

PEMBERDAYAAN KARYA *FANART* ILUSTRASI KOMUNITAS TITIK SENI DALAM PEMBUATAN PRODUK AKSESORI MANIK DI SAMARINDA

Erica Devi Alista¹, Merry Sylvia²

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email:e12170188@john.petra.ac.id

Abstrak

Komunitas Titik Seni adalah komunitas seniman di kota Samarinda. Akibat dari pandemi *Covid-19*, seluruh kegiatan komunitas menjadi terhenti dan anggotanya menjadi tidak lagi memiliki medium untuk belajar dan mengasah keahliannya. Kegiatan penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan anggota komunitas Titik Seni agar bisa mengasah kemampuannya melalui penggabungan medium manik-manik dan ilustrasi menjadi bentuk aksesoris *new normal*. Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah abdimas berbasis pemberdayaan sumber daya manusia. Kegiatan ini dilaksanakan di kota Samarinda, secara khusus untuk komunitas seniman muda dikarenakan apresiasi warga dan pemerintah kota Samarinda yang masih kecil terhadap karya para seniman grafis. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *workshop* dan pelatihan keterampilan. Hasil karya pelatihan dijual kepada masyarakat dan keuntungan sebanyak 70% akan diberikan kepada komunitas demi pembangunan komunitas seniman di kota Samarinda dan sisanya digunakan untuk modal usaha. Waktu kegiatan adalah Oktober 2020 hingga Juni 2021. Hasil kegiatan menunjukkan: (1) Pemberdayaan melibatkan sebagian anggota komunitas yang tertarik pada bidang ilustrasi, dan (2) Kegiatan pemberdayaan memberikan kontribusi peningkatan kesejahteraan ekonomi komunitas

Kata kunci: pemberdayaan, seniman grafis, komunitas, aksesoris, ilustrasi, kota Samarinda

Abstract

LEAP Community engagement Report: Titik Seni Community's Fanart Illustration in Creating Beads Accessory Products in Samarinda

Titik Seni Community is an artist community in the city of Samarinda. As a result of the Covid-19 pandemic, all community activities have stopped and members no longer have a medium to learn and hone their skills. This research activity aims to empower members of the Titik Seni community to hone their skills through combining beads and illustrations into new normal accessories. The method used in conducting this research is community engagement based on human resource empowerment. This activity was carried out in the city of Samarinda, specifically for the young artist community due to the lack of appreciation from residents and the government of the city of Samarinda for the work of graphic artists. The methods used in this activity are workshops and skills training. The results of the training work are sold to the public. As much as 70% of the profit will be given to the community to develop the artist community in Samarinda, and the rest is used for business capital. The activity was carried out from October 2020 to June 2021. The results of the activities show: (1) Empowerment involves some community members who are interested in illustration, and (2) Empowerment activities contribute to improving the economic welfare of the community.

Keywords: empowerment, graphic artist, community, accessories, illustration, Samarinda city

Pendahuluan

Apresiasi warga dan pemerintah kota Samarinda terhadap bidang seni grafis masih tergolong sangat kecil. Provinsi Kalimantan Timur tercatat belum

memiliki fakultas atau sekolah tinggi khusus desain grafis. Hasil data statistik dari Universitas Mulawarman, universitas terbesar di Samarinda, menunjukkan bahwa pada tahun 2021, fakultas yang menerima mahasiswa paling banyak adalah fakultas

ekonomi dan fakultas ilmu politik dan ilmu sosial sedangkan fakultas seni dan desain belum tersedia (Universitas Mulawarman, 2017).

Karent adalah seorang seniman lukis yang pernah berkuliah di *Lasalle College of the Arts*, Singapura. Setelah kembali ke kota kelahirannya di Samarinda, ia melihat keadaan seniman yang kurang diapresiasi tak seperti saat ia berkuliah dulu. Akibat perbedaan apresiasi masyarakat dan pemerintah terhadap bakat dari para seniman di kota Samarinda, akhirnya Karent tergerak untuk membangun sebuah komunitas dimana anggotanya adalah para anak-anak muda yang memiliki minat dalam bidang seni grafis untuk sama-sama membagi ilmu dan saling belajar. Komunitas Titik Seni didirikan oleh Karent, ketua dari komunitas Titik Seni pada tahun 2019 akhir. Ia memiliki visi untuk memberikan pengalaman dan berbagi ilmu bagi para anggotanya agar lebih dihargai dikota sendiri. Akibat dari masa pandemi *Covid-19* yang lumayan lama terjadi di Indonesia diikuti oleh aktivitas para anggota yang sering berselisihan, hampir seluruh kegiatan komunitas Titik Seni terpaksa terhenti. Kurangnya fleksibilitas membuat komunitas menjadi setengah lumpuh padahal sudah memiliki cukup banyak anggota. Dampak dari pandemi juga membuat komunitas Titik Seni tidak bisa berkumpul dan mengasah keterampilan mereka, akibatnya komunitas Titik Seni saat ini menjadi kehilangan fungsi dan arah.

Melihat salah satu bidang keahlian yang paling dominan diantara anggota komunitas Titik Seni yaitu ilustrasi, terbentuk sebuah gagasan untuk “menjual” keahlian tersebut dengan sebuah media baru yang belum ada di kota Samarinda sebelumnya dengan menggabungkan antara ilustrasi dengan media manik-manik yang merupakan salah satu kebudayaan dari suku Dayak di Kalimantan. Media manik-manik yang digunakan disesuaikan oleh perkembangan jaman dan tren masa kini sehingga dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat. Selain itu, ditambahkan pula tema – tema khusus agar bentuk ilustrasinya bisa bermacam-macam dan tidak monoton. Penggabungan karya antara ilustrasi dan manik-manik tentu saja membutuhkan sebuah bentuk media yang jelas dan sedang dibutuhkan dimasa kini. Adanya pandemi virus *Covid-19* yang menjalar di Indonesia sejak akhir tahun 2019 silam, menyebabkan banyak sekali dampak bagi kehidupan manusia dari semua sisi termasuk juga lifestyle atau gaya hidup. Tingkat penularan virus *Covid-19* yang sangat tinggi membuat seluruh masyarakat Indonesia menjadi lebih waspada terhadap kesehatan tubuh dan memperhatikan protokol kesehatan yang diberikan oleh pemerintah. Hal ini dapat dilihat dari adanya perubahan gaya hidup sebagian besar masyarakat menjadi mulai lebih giat

berolahraga, lebih rajin mencuci tangan, menggunakan masker tiap berpergian dan masih banyak lagi. Pandemi virus *Covid-19* juga mempengaruhi pilihan masyarakat dalam berbelanja. Era normal yang baru ini turut menciptakan beberapa benda yang tidak terlalu dibutuhkan sebelumnya akibat adanya perubahan gaya hidup yang telah disebutkan sebelumnya. Dari alasan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka terpilihlah aksesori sebagai media dari penggabungan ilustrasi, manik-manik dan juga tema kebudayaan Korea Selatan. Aksesori dinilai efisien, mudah digunakan dan juga mempunyai nilai estetika dan nilai jual lebih dibandingkan oleh jenis benda lainnya. Rumusan masalah dari kegiatan ini adalah:

1. Bagaimana cara untuk memberdayakan potensi dan bakat dari anggota komunitas Titik Seni?
2. Bagaimana cara menjawab kebutuhan *new normal* melalui karya ilustrasi dan media aksesori manik?

Batasan Masalah

Batasan lokasi dan waktu dari kegiatan ini adalah:

a. Lokasi: Komunitas Titik Seni, Jl. Gerilya, Sungai Pinang Dalam, Kec. Sungai Pinang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75242

b. Waktu: Jumat, 30 Oktober 2020 - Senin, 14 Juni 2021

Sedangkan untuk batasan program dari kegiatan ini adalah:

- Pemberdayaan pelatihan keterampilan ilustrasi dan manik-manik anak-anak komunitas Titik Seni Samarinda
- Manik-manik yang disebutkan merupakan aksesori manik, diantaranya adalah *strap masker*, *Pouch hand sanitizer*, dan *sling bag handphone* jika waktu kegiatan memungkinkan.
- Pengembangan hasil ilustrasi akan dijadikan hiasan akrilik sebagai pelengkap aksesori manik.
- Ilustrasi yang dimaksudkan adalah ilustrasi dari tema khusus yang telah ditetapkan sebelumnya untuk produksi, seperti benda khas Indonesia, tokoh drama, kuliner, idola Kpop, dan tema lainnya yang akan ditentukan bersama dengan anggota komunitas Titik Seni.

Masyarakat Sasaran

Komunitas yang menjadi sasaran dari program *community engagement* ini adalah komunitas Titik Seni. Komunitas Titik Seni memiliki anggota yang dianggap mempunyai bakat dalam membuat karya ilustrasi juga sekaligus adalah kumpulan anak muda yang seharusnya melanjutkan kebudayaan bangsa Indonesia. Berikut adalah data singkat dari anggota komunitas Titik Seni:

- Jumlah anggota: 28 orang (laki-laki 12 orang, perempuan 16 orang)

- Usia anggota: 18 – 28 tahun
- Ketertarikan: Ilustrasi dan grafis
- Pekerjaan: Mahasiswa dan freelancer

Sasaran masyarakat yang disebutkan disini adalah sasaran masyarakat yang akan menjadi target audience dari produk aksesoris manik hasil buatan anggota komunitas, yaitu:

- Jenis kelamin: Wanita
- Usia: 17 – 30 tahun
- SES: A-B
- Pendidikan: SMA – S1
- Punya tempat tinggal pribadi
- Pernah dan dapat menggunakan platform belanja online
- Menyukai dan gemar dengan aksesoris

Metode Penelitian

Studi Literatur

1. Aksesoris

Dalam kamus Bahasa, aksesoris dimengerti sebagai barang atau benda tambahan yang berfungsi sebagai pelengkap. Aksesoris adalah benda-benda yang dikenakan seseorang untuk mendukung atau menjadi pelengkap pakaian (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2012). Fungsi aksesoris ada bermacam-macam mulai dari perhiasan seperti kalung, gelang atau anting-anting hingga tas, sarung tangan dan sekedar hiasan gantungan. Dilihat dari perannya, aksesoris dibedakan menjadi dua jenis yaitu aksesoris fungsional dan aksesoris dekoratif.

2. Manik-manik

Menurut Adyatman dan Arifin (1996), Manik adalah suatu benda yang biasanya berbentuk bulat, dilubangi dan dironce guna menghias badan atau sebuah benda. Komponen dari biji manik yang paling umum digunakan diantaranya adalah kayu, plastik, kaca dan logam. Pada awalnya manik-manik dibuat dari berbagai bahan alami yang dikumpulkan lalu dibor dan dibentuk. Dengan perkembangan alat dan mesin, bahan-bahan tersebut mulai ditambahkan keberbagai zat sintetis.

3. Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual (Winoto & Hermintoyo, 2017). Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrate* yang berarti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan. Seiring berjalannya waktu, ilustrasi menjadi sumber visualisasi dari pikiran-pikiran dan ide-ide. Seorang ilustrator yang baik harus bisa mengkombinasikan pemikiran analitik dan kemampuan praktis untuk membuat sebuah bentuk visual yang mempunyai pesan (Witabora, 2012:660).

4. *Fanart*

Fanart dapat diartikan sebagai sebuah karya seni berupa ilustrasi gambar yang dibuat oleh seseorang, dimana gambar tersebut menyerupai atau merujuk pada suatu tokoh atau karakter tertentu yang sudah ada sebelumnya. Tokoh atau karakter tersebut berasal dari komik, film, atau video game. Gambar *fanart* tidak persis sama seperti aslinya, tetapi menyerupai. Hasil karya *fanart* biasanya mengikuti style dari si pembuat karya. *Fanart* biasanya dibuat sebagai cara mengagumi sebuah tokoh atau karakter, oleh karena itu, *fanart* juga bisa digunakan sebagai cara untuk menyalurkan hobi.

5. Pemberdayaan

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar “*Daya*” yang berarti kekuatan atau kemampuan. Pemberdayaan adalah upaya untuk daya itu, dengan memotivasikan dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya (Rasyad, 2014: 64). Prinsip pemberdayaan masyarakat menurut Anwas (2013: 58-59):

- Tidak adanya pemaksaan dalam pemberdayaan karena setiap individu memiliki kebutuhan, masalah, bakat, minat dan potensi yang berbeda.
- Kegiatan pemberdayaan didasari oleh kebutuhan dan potensi masyarakat. Potensi yang tidak terlihat harus digali secara tepat dan akurat, maka dari itu agen pemberdaya perlu memiliki potensi untuk memahaminya.
- Dasar pertimbangan aktivitas pemberdayaan dilihat dari sasaran pemberdayaan yaitu pelaku dalam kegiatan pemberdayaan.
- Menumbuhkan kembali nilai budaya dan kerifan lokal dalam masyarakat.
- Pemberdayaan merupakan sebuah proses.
- Dalam melakukan pembinaan dan pendampingan harus bijaksana dan bertahap.
- Pemberdayaan perlu melibatkan berbagai pihak yang ada, mulai dari unsur pemerintah, tokoh, dan anggota masyarakat lainnya. Masing-masing terlibat sesuai peran, potensi dan kemampuannya.

6. *Branding*

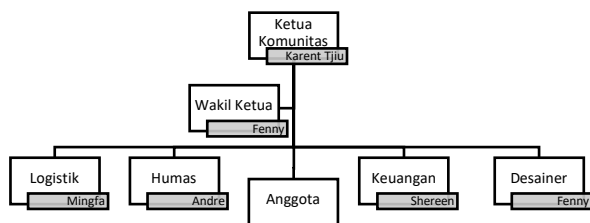
Menurut Kotler (2000), *Brand* adalah sebuah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau sebuah kelompok penjual dari pesaingnya *Branding* tidak hanya sekedar logo dan gambar. *Branding* adalah janji sebuah organisasi atau sebuah satuan kerja kepada pelanggan atau pemakainya untuk memberikan apa yang menjadi prinsip merk / *Brand* tersebut. Dengan *Branding* yang baik, *Brand* Benik Manik akan mendapat posisi yang baik ditengah masyarakat dan mencapai angka penjualan yang telat ditentukan sebelumnya.

7. Benda – benda *new normal*

Salah satu kebiasaan yang paling dirasakan adalah penggunaan masker setiap keluar rumah, dan penggunaan *hand sanitizer* dimana saja. Kebiasaan – kebiasaan inilah yang menciptakan banyak peluang dan alat bantu yang berfungsi untuk memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas dan menghadapi virus *Covid – 19*. *Strap masker* adalah tali pengait yang panjang, terbuat dari banyak jenis material seperti tali sepatu, manik – manik, rantai, rajut, mutiara dan lainnya. *Pouch hand sanitizer* adalah kantong untuk menaruh *hand sanitizer*. *Pouch* menjadi banyak dibutuhkan dimasa pandemi karena penggunaan *hand sanitizer* yang sangat sering dan dilakukan dimana saja oleh semua orang. *Pouch* digunakan sebagai wadah menaruh *hand sanitizer* untuk memudahkan penggunaanya untuk secara cepat dan efisien waktu dalam menggunakan *hand sanitizer* karena *Pouch* bisa digantung diluar tas. Pelindung wajah atau face shield adalah sebuah alat pelindung diri. Benda ini digunakan untuk melindungi seluruh bagian wajah pemakainya dari berbagai jenis objek melayang seperti serangga kecil, debu kotor, percikan kimia, atau material – material yang berpotensi menginfeksi. Sabun kertas adalah salah satu jenis sabun padat. Pada pemakaiannya, sabun kertas hanya digunakan untuk mencuci tangan sekali pakai. *Pouch* masker adalah kantong atau wadah untuk menyimpan masker.

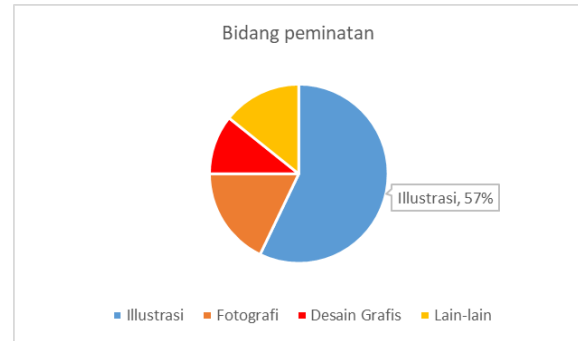
Hasil Analisis Data

Dari hasil studi literatur dan wawancara dengan Andre Tanjung, selaku pengurus bagian hubungan masyarakat dikomunitas Titik Seni, beliau mengatakan bahwa komunitas Titik Seni memang sedari awal dibangun untuk mengumpulkan para seniman muda dalam berbagai bidang seni. Andre mengatakan bahwa beliau sendiripun merasakan betul apresiasi masyarakat terhadap seni di kotanya belum seperti dikota-kota besar lainnya. Selain melakukan wawancara dengan Andre, wawancara juga dilakukan dengan beberapa anggota komunitas Titik Seni lainnya yaitu Fenny dan Shereen. Dalam wawancaranya, Fenny dan Shereen juga mengakui bahwa terkadang hasil karya mereka kurang dihargai oleh masyarakat meskipun dari orang terdekat mereka.



Gambar 1. Struktur kepengurusan komunitas Titik Seni Samarinda.

Anggota komunitas Titik Seni ada pada rentang usia 18 hingga 28 tahun. Meski komunitas Titik Seni menerima anggota dari berbagai latar belakang seni, anggota komunitas saat ini dominan memiliki ketertarikan pada ilustrasi digital sebesar 57% dari keseluruhan jumlah anggota.

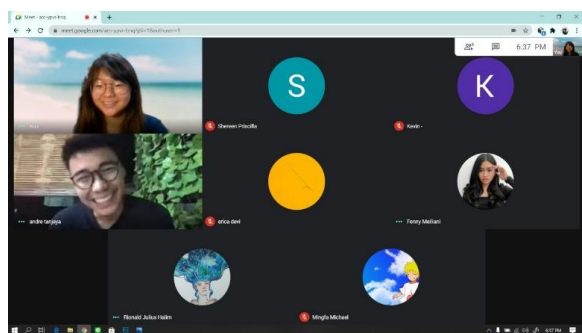


Gambar 2. Diagram data bidang peminatan anggota komunitas Titik Seni

Dikarenakan oleh banyaknya peminatan anggota komunitas Titik Seni terhadap bidang grafis, maka hal ini menyebabkan banyak kegiatan komunitas yang berhubungan dengan ilustrasi seperti mural. Namun dikarenakan adanya pandemi *Covid – 19*, sesuai dengan regulasi pemerintah yaitu 5M yang dikeluarkan oleh Kemenkes No. HK. 01. 07/MENKES/328/2020 tentang protokol kesehatan bagi masyarakat ditempat umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian *Corona virus disease 2019 (Covid-19)*, komunitas Titik Seni harus mengikuti himbauan pemerintah dan menghentikan kegiatannya sampai batas waktu yang belum ditentukan. Melihat kendala yang dialami oleh komunitas Titik Seni dan melihat adanya perubahan gaya hidup dari masyarakat Indonesia, maka terciptalah sebuah peluang untuk bisa hadir dimasyarakat dengan memanfaatkan benda *new normal* kit dengan paduan karya anggota komunitas Titik Seni. Dari sekian banyak alternatif benda *new normal*, terpilihilah *strap masker* sebagai salah satu benda yang akan dibuat dari manik – manik oleh anggota komunitas karena *strap masker* dinilai paling mudah untuk diproduksi diantara pilihan benda lainnya sebagai langkah awal dari adaptasi kegiatan baru komunitas Titik Seni. Dari hasil analisis data dan masalah diatas, maka didapatkan bahwa obyektif dari program *community engagement* ini memang perlu dilakukan oleh komunitas Titik Seni sebagai upaya meraih eksistensi para anggotanya di Samarinda.

Metode Penerapan

Langkah awal yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah mengunjungi komunitas Titik Seni untuk berkenalan dan berbicara dengan ketua komunitas. Pada tahap ini membahas mengenai latar belakang kegiatan yang akan dilakukan bersama komunitas selama setahun kedepan dan juga membahas mengenai beberapa hal yang menyangkut program kerja dari kegiatan *community engagement* ini. Langkah berikutnya adalah berkenalan dengan para anggota komunitas. Meskipun tidak bisa berkenalan secara langsung karena situasi pandemi, perkenalan dilakukan melalui *workshop* daring. *Workshop* pertama yang dilakukan sekaligus sebagai bentuk perkenalan kepada para anggota komunitas adalah *workshop* pembuatan *gif*. Hal ini dilakukan karena bersamaan dengan jadwal belajar bersama dari komunitas.



Gambar 3. *Workshop* pembuatan *gif* bersama beberapa anggota komunitas Titik Seni

Tahap berikutnya setelah sudah berkenalan dengan anggota komunitas Titik Seni adalah membahas program kerja yang telah dibicarakan dengan ketua komunitas kepada anggota komunitas. Dalam tahap ini terjadi pembagian tugas sebagai *illustrator*, bagian produksi, dan bagian promosi media sosial. Bagian *illustrator* dan produksi dikerjakan bersama antara penyelenggara kegiatan dan komunitas Titik Seni, sedangkan bagian promosi sosial media dipegang penuh oleh penyelenggara kegiatan, yaitu peneliti. Setelah ada pembagian tugas yang cukup jelas, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah mengadakan pelatihan dan penentuan bentuk produk manik yang dapat dipadukan dengan ilustrasi. Setelah melalui beberapa riset, akhirnya terpilih *strap* masker sebagai produk pertama dari kegiatan ini. Tahap selanjutnya adalah penentuan nama *brand* dan membuat *branding* untuk hasil produk yang akan dijual ke masyarakat. Pada tahap ini, semua tanggung jawab dipegang oleh penyelenggara kegiatan sedangkan pihak komunitas difokuskan dengan proses produksi *strap* masker. Setelah itu, langkah selanjutnya adalah pengadaan *workshop* pertama sekaligus menjadi proses produksi untuk produk Benik Manik

yang perdana. Setelah selesai proses produksi yang pertama, dilakukan tahap penjualan produk kepada masyarakat.

Setelah belajar dari kekurangan dari produksi pertama, dilakukan beberapa perbaikan seperti penambahan kualitas pada varian manik yang digunakan dan juga pada pemilihan tema untuk ilustrasi. Setelah sudah melalui persiapan yang matang, barulah langkah selanjutnya dilakukan yaitu *workshop* kedua sekaligus menjadi tahap produksi produk Benik Manik yang kedua. Setelah dari tahap penjualan produk dan *brand* Benik Manik mulai mendapat *awareness* dari orang-orang sekitar, langkah selanjutnya adalah melakukan pameran karya. Pameran karya ini dibuat untuk menunjukkan kepada masyarakat cerita dibalik pembuatan produk Benik Manik. Bagaimana setiap produknya dibuat dengan tangan oleh anggota komunitas Titik Seni. Melalui pameran ini juga, karya – karya anggota komunitas dipamerkan kepada publik. Hal ini bertujuan agar para pengunjung pameran bisa mengetahui keberadaan komunitas Titik Seni di kota Samarinda

Pembahasan Kegiatan

Workshop

Workshop diadakan sebanyak dua kali selama kegiatan *community engagement* pemberdayaan karya *fanart* ilustrasi komunitas Titik Seni dalam pembuatan produk aksesoris manik di Samarinda ini berlangsung. *Workshop* pertama diadakan tanggal 19 Desember 2020 di Kedai At Cong dan dihadiri oleh empat orang anggota. Pada *workshop* pertama ini, dilakukan eksplorasi terhadap warna manik yang akan digunakan dan mencocokkan dengan ilustrasi yang telah dibuat sebelumnya. Hasil dari produksi *workshop* pertama adalah *strap* masker dengan ilustrasi mangkok ayam dan kaleng kerupuk. *Workshop* kedua dilakukan tanggal 10 Mei 2021. Adanya jarak waktu diantara kedua *workshop* dikarenakan adanya kendala waktu untuk bertemu antar anggota komunitas dikarenakan ujian semester dan hal lainnya. Jarak waktu digunakan oleh pelaksana kegiatan untuk mengeksplorasi tema untuk produksi Benik Manik berikutnya.



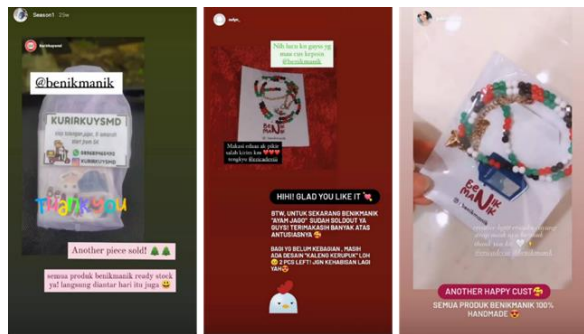
Gambar 3. Kegiatan *workshop* Benik Manik



Gambar 4. Hasil workshop dan bentuk produk Benik Manik

Penjualan

Penjualan produk benik manik dilakukan secara *online* karena belum memiliki tempat berjualan offline dikarenakan jumlah produksi produk Benik Manik yang belum bisa terlalu banyak dan waktu produksinya yang masih belum stabil. Penjualan dilakukan melalui akun Instagram @benikmanik dengan langsung menghubungi melalui fitur *direct message* yang ada pada Instagram. Penjualan hasil produksi pertama berjalan dalam lima hari dan produk terjual habis sebanyak dua puluh buah. Sedangkan penjualan hasil produksi kedua habis sebanyak sepuluh buah dalam dua hari. Penjualan *strap masker* mangkok ayam tercatat paling tinggi diantara varian lainnya dan varian True Beauty tercatat dengan penjualan paling sedikit yaitu dua buah. Hal ini menunjukkan bahwa target market dari Benik Manik lebih menyukai hal – hal yang bersifat timeless dan bukan merupakan *euphoria* sementara.



Gambar 5. Tangkapan layar hasil penjualan Benik Manik

Modal Usaha

- Manik-manik : Rp15.000 @4 warna = Rp 60.000
- Pengait : Rp2.000 x 20buah = Rp 40.000
- Rantai emas : Rp10.000/5 meter = Rp 10.000
- Print akrilik : Rp 7.000@10 pcs = Rp 70.000
- Packaging :
 - Bungkus plastik : Rp 5.000
 - Stiker : Rp 6.000 @2 lembar = Rp 12.000
 - Print kemasan : Rp 5.000@2 lembar= Rp 10.000

Total : Rp 207.000,-

Keuntungan

- Harga jual Rp 40.000@10 buah = Rp 400.000
- Untung bersih : Rp 400.000 - Rp 207.000 = Rp 193.000

Pembagian Keuntungan

- Komunitas Titik Seni 70%
 - Rp 135.100 - 30% = Rp 135.100
- Penyelenggara kegiatan 30%
 - Rp 193.000 - 70% = Rp 57.900

Gambar 6. Perhitungan jumlah modal dan keuntungan penjualan Benik Manik

Branding Produk

Penentuan *branding* produk Benik Manik dilakukan sebagai pembeda dengan produk sejenis dan juga dari kompetitor. Nama Benik Manik memiliki arti hasil kegiatan membuat manik-manik.

Brand Definition

Brand definition dari Benik Manik adalah *brand* produk aksesoris manik multifungsi yang mengusung tema *fanart* untuk remaja wanita di Indonesia.

Brand Value

Brand value dari Benik Manik antara lain adalah:

a. MultiFunctional Product

Produk Benik Manik tidak hanya sekedar aksesoris pelengkap atau hiasan namun tiap jenis produk memiliki fungsi lainnya masing-masing.

b. Fanart Based

Tema produksi Benik Manik adalah *fanart* drama korea sehingga dapat menjadi sarana untuk menyalurkan hobi atau sekedar sebagai benda koleksi karena masing-masing drama memiliki kenangannya tersendiri.

c. Community Supportive

Mendukung komunitas seniman khususnya *illustrator* lokal yang ada dibalik proses produksi Benik Manik.

Brand Story

Berawal dari pandemi *Covid 19*, menyebabkan hampir sebagian besar bagian perekonomian di Indonesia menjadi lumpuh mendadak termasuk kegiatan komunitas Titik Seni yang merupakan komunitas seniman di kota Samarinda. Tidak berjalannya kegiatan komunitas menyebabkan kerugian yang cukup berdampak pada anggotanya baik dari segi materi maupun non materi. Melihat perubahan dunia dan pola hidup masyarakat yang bergeser inilah, Benik Manik ingin hadir menjadi solusi bagi masyarakat sekaligus bagi komunitas untuk bisa hidup kembali di era dunia saat ini, yaitu dengan menuangkan karya

mereka melalui medium aksesoris manik hias yang juga multifungsi agar memiliki nilai tambah selain keunikannya. Benik Manik terinspirasi dari filosofi benik yang berarti teliti dan cermat serta manik-manik yang merupakan salah satu kebudayaan asli suku Dayak yang banyak mendiami pulau Kalimantan. Dengan demikian, Benik Manik ingin menonjolkan identitasnya sebagai produk dalam negeri yang dapat bersaing dengan produk sejenis dari luar negeri.

Logo

Fungsi logo dalam kemasan adalah sebagai simbol pengingat bagi konsumen dan memberi identitas. Penggunaan logo membantu konsumen lebih mudah mengingat produk.



Gambar 7. Logo Benik Manik

Typeface

Typeface / tipografi berguna untuk mempertajam pesan, mengatur mood, dan merepresentasikan brand.



Gambar 8. Typeface Benik Manik

Positioning

Positioning dari Brand Benik Manik adalah produk manik dengan hiasan fanart akrilik yang punya fungsi tambahan

Tone and Manner

Tone and Manner dari Brand Benik Manik adalah fun, friendly, dan up to date

Brand Differentiation

Brand Differentiation dari Brand Benik Manik adalah:

a. Consumer Insight

Merasa lebih tertarik untuk membeli produk sejenis dengan nilai lebih.

b. Brand Value

Aksesoris manik multifungsi dengan fanart akrilik yang mendukung komunitas lokal.

c. Emotional Selling Point (ESP)

Konsumen merasa lebih baik karena bisa menyalurkan hobinya sekaligus ikut mendukung komunitas lokal.

Brand Essence

Brand essence dari Brand Benik Manik meliputi:

a. Functions

- Sebagai aksesoris yang efisien karena memiliki fungsi lain.

- Sebagai sarana penyalur hobi (fanart).

- Sebagai pilihan benda koleksi.

- Alternatif cara untuk ikut mendukung komunitas lokal.

b. Differentiation

- Memiliki fungsi tambahan selain benda penghias / pelengkap.

- Memiliki tema serial drama korea.

- Memiliki ilustrasi karya komunitas lokal bermedium akrilik pada setiap produk.

c. Personality

Wanita, ceria, friendly, up to date, penyuka korean wave.

d. Source of Authority

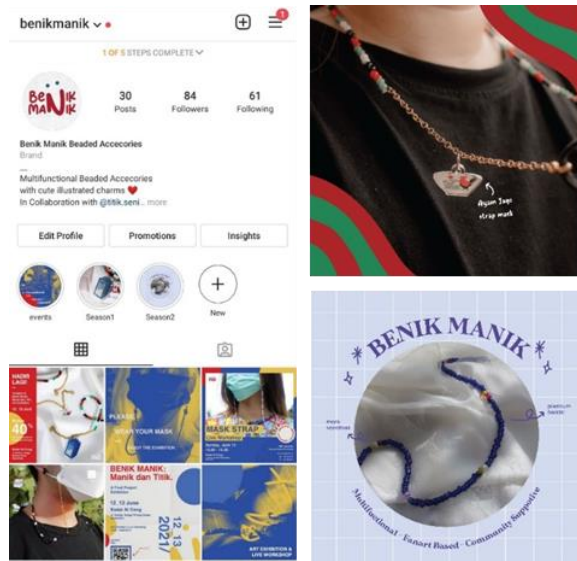
Tidak Ada.

e. Brand Essence

Adorable and funtional beaded accessories.

Promosi

Promosi sosial media Benik Manik dilakukan melalui Instagram post dan Instagram story. Platform social media Instagram dipilih karena dianggap paling dekat dan paling banyak digunakan oleh target market dari Brand Benik Manik. Tercatat hingga tanggal 17 juni 2021, akun Instagram @benikmanik meraih 84 pengikut dan memiliki sebanyak 30 postingan. Dari hal ini didapatkan bahwa akun Instagram @benikmanik harus lebih sering mengadakan postingan konten agar akun instagramnya bisa mendapat awareness dan bisa meraih lebih banyak target audience.



Gambar 9. Instagram Benik Manik / @benikmanik



Gambar 10. Promosi media Instagram Story dan Feed @benikmanik

Pameran Karya

Pameran hasil karya kegiatan *community engagement* pemberdayaan karya *fanart* ilustrasi komunitas Titik Seni dalam pembuatan produk aksesoris manik di Samarinda dilakukan di Kedai At Cong. Kedai At Cong dipilih sebagai tempat untuk melaksanakan pameran ini karena dinilai strategis, terletak ditengah kota Samarinda dan sudah sering menjadi tempat berkumpulnya anggota komunitas. Selain itu, pemilik Kedai At Cong merupakan salah satu anggota dari komunitas Titik Seni sehingga mempermudah proses persiapan pameran dan juga dapat membantu untuk memangkas biaya untuk melangsungkan pameran. Pameran karya berjudul Benik Manik: Manik dan Titik dilaksanakan selama dua hari, tanggal 12 hingga 13 Juni 2021. Tanggal ini dipilih sebagai tanggal pelaksanaan pameran karena berada tepat diakhir pekan sehingga dapat meraih banyak audience dan bisa sekaligus menjadi alternatif warga kota Samarinda

untuk berakhir pekan. Pameran dihadiri oleh total 17 orang dan mendapat umpan balik yang positif. Sebagian dari mereka merasa terinspirasi dari adanya pameran karya ini dan merasa bangga dengan kotanya sendiri dengan adanya anak muda yang berbakat dibidang seni selain itu, produk Benik Manik juga terjual sebanyak 7 buah selama pameran berlangsung. Hal ini sesuai dengan harapan dan tujuan diadakannya pameran karya ini.



Gambar 11. Suasana pameran hari pertama



Gambar 12. Suasana pameran hari kedua

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilaksanakan kepada komunitas Titik Seni di kota Samarinda yang berisikan seniman grafis muda, kegiatan *community engagement* ini dapat dikatakan berhasil dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan meskipun ada beberapa rencana produk yang belum sempat dibuat akibat keterbatasan waktu kegiatan. Dengan menggabungkan antara ilustrasi dan manik-manik kedalam medium aksesoris *new normal*, komunitas Titik Seni bisa mendapatkan sebuah kegiatan yang dapat membantu menambah wawasan dan mengasah skill para anggotanya. Selain itu, dengan adanya transisi kehidupan *new normal*, aksesoris yang dibuat

oleh anggota komunitas memiliki nilai jual yang lumayan tinggi, sehingga keuntungan dari penjualan aksesoris dapat digunakan untuk dikelola oleh pengurus komunitas Titik Seni. Dengan adanya kegiatan pemberdayaan karya *fanart* ilustrasi komunitas Titik Seni dalam pembuatan produk aksesoris manik di Samarinda ini, dapat menjadi sebuah sumber pemasukan baru untuk komunitas selain dari jasa mural seperti yang sudah dilakukan sebelumnya. Meskipun dalam prosesnya kegiatan ini mengalami beberapa hambatan, diantaranya seperti tidak dapat melaksanakan *workshop* secara tatap muka akibat pandemi dan sistem penjualan yang tidak teratur dengan baik di awal usaha, namun kegiatan ini dapat berjalan sesuai rencana dengan menemukan solusi dan masukan dari beberapa pihak. Hasil dari diadakannya pameran karya yang dilaksanakan selama dua hari di Kedai At Cong di kota Samarinda menambah jumlah penjualan Benik Manik dan juga membuat pengunjung pameran menjadi tahu mengenai keberadaan komunitas Titik Seni. Hal ini sesuai dengan manfaat pemberdayaan dan tujuan kegiatan pemberdayaan karya *fanart* ilustrasi komunitas Titik Seni dalam pembuatan produk aksesoris manik di Samarinda.

Saran

Setelah melakukan kegiatan dengan judul kegiatan pemberdayaan karya *fanart* ilustrasi komunitas Titik Seni dalam pembuatan produk aksesoris manik di Samarinda, maka ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi tim *illustrator* untuk memiliki jadwal tenggang atau *deadline* yang jelas sebagai batas waktu pengerjaan ilustrasi agar tidak terjadi keterlambatan produksi.
2. Diharapkan bagi *Brand* Benik Manik untuk segera memiliki platform belanja online secepatnya agar distribusi produk bisa menjangkau lebih banyak orang.
3. Diharapkan bagi tim *social media* untuk memiliki *editorial plan* atau jadwal unggahan yang jelas agar mempermudah proses promosi di akun *Instagram*.
4. Waktu promosi diusahakan lebih panjang agar bisa meraih lebih banyak *target audience*.

Daftar Pustaka

- Universitas Mulawarman. (2017). Sarjana dan diploma.
<https://unmul.ac.id/page/diploma-dan-sarjana-1486971670.html>
- Bantuan teknis pendampingan penyusunan dokumen RPIJM kota samarinda. (n.d).
https://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_af4bfa3472_BAB%20IIBAB%202%20PROFIL%20KOTA%20SAMARINDA.pdf
- Kamus besar Bahasa Indonesia. (2012). Aksesoris.
<https://kbbi.web.id/aksesori>.
- Adyatman, S. & Arifin, R. (1996). Manik-Manik di Indonesia. Semarang: Djambatan.
- Data Referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). Jumlah data satuan pendidikan (sekolah) per kabupaten/kota: kota samarinda.
referensi.data.kemdikbud.go.id.
- Kotler Philip (2000), Marketing Management Millenium Edition. Prentice Hall International.
- 14 Sekolah di samarinda diusulkan sekolah tatap muka (2021, Januari 26). Samarinda Post.
<https://samarinda.prokal.co/read/news/20036-14-sekolah-di-samarinda-diusulkan-sekolah-tatap-muka-ini-rinciannya.html>
- Winoto, N. A & Hermintoyo, H. (2017, Oktober). Tanggapan dalam pemahaman informasi pada gambar ilustrasi di *instagram*. Jurnal Ilmu Perpustakaan.6(4),5.
- Witabora, J. (2012, Oktober). Peran dan perkembangan ilustrasi. Humaniora.3(2),659-667.
- Dinas Kebudayaan Kota Samarinda. (2021). Seniman.
<https://disbud.samarindakota.go.id/seniman>