahui tingkat pemahaman awal mereka mengenai makna filosofis simbol dalam motif tenun. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam penyusunan strategi pelatihan dan modul pembelajaran. Tahap kedua dilakukan pada minggu kedua, yaitu penyusunan materi pelatihan dan modul pemahaman simbol tenun yang dirancang berdasarkan hasil eksplorasi makna budaya lokal. Modul pelatihan disusun secara kontekstual agar peserta mudah memahami hubungan antara simbol tenun dan nilai-nilai budaya yang mereka anut.

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan pelatihan intensif dan diskusi partisipatif yang dilaksanakan pada minggu ketiga. Pelatihan ini terdiri atas tiga sesi utama, masing-masing berdurasi sekitar 120 menit. Sesi pertama berfokus pada pemahaman filosofi dan simbol-simbol dalam tenun tradisional; sesi kedua diarahkan pada penyusunan narasi budaya dan praktik storytelling; sementara sesi ketiga menekankan pada simulasi promosi produk dan refleksi hasil pembelajaran. Setiap sesi dilakukan secara tatap muka dan difasilitasi oleh tim pengabdian melalui metode diskusi, studi kasus, simulasi, dan praktik langsung. Dialog budaya bersama para penenun menjadi bagian penting dalam memperkuat pemahaman simbolik peserta dan menumbuhkan kesadaran reflektif terhadap nilai-nilai lokal yang mereka warisi.

Tahap keempat dilaksanakan pada minggu terakhir dengan fokus pada pendampingan dan evaluasi hasil kegiatan. Pendampingan dilakukan secara langsung dengan mendampingi peserta dalam penyusunan narasi produk, pembuatan label, serta simulasi strategi promosi berbasis storytelling. Evaluasi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu pengukuran kuantitatif dan penilaian kualitatif. Pengukuran kuantitatif dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk menilai peningkatan pemahaman peserta terhadap makna filosofis tenun. Sementara itu, penilaian kualitatif dilakukan terhadap hasil narasi produk yang dihasilkan peserta, mencakup aspek kedalaman makna, konsistensi dengan nilai budaya lokal, serta kemampuan dalam menyampaikan identitas budaya melalui produk.

Untuk memperoleh data yang akurat dan valid, kegiatan ini menggunakan beberapa instrumen pengumpulan data, yaitu lembar observasi, kuesioner *pre-test* dan *post-test*, panduan wawancara terstruktur, serta dokumentasi foto dan video kegiatan. Lembar observasi digunakan untuk mencatat dinamika kelompok, partisipasi peserta, dan efektivitas

pelatihan. Kuesioner digunakan untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Panduan wawancara membantu menggali persepsi dan pengalaman peserta selama mengikuti kegiatan, sedangkan dokumentasi visual digunakan sebagai bahan analisis proses dan pelaporan.

Proses pelaksanaan kegiatan dirancang secara partisipatif (Muslim, 2007; Lieres et al., 2025), dengan menempatkan peserta sebagai subjek utama pembelajaran. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya proses dialogis antara tim pengabdian dan masyarakat, sehingga kegiatan tidak hanya bersifat transfer pengetahuan tetapi juga pemberdayaan nilai budaya. Setiap sesi pelatihan dilengkapi dengan lembar umpan balik untuk menilai pemahaman peserta dan mendokumentasikan proses pembelajaran. Adapun bagan alur kegiatan seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini.

Tahapan selanjutnya adalah data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana. Analisis kuantitatif dilakukan terhadap hasil *pre-test* dan *post-test* dengan menghitung rata-rata peningkatan skor pemahaman peserta sebagai indikator efektivitas kegiatan. Analisis kualitatif dilakukan terhadap hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tematik, interpretasi hasil, dan penyimpulan. Pendekatan ini digunakan untuk memahami perubahan perilaku, peningkatan kesadaran budaya, serta kemampuan peserta dalam mengintegrasikan nilai-nilai filosofis ke dalam strategi pengembangan ekonomi kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan edukatif dan partisipatif yang mengintegrasikan pelatihan teknis dengan penguatan pemahaman filosofis terhadap makna simbolis motif tenun tradisional. Bentuk kegiatan meliputi beberapa tahapan inti, yaitu pelatihan materi tentang filosofi dan simbol-simbol tenun, diskusi interaktif yang memberi ruang bagi peserta untuk menginterpretasikan kembali motif-motif yang mereka gunakan, penyusunan narasi produk berbasis kearifan lokal, serta pendampingan strategi promosi berbasis *storytelling*. Setiap sesi pelatihan dilakukan secara tatap muka melalui metode diskusi kelompok dan refleksi budaya sehingga peserta tidak hanya menerima pengetahuan secara satu arah tetapi juga berperan aktif sebagai subjek pembelajaran.



Gambar 1. Suasana Pelatihan Pemahaman Filosofis Makna Simbolis Tenun

Hasil pelaksanaan kegiatan menggambarkan adanya peningkatan terhadap pemahaman peserta dalam mengenali dan menjelaskan makna filosofis simbol dalam motif

tenun tradisional. Pengukuran dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* yang diberikan sebelum dan sesudah kegiatan. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 41,8% menjadi 85,8%, atau mengalami kenaikan sebesar 44%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif yang diterapkan efektif dalam menumbuhkan kesadaran simbolik dan refleksi budaya para penenun.

Selain peningkatan kognitif, terjadi pula perubahan perilaku dalam pola produksi dan promosi. Sebelum kegiatan, penenun cenderung bekerja secara mekanis, meniru motif yang diwariskan tanpa memahami makna filosofis di baliknya. Setelah kegiatan, peserta mampu mengaitkan setiap motif dengan nilai-nilai budaya lokal, misalnya motif pohon yang melambangkan kehidupan dan kesinambungan atau motif garis vertikal yang mencerminkan tatanan sosial yang harmonis.



Gambar 2. Kegiatan Penguatan Narasi Budaya dalam Produk Tenun

Perubahan juga terlihat pada kemampuan peserta dalam menyusun narasi produk berbasis nilai budaya yang kemudian digunakan dalam kegiatan promosi, baik secara langsung maupun melalui media sosial lokal. Strategi ini secara tidak langsung menambah nilai emosional dan kultural pada produk tenun yang dihasilkan. Menjadikannya lebih menarik bagi konsumen yang menghargai keaslian dan cerita di balik karya budaya.

Untuk melihat hasil perbandingan sebelum dan sesudah program maka disajikan dalam Tabel 1 dan Tabel 2. Data tersebut menunjukkan bahwa pemahaman filosofis meningkat seiring dengan kepercayaan diri peserta yang kini mampu menjelaskan makna dan nilai budaya dari produk mereka. Selain itu, terjadi transformasi pola kerja dari individual menjadi kolaboratif, yang membuka ruang refleksi dan inovasi antaranggota.

Tabel 1. Rata-rata nilai *Pre-test* dan *Post-test* Pemahaman Simbolis Tenun

No.	Jenis Tes	Rata-Rata Nilai (%)
1.	Pre – Test	41,8
2.	Post -Test	85,8

Berdasarkan Tabel 1 tersebut menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada tingkat pemahaman peserta terhadap makna filosofis simbol motif tenun setelah mengikuti rangkaian pelatihan. Hasil *pre-test* memperlihatkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman terbatas terhadap filosofi di balik motif tenun, sedangkan nilai *post-test* yang meningkat mencerminkan keberhasilan pendekatan pelatihan berbasis partisipasi dan refleksi budaya dalam memperdalam pemahaman mereka. Peningkatan skor

ini mengindikasikan bahwa integrasi antara pendampingan teoretis dan praktik langsung mampu memperkuat kesadaran peserta terhadap nilai-nilai kultural yang melekat pada karya tenun tradisional.

Tabel 2. Transformasi Produksi dan Pemasaran Tenun Tradisional

No.	Aspek	Sebelum Program	Setelah Program
1	Pemahaman Filosofis	Minim, hanya berdasarkan kebiasaan	Memahami dan menjelaskan makna simbolis setiap motif
2	Narasi Produk	Tidak ada narasi khusus	Menyusun narasi berdasarkan kearifan lokal
3	Pola Produksi	Individual, fokus pada produksi	Kolaboratif dan reflektif terhadap nilai budaya
4	Kepercayaan Diri Peserta	Rendah	Meningkat dan mampu menjelaskan produk dengan percaya diri

Berdasarkan Tabel 2 tersebut memperlihatkan transformasi nyata dalam pola produksi dan strategi pemasaran kelompok Dasawisma Ar-Rahman setelah program dilaksanakan. Perubahan tersebut tidak hanya mencakup peningkatan pemahaman terhadap makna filosofis motif tenun, tetapi juga mencerminkan pergeseran cara berpikir peserta dalam memaknai aktivitas menenun sebagai proses budaya yang bernilai ekonomi. Narasi produk yang sebelumnya belum ada kini mulai dikembangkan sebagai bagian dari identitas dan strategi promosi, sementara pola kerja bergeser dari individual menuju kolaboratif yang mendorong pertukaran ide dan refleksi bersama. Peningkatan kepercayaan diri peserta dalam menjelaskan nilai budaya produk menjadi indikator keberhasilan lain yang memperkuat posisi mereka sebagai pelaku ekonomi kreatif yang berdaya dan sadar budaya.

Perubahan positif tersebut tidak hanya disebabkan oleh pelatihan teknis, tetapi juga oleh proses reflektif dan partisipatif yang memberi ruang dialog antara pengalaman menenun dengan pemaknaan filosofis yang baru. Faktor lain yang mendukung perubahan ini adalah keterlibatan langsung para peserta dalam penyusunan narasi produk dan promosi berbasis storytelling. Pendekatan ini membuat mereka merasa memiliki pengetahuan dan kontrol terhadap nilai budaya yang melekat pada produk mereka. Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi sejumlah kendala. Pertama, masih terbatasnya akses digital di wilayah pedesaan menyebabkan proses promosi berbasis media sosial belum optimal. Sebagian peserta belum terbiasa menggunakan platform digital untuk pemasaran. Kedua, regenerasi penenun muda masih menjadi tantangan karena sebagian besar anggota kelompok merupakan ibu rumah tangga usia dewasa yang cenderung menenun sebagai kegiatan sampingan. Tantangan ini dapat diatasi melalui kolaborasi dengan kelompok remaja khususnya bagi anak-anak para penenun untuk menumbuhkan minat terhadap tradisi tenun sejak dini.

Meski menghadapi keterbatasan tersebut, terdapat sejumlah peluang keberlanjutan yang kuat. Pertama, antusiasme peserta terhadap pelatihan menjadi dasar untuk pembentukan komunitas belajar tenun berbasis budaya lokal. Kedua, meningkatnya

kemampuan peserta dalam menyusun narasi produk memberi peluang untuk mengembangkan kegiatan promosi terpadu berbasis storytelling. Ketiga, adanya dukungan dari pemerintah desa dan LPPM Universitas Halu Oleo membuka kesempatan untuk replikasi dan pendampingan berkelanjutan.



Gambar 3. Produk Tenun Hasil Karya Peserta Setelah Pendampingan

Faktor penyebab utama terjadinya perubahan positif pada kelompok Dasawisma Ar-Rahman adalah kombinasi antara pendekatan partisipatif, metode reflektif-edukatif, dan integrasi nilai budaya lokal dalam setiap sesi kegiatan. Model ini memfasilitasi proses belajar yang tidak hanya berorientasi pada keterampilan, tetapi juga pada pembentukan kesadaran budaya dan kebanggaan identitas. Hasil ini sejalan dengan temuan (Darmawati et al., 2025; Ibrahim et al., 2025), yang menunjukkan bahwa partisipasi aktif masyarakat memperkuat keberhasilan program pelatihan berbasis kearifan lokal.

Model pemberdayaan ini juga menunjukkan potensi replikasi yang tinggi. Dengan menyesuaikan konteks budaya dan karakteristik masyarakat setempat, pendekatan serupa dapat diterapkan pada komunitas pengrajin lain seperti penenun ikat di Nusa Tenggara Timur atau pembatik tradisional di Jawa Tengah. Prinsip utama yang dapat direplikasi adalah penggunaan *storytelling* dan pemaknaan simbolik sebagai strategi penguatan identitas budaya sekaligus peningkatan daya saing ekonomi kreatif.

Capaian kegiatan ini tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada transformasi sikap dan keterampilan peserta dalam mengelola produk budaya secara lebih bermakna. Penenun kini tidak hanya memproduksi kain sebagai barang ekonomi, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang sarat nilai dan filosofi. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil menjembatani antara pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi kreatif serta menunjukkan bagaimana pendekatan partisipatif berbasis nilai budaya dapat memperkuat peran perempuan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan di wilayah pedesaan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman makna filosofis tenun pada kelompok Dasawisma Ar-Rahman di Desa Lanto. Peningkatan hasil evaluasi menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan reflektif yang diterapkan mampu membangkitkan kesadaran baru mengenai pentingnya nilai-nilai budaya lokal dalam proses produksi tenun. Para peserta mengalami peningkatan secara kognitif sekaligus menunjukkan perubahan sikap dan praktik dalam memaknai kembali produk tenun yang

dihasilkan. Penguatan pemahaman terhadap simbol-simbol dalam tenun telah mendorong munculnya narasi produk berbasis nilai budaya yang mampu meningkatkan daya tarik produk di sektor ekonomi kreatif. Transformasi ini mempertegas bahwa pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi kreatif dapat berjalan seiring ketika masyarakat diberi ruang untuk memahami dan mengartikulasikan kembali identitas budayanya dalam bentuk produk ekonomi yang bernilai tambah. Berdasarkan hasil tersebut, kegiatan lanjutan perlu diarahkan pada pendampingan jangka panjang untuk memperkuat kapasitas manajemen dan pemasaran digital produk tenun. Kemudian pengembangan modul pembelajaran berbasis budaya di tingkat komunitas dan sekolah untuk menumbuhkan minat generasi muda terhadap tradisi menenun. Penelitian lebih lanjut juga disarankan untuk menelaah dampak sosial dan ekonomi dari pendekatan berbasis pemaknaan simbolik terhadap ketahanan budaya dan kesejahteraan masyarakat pengrajin. Model pelatihan dan pendampingan yang telah dikembangkan berpotensi direplikasi pada komunitas budaya lain yang memiliki kekayaan kerajinan tradisional serupa sehingga dapat memperkuat ketahanan budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pendekatan yang berakar pada kearifan lokal dan identitas budaya daerah

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik melalui kontak Nomor: 064/C3//DT.05.00/PM/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Halu Oleo melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM UHO) yang telah memfasilitasi dan memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan. Penghargaan yang tulus penulis berikan kepada Pemerintah Desa Lanto atas izin dan dukungan yang diberikan sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar. Tidak lupa, penulis menyampaikan terima kasih kepada kelompok Dasawisma Ar-Rahman yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini serta berpartisipasi aktif demi tercapainya tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnanti, W. A., & Widiastuti, W. (2024). Sosialisasi Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal bagi Karang Taruna Karangtempel. *Bumi: Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 98-104. <https://doi.org/10.61132/bumi.v2i1.46>
- Amory, J. D. S. (2024). Creative Economy as a Catalyst for Change: A New Strategy to Alleviate Rural Poverty. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2732-2746. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i5.2189>
- Aziz, A. A. (2018). Malay Songket: Its Philosophical Symbol and Meaning. *Proceedings of the Art and Design International Conference (AnDIC 2016)*, 463-473. https://doi.org/10.1007/978-981-13-0487-3_51
- Darmawati, D. M., Safahi, L., Azhar, E., Alimudin, M., & Busyra, N. (2025). Improving The Creative Economy through Training in Making Aloe Vera Dish Liquid Soap with Participatory Rural Appraisal Method. *TAAWUN*, 5(1), 16-30. <https://doi.org/10.37850/taawun.v5i01.810>

- Ferreira, A. R., Afonso, H., Mello, J. A., & Amaral, R. (2023). Creative Economy and the Quintuple Helix Innovation Model: A Critical Factors Study in The Context of Regional Development. *Creativity Studies*, 16(1), 158-177. <https://doi.org/10.3846/cs.2023.15709>
- Foreword. (2022). *Culture and the Creative Economy in Colombia*. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/1d72d8f9-en>
- Hidayani, N. (2024). Cultural Heritage Preservation: The Art Oo Traditional Weaving is Applied Not Only in Clothing. *Jurnal Impresi Indonesia*, 3(2), 128-138. <https://doi.org/10.58344/jii.v3i2.4636>
- Hussain, A., Sameena, S., Khan, A. A., & Ain, N. (2024). The Impact of Cultural Globalization and Western Media Advertisement: The Case of Indian Weaving Crafts. *izmir Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 21-30. <https://doi.org/10.47899/ijss.1430470>
- Ibrahim, I., Sahidin, L. O., Syukur, L. O., Alias., Zulzaman, L. O. A., Sofian, N. I., Haris, A. P., & Muda, E. B. (2025). Penguatan Literasi dan Seni Budaya Berbasis Pertunjukan Puisi bagi Anak-Anak Komunitas the La Malonda Institute. *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 380-388. <https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v6i2.347>
- Intan, A. N., Retu, M. K., Sedu, V. A., & Mustafa, I. (2024). Komunikasi Pemasaran Kriya Tenun Ikat sebagai Pendukung Keberlanjutan Indikator Pariwisata Di Kabupaten Sikka. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 498-503. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3851>
- Januarti, J., & Wempi, J. A. (2019). Makna Tenun Ikat Dayak Sintang Ditinjau dari Teori Semiotika Sosial Theo Van Leeuwen. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(1), 73-102. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v5i01.1743>
- Jimad, H., Roslina, R., Syarif, Y. A., & Wahono, E. P. (2022). Pembinaan Potensi Ekonomi Kreatif melalui Pendekatan Kelembagaan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 1(2), 61-67. <https://doi.org/10.35912/jpe.v1i2.760>
- Kurniawan, V. R. B., Ma'arif, S., Irawan, B., Priyanto, A., Puspitasari, F. H., & Bashir, S. (2024). Designing a Production System for Woven 'Stagen' Products: a Community Service Practice in a Weaving Community. *Asian Journal of Community Services*, 3(1), 107-116. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v3i1.7837>
- Lieres, J. S. V., Sretha, A. M., Kumar, M. N., Velayudhan, N. K., Devidas, A. R., & Ramesh, M. V. (2025). Promoting Water-Sustainability: A Participatory Co-Design Approach for Addressing Water-Supply Challenges in Urban Kerala, India. *Journal of Urban Management*, 1-23. <https://doi.org/10.1016/j.jum.2025.06.005>
- Lorusso, A. M. (2015). *Cultural Semiotics*. Palgrave Macmillan: New York.
- Mickov, B. (2022). *The Cultural Sector and Sustainable Economic Development*. Routledge: London.
- Morabito, J. P. (2022). Weaving Beyond the Binary. *TEXTILE*, 20(4), 424-438. <https://doi.org/10.1080/14759756.2022.2046365>
- Muslim, A. (2007). Pendekatan Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 8(2), 89-103. <https://doi.org/10.1177/0734282911435461>

- Novita, D., Ali, M., & Da'im, S. (2023). Pengembangan Produk Lokal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Ekonomi Kelompok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 323-331. <https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v6i2.374>
- Putranto, J. H., & Kusumaningtyas, M. (2024). Local Creativity and Economic Growth: Creative Economic Potential in Developing Village Tourism Area. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(1), 2830-2838. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.1.0298>
- Rodliyah, S. (2024). NTT Ikat Woven Cloths: Weaving Tradition, Motifs and their Symbolic Meanings. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 26(1), 35-41. <https://doi.org/10.25077/jantro.v26.n1.p35-41.2024>
- Rozari, P. E. D. R., Polinggomang, Y., & Fanggidae, A. H. J. (2024). Sustainable Ecotourism and Creative Economy Development Model with Local Wisdom Perspective. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 4(4), 388-404. <https://doi.org/10.38142/jtep.v4i4.1124>
- Rusmaniah, R., Nugroho, D. A., Indriyani, P. D., & Putra, M. A. H. (2022). Partisipasi Perajin dalam Pengembangan Seni Kerajinan Anyaman di Kampung Purun Berbasis Kearifan Lokal. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.29407/pn.v8i1.18451>
- Sabur, M. (2025). The Role of Cultural Marketing in Promoting Local Products to International Markets: A Case Study in Indonesia. *International Journal of Social and Human*, 2(1), 10-18. <https://doi.org/10.59613/b410w756>
- Suprayitno, S., & Ariesta, I. (2014). Makna Simbolik Dibalik Kain Lurik Solo-Yogyakarta. *Humaniora*, 5(2), 842-851. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3150>
- Tarifu, L., Rizal, R., Sartono, S., Jopang, J., Bakti, B., Patola, R. D., Dewi, R. S., Chaisarah, R. A., & Yolita, V. R. (2023). Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan dari Benang Macrame yang Bernilai Ekonomis pada Siswa SDIT Insantama Kendari. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(1), 11-19. <https://doi.org/10.33772/jpnus.v3i1.29578>
- Tristantie, N. (2017). Transformation of Ulos as Creative Textiles For Fashion Design Learning. *Proceedings of the International Conference on Technology and Vocational Teachers (ICTVT 2017)*, 68-71. <https://doi.org/10.2991/ictvt-17.2017.13>
- Utami, L. A., Mohan, U., & Sumarlin, R. (2025). Gringsing Textiles as Cultural Archives: Designing Story-Making Tools for Conservation. *KnE Social Sciences*, 10(2), 104-117. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i2.17883>
- Yijing, C., & Sharudin, S. A. (2023). The Integration of Traditional Symbols and Modern Product Design: Cultural Inheritance and Innovation. *Global Journal of Emerging Science, Engineering & Technology*, 1(1), 19-25. <https://doi.org/10.56225/gjeset.v1i1.17>