

PENDAMPINGAN MENDESAIN MERCHANDISE 'TARI LEKO' DESA KUKUH KERAMBITAN TABANAN – BALI

I Nyoman Larry Julianto^{1*}, I Nengah Wirakesuma², I Wayan Swandi¹, I Nyoman Widhi Adhyana³

¹)Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Denpasar

²)Program Studi Seni Rupa Murni, Institut Seni Indonesia Denpasar

³)Program Studi Teknik Informatika, STMIK STIKOM Indonesia

Article history

Received : 07-09-2021

Revised : 14-12-2021

Accepted : 04-01-2022

*Corresponding author

I Nyoman Larry Julianto

Email:

larry_smartdesign@gmail.com

Abstrak

Salah satu warisan seni tradisi yang terancam mengalami kepunahan adalah Tari Leko Desa Kukuh kecamatan Kerambitan Tabanan-Bali. Keilmuan Desain Komunikasi Visual memiliki peluang dalam upaya pemecahan permasalahan, karena mampu merubah proses berpikir khalayak sasaran dengan mengedepankan medium komunikasi visual sebagai elemen interaksi. Kurangnya minat generasi muda mempelajari dan menekuni 'Tari Leko', ditengarai menjadi salah satu penyebab kesenian tradisi tersebut terancam menuju kepunahannya. Faktor lainnya adalah tingkat popularitas 'Tari Leko' yang semakin berkurang karena jarang dipentaskan akibat adanya pandemi Covid-19. Kondisi tersebut terjadi karena Bali mengutamakan sektor pariwisata sebagai pendukung keberlangsungan seni tradisi dan budaya. Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan memberikan pelatihan mendesain merchandise 'Tari Leko' Desa Kukuh Kerambitan. Kegiatan dilakukan bulan Juli-Agustus 2021 dan diikuti oleh anak-anak serta para remaja Desa Kukuh. Materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan adalah penggambaran burung 'Cetrung' yang menjadi referensi visual penokohan 'Tari Leko' Desa Kukuh. Tahapan ini merupakan proses penjarangan ide ilustrasi yang berasal dari imajinasi anak-anak. Hasil penggambaran tersebut menjadi literasi visual karakter maskot 'Tari Leko'. Maskot akan diaplikasikan pada media berupa T-Shirt dan Totebag sebagai merchandise dan tahap perwujudannya dilakukan bersama para remaja yang tergabung dalam komunitas seni. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapat respon positif dan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan dalam mengonseptkan desain merchandise.

Kata Kunci: Bali; Desain Maskot; Merchandise; Pelestarian Seni

Abstract

One of the threatened traditional art heritages is Leko Dance in Kukuh village, Kerambitan district, Tabanan-Bali. The science of Visual Communication Design has an opportunity in solving the problem because it is able to change the thinking process of the target audience by prioritizing the visual communication medium as an element of interaction. The lack of interest of the younger generation in studying and pursuing 'Leko Dance' is suspected to be one of the causes of this traditional art being threatened with extinction. Another factor is the level of popularity of 'Leko Dance' which is decreasing because it is rarely performed due to the Covid-19 pandemic. This condition occurs because Bali prioritizes the tourism sector as a supporter of the sustainability of traditional arts and culture. The community service activity aims to provide training in designing the 'Leko Dance' merchandise in Kukuh village, Kerambitan. The activity was carried out in July-August 2021 and was attended by the children and youth of Kukuh village. The material presented in the training activity was the depiction of the 'Cetrung' bird which become a visual reference for the characterization of the 'Leko Dance' in Kukuh village. This stage is a process of gathering illustration ideas that come from children's imaginations. The results of the depiction become visual literacy of the mascot character of 'Leko Dance'. The mascot will be applied to media in the form of T-Shirts and Tote Bags as merchandise and the objectification stage is carried out by teenagers who are members of the art community. This community service activity received a positive response and increased the knowledge and skills of the trainees in conceptualizing merchandise designs.

Keywords: Bali; Mascot Design; Merchandise; Art Preservation

PENDAHULUAN

Kesenian tradisi berupa tarian, merupakan suatu kebudayaan yang memiliki keunikan tersendiri, sehingga masih tetap eksistensinya hingga masa sekarang. Jenis tarian di Bali dalam pementasannya dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) jenis, yakni: tari yang bersifat sakral atau disebut tari *wali*, tari yang merupakan jenis tarian upacara namun terdapat unsur hiburan atau disebut tari *bebali*, dan tari yang hanya mengandung unsur hiburan atau disebut tari bali-balihan (Suardana et al., 2018). Jenis tari yang merupakan warisan seni tradisi dan bersifat hiburan, tidak semuanya secara terus menerus setiap saat dapat dipentaskan. Kondisi tersebut sangat dipengaruhi oleh adanya ketergantungan dengan waktu dan kepentingan dalam pementasannya, seperti untuk pemenuhan kebutuhan dunia pariwisata (keinginan wisatawan) atau berdasarkan permintaan dari sebuah instansi tertentu di Bali. Tarian jenis tersebut memiliki kelemahan, yakni akan sangat jarang dapat dipentaskan. Kondisi tersebut berelasi terhadap menurunnya minat generasi muda untuk dapat berupaya mempelajarinya. Tari Leko Desa Kukuh kecamatan Kerambitan, Tabanan-Bali, menjadi salah satu contoh warisan kesenian tradisi yang mengalami fenomena sudah mulai jarang dipentaskan.

Berdasarkan monografi, Desa Kukuh adalah salah satu Desa yang berada di kecamatan Kerambitan, kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Desa Kukuh sudah dikenal memiliki potensi dibidang kesenian, salah satunya adalah seni tradisi Tari Leko. Tarian tersebut memiliki keunikan yang khas dari segi instrumen tetabuhan berupa Bumbang Gebyog (berbahan bambu besar) dan pakaian Penari yang merupakan stilasi dari burung Cetrung. Tarian ini sebenarnya sempat digemari, sehingga sering diminta dipentaskan untuk menjadi tontonan para wisatawan di beberapa daerah destinasi wisata di Bali. Masa kejayaannya tersebut menjadikan Tari Leko terus – menerus dipelajari oleh para generasi muda Desa Kukuh.

Namun seiring berjalannya waktu, sangat disayangkan tarian yang menjadi ciri khas Desa Kukuh ini mulai ditinggalkan oleh generasi muda yang menjadi pelaku kesenian Tari Leko. Beberapa faktor yang mengakibatkan tarian Leko ini menuju kepunahan adalah sudah semakin jarang dipentaskan akibat berkurangnya permintaan ke Desa Kukuh dari para pelaku pariwisata di Bali untuk dipertontonkan kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Akibat pandemi Covid-19 di Bali, semakin memperburuk keadaan dan mengancam tarian Leko menuju kepunahannya. Pihak pemerintah setempat sudah berupaya melakukan pembinaan dan pemberian bantuan pementasan terkait

kegiatan Pesta Kesenian Bali (PKB), namun terancam punahnya kesenian tradisi khas berupa Tari Leko dari Desa Kukuh kecamatan Kerambitan, kabupaten Tabanan tersebut tetap terasa kuat. Kondisi tersebut menjadi dasar pemikiran mitra bersama tim kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) untuk berupaya membantu pelestariannya.

Upaya pelestarian Tari Leko Desa Kukuh Kerambitan yang menjadi contoh salah satu warisan seni tradisi dalam ancaman menuju tahap kepunahannya, membutuhkan sebuah strategi yang bersifat inovatif. Keilmuan Desain Komunikasi Visual memiliki peluang dalam menyelesaikan suatu permasalahan, karena mengedepankan medium komunikasi visual sebuah sebuah elemen interaksi yang dapat merubah proses berpikir target *audience* yang menikmatinya (Julianto & Sachari, 2016). Kurangnya minat generasi muda mempelajari dan menekuni 'Tari Leko', ditengarai menjadi salah satu penyebab kesenian tradisi tersebut terancam menuju kepunahannya. Faktor lainnya adalah tingkat popularitas dari 'Tari Leko' yang dianggap cenderung semakin mengalami penurunan. Kondisi tersebut salah satunya diakibatkan oleh adanya pandemi Covid-19 yang melanda wilayah Bali. Pandemi memberikan dampak yang cukup signifikan akibat kecenderungan masih mengutamakan sektor pariwisata sebagai pendukung keberlanjutan kesenian tradisi dan budaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Kukuh Kerambitan, diketahui bahwa tingkat penurunannya dapat dikatakan hampir 100%, perihal ini dikarenakan Tari Leko Desa Kukuh tidak dapat dipentaskan.

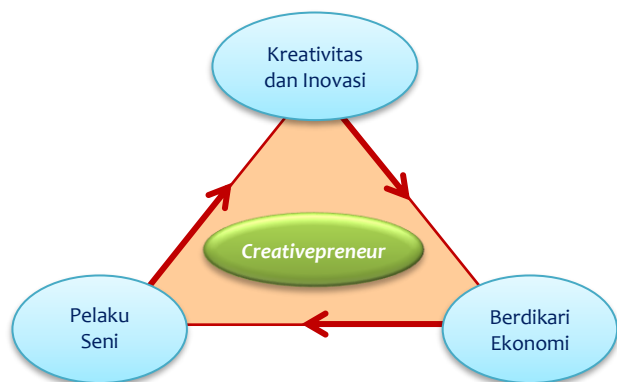
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pendampingan terkait pelatihan mendesain *merchandise* 'Tari Leko' Desa Kukuh Kerambitan. Pelatihan merupakan sebuah langkah untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra terkait upaya melestarikan kesenian tradisi berupa Tari Leko. Sebuah upaya pelestarian cenderung harus dibarengi dengan suatu usaha yang bersifat sistemik, sehingga dapat memiliki kemampuan untuk 'menghidupi diri sendiri'. Konsep sistemik dalam tahapan pelestarian, tentunya diharapkan mampu menjadikan aktivitas berkesenian tradisi dapat berjalan lancar atau berkelanjutan.

Salah satu wujud upaya pelestarian seni tradisi supaya berjalan sesuai dengan harapan adalah harus adanya dukungan finansial (uang) yang baik. Minimnya pengetahuan manajemen usaha serta pemasaran para pelaku kesenian Tari Leko Desa Kukuh serta belum memanfaatkan media Desain Komunikasi Visual secara maksimal sebagai sebuah solusi berpikir kreatif, maka sangat susah mencapai keberhasilan dalam sebuah upaya pelestarian.

Upaya membiayai secara mandiri, tentu dibutuhkan sebuah strategi ekonomis berupa menghasilkan keuntungan (*profit*) dari aktivitas tindakan berkesenian 'Tari Leko' itu sendiri. Pelatihan kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan sebuah strategi dalam upaya mendapatkan pemasukan (*finansial*) bagi para seniman pelaku 'Tari Leko' Desa Kuku. Pemasukan yang diperoleh akan berguna untuk proses pengadaan dan pemeliharaan terhadap gamelan serta pakaian para Penari Leko, karena proses tersebut membutuhkan biaya yang cukup besar. Kegiatan PKM ini diharapkan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan dalam mengkonsepkan desain *merchandise* 'Tari Leko' Desa Kuku menjadi lebih meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Jenis kegiatan ini termasuk dalam kategori pemberdayaan masyarakat melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Pencapaian tahapan pemberdayaan, maka terdapat beberapa langkah yang dilakukan dalam penerapan sebuah konsep *creativepreneur* (Gambar 1). Konsep ini merupakan sebuah inovasi baru dalam konteks pelestarian seni tradisi di Bali. Adapun strategi pelaksanaannya adalah dengan pelatihan dan pembinaan serta tindakan langsung ke lapangan, yakni diawali dengan melatih penggambaran karakter penokohan pada Tari Leko yang diprioritaskan bagi anak-anak. Strategi berikutnya adalah melatih serta mendampingi para remaja dalam proses mendesain *merchandise* terkait upaya penerapan manajemen desain untuk mengatasi permasalahan finansial para pelaku kesenian 'Tari Leko' Desa Kuku. Pertumbuhan jiwa kewirausahaan yang kreatif dan inovatif, merupakan indikator keahlian dalam mengembangkan usaha yang memiliki 'nilai' (Yusriadi et al., 2020). Mengacu pada pokok permasalahan tersebut, maka solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah memberikan pelatihan dan pembinaan melalui metode pemberdayaan.



Gambar 1. Penerapan konsep pelestarian 'Tari Leko' Desa Kuku Kerambitan Tabanan-Bali

Adapun penerapan metode pemberdayaan, dibagi menjadi beberapa tahapan terstruktur, yaitu:

- Sosialisasi tahapan pelaksanaan kegiatan PKM bersama pihak mitra dan aparat Desa Kuku
- Koordinasi terkait persiapan pelaksanaan PKM bersama Tim Pengabdian dan Mitra
- Pelatihan penggambaran penokohan Tari Leko Desa Kuku
- Pendampingan praktek lapangan mendesain *merchandise* 'Tari Leko' di Desa Kuku, kecamatan Kerambitan, kabupaten Tabanan, Provinsi Bali

Upaya terstruktur tersebut menjadi sebuah pola dalam membangun percontohan upaya pelestarian di bidang seni tradisi dan budaya di Bali, melalui konsep *creativepreneur* pada kegiatan berkesenian.

Kegiatan PKM ini dilakukan dari bulan Juli sampai dengan Agustus 2021 dan diikuti oleh anak-anak serta para remaja pelaku seni dari Desa Kuku Kerambitan. Materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan adalah penjurangan ide ilustrasi bersama anak-anak, yakni mengajak mereka menggambar burung *Cetrung* yang menjadi referensi visual dalam penokohan 'Tari Leko' Desa Kuku. Hasil penggambaran tersebut menjadi literasi visual karakter maskot 'Tari Leko'. Maskot tersebut diaplikasikan pada media berupa *T-Shirt* dan *Totebag* sebagai *merchandise* yang cenderung diminati oleh khalayak sasaran dan tahap perwujudannya dilakukan bersama para remaja yang tergabung dalam komunitas seni Desa Kuku.

Tim pelaksana kegiatan PKM berupaya memberikan sebuah konsep baru dalam upaya tahapan melestarikan kesenian tradisi, terutama dalam kesenian 'Tari Leko' Desa Kuku Kerambitan. Mensinergikan upaya peningkatan kreativitas seni dan intuisi dalam proses mengkomunikasikan pesan secara visual, menjadikan sebuah terobosan baru dalam upaya meningkatkan minat generasi muda mempelajari kesenian lokal mereka serta bertumbuhnya kesadaran berbisnis melalui konsep manajemen desain kreatif yang bersifat 'mandiri' untuk mendukung suatu upaya pelestarian.

PEMBAHASAN

Terkait solusi yang ditawarkan dari permasalahan mengenai upaya menghidupkan kembali semangat dan popularitas berkesenian 'Tari Leko' di Desa Kuku, maka Kepala Desa Kuku berharap kepada tim pelaksana kegiatan PKM untuk memberikan sebuah solusi yang mampu membangkitkan gairah seni tradisi 'Tari Leko' di wilayahnya tersebut (Gambar 2). Adapun target sasaran dari kegiatan PKM ini adalah anak-anak dan para generasi muda dari Desa Kuku yang tergabung dalam komunitas seni, karena pelaksanaan PKM bertujuan untuk memperkenalkan karakter penokohan 'Tari Leko'

untuk mendukung konsep *creativepreneur*. Anak – anak merupakan generasi calon penerus dari para pelaku kesenian tradisi berupa 'Tari Leko' Desa Kukuh, sehingga memberikan stimulasi visual sejak dini menjadi tahapan yang sangat penting (**Gambar 3**).



Gambar 2. Persiapan pelaksanaan PKM di Desa Kukuh Kerambitan Tabanan – Bali

Keterlibatan wilayah serta pemerintah setempat terkait solusi yang ditawarkan dari permasalahan mitra pada pelaksanaan kegiatan PKM akan sangat membantu kelancaran tahapan pelaksanaannya. Proses perizinan dari pihak Kepala Desa serta sikap keterbukaan masyarakat Desa Kukuh dalam menerima pelaksanaan kegiatan PKM, merupakan sebuah tolok ukur tercapainya tujuan akhir dari kegiatan PKM ini adalah upaya pelestarian seni tradisi 'Tari Leko' Desa Kukuh.



Gambar 3. Tahapan sosialisasi terkait strategi pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Kukuh Kerambitan Tabanan – Bali

Upaya pelestarian tidak mampu berjalan dengan baik serta maksimal, apabila tidak didukung dengan adanya pergerakan ekonomi kreatif atau dengan kata lain upaya pelestarian tersebut harus mampu membiayai dirinya sendiri. Oleh karena itu, Kepala Desa berharap kepada tim pelaksana kegiatan PKM untuk dapat memberikan sebuah

pelatihan mengenai tahapan mendesain *merchandise* dan pendampingan manajemen desain. Strategi tahap ini dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan PKM melalui kerja sama dengan remaja Desa Kukuh. Kedua solusi dari permasalahan tersebut bertujuan untuk membantu pergerakan pelestarian itu sendiri, karena hasil pelatihan penggambaran karakter tokoh Tarian Leko akan menjadi materi visual identitas dalam mendesain elemen visual dari *merchandise*. Sedangkan keuntungan dari hasil penjualan *merchandise* nantinya akan bermanfaat sebagai modal untuk pemeliharaan atau pengadaan alat – alat musik pendukung serta atribut dalam pertunjukan Tarian Leko lainnya, seperti pengadaan pakaian para penari dan penabuh 'Tari Leko' Desa Kukuh. Pendekatan kewirausahaan yang dijadikan acuan dalam capaian kegiatan PKM ini, merupakan sebuah solusi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat pada masa Pandemi (**Wibowo et al., 2020**).

Mendukung keinginan penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra yakni di Desa Kukuh, maka tim pelaksana kegiatan PKM bersama Mitra berupaya untuk mengkonsepkan sebuah media yang diharapkan dapat berfungsi untuk mengkomunikasikan pesan secara visual. Pesan tersebut adalah mengenai lingkup dari 'Tari Leko' yang sudah menjadi salah satu warisan kesenian tradisi yang dimiliki serta dibanggakan oleh Desa Kukuh Kerambitan.

Maskot

Mendesain maskot 'Tari Leko' Desa Kukuh mengacu pada penokohan utama dalam narasi cerita pada saat tarian tersebut dipentaskan. Mendesain sebuah maskot adalah cara untuk membangun suatu identitas, sehingga mampu menghasilkan perhatian public (**Mohanty, 2014**). Strategi kreatif dalam upaya meningkatkan proses interaksinya dengan target *audience*, maka digunakan pengejawantahan visual dari stilasi burung 'Cetrung' atau dikenal dengan nama Cici Padi. Konsepsi yang mengacu pada 'bersinergis bersama alam' merupakan konsep desain karakter maskotnya (**Gumulya & Nastasia, 2015**). Konsepsi tersebut merupakan sebuah ide atau gagasan yang lahir berdasarkan tahapan mengumpulkan beberapa hasil karya visual anak-anak usia Sekolah Dasar Desa Kukuh yang telah diberikan pelatihan menggambar karakter penokohan Tari Leko. Penjaringan ide dilakukan pada saat pelatihan dan pendampingan menggambar (**Gambar 4**). Tahapan tersebut berupaya menganalisis beberapa karya untuk selanjutnya diinterpretasikan dan kemudian dapat disimpulkan menjadi sebuah wujud visual desain maskot atau biasa disebut *pictorial mark* (**Novica & Hidayat, 2018**). Hasil dari perancangan maskot ini menjadi

aset visual atau elemen komunikasi visual dalam mendesain *merchandise* (Hotologi & Hagiwara, 2015). Beberapa hasil desain *merchandise* selanjutnya dipromosikan melalui media sosial untuk dapat menjadi tolok ukur dari pengimplementasian dari konsep *creativepreneur*.



Gambar 4. Pelatihan dan pendampingan anak-anak untuk menggambar karakter penokohan dalam narasi cerita 'Tari Leko' Desa Kuku Kerambitan Tabanan - Bali

Penjaringan ide melalui tahapan pelatihan dan pendampingan menggambar burung *Cetrung* yang merupakan karakter penokohan pada pertunjukan 'Tari Leko' Desa Kuku Kerambitan, dapat dinyatakan memiliki kecenderungan yang berdampak pada ikatan emosional anak-anak terhadap kesenian tradisi yang telah mereka warisi sejak dahulu. Emosional yang dimaksudkan adalah adanya kecenderungan hasil penjaringan ide melalui penggambaran karakter penokohan Tari Leko, yakni anak-anak lebih memilih menggambar karakter burung *Cetrung* yang memiliki karakteristik dan atribut seperti sosok seorang penari. Pengejawantahan tersebut menjadi tolok ukur keberhasilan pelaksanaan pelaksanaan strategi penjaringan ide tersebut (Sullivan et al., 2008).

Maskot ini dirancang dengan tujuan agar anak-anak sebagai generasi muda calon penerus Desa Kuku, memiliki pengetahuan sejak dini mengenai kesenian 'Tari Leko' yang merupakan salah satu warisan tradisi yang dimiliki sejak dahulu serta mengandung nilai filosofis sebagai pedoman dalam proses berkehidupan sehari-hari. Kegiatan pelatihan yang secara tidak langsung mengajak anak-anak untuk mendalami penokohan karakter serta sejarah dari Tari Leko Desa Kuku. Tahapan kegiatan yang melibatkan anak-anak ini diharapkan mampu menumbuhkan rasa kebanggaan dan kecintaannya terhadap sebuah warisan kekayaan seni tradisi lokal dalam wujud Tari Leko. Kondisi tersebut memperkuat sebuah pernyataan bahwa anak-anak yang memiliki landasan kesenian tradisi

dan budaya lokal daerahnya, maka kecenderungannya adalah akan memiliki jati diri yang kuat serta berkarakter (Andri, 2016).

Tari Leko Desa Kuku memiliki sedikit perbedaan pada narasi cerita dengan Desa lainnya, yakni mengisahkan seekor Burung *Cetrung* dan Kijang yang masuk menjadi penokohan utama dalam gerak tariannya. Kisah tersebut menceritakan kehidupan yang saling tolong menolong, sehingga memiliki manfaat edukatif bagi anak-anak. Unsur edukasi tersebut sangat penting sebagai tuntunan berperilaku sehari-hari bagi anak-anak. Keunikan lainnya dari Tari Leko Desa Kuku adalah pada gamelan, yakni menggunakan instrumen tambahan berupa *Rindik Metrampa* serta *Bumbung Gebyog*. Perbedaan yang khas juga terdapat pada desain pakaian dari para penarinya, yakni terdapat penyesuaian dengan perannya dalam cerita yang dipertontonkan, sehingga dapat dikatakan lebih bersifat ikonik. Beberapa identitas tersebut menjadi literasi visual dalam tahap perancangan desain maskot 'Tari Leko' Desa Kuku (Gambar 5).



Gambar 5. Desain Maskot tari Leko Desa Kuku Kerambitan Tabanan - Bali

Penerapan strategi kreatif merupakan sebuah langkah dalam memperhitungkan aspek-aspek visual yang menjadi literasi dalam perancangan maskot Tari Leko Desa Kuku Kerambitan. Adapun perancangan desain maskot akan menjadikan anak-anak sebagai target *audience*. Segmentasi pasar anak-anak tersebut, menjadikan visualisasi maskot yang berelasi dengan penokohan pada pertunjukan Tari Leko, berorientasi pada karakter yang secara visual terkesan lucu dan menyenangkan. Perancangan karakter maskot sangat membutuhkan pemahaman dan literasi terhadap sebuah karakteristik yang mudah dikenal oleh masyarakat serta bersifat unik serta menarik (Geerds et al., 2016). Visualisasi karakter berupa stilasi seekor burung yang menggunakan pakaian seperti layaknya karakter penokohan Tari Leko pada saat pementasannya.

Desain maskot cenderung lebih mampu mengadaptasi sifat dan latar belakang dari karakter yang direpresentasikannya. Maskot juga harus dapat dengan mudah dikembangkan menjadi sebuah animasi, sehingga ekspresi, gerakan dan *gesture* karakternya menjadi detail yang sangat penting untuk diperhatikan. Meningkatnya interaktivitas suatu rangsang visual akan terjadi apabila wujud sebuah karya desain cenderung menarik atau mampu memberikan stimulus visual (Julianto & Cahyadi, 2020).

Penguatan konsep dalam mendesain sebuah maskot, bertujuan agar nantinya mampu menampilkan sebuah karakter yang terkesan lebih hidup serta memiliki jiwanya sendiri (Gn, 2016). Kondisi tersebut mengakibatkan maskot akan dengan mudah dapat diingat serta dikenal oleh khalayak sasaran. Suatu konsep dapat menjadi bermanfaat apabila dalam kemampuan mewujudkan desain maskot tersebut, dapat dijadikan sebuah animasi atau benda yang berwujud fisik lainnya. Maskot juga harus tetap memiliki suatu karakter yang bersifat ekspresif pada saat berinteraksi dengan target *audience* (Kurniawan & Sayatman, 2018). Perwujudan dari maskot tersebut dapat menjadi sebuah media desain komunikasi visual yang berfungsi sebagai *merchandise*.

Merchandise

Desain maskot Tari Leko Desa Kukuh selanjutnya diaplikasikan pada media yang berfungsi sebagai *merchandise* serta mampu memberikan nilai fungsi tepat guna dan berorientasi dengan kehidupan konsumen dalam kesehariannya (Immaniar, 2014). Adapun jenis media yang dipilih tim pelaksana kegiatan PKM bersama mitra adalah berupa *T-Shirt* dan *Totebag*. Tahap perwujudannya dilakukan bersama para remaja yang tergabung dalam komunitas seni di Desa Kukuh. Dipahami bahwa *merchandise* merupakan sebuah produk yang dibuat dengan tujuan sebagai media promosi.

Merchandise harus mampu meningkatkan *image value* dari sesuatu yang dikomunikasikan. Fungsi *merchandise* adalah berupaya mengkonkritkan keadaan yang sejatinya tak berwujud, menjadi sesuatu kondisi yang berwujud serta seolah-olah nyata keberadaannya. Kehadiran *merchandise* dalam bentuk fisik harus mampu memberikan ingatan mendalam (*memorable experience*), sehingga dapat menjadi sebuah pengalaman emosional secara visual dalam proses interaksinya bagi khalayak sasaran.

Interaksi desain terjadi akibat adanya suatu respon yang dihasilkan dari stimulasi visual desain maskot, karena berfungsi sebagai ilustrasi pada *T-Shirt* (Gambar 6). Ilustrasi tersebut mampu memberikan kesan ekspresif kepada khalayak

sasaran. Stimulus yang didukung dengan konstruksi makna secara visual, maka cenderung dapat memberikan sentuhan emosional bagi para penikmatnya. Desain yang menyentuh hingga level emosional *audience*, akan menghasilkan suatu wujud visual yang juga mampu berbicara secara 'emosi' kepada khalayak sasaran atau *audience*. Emosional dalam visualisasi sebuah desain, mampu menghasilkan proses komunikasi bermakna dari representasi visual. Apabila proses penyampaian suatu makna mampu terkomunikasikan secara efektif dan komunikatif, maka cenderung dapat dinyatakan bahwa *merchandise* Tari Leko Desa Kukuh Kerambitan mampu menghasilkan respon yang bersifat afektif dan berasal dari tahapan proses *organisme* (perhatian, pengertian dan penerimaan) secara terstruktur.



Gambar 6. Desain *t-shirt* sebagai *merchandise* Tari Leko Desa Kukuh Kerambitan Tabanan – Bali

Visualisasi karakter penokohan yaitu burung *Cetrung* atau *Cici padi*, dapat menjadi suatu keunggulan dan bersifat impresif karena bertujuan untuk menjangkarkan persepsi dari seluruh khalayak pembaca mengenai konten serta konteks yang diwakilkan oleh desain *merchandise*. Tahapan mendekatkan *merchandise* dengan khalayak sasaran pada saat terjadinya interaksi visual, membutuhkan sebuah strategi yang mampu menguatkan ingatan (*memorable experience*). Strategi dilakukan dengan pemberian nama pada ilustrasi yang divisualisasikan pada desain *Totebag* (Gambar 7), yakni nama yang singkat namun mampu menjangkarkan maknanya. Tim dan Mitra PKM memutuskan 'Cileko' merupakan sebuah nama yang tepat untuk dipilih, karena dirasakan mampu merepresentasikan burung *Cetrung* atau *Cici Padi* dan *Leko* sebagai nama kesenian tarinya. Ilustrasi pada *t-shirt* tidak dicantumkan namanya, karena diharapkan pengguna (khalayak sasaran) menjadi bagian dari media komunikasi visual tersebut. *Merchandise* menjadi

sebuah media komunikasi visual yang penting dalam upaya membantu tahapan pelestarian tari Leko Desa Kuku Kerambitan melalui penerapan prinsip manajemen *creativepreneur*.



Gambar 7. Desain *totebag* sebagai *merchandise* Tari Leko Desa Kuku Kerambitan Tabanan – Bali

Penerapan atribut atau ornamen pada desain Maskot yang berelasi dengan penari Leko, memiliki tujuan untuk penguatan terhadap locus terjadinya peristiwa. Identitas visual yang khas akan mampu menguatkan ikatan emosional antara tokoh (Cileko) dan *audience*. Maskot yang diterapkan menjadi ilustrasi sebagai elemen rangsang visual pada *merchandise* berupa *T-Shirt* dan *Totebag*, secara tidak langsung mendapatkan manfaat dari *value* yang dihasilkan oleh maskot. Perlu dipahami lebih lanjut bahwa 'Cileko' merupakan suatu tokoh yang bersifat imajiner dan diciptakan untuk menjadi 'ikon' tari Leko Desa Kuku Kerambitan. 'Cileko' berfungsi sebagai strategi dalam upaya peningkatan proses penguatan jati diri Desa Kuku yang telah memiliki warisan kesenian tradisi berupa Tari Leko dengan keunikannya yang khas. 'Cileko' sebagai maskot dari Tari Leko desa Kuku, akan terus melekat pada setiap kegiatan Desa sebagai ikon kebanggaan masyarakatnya. Wujud penerapan 'Cileko' selain pada *merchandise* juga akan diaplikasikan pada setiap media edukasi, informasi serta promosi dari Desa Kuku.

KESIMPULAN

Materi pelatihan yang disampaikan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, merupakan penerapan konsep *creativepreneur dalam upaya pelestarian seni tradisi*. Penjaringan ide ilustrasi bersama anak-anak, yakni mengajak mereka menggambar burung 'Cetrung' yang menjadi referensi visual penokohan 'Tari Leko' desa Kuku. Hasil penggambaran tersebut menjadi literasi visual

karakter maskot 'Tari Leko'. Maskot tersebut di-aplikasikan pada media berupa *T-Shirt* dan *Totebag* sebagai *merchandise* dan tahap perwujudannya dilakukan bersama para remaja yang tergabung dalam komunitas seni. Keuntungan hasil penjualan *merchandise* akan bermanfaat dalam upaya mendukung proses pelestarian tari Leko desa Kuku Kerambitan, kabupaten Tabanan. Perihal tersebut merupakan implementasi dari konsep *creativepreneur*.

Kegiatan PKM ini mendapatkan respon yang sangat positif dari para peserta pelatihan dan Kepala Desa Kuku Kerambitan sebagai mitra. Adapun capaian setelah kegiatan dilaksanakan adalah adanya peningkatan terhadap pengetahuan dan keterampilan para peserta pendampingan dalam mengkonsepkan desain identitas visual dan *merchandise*. Kegiatan ini dapat diteruskan oleh bidang keilmuan seni pertunjukan, yakni mengenai pelatihan Tari Leko bagi para remaja desa Kuku, agar upaya pelestarian menjadi lebih sempurna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Institut Seni Indonesia Denpasar, Desa Kuku sebagai Mitra, Dosen dan Mahasiswa sebagai Tim Pelaksana kegiatan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, L. (2016). Seni Pertunjukan Tradisional Di Persimpangan Zaman: Studi Kasus Kesenian Menak Koncer Sumowono Semarang. *Humanika*, 23(2), 25-31. <https://doi.org/10.14710/humanika.v23i2.13642>
- Geerdts, M. S., Walle, G. A., & LoBue, V. (2016). Learning About Real Animals From Anthropomorphic Media. *Imagination, Cognition and Personality*, 36(1), 5-26. <https://doi.org/10.1177/0276236615611798>
- Gn, J. (2016). A lovable metaphor: On the affect, language and design of 'cute'. *East Asian Journal of Popular Culture*, 2(1), 49-61. https://doi.org/10.1386/eapc.2.1.49_1
- Gumulya, D., & Nastasia, P. (2015). Kajian Teori Emotional Design. *Dimensi*, 12(2), 121-146. <https://doi.org/10.25105/dim.v12i2.41>
- Hotologi, M., & Hagiwara, M. (2015). Analyses of Local Mascot Characters and Proposal of Automatic Character Creation System Using Affective Words. *International Journal of Affective Engineering*, 14(4), 299-307. <https://doi.org/10.5057/ijae.IJAE-D-14-32>
- Immaniar, D., Sudaryono, & Ningrum, D. A. (2014). Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi Studi Kasus Pada Bookstore. *Creative Communication and Innovative Technology (CCIT) Journal*, 7(3), 420-436. <https://doi.org/10.33050/ccit.v7i3.264>
- Julianto, I. N., & Cahyadi, I. W. (2020). Interaktivitas Ilustrasi pada Ruang Belajar Siswa SD Kelas 1-3 di Bali. *Panggung*, 30(4), 588-604. <https://doi.org/10.26742/panggung.v30i4.1373>
- Julianto, I. N., & Sachari, A. (2016). Keterlibatan Simbol Tradisi

- sebagai Stimulus bagi Anak-anak dalam Proses Mempelajari Budaya Bali. *SOSIOHUMANIKA*, 9(2), 249-268.
<https://journals.mindamas.com/index.php/sosiohumanika/article/view/730>
- Kurniawan, F. L., & Sayatman. (2018). Perancangan Maskot untuk Memperkuat Identitas Visual Kota Kediri. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(1), 48-52.
<https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i1.29547>
- Mohanty, S. S. (2014). Growing Importance of Mascot & their Impact on Brand Awareness – A Study of Young Adults in Bhubaneswar City. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 17(6), 42-44.
https://www.ijcem.org/papers112014/ijcem_112014_09.pdf
- Novica, D. R., & Hidayat, I. K. (2018). Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. *Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS)*, 3(2), 52-58. <https://doi.org/10.17977/um037v3i2p52-58>
- Suardana, G., Putra, I. N., & Atmadja, N. B. (2018). The Legend of Balinese Goddesses : Komodifikasi Seni Pertunjukan Hibrid dalam Pariwisata Bali. *Kajian Bali*, 8(1), 35-52.
<https://doi.org/10.24843/JKB.2018.v08.i01.p03>
- Sullivan, K., Schumer, G., & Alexander, K. (2008). *Ideas for the Animated Short: Finding and Building Stories*. USA: Elsevier Inc.
https://books.google.co.id/books?id=q8z_2SIX5i0C
- Wibowo, A., Pradipta, A. P., Mulyati, & Utari, D. R. (2020). Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal. *Jurnal E-Dimas*, 11(3), 357-365.
<https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i3.5872>
- Yusriadi, Y., bin Tahir, S. Z., Awaluddin, M., & Misnawati, M. (2020). Pengentasan Kemiskinan melalui Socialpreneur. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 115-120.
<https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i2.2529>