

PERANCANGAN DESAIN MERCHANDISE LOMBA LAYANG-LAYANG BERSAMA ENYO STUDIO

I Putu Gede Wahyu Pusaba

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia
Denpasar, Desa Sumerta, Denpasar, 80235, Indonesia.

Email: tudewahyu734@gmail.com

Abstrak

Enyo studio merupakan perusahaan kreatif yang didirikan pada tahun 2019 yang dikelola oleh Putu Windu Sucipta. Enyo Studio yang terletak di Jl. Tukad Batanghari X, Panjer, Denpasar Selatan, Bali. Salah satu usaha dari Enyo Studio yaitu di bidang *fashion* dengan nama Zaloukh apparel, merupakan perusahaan bisnis di bidang *fashion* yang berdiri pada tahun 2020. Dalam perancangan ilustrasi untuk *merchandise* mengambil tema tradisi budaya bali yaitu Layangan Bali. Layangan Bali dapat menjadi salah satu daya tarik wisata di Bali. Tradisi ini biasanya ditemui dimusim tertentu kisaran bulan Juni sampai September. Oleh sebab itu dengan menggunakan *merchandise*, informasi tentang Tradisi Layangan Bali ini dapat disampaikan dengan baik dan menjadi media promosi yang dapat membuat rasa ingin tahu dan menggemari tradisi Bali khususnya wisatawan luar yang berkunjung ke Bali. Jadi wisatawan dapat membeli *merchandise* tersebut sebagai pengingat atau kenang-kenangan dari Bali.

Kata Kunci : Enyo Studio, Zaloukh Apparel, Merchandise, Layangan Bali.

Abstract

Enyo studio is a creative company founded in 2019 which is managed by Putu Windu Subuat. Enyo Studio is located on Jl. Tukad Batanghari X, Panjer, South Denpasar, Bali. One of Enyo Studio's businesses is in the fashion sector with the name Zaloukh apparel, a business company in the fashion sector which was founded in 2020. In designing illustrations for merchandise, the theme is Balinese cultural traditions, namely Balinese Kites. Bali Kites can be one of the tourist attractions in Bali. This tradition is usually found in certain seasons ranging from June to September. Therefore, by using merchandise, information about the Balinese Kite Tradition can be conveyed well and become a promotional medium that can create curiosity and interest in Balinese traditions, especially for foreign tourists visiting Bali. So tourists can buy this merchandise as a reminder or memento of Bali.

Keywords: Enyo Studio, Zaloukh Apparel, Merchandise, Balinese Kite.

PENDAHULUAN

Merchandise merupakan segala bentuk produk yang menampilkan nama perusahaan atau *brand*, logo dan profil lainnya, yang diberikan kepada konsumen. Bukan hanya perusahaan besar saja yang memberikan *merchandise* kepada pelanggan, pelaku usaha kecil dan menengah juga bisa menggunakannya untuk kegiatan promosi bisnis.

Enyo studio merupakan perusahaan kreatif yang saat ini berfokus di bidang seni Mural, lukisan papan kayu (*signboard*), dan desain *fashion* (*t-shirt*). Enyo Studio yang terletak di Jl. Tukad Batanghari X, Panjer, Denpasar Selatan, Bali, didirikan pada tahun 2019 dan dikelola oleh Putu Windu Sucipta. Terkait dengan dunia Kerja Desain Komunikasi Visual di Enyo Studio memiliki sistem pengelolaan dalam bidang manajemen baik bukti nyatanya dapat dilihat dari waktu pengerjaan yang dilakukan selalu tepat waktu sehingga tidak pernah mengecewakan *client*. Hal tersebut menjadi alasan untuk melakukan Magang/Praktik Kerja di Enyo Studio.

Enyo Studio memiliki anak perusahaan yaitu Zaloukh Apparel, yang bergerak di bidang bisnis *fashion* yang didirikan pada tahun 2020 dan juga di kelola langsung oleh Putu Windu Sucipta. Bisnis di bidang *fashion* merupakan salah satu bisnis yang tidak akan pernah mati, karena pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pakaian, sehingga pakaian menjadi salah satu kebutuhan primer dalam kehidupan manusia. Saat ini pakaian tidak hanya sebatas kebutuhan, tetapi pakaian juga terus berkembang menjadi media untuk menunjukkan *image* dan karakter dalam bentuk *fashion*. Salah satu bentuknya adalah *t-shirt* yang sering kali menjadi busana dalam beraktivitas sehari-hari, sehingga *t-shirt* menjadi salah satu bisnis kreatif yang menjanjikan saat ini. Dalam bisnis *t-shirt*, banyak yang menganggap distro dan *clothing* itu sama, walaupun memiliki keterkaitan dalam bisnis *t-shirt*, distro dan *clothing* memiliki dua entitas yang berbeda. Distro adalah singkatan dari *Distribution Store* atau toko distribusi yang merupakan tempat atau *outlet* yang secara khusus mendistribusikan produk dari sebuah komunitas. Sedangkan *clothing* adalah istilah untuk produsen-produsen pakaian jadi yang di bawah *brand* itu sendiri. *Clothing* memproduksi kaos dan berbagai barang lainnya, seperti celana, baju, dan aksesoris lainnya.

Saat ini kecenderungan masyarakat dalam membeli

suatu produk, yaitu untuk mendapatkan *merchandise* yang ditawarkan dari brand tertentu. Tidak jarang konsumen yang tergiur membeli produk untuk mendapatkan *merchandise*-nya. *Merchandise* memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen, dalam dunia pemasaran, *merchandise* berperan penting untuk memperkenalkan dan membentuk *brand image* kepada masyarakat. Hal ini tentu menjadi bentuk komunikasi sekaligus salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam berbagai media seperti *t-shirt*. *Merchandise* juga dapat menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen serta menjadi pembeda dari pesaing di pasaran. Nilai lebih yang ditawarkan tersebut akan dilihat konsumen sebagai keunggulan dan daya tarik. Dalam merancang *merchandise* memerlukan desain ilustrasi untuk menarik minat konsumen dalam membeli *merchandise* tersebut.

Ilustrasi merupakan pemikiran dan konsep untuk menjadi dasar apa yang ingin disampaikan gambar yang bertujuan untuk menjelaskan sebuah informasi dengan memberi pesan melalui bentuk visual. Ilustrasi berperan membangun pemahaman makna suatu tulisan dengan gambar yang berfungsi sebagai hiasan ataupun variasi lain dari pesan atau informasi yang ingin disampaikan, sehingga terlihat lebih menarik dan juga menyenangkan. Bentuk ilustrasi dalam desain grafis tidak selalu berupa gambar, namun bisa berupa foto, goresan, garis, warna, tekstur, huruf, dan sembarang elemen visual yang dapat mendukung tujuan komunikasi dan estetika. Desain gambar pada *t-shirt* dapat dikategorikan sebagai suatu desain grafis. Desain grafis merupakan cabang seni rupa terapan (*applied art*) ilmu yang mengandalkan sebuah kreatifitas dalam menciptakan suatu rancangan yang berbentuk gambar yang tujuan akhirnya adalah sebagai kepentingan dari percetakan.

Dalam perancangan ilustrasi yang akan dibuat, diambil tema tradisi budaya Bali yaitu Layang-layang. Lomba layang-layang telah menjadi bagian integral dari budaya Bali selama berabad-abad. Acara ini tidak hanya memperkuat warisan budaya pulau ini tetapi juga menarik minat turis lokal dan internasional. Dalam upaya untuk memperkuat pengalaman peserta dan menarik lebih banyak perhatian pada acara ini, perancangan desain *merchandise* yang menarik dan relevan menjadi krusial.

Dilakukan penelusuran di media sosial dan menemukan bahwa minat wisatawan terhadap *merchandise* berkaitan dengan acara budaya semakin

meningkat, terutama di kalangan wisatawan yang mencari kenang-kenangan autentik. Dengan memahami pentingnya merchandise dalam mempromosikan identitas budaya dan meningkatkan pengalaman peserta, diusung perancangan desain yang mencakup elemen-elemen tradisional Bali seperti motif patra dan ukiran Bali.

Salah satu contohnya adalah desain kaos gambar layangan dengan motif patra atau ukiran Bali. Desain ini tidak hanya menggambarkan kekayaan budaya Bali tetapi juga menciptakan hubungan emosional dengan peserta dan penonton yang mengenal dan menghargai warisan budaya tersebut.

Diharapkan bahwa desain merchandise ini tidak hanya akan menjadi tambahan yang menarik untuk peserta dan penonton, tetapi juga akan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan melalui penjualan di lokasi acara dan toko-toko souvenir lokal. Selain itu, kesuksesan penjualan merchandise ini akan mendukung pertumbuhan industri pariwisata dan ekonomi lokal, dengan potensi memberikan pendapatan tambahan bagi pengrajin lokal yang terlibat dalam produksinya.

METODE

Metode Pelaksanaan yaitu teknik pelaksanaan yang diterapkan pada program magang/praktik kerja MBKM di Enyo Studio adalah *project-based learning* atau Pembelajaran Berbasis Proyek (PjBL), yaitu metode pembelajaran yang menggunakan proyek/kegiatan sebagai media.

Berikutnya metode pengumpulan data digunakan yaitu dengan cara mengumpulkan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data primer yang digunakan sebagai berikut ditempuh melalui : Wawancara cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap muka langsung atau tidak langsung dengan melakukan tanya jawab dengan narasumber.

Pengamatan adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati objek penelitian secara langsung. Data yang didapatkan dari metode observasi ini berupa prosedur sistem secara detail. Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung di lapangan dalam rangka mengumpulkan data secara sistematis terhadap objek penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data asli dan mengetahui keadaan tempat pengadaan survei secara rinci (Azwar,

2004:121). Observasi ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung di tempat magang/praktik kerja MBKM Enyo Studio.

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami data sekunder yang diperoleh dengan metode kepustakaan seperti meliputi buku, koran, majalah, kamus (Kamus Besar Bahasa Indonesia dan Kamus Bahasa Inggris-Indonesia), internet, dan media komunikasi lainnya yang erat kaitannya dengan objek permasalahan (lampiran lampiran informasi yang ada).

Dokumentasi terkait data gambaran yang didapatkan dari perusahaan Enyo Studio . Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya (Saifuddin Azwar, 2004:109). Metode ini mendokumentasikan produk dan segala hal yang berkaitan dengan mitra magang/praktik kerja MBKM di Enyo Studio serta proyek *merchandise* yang diangkat sebagai objek perancangan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan pengetahuan yang telah didapat di kampus dan ikut ambil bagian dalam proses perancangan *merchandise* selama proses berlangsung, banyak sekali pengetahuan dan informasi baru yang didapat. Di Enyo Studio diajarkan bagaimana cara menggunakan *pen tools* dan *software procreate* dengan baik dan benar. Kemudian juga diajarkan bagaimana cara melakukan perancangan *merchandise* untuk Zaloukh Apparel.

Tujuan yang ingin dicapai sebuah perusahaan yaitu mencari keuntungan, cara untuk mencari keuntungan tersebut yaitu dengan mempergunakan kegiatan orang-orang lain, dan kegiatan yang harus dibimbing serta diawasi. Selama pembelajaran praktek di perguruan tinggi, mahasiswa diajarkan untuk membentuk sebuah kepanitiaan yang bertujuan untuk belajar cara bekerjasama dan berkoordinasi dalam sebuah tim. Penerapan ilmu manajemen sangat penting dalam dunia industri khususnya selama pelaksanaan magang/praktik kerja MBKM di Enyo Studio. Dalam merancang *merchandise* dan proyek-proyek lain di Enyo Studio, koordinasi dan kerja sama tim yang baik akan mempermudah dan mempercepat proses pengerjaan. Selain itu, penerapan ilmu manajemen dapat dilihat dari peran struktur

organisasi di Enyo Studio yang menjalankan tugasnya masing-masing seperti mengatur *timeline* proyek, dan bentuk kerja sama lainnya dalam hal penanganan proyek-proyek desain.

Dalam penerapan keterampilan yang telah di dapat selama belajar di perguruan tinggi, didapat banyak keterampilan baru ketika melaksanakan magang di Enyo Studio. Mulai dari menerapkan sikap profesional di dalam dunia kerja diawali dari datang tepat waktu saat melakukan proyek desain. Selain itu juga dituntut untuk belajar memperbaiki etika dan komunikasi, dalam dunia kerja dipelajari bagaimana cara mereka berkomunikasi dengan atasan, bagaimana mereka berkomunikasi dengan *client* dalam *follow up client* secara *face to face* maupun via telepon. Di lingkungan kerja menggunakan Bahasa yang sopan dan formal dalam berkomunikasi untuk menunjukkan sikap profesionalisme diri.

Dalam proses praktek kerja lapangan atau magang berlangsung dilakukan semua kegiatan dengan menggunakan *digital public relation* seperti melakukan control dan pengamatan terhadap proses perancangan *merchandise* yang sedang berlangsung. Dengan adanya alat-alat digital yang sudah disediakan memudahkan untuk menjalankan *job desc* dengan baik. Peneliti dapat menguasai alat alat digital seperti penggunaan *software Procreate*. Di perusahaan Enyo Studio Teknik marketing yang digunakan melalui sosial media seperti Instagram, facebook dan twitter. Dengan digunakannya Teknik marketing dan alat- alat digital yang telah disediakan akan membawa peluang besar bagi perusahaan tersebut untuk semakin maju dan berkembang.

Terkait proyek yang diangkat yaitu perancangan desain *merchandise* untuk Zaloukh Apparel. Selama praktek kerja lapangan atau magang berlangsung didapat ikut ambil bagian dalam proses perancangan *merchandise* banyak sekali pengetahuan dan informasi baru yang peneliti dapatkan. Di Enyo Studio diajarkan bagaimana cara menggunakan *software procreate* dengan baik dan benar. Terkait proyek yang diangkat yaitu perancangan *merchandise* bertemakan Layangan Bali, terdapat beberapa media yang akan digunakan untuk menunjang visualisasi dari rancangan desain tersebut yaitu *t-shirt*, *bag*, *tumbler*, *keychain*, dan stiker. Dalam perancangan

merchandise media yang nantinya di gunakan antara lain *T-shirt*, Tas / *Bag*, *Tumbler*, Gantungan kunci (*keychain*), dan Stiker

Tujuan perancangan *merchandise* ini adalah untuk menambah *passive income* Enyo Studio dengan mengangkat tradisi “melayangan” Bali. Sesuai dengan tema *merchandise* yaitu Layang-layang Bali, yang terlibat dalam proyek di Enyo Studio membuat konsep dan *moodboard* untuk perancangannya. Adapun *moodboard* dan konsep dari perancangan yaitu sebagai berikut.



Gambar 1. *Moodboard* Desain *Merchandise*
(Sumber : Pusaba, 2024)

Berdasarkan *moodboard* tersebut, terdapat beberapa poin yang digunakan sebagai konsep perancangan. Konsep ini diambil dari bentuk layang-layang Bali yaitu Bebean, Janggan, dan Janggan buntut yang dimana akan menjadi tiga seri desain yang berbeda, Selain itu terdapat juga seorang Rare Angon yang menjadi ciri khas pelayang (orang yang bermain layang-layang) sambil menggembala sapi. Desain ini menggunakan *style* gambar Wayang Kamasan. Berikutnya juga ada ornament atau ukiran khas Bali (pepatran) yang digunakan sebagai *background* desain. Untuk eksekusinya, dipilih untuk menggunakan gaya visual lukisan Wayang Kamasan yang terdiri dari warna-warna klasik, dan tipografi yang dekoratif menyerupai Aksara Bali.

Target market dari *merchandise* ini tidak hanya untuk masyarakat sekitar tetapi juga untuk masyarakat luar yang memiliki ketertarikan akan budaya daerah dan kesenian tradisional sehingga memiliki rasa ingin tahu yang tinggi akan kebudayaan yang ditemuinya.

Dengan adanya pembuatan merchandise bertemakan “Layangan Bali” ini dapat menjaga tradisi budaya Bali dan mengenalkan jenis-jenis layangan Bali. Selain itu produk merchandise ini dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari sehingga terjadi interaksi yang menarik perhatian dan menumbuhkan rasa ingin tahu tentang kebudayaan Bali baik dalam maupun luar negeri.

Disimpulkan dalam merancang merchandise yang bertemakan Layangan Bali ini menjadi salah satu merchandise unik berkarakter tradisi yang kuat dan menarik sehingga dapat diterima target pasar dengan baik. Dalam pembuatan merchandise perlu pemilihan tema yang baik kemudian diaplikasikan sebagai merchandise yang menarik dan bermuatan tradisi tapi juga mengikuti perkembangan jaman. Dan juga menambah kreatifitas baru dari produk budaya dengan memadukan modernisasi dan tradisional sehingga produk yang dibuat tetap relevan Dan menjadi salah satu media perkembangan dan pelestarian budaya Bali. Penggunaan teknologi yang digunakan oleh sebagai sarana dalam proses perancangan desain ilustrasi Layangan Bali adalah, sebagai berikut.



Gambar 2. Tahap Sketsa Desain
(Sumber : Pusaba, 2024)

Penggunaan *software* Procreate pada tahapan pengerjaan sketsa. Pada tahapan ini penulis melakukan sketsa atau gambaran kasar yang nantinya menjadi acuan untuk proses outline dan juga mempermudah penulis untuk merancang desain ilustrasi untuk merchandise tersebut. Pada tahapan ini penulis membuat desain sketsa yang dimana akan digunakan oleh klien. Tahapan sketsa ini menggunakan *brush sketching* yaitu “6B Pencil”.



Gambar 3. Tahap kontur desain
(Sumber : Pusaba, 2024)

selanjutnya penulis mulai melakukan *outline* pada desain yang sudah disketsa sebelumnya. Dalam tahapan *outline* ini, penulis menggunakan *brush inking* yaitu “Studio Pen”. Penggunaan *Studio Pen* tersebut dikarenakan bersifat tebal, solid, dan mudah diatur tebal tipisnya.



Gambar 4. Tahap Pewarnaan Desain
(Sumber : Pusaba, 2024)

Pada tahap pewarnaan penulis memberikan warna pada desain ilustrasi yang telah selesai dioutline sebelumnya. Pada tahapan pewarnaan menggunakan teknik *drop color* yaitu menarik warna ke dalam gambar sehingga mempercepat pekerjaan, selain itu juga menggunakan *brush inking* yaitu *Studio Pen* sebagai alat bantu dalam pewarnaan yang tidak dapat dijangkau. Warna yang digunakan menyesuaikan dengan warna klasik yang menjadi ciri khas dari lukisan Wayang Kamasan (merah, biru, hijau, kuning emas, coklat, dan lain-lain).



Gambar 5. Tahap *Shading* Desain
(Sumber : Pusaba, 2024)

Setelah proses pewarnaan dasar selesai dilanjutkan dengan proses memberi bayangan atau *shading* di atas warna dasar tersebut, untuk memberikan efek gelap terang dan menambah dimensi dari desain. *Shading* yang digunakan menggunakan teknik sigar warna yang menjadi ciri khas pewarnaan Lukisan Wayang Kamasan. Penggunaan huruf pada ilustrasi ini menggunakan jenis huruf dekoratif. Dalam ilustrasi ini menggunakan font “Balinese Family”. Pemilihan jenis font ini digunakan agar terlihat seperti Aksara Bali namun dapat dibaca oleh semua orang sehingga lebih menarik perhatian audiens.

Pada desain *t-shirt* ada penambahan teks bertuliskan “Pemuda Selem” yang dalam bahasa indonesia berarti pemuda berkulit gelap, yang menjadi ciri Rare Angon dan pemuda Bali sejati pecinta layangan. Selain itu juga ada penambahan desain aksara variasi yang dimana akan diletakkan di lengan karena didesain dengan lengan Panjang.



Gambar 6. *T-Shirt Mockup*
(Sumber : Pusaba, 2024)



Gambar 7. *Bag Mockup*
(Sumber : Pusaba, 2024)



Gambar 8. *Tumbler Mockup*
(Sumber : Pusaba, 2024)



Gambar 9. *Keychain Mockup*
(Sumber : Pusaba, 2024)



Gambar 10. *Sticker Mockup*
(Sumber : Pusaba, 2024)

KESIMPULAN

Proses magang MKBM di Enyo Studio diisi dengan pembuatan projek dengan judul “Perancangan Desain *Merchandise* Untuk Lomba Layang-Layang Bersama Enyo Studio” yang diisi dengan perancangan desain ilustrasi ke media dan tahapan pengaplikasian mockup hingga menjadi suatu *merchandise*. Dalam proses ini dapat mengetahui berbagai pengetahuan baru dari mitra, mulai dari sistem manajemen, hingga proses dalam pengaplikasian desain *merchandise*. Selain itu juga mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana membuat *merchandise* dengan baik dan benar. Selama proses magang berlangsung, mempelajari banyak hal baru. Tidak hanya berkaitan dengan keterampilan dan penggunaan teknologi baru, juga cara bersikap yang benar untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya, serta mengasah kembali keterampilan dan pengetahuan yang telah didapatkan selama masa perkuliahan

DAFTAR RUJUKAN

- Astiti, Ni Komang Ayu. "KERAJINAN (Ast)TRADISIONAL BALI SEBAGAI ELEMEN BUDAYA DAN DAYA TARIK WISATA BALINESE TRADITIONALCRAFTS AS CULTURAL ELEMENTS AND TOURIST ATTRACTIONS." (2017).
- Susanto, Teguh Tri, Eddy Kusnadi, and Laurensia Retno. "Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.3 (2018).
- Natalie, Gaby. "Peranan Penting Visual Merchandising Dalam Branding Fashion Bisnis Budaya Ready To Wear." *Folio* 1.1 (2020): 19-25.
- I Komang, Aris Suantra, and Raka Swendra Cokorda Gde. "Perancangan Mural Bernuansa Bali Dan Jepang Untuk Cirokoi Di Denpasar." (2022).
- Wedhana, Arik Putra, Alit Kumala Dewi, and Gede Bayu Segara Putra. "Perancangan Merchandise Bertemakan Tari Leko Untuk Zaloukh Apparel." *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 4.01 (2023): 123-131.