

Revitalisasi Seni dan Budaya Betawi melalui Inovasi Berbasis Komunitas

Febi Ramadhani Rusdin^{1*}, Felisianus Novandri Rahmat², Febrianto Saptodewo³, Anita⁴, Adji Firmansyah⁵, Giovino Dendah Alfahjar⁶, Cherlie Augustina Sonia⁷, Putri Auliya Saumi⁸

^{1,2,5,6}Prodi Sains Komunikasi, ^{3,8}Prodi Desain Komunikasi Visual, ^{4,7}Prodi Akuntansi, Universitas Medi Nusantara Citra, Jl. Panjang Blok A8, Jl. Green Garden Pintu Utara Prov. D.K.I, Kebonjeruk, West Jakarta City, Jakarta

E-mail: febi.ramadhani@mncu.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4724>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 23 Nov 2025

Revised: 05 Dec 2025

Accepted: 22 Dec 2025

Kata Kunci:

Seni dan Budaya Betawi, Revitalisasi Budaya, Inovasi Berbasis Komunitas, Pemberdayaan Masyarakat, Ekonomi Kreatif

Keywords:

Betawi Arts and Culture, Cultural Revitalization, Community-Based Innovation, Community Empowerment, Creative Economy

ABSTRACT

Program ini bertujuan untuk merevitalisasi seni dan budaya Betawi melalui pendekatan inovatif yang berakar pada kekuatan komunitas lokal. Secara umum, program ini difokuskan pada upaya: memperkuat kapasitas masyarakat dan kelembagaan dalam pelestarian seni Betawi; mengembangkan model inovasi pemasaran kuliner khas Betawi melalui integrasi desain dan media; serta menciptakan ruang kolaboratif yang mendorong meningkatnya apresiasi dan partisipasi publik terhadap seni dan budaya Betawi. Pelaksanaan Program *Revitalisasi Seni dan Budaya Betawi Melalui Inovasi Berbasis Komunitas* dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi, penyelenggaraan pelatihan, penerapan teknologi dan inovasi, pendampingan, evaluasi, dan perencanaan keberlanjutan program. Rangkaian pelatihan yang meliputi penguatan branding, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan media sosial memberikan pengetahuan serta keterampilan praktis bagi komunitas sanggar dan masyarakat yang terlibat untuk membangun identitas, meningkatkan kemandirian, dan mempromosikan aktivitas seni secara lebih strategis serta berkelanjutan. Dengan demikian, seni dan budaya Betawi tidak hanya terus terjaga kelestariannya, tetapi juga dapat hadir sebagai bagian dari dinamika kehidupan masyarakat urban yang modern, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

This program aims to revitalize Betawi arts and culture through an innovative approach rooted in the strengths of local communities. In general, the program focuses on efforts to strengthen community and institutional capacity in preserving Betawi arts; develop an innovative marketing model for Betawi culinary products through the integration of design and media; and create a collaborative space that encourages greater public appreciation and participation in Betawi arts and culture. The implementation of the Betawi Arts and Culture Revitalization Program Through Community-Based Innovation is carried out through several stages, including socialization, training sessions, the application of technology and innovation, mentoring, evaluation, and sustainability planning. A series of trainings covering branding enhancement, financial management, and the use of social media provides practical knowledge and skills for community art studios and participating residents to build identity, increase independence, and promote artistic activities more strategically and sustainably. Thus, Betawi arts and culture are not only preserved, but are also able to take part in the dynamic life of a modern, inclusive, and adaptive urban society.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.



How to Cite: Febi Ramadhani Rusdin, et al (2025). Revitalisasi Seni dan Budaya Betawi melalui Inovasi Berbasis Komunitas, 4(3) 14480-14487. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4724>

PENDAHULUAN

Seni dan budaya Betawi merupakan salah satu warisan bangsa yang sarat dengan nilai sejarah, estetika, dan filosofi hidup masyarakat Jakarta. Namun, di tengah derasnya arus modernisasi dan globalisasi, eksistensi seni Betawi menghadapi tantangan serius. Generasi muda semakin kurang

mengenal kesenian tradisional, media publikasi yang terbatas membuat seni Betawi kalah bersaing dengan budaya populer, serta minimnya ruang ekspresi yang mampu mengintegrasikan seni tradisi dengan inovasi teknologi maupun desain kontemporer. Kondisi ini berimplikasi pada menurunnya regenerasi pelaku seni, melemahnya daya tarik budaya lokal, hingga potensi hilangnya identitas kultural masyarakat Betawi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa program pengabdian kepada masyarakat yang mampu menjembatani seni, desain, dan media sebagai instrumen revitalisasi seni dan budaya Betawi agar tetap hidup, relevan, dan berdaya saing.

Di tingkat lokal, perkembangan Jakarta sebagai kota tempat bertemunya banyak budaya memberikan kekayaan pada budaya betawi dan menguatkan eksistensi budaya Betawi (Sosial J, Terapan H, Musthofa BM, 2020). Eksistensi komunitas Betawi yang tersebar di Jakarta masih menyimpan berbagai bentuk seni dan budaya, mulai dari lenong, tari topeng, gambang kromong, hingga tradisi kuliner khas. Namun, arus modernisasi dan perubahan lingkungan telah membawa tantangan bagi keberlanjutan budaya Betawi. Perkembangan pesat urbanisasi, degradasi lingkungan, dan perubahan pola ekonomi telah menggeser peran budaya Betawi dalam kehidupan masyarakat Jakarta (Roni Adi, 2025). Keberadaannya sering kali hanya hadir dalam acara seremonial dan belum terintegrasi dalam sistem pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

Secara nasional, pelestarian seni tradisi telah menjadi bagian dari kebijakan pembangunan kebudayaan sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan. Program revitalisasi seni Betawi berbasis komunitas dirancang dalam mendukung misi Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia dalam Asta Cita ke-8 yaitu Memperkuat penyelarasan kehidupan yang harmonis dengan lingkungan, alam dan budaya serta peningkatan toleransi antarumat beragama untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur. Selain itu program ini sejalan dengan Sustainable Development Goals (SDGs) ke-9 yaitu Industri, Inovasi dan Infrastruktur pada penguatan nilai tambah industri kecil termasuk usaha kecil serta mendukung pencapaian SDGs ke-11 yaitu Kota dan Komunitas Berkelanjutan khususnya pada tujuan preservasi, perlindungan, konservasi pada semua warisan budaya dan alam. Program ini bukan hanya penting untuk menjaga identitas lokal, tetapi juga strategis dalam memperkuat kebudayaan nasional sebagai modal sosial, memperluas ekonomi kreatif, serta meningkatkan kapasitas masyarakat melalui seni dan budaya. Dengan demikian, program ini memiliki signifikansi ganda yaitu melestarikan seni tradisi sekaligus menghadirkan inovasi yang memperkuat daya hidup budaya di era disrupsi digital.

Program ini akan melibatkan Sanggar Kreativitas Masyarakat di Kelurahan Karet Kuningan, Jakarta Selatan, sebagai mitra sasaran. Komunitas ini memiliki potensi besar karena dihuni oleh pelaku seni, pengrajin, serta warga yang masih menjaga tradisi Betawi dalam keseharian. Namun, keterbatasan akses terhadap pelatihan, platform publikasi digital, serta jaringan kolaborasi membuat potensi tersebut belum maksimal. Di sisi lain, masyarakat setempat memiliki kebutuhan nyata untuk meningkatkan kapasitas dalam hal pengelolaan seni, pengembangan desain produk budaya, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan seni Betawi. Sinergi antara potensi lokal dan kebutuhan mitra inilah yang akan menjadi dasar pengembangan program inovasi seni berbasis komunitas.

Program ini bertujuan untuk merevitalisasi seni dan budaya Betawi melalui pendekatan inovatif yang berbasis pada kekuatan komunitas lokal. Secara umum, program ini diarahkan untuk: memperkuat kapasitas masyarakat termasuk kelembagaan dalam pelestarian seni Betawi; mengembangkan model inovasi pemasaran kuliner khas Betawi melalui integrasi desain dan media; serta menciptakan ruang kolaboratif yang dapat memperluas apresiasi dan partisipasi publik terhadap seni dan budaya Betawi. Dengan demikian, seni Betawi tidak hanya tetap lestari, tetapi juga mampu hadir sebagai bagian dari dinamika kehidupan masyarakat urban yang modern dan inklusif.

Berbagai penelitian ilmiah telah banyak membahas tentang seni dan budaya Betawi. Mahardika GP dan Kusumo Elang (2024) dalam penelitiannya terkait dengan pembangunan Setu Babakan sebagai ikon budaya Betawi menyimpulkan salah satu potensi dalam pengembangan ikon wisata Betawi di Setu Babakan adalah penggunaan sosial media sebagai alat promosi dalam menjangkau wisatawan yang lebih luas. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif untuk mengidentifikasi permasalahan Setu babakan dalam 5 (lima) aspek yaitu amenitas, aksesibilitas, atraksi, akomodasi dan aktivitas dengan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai pisau analisis.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Kusumowardhani yang mengeksplorasi motif batik betawi menemukan bahwa variasi motif batik betawi dapat lebih inovatif dan menarik dengan

terinspirasi dari kuliner khas betawi (Kusumowardhani, P.,dkk, 2025). Metode yang digunakan dalam riset ini yaitu dengan pendekatan Design-Thinking Method dengan tahapan berempati, mendefinisikan, melahirkan ide, membuat prototype dan menguji. Dengan pendekatan tersebut memungkinkan desainer batik betawi dapat lebih memahami secara mendalam tentang kebutuhan pengguna. Namun demikian, penelitian ini terbatas pada konseptual dalam rancangan produksi batik betawi tanpa mendalami teknis produksi dan pemasaran produk.

Penelitian lain yang berjudul Penguatan Identitas Budaya Lokal melalui Pelestarian Kesenian Gambang Kromong Pada Sanggar Jali Putra di Jakarta (Hudaepah, 2025) menemukan bahwa komunitas sanggar seni memiliki peran krusial dalam pelestarian budaya melalui edukasi budaya dan pelibatan generasi muda dalam kegiatan festival budaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan pendekatan holistik. Program Revitalisasi Seni dan Budaya Betawi melalui Inovasi Berbasis Komunitas yang dirancang oleh Tim Pelaksana tentu akan memiliki dampak positif baik dalam aspek sosial maupun ekonomi.

Dari sisi sosial, Pelaksanaan program ini memberikan dampak sosial yang signifikan bagi mitra sasaran maupun masyarakat luas. Bagi mitra sasaran, program diharapkan dapat memperkuat identitas, meningkatkan keterampilan, serta memperluas jejaring sosial melalui kegiatan kolaboratif. Program juga mendorong tumbuhnya rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap potensi lokal yang dimiliki, sehingga memperkuat kohesi sosial di lingkungan mitra. Pada skala masyarakat lokal, program menghadirkan ruang interaksi yang lebih inklusif, menumbuhkan solidaritas, serta menjadi media edukasi budaya yang mampu menumbuhkan apresiasi generasi muda terhadap warisan lokal. Secara nasional, program ini berkontribusi pada penguatan jati diri bangsa, pelestarian budaya, serta memperkaya keragaman identitas Indonesia di tengah arus globalisasi.

Sedangkan dari sisi ekonomi, program ini membuka peluang peningkatan kesejahteraan melalui penguatan kapasitas produksi, pemasaran, dan distribusi produk maupun jasa yang dihasilkan mitra sasaran. Mitra memperoleh manfaat langsung berupa peningkatan pendapatan, keterampilan kewirausahaan, serta akses pasar yang lebih luas. Di tingkat masyarakat lokal, program mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi kreatif, membuka peluang kerja baru, serta menggerakkan potensi pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal. Sedangkan pada tingkat nasional, program berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor ekonomi kreatif, memperluas basis produk unggulan daerah, serta mendukung strategi diversifikasi ekonomi yang berkelanjutan.

Sinergi antara dampak sosial dan ekonomi juga terlihat jelas. Peningkatan kesejahteraan tidak hanya memperkuat kondisi ekonomi masyarakat, tetapi juga mendorong tumbuhnya rasa kepedulian dan partisipasi sosial yang lebih besar. Dengan begitu, program ini menciptakan ekosistem berkelanjutan di mana budaya, ekonomi, dan solidaritas sosial saling menguatkan. Pada akhirnya, manfaat program tidak hanya dirasakan oleh mitra sasaran, tetapi juga menjangkau masyarakat luas sebagai bagian dari kontribusi nyata terhadap pembangunan berkelanjutan.

METODE

Metode pelaksanaan Program Revitalisasi Seni dan Budaya Betawi Melalui Inovasi Berbasis Komunitas dimulai dari pelaksanaan sosialisasi, penyelenggaraan pelatihan, penerapan teknologi dan inovasi, pendampingan dan evaluasi serta memastikan keberlanjutan program. Tahapan pelaksanaan tersebut diuraikan secara sistematis sebagai berikut:

Pelaksanaan Sosialisasi

Pada tahap awal, tim pelaksana program akan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, aparat kelurahan, tokoh budaya, pengurus sanggar, pelaku usaha kuliner Betawi dan pemuda Karang Taruna. Sosialisasi ini bertujuan untuk menyamakan persepsi tentang urgensi revitalisasi seni dan budaya Betawi, sekaligus memperkenalkan rencana program, manfaat yang akan diperoleh, serta peran aktif masyarakat dalam setiap kegiatan. Melalui sosialisasi, diharapkan tercipta komitmen bersama untuk menjaga dan mengembangkan budaya Betawi dengan pendekatan inovatif. Sosialisasi akan dilaksanakan dengan metode luring (tatap muka) pada minggu ke-4 bulan September 2025 di Balai Pertemuan Kantor Kelurahan Karet Kuningan.

Penyelenggaraan Pelatihan

Setelah pelaksanaan sosialisasi, tim pelaksana akan menyelenggarakan pelatihan difokuskan pada empat aspek solusi yang dirancang. Pertama, pelatihan penerapan teknologi dan media sosial untuk

mendorong konten kreatif budaya Betawi. Kedua, penguatan kapasitas masyarakat dalam manajemen kelembagaan komunitas/sanggar melalui pembekalan tata kelola organisasi, administrasi, serta pengelolaan kegiatan berbasis komunitas. Ketiga, pelatihan penggunaan alat kesenian dan teknik produksi kuliner khas Betawi yang lebih higienis, efisien, dan menarik. Keempat, pelatihan strategi *branding* dan pemasaran produk seni maupun kuliner agar memiliki daya saing di pasar lokal maupun digital. Adapun materi yang akan disampaikan dalam kegiatan pelatihan diuraikan dalam tabel berikut:

No	Materi	Narasumber	Durasi
1	Pelatihan digitalisasi seni dan budaya betawi (fotografi, videografi, dan konten kreatif)	Felisianus Novandri Rahmat	120 Menit
2	Management komunitas dan strategi branding produk kuliner	Febi Ramadhani; Anita; Febrianto Sapto Dewo	150 Menit
3	Festival budaya dan kuliner sebagai kegiatan puncak	Seluruh tim; pemerintah kelurahan; mitra sasaran; mitra kerjasama	

Penyelenggaraan pelatihan menysasar seluruh anggota komunitas Sanggar Kreativitas Karet Kuningan, Pemuda Karang Taruna, Pengurus PKK Kelurahan Karet Kuningan serta Pelaku Usaha Kuliner Betawi di wilayah Kelurahan Karet Kuningan. Pelatihan ini akan dilaksanakan dengan metode tatap muka dan praktik langsung dengan peserta pelatihan dengan tujuan:

1. meningkatkan pengetahuan dan kapasitas para peserta dalam manajemen organisasi
2. meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat konten digital, *storytelling*, strategi distribusi konten dalam menjangkau masyarakat luas serta pemahaman etika dalam pembuatan konten
3. meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta dalam membangun branding serta strategi pemasaran produk lokal di pasar digital.

Adapun waktu pelaksanaan pelatihan yaitu pada minggu ke-2 bulan Oktober 2025 yang berlokasi di Balai Pertemuan Kantor Kelurahan Karet Kuningan.

Penerapan Teknologi dan Inovasi

Dalam tahapan penerapan teknologi dan inovasi, program ini menekankan pada penggunaan pendekatan digital, modernisasi peralatan, serta metode manajemen berbasis teknologi sederhana yang dapat langsung diintegrasikan ke dalam aktivitas Sanggar Kreativitas Masyarakat di Kelurahan Karet Kuningan seperti:

1. pada aspek manajemen kelembagaan, pendekatan inovatif yang diterapkan adalah penggunaan aplikasi manajemen berbasis daring seperti *Google Workspace* (Docs, Sheets, Drive) dan aplikasi keuangan digital (aplikasi sederhana berbasis Excel). Teknologi ini diintegrasikan dalam aktivitas mitra dengan menggantikan pencatatan manual menjadi sistematis, transparan, dan mudah diakses oleh pengurus maupun anggota sanggar.
2. dalam pembuatan konten digital, teknologi yang digunakan berupa perangkat digital seperti *smartphone* dan aplikasi pengeditan sederhana seperti Canva, CapCut, dan Adobe Express untuk menghasilkan konten digital budaya Betawi. Inovasi ini diintegrasikan ke dalam aktivitas komunitas/sanggar melalui pembentukan tim kreatif muda yang bertugas mendokumentasikan kegiatan sanggar, pertunjukan seni, maupun produksi kuliner untuk dipublikasikan secara konsisten di media sosial.
3. dalam hal strategi branding dan pemasaran, teknologi yang digunakan dengan menggunakan aplikasi atau *graphic design tools* untuk pembuatan logo dan kemasan serta penggunaan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, GoFood/GrabFood). Inovasi ini diintegrasikan dalam aktivitas mitra dengan membentuk unit khusus pemasaran digital yang mengelola penjualan, komunikasi dengan konsumen, serta strategi promosi daring sehingga produk seni dan kuliner Betawi dapat bersaing di pasar modern

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara tatap muka (offline) di kelurahan Karet Kuningan, yang sejalan dengan program kerja yang sudah disusun sebelumnya. Berikut hasil pembahasan yang dapat kami uraikan:

1. Pelatihan branding untuk UMKM

Pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan daya jual produk UMKM dan memperluas jangkauan pasar. Pelatihan diawali dengan sosialisasi materi tentang branding UMKM bagi warga di Kelurahan Karet Kuningan. Materi branding ini dirancang khusus untuk membantu kita memahami konsep dasar branding dan bagaimana mengaplikasikannya dalam bisnis kita. Dengan memahami branding, kita dapat menciptakan identitas yang unik dan membedakan produk kita dari kompetitor. Selain itu, branding yang kuat juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membuat mereka lebih loyal kepada produk kita.

Salah satu aspek penting dalam branding adalah storytelling. Dengan menceritakan cerita tentang produk kita, kita dapat membangun koneksi emosional dengan pelanggan dan membuat mereka lebih tertarik dengan produk kita. Cerita dapat berupa asal-usul produk, proses pembuatan, atau nilai-nilai yang kita pegang. Dengan menceritakan cerita yang autentik dan menarik, kita dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan membuat mereka lebih ingin membeli produk kita.

Dalam materi ini, kita juga akan membahas tentang bagaimana merancang branding yang efektif untuk UMKM Kelurahan Karet Kuningan. Kita akan membahas tentang bagaimana menciptakan identitas visual yang menarik, mengembangkan pesan yang jelas dan konsisten, dan membangun reputasi yang positif. Dengan memahami konsep-konsep tersebut, kita dapat menciptakan branding yang kuat dan meningkatkan daya jual produk kita.

Dengan demikian, kita dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan membuat produk kita lebih kompetitif di pasar. Mari kita manfaatkan materi branding ini untuk meningkatkan kemampuan kita dalam merancang branding yang efektif dan meningkatkan daya jual produk kita. Dengan branding yang kuat, kita dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan membuat produk kita lebih sukses di pasar.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Branding





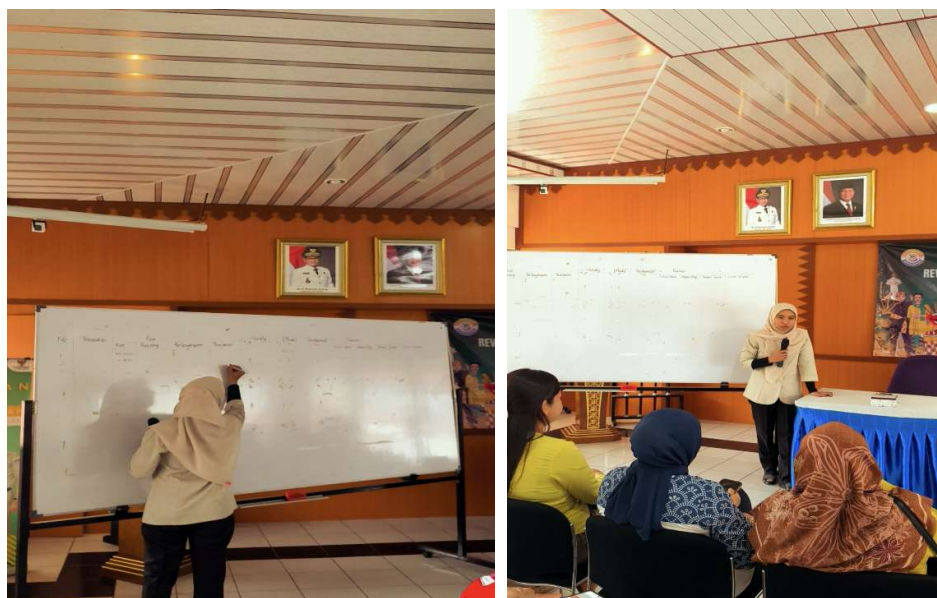
Gambar 2. Hasil desain branding beberapa produk UMKM.

2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada peningkatan literasi keuangan, khususnya pembukuan sederhana. Materi pelatihan utama mencakup pengenalan pentingnya pembukuan yaitu Standar Akuntansi Keuangan (SAK) di Indonesia dengan fokus pada SAK Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM), dan langkah-langkah proses pembukuan untuk usaha UMKM.

Hasil kegiatan pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mitra terhadap konsep dasar akuntansi dan kemampuan praktis pembukuan. Mitra mampu mengidentifikasi komponen Aset, Hutang, dan Modal dan menerapkan Persamaan Akuntansi: $ASET = HUTANG + MODAL + PENDAPATAN - BEBAN$ (Warren, C. S. et al., 2019). Penerapan ini dibuktikan melalui praktik pencatatan transaksi, seperti setoran modal dan pembelian peralatan secara tunai atau kredit, menggunakan persamaan akuntansi.

Kemampuan ini merupakan fondasi penting untuk pengelolaan keuangan yang sehat. Lebih lanjut, mitra didampingi dalam menyusun Laporan Keuangan sederhana sesuai SAK EMKM, yang mencakup Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan (Neraca), dan Catatan atas Laporan Keuangan (IAI, 2025). Berdasarkan contoh studi kasus, mitra berhasil menyusun Laporan Laba Rugi dan Laporan Posisi Keuangan yang menunjukkan total Aset seimbang dengan total Hutang dan Modal. Kemampuan ini sangat krusial karena laporan yang akurat memungkinkan UMKM untuk mengevaluasi kinerja usaha dan menggunakan data tersebut sebagai basis untuk perencanaan strategi keberlanjutan usaha di masa depan.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pengelolaan Keuangan.

3. Pelatihan Media Sosial

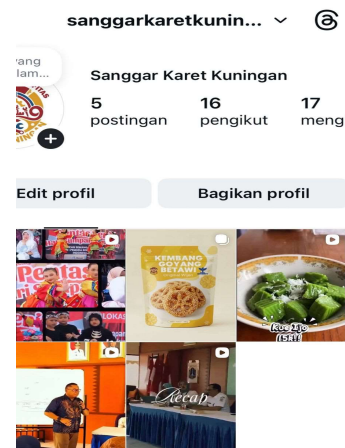
Selain pelatihan branding dan keuangan, tim Pengabdian Inovasi Sosial Nasional (PISN) MNC University melaksanakan kegiatan pengabdian yang fokus utama pada peningkatan literasi digital masyarakat. Kegiatan ini diawali dengan pelatihan intensif mengenai pemanfaatan media sosial, khususnya dalam pembuatan konten yang informatif, menarik, dan relevan bagi kebutuhan warga. Peserta diberikan pemahaman dasar mengenai strategi komunikasi digital, teknik pengambilan gambar, penyusunan naskah singkat, hingga cara mengoptimalkan fitur-fitur media sosial untuk memperluas jangkauan pesan.

Setelah sesi pelatihan, peserta langsung mempraktekkan materi yang telah dipelajari dengan membuat konten sederhana yang menampilkan potensi lokal dan kegiatan masyarakat di kelurahan. Tim pendamping memberikan bimbingan teknis mulai dari proses ideasi, produksi, hingga penyuntingan konten agar hasil yang diunggah menjadi lebih profesional dan berdampak. Proses ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga membangun rasa percaya diri peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi komunitas.

Melalui kegiatan ini, warga kelurahan tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga menghasilkan konten nyata yang dapat digunakan sebagai media informasi serta branding positif bagi lingkungan mereka. Kegiatan PISN ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong masyarakat untuk terus kreatif, produktif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.



Gambar 4. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan media sosial



Gambar 5. Tampilan akun media sosial instagram Sanggar Karet Kuningan

SIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) PISN yang berfokus pada revitalisasi seni dan budaya Betawi melalui inovasi berbasis komunitas telah memberikan kontribusi nyata terhadap

penguatan kapasitas kelompok seni di kelurahan Karet Kuningan Setiabudi. Melalui rangkaian pelatihan branding, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan media sosial, komunitas sanggar dan masyarakat yang terlibat mendapatkan pengetahuan dan keterampilan praktis untuk mengembangkan identitas, meningkatkan kemandirian, serta mempromosikan aktivitas seni secara lebih strategis dan berkelanjutan.

Implementasi program ini tidak berhenti pada pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan penandatanganan MoU antara MNC University dengan Kelurahan Karet Kuningan Setiabudi yang dilangsungkan bersamaan dengan penyelenggaraan pentas seni komunitas. Momentum tersebut menjadi tonggak penting yang menegaskan komitmen kedua belah pihak dalam membangun ekosistem seni yang lebih kuat sekaligus memperluas ruang ekspresi budaya lokal.

Dengan terjalinnya kemitraan formal ini, kelurahan resmi ditetapkan sebagai desa binaan Universitas, membuka peluang pengembangan program lanjutan yang lebih sistematis dan berkelanjutan. Sehingga, hasil PKM PISN ini diharapkan dapat menjadi fondasi untuk memperkuat keberlanjutan komunitas seni, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Program Inovansi Seni Nasional MNC University menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini yakni Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains & Teknologi (Kemendiktisaintek) dan MNC University.

REFERENSI

- Andrian H., Loso J., Michael A. N. , Rahyuniati S., Retno S., Tanti; 2024, Brand Management : Pengetahuan dasar tentang manajemen merek, PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- IAI. 2025. Kerangka Standar Pelaporan Indonesia. <https://web.iaiglobal.or.id/SAK-IAI/Kerangka>
- Sosial J, Terapan H, Musthofa BM. 2020. Aplikasi Betawi Akses: Model Strategi Pelestarian Budaya Betawi Di Era Teknologi Informasi dan Komunikasi Masa Kini. Vol. 2, Jurnal Sosial Humaniora Terapan.
- Roni Adi. 2025. "Peran Modal Kultural Dan Komunitas Betawi Dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Ekonomi Hijau, Sirkular, Dan Digital Di Jakarta: Studi Kasus Pada Komunitas Laskaru Jagakarsa". Jurnal Betawi 1 (2). Jakarta, Indonesia:33-50. <https://jurnalbetawi.ikj.ac.id/index.php/betawi/article/view/17>.
- Prasetya Mahardika G, Kusumo E. Volume 3 Nomor 1 Januari 2024 Development In Setu Babakan Tourism Village As A Betawi Icon In Modern Times. Available from: <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>
- Kusumowardhani P, Pinandoyo D, Nurhayati H, Safitri B.2025.Exploration of Betawi Batik Motifs Inspired From Betawi Culinary Characteristics. In European Alliance for Innovation. Diakses dari: <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.11-11-2024.2354491>
- Identitas Budaya Lokal Melalui Pelestarian Kesenian Gambang Kromong pada Sanggar Jali Putra di Jakarta P. Article Info. 2025;5(1):35–46. Available from:<https://doi.org/10.33830/humaya.v5i1.12501>
- Mar'atul F., Resmawa I.N., Kurniawan A.D. , Fatmawati H.N., 2025, Digital Branding dan Content Marketing untuk UMKM, PT. Ganesha Kreasi Semesta, Indonesia
- Musthofa, Budiman Mahmud (2020) "Aplikasi Betawi Akses: Model Strategi Pelestarian Budaya Betawi Di Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi Masa Kini," Jurnal Sosial Humaniora Terapan: Vol. 2: Iss. 2, Article 14. Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol2/iss2/14>.
- Rahmat, F. N., Agung Aristi Putri, I. G. A. ., Fitrianto , A. ., & Nugroho, D. S. . (2023). Penyusunan Strategi Sosial Media Marketing Pada Kedai Libong Coffee. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 4(2), 789-798. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.934>
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., dkk. (2019). Pengantar Akuntansi 1 Adaptasi Indonesia Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.