

PENGUATAN IDENTITAS BUDAYA LOKAL MELALUI PEMBERDAYAAN PELUKIS WAYANG KAMASAN

**Ida Bagus Nyoman Pascima¹, I Made Agus Wirawan², Nyoman Sugihartini³, I Komang
Sukarata Adnyana⁴, Muhamad Jodi Setianto⁵**

^{1,2,3}Jurusan Teknik Informatika FTK Undiksha; ⁴ Pendidikan Jasmani, Kesehatan dan Rekreasi FOK Undiksha; ⁵ Ilmu
Hukum FHIS Undiksha
Email: gus.pascima@undiksha.ac.id

ABSTRACT

This community service program aims to enhance the capacity of Kamasan Wayang painters in optimizing the marketing of their art products through digital media. The main issues identified include the decline of younger generations involved in traditional painting, limited marketing strategies, and the underutilization of social media for promotion. The Asset Based Community Development (ABCD) method was applied through appreciative inquiry, asset mapping, asset mobilization, action planning, and monitoring and evaluation. The results show significant improvements in participants' abilities to manage social media, create proper promotional photography content, and develop brand identity for their businesses. Participants have begun producing promotional content and expanding digital marketing networks. This program contributes to efforts in preserving and strengthening the economic value of Kamasan Wayang painting to remain sustainable and relevant in the digital era.

Keywords: *Kamasan Wayang, digital marketing, ABCD, cultural preservation*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku seni lukis Wayang Kamasan dalam memaksimalkan pemasaran produk seni berbasis media digital. Permasalahan yang dihadapi saat ini meliputi menurunnya regenerasi pelukis, keterbatasan strategi pemasaran, serta pemanfaatan media sosial yang belum optimal. Metode yang digunakan adalah Asset Based Community Development (ABCD) melalui tahapan wawancara apresiatif, pemetaan aset, mobilisasi aset, perencanaan aksi, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pengrajin dalam mengelola media sosial, pembuatan konten fotografi, serta pengembangan identitas merek usaha. Peserta telah mampu menghasilkan konten promosi dan mulai membangun jaringan pemasaran digital. Kegiatan ini berkontribusi pada upaya pelestarian dan penguatan nilai ekonomi seni lukis Wayang Kamasan agar tetap berkelanjutan mengikuti perkembangan zaman.

Kata kunci: *Wayang Kamasan, pemasaran digital, ABCD, pelestarian budaya*

PENDAHULUAN

Klungkung merupakan salah satu kabupaten terletak dibagian timur Pulau Bali. Kabupaten Klungkung adalah kabupaten terkecil di Bali dengan luas berkisar 315 km². Kendati saat ini Kabupaten Klungkung merupakan kabupaten terkecil namun pada sejarahnya di Kabupaten ini pernah tertoreh cerita Kejayaan Kerajaan yang mampu menguasai Bali. Jejak kejayaannya masih ada dan

dilestarikan hingga sekarang seperti budaya lukisan yang berkembang di Desa Kamasan.

Desa Kamasan berasal dari kata “Ka-emas-an” yang dulunya dihuni oleh para pemande (pengrajin logam). Jejak ini juga masih terdapat di Desa Kamasan hingga sekarang terlihat dari bukti arkeologis berupa tahta, arca, menhir, lesung batu, palungan batu, monolit berbentuk silinder. Pada masa kerajaan Gelgel, pusat pemerintahan berada di

kawasan Desa Gelgel yang bersebelahan dengan Desa Kamasan sekitar tahun 1380-1651. Zaman itu, masyarakat desa Kamasan dipercaya dalam mengembangkan berbagai produk kesenian seperti pada seni ukir logam seperti membuat bokor, dulang, dll. Produk ini dipergunakan untuk peralatan sekaligus perhiasan di kerajaan. Seni lain yang juga berkembang adalah seni lukis wayang. Seni lukis wayang menggunakan media kain dan dipergunakan untuk

membuat kober, umbul-umbul, lontek, ider-ider dan parba. Produk seni lukis ini juga dibuat untuk hiasan di kerjaan. Peninggalan ini terlihat jelas di langit-langit Kerta Gosa yang merupakan salah satu peninggalan kerajaan. Adapun tampilan Kerta Gosa seperti pada Gambar 1. Beberapa kerajinan yang dihasilkan desa Kamasan terlihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Kerta Gosa
(Sumber foto primer)



Gambar 2. Hasil kerajinan Desa Kamasan
(Sumber foto primer)

Desa Kamasan memiliki beberapa tantangan seperti pada Aspek Pelestarian yang menjadi aspek yang cukup penting. Aspek ini berfokus pada regenerasi pelukis wayang Kamasan yang semakin menurun. Hal ini ditengarai akibat perubahan profesi masyarakat yang diakibatkan karena penurunan pendapatan dari sektor kesenian sehingga dirasa kurang cukup untuk penghidupan. Masyarakat yang masih

berkesenian membuka usahanya di rumah masing-masing yang berada disepanjang jalan di desa Kamasan terlihat seperti pada Gambar 3. Ditemukan fakta bahwa anak muda desa Kamasan tidak lagi aktif belajar melukis dan hanya tersisa masyarakat kurang produktif yang masih aktif melukis. Jika kondisi ini tidak dibenahi maka tidak perlu waktu lama lukisan wayang kamasan dapat menjadi sebuah cerita sejarah.

Ditemukan juga permasalahan dari aspek pemasaran yang mana mayoritas kerajinan desa kamasan belum dipasarkan secara maksimal baik melalui media sosial atau media pemasaran lainnya. Dalam meningkatkan keterampilan untuk pemasaran, sudah sempat dilakukan pelatihan oleh pengabdian (Pascima et al., 2021, 2022, 2023). Pelatihan ini mampu meningkatkan keterampilan pengrajin dalam hal manajemen media sosialnya terlihat pada tautan <https://www.instagram.com/arcanartshop> ,

<https://www.instagram.com/sinar.pande/>. Sudah banyak upaya yang dilakukan pengrajin untuk memasarkan produknya dan juga dilakukan pemasaran lain dengan memajang lukisan wayang kamasan di berbagai tempat strategis seperti yang dilakukan (Pascima et al., 2022, 2023). Usaha lain juga dilakukan dalam penelitian dengan menciptakan berbagai inovasi seperti yang dilakukan pada (Pascima et al., 2023; Putra et al., 2018; Wira Astawa et al., 2019). Hal ini sudah berdampak namun dirasa belum mencukupi.



Gambar 3. Usaha-usaha milik warga yang tersebar di sepanjang jalan Desa Kamasan (Sumber foto primer)

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pengabdian yang dapat melatih masyarakat dalam hal pemasaran yang inovatif mengikuti perkembangan zaman, dan target market dari masyarakat. Pengabdian ini bersinergi dengan berbagai pihak seperti Rumah BUMN Klungkung, dan masyarakat pengrajin di desa Kamasan.

METODE

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah Asset Based Community Development (ABCD). Penggunaan metode ini diharapkan masyarakat mampu menyadari potensi yang dimiliki dan fokus pada potensi tersebut

untuk berkembang. Metode ABCD secara umum memiliki Langkah sebagai berikut.

TAHAP 1.

Wawancara Apresiatif (Appreciative Inquiry)

Pada tahapan ini telah dilakukan FGD dengan pemerintah desa setempat. Selain itu kami juga telah mendatangi 2 sanggar untuk mengetahui keadaan. Kami juga berdiskusi dengan dinas Pendidikan terkait pembelajaran muatan lokal di sekolah. Sempat juga berdiskusi dengan beberapa pengrajin lukisan wayang Kamasan untuk mengetahui kondisi dan potensi yang ada. Kegiatan ini dilakukan dengan Metode wawancara. Selain itu

diwawancarai juga pihak Rumah BUMN Klungkung yang selama ini fokus membantu UMKM termasuk pengrajin lukisan wayang Kamasan. Tahap ini berhasil jika telah memperoleh data dan informasi yang cukup untuk memetakan potensi yang ada di Kamasan. Hingga saat ini telah berhasil didapatkan data dan informasi untuk memetakan potensi yang ada di desa Kamasan seperti tertuang pada TAHAP 2.

TAHAP 2.

Pemetaan potensi masyarakat (Assets Mapping)

Pemetaan potensi masyarakat juga telah dilakukan dengan memperoleh informasi asset yang paling menonjol. Tahap ini berhasil dilakukan dengan memetakan potensi yang ada di Desa Kamasan yang mampu mendukung perkembangan seni lukis Wayang Kamasan. Adapun potensi tersebut adalah sebagai berikut.

- a. SDM terampil di Desa Kamasan menjadi cikal bakal yang baik.
- b. Prinsip hidup masyarakat yang bergotong rotong.
- c. Sejarah panjang peradaban Kamasan menjadi asset yang sangat baik.
- d. Agama dan budaya yang tidak dapat dipisahkan.
- e. Filosofi hidup masyarakat.
- f. Etos kerja yang baik.

TAHAP 3.

Tautan dan Mobilisasi Aset (Linking and Mobilizing Assets)

| Aspek Permasalahan | Solusi | Metode |
|---|---|--|
| Aspek pemasaran 1. Masyarakat belum memiliki pengetahuan cukup terkait pentingnya pemasaran. 2. Belum cukup terampil dalam pemasaran, branding untuk | Pelatihan penggunaan dan manajemen media sosial | <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan • Pendampingan Indikator Keberhasilan: |
| | Pelatihan Fotografi dan editing. | <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki akun instagram • Pelatihan • Pendampingan |

Tahapan ini bertujuan untuk memanfaatkan berbagai asset yang dimiliki untuk dapat menghasilkan gerakan yang dapat memberikan manfaat. Kegiatan ini juga telah dilakukan bersama dengan beberapa pengrajin dengan melakukan wawancara. Wawancara tersebut menghasilkan ide-ide kegiatan yang dipandang perlu dan diperkirakan akan berhasil.

Hasil dari diskus kami adalah sebagai berikut.

1. Penanaman ekstrakurikuler berupa kegiatan lukis wayang Kamasan yang lebih intensif di sekolah-sekolah.
2. Lomba lukis wayang Kamasan untuk memaksa siswa kursus/belajar.
3. Variasi metode promosi.
4. Peningkatan kompetensi pelukis dalam promosi.
5. Bantuan lingkungan sekitar untuk membantu pelukis dalam hal promosi.

TAHAP 4.

Penyusunan Rencana Aksi dan Prioritas Kegiatan

Tahapan ini bertujuan untuk merumuskan kegiatan dan program-program yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Tahap ini berhasil diselesaikan apabila program terencana dengan baik dan terlaksana sesuai dengan harapan dan memenuhi target luaran tiap kegiatan. Adapun program yang disepakati adalah sebagai berikut.

| Aspek Permasalahan | Solusi | Metode |
|--|--|--|
| pemasaran, manajemen media sosial untuk pemasaran serta memiliki keterbatasan rekanan sehingga cara pemasaran yang dilakukan terbatas. 3. Memiliki media pemasaran yang terbatas sehingga hasil pemasaran belum maksimal. | | Indikator Keberhasilan: <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki 3 konten berupa foto yang proper. |
| | Pelatihan brand identity (logo/pengenal brand lainnya) | <ul style="list-style-type: none"> • Pendampingan Indikator Keberhasilan: <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki logo usaha/pengenal brand yang lain. |
| | Pelatihan pembuatan konten media sosial sesuai dengan target market dan jenis media. | <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan • Pendampingan Indikator Keberhasilan: <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki 2 konten media sosial yang berbeda. |

TAHAP 5.

Monitoring dan Evaluasi.

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan program yang dilakukan dan adaptasi apa yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan keberhasilan. Kegiatan monitoring dan evaluasi akan dilakukan oleh Tim pengabdian. Tim akan berusaha mengetahui sejauh mana keberhasilan kegiatan dan melakukan penyesuaian jika belum maksimal. Evaluasi akan dilakukan dengan melakukan **pretest** (dengan metode wawancara/observasi/demonstrasi) dan **posttest** (dengan metode wawancara/observasi/demonstrasi). Evaluasi direncanakan **bersifat iteratif** untuk setiap kegiatan sehingga kegiatan yang akan dilaksanakan mempertimbangkan hasil evaluasi kegiatan sebelumnya. Evaluasi ini juga akan menjadi bekal untuk kegiatan pengabdian di tahun berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa

Kamasan telah memberikan dampak positif pada peningkatan kapasitas pengrajin dalam hal pemasaran produk seni lukis wayang Kamasan. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang berfokus pada penguatan aset yang telah dimiliki masyarakat. Pada tahap wawancara apresiatif dan pemetaan aset, ditemukan bahwa Desa Kamasan memiliki kekuatan yang kuat dari sisi keterampilan masyarakat, sejarah dan budaya, serta jejaring kelembagaan lokal seperti Rumah BUMN Klungkung.

Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sebagian besar peserta telah memiliki akun Instagram sebagai platform promosi. Selain itu, melalui pelatihan fotografi sederhana dan pembuatan konten, peserta mampu menghasilkan minimal tiga konten visual yang lebih layak tampil untuk pemasaran produk mereka. Kegiatan ini memicu munculnya kreativitas dalam menampilkan ciri khas seni wayang Kamasan agar lebih

mudah diterima generasi muda dan wisatawan.

Pelatihan brand identity juga mampu meningkatkan kesadaran pelaku seni terkait pentingnya diferensiasi usaha. Peserta yang sebelumnya hanya menjual produk tanpa identitas kini mulai mengembangkan logo dan penanda brand lain untuk memperkuat citra usaha. Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi pola pikir dari sekadar berkarya menjadi berwirausaha berbasis seni budaya.

Pendampingan intensif memberikan ruang diskusi yang produktif antara tim pengabdian dan masyarakat. Evaluasi yang dilakukan melalui observasi dan wawancara menunjukkan bahwa para pelukis mulai lebih percaya diri dalam memperluas jaringan pemasaran. Tantangan masih ditemukan pada keterampilan digital lanjutan dan konsistensi unggahan konten pemasaran. Namun motivasi masyarakat telah tumbuh dan kolaborasi dengan berbagai pihak semakin terbuka.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan pemasaran tetapi juga kembali menghidupkan optimisme masyarakat terhadap keberlanjutan seni lukis wayang Kamasan sebagai warisan budaya yang bernilai ekonomi.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kamasan telah memberikan dampak positif pada peningkatan kapasitas pengrajin dalam hal pemasaran produk seni lukis wayang Kamasan. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang berfokus pada penguatan aset yang telah dimiliki masyarakat. Pada tahap wawancara apresiatif dan pemetaan aset, ditemukan bahwa Desa Kamasan memiliki kekuatan

yang kuat dari sisi keterampilan masyarakat, sejarah dan budaya, serta jejaring kelembagaan lokal seperti Rumah BUMN Klungkung.

Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sebagian besar peserta telah memiliki akun Instagram sebagai platform promosi. Selain itu, melalui pelatihan fotografi sederhana dan pembuatan konten, peserta mampu menghasilkan minimal tiga konten visual yang lebih layak tampil untuk pemasaran produk mereka. Kegiatan ini memicu munculnya kreativitas dalam menampilkan ciri khas seni wayang Kamasan agar lebih mudah diterima generasi muda dan wisatawan.

Pelatihan brand identity juga mampu meningkatkan kesadaran pelaku seni terkait pentingnya diferensiasi usaha. Peserta yang sebelumnya hanya menjual produk tanpa identitas kini mulai mengembangkan logo dan penanda brand lain untuk memperkuat citra usaha. Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi pola pikir dari sekadar berkarya menjadi berwirausaha berbasis seni budaya.

Pendampingan intensif memberikan ruang diskusi yang produktif antara tim pengabdian dan masyarakat. Evaluasi yang dilakukan melalui observasi dan wawancara menunjukkan bahwa para pelukis mulai lebih percaya diri dalam memperluas jaringan pemasaran. Tantangan masih ditemukan pada keterampilan digital lanjutan dan konsistensi unggahan konten pemasaran. Namun motivasi masyarakat telah tumbuh dan kolaborasi dengan berbagai pihak semakin terbuka.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan pemasaran tetapi juga kembali menghidupkan optimisme masyarakat terhadap keberlanjutan seni lukis wayang

Kamasan sebagai warisan budaya yang bernilai ekonomi. Berikut beberapa

dokumentasi pengabdian yang telah terlaksana



Gambar 4. Beberapa dokumentasi pelatihan
(Sumber foto primer)

DAFTAR RUJUKAN

- Pascima, I. B. N., Ariningsih, K. A., Sindu, I. G. P., & Masdiantini, P. R. (2023). MERAWAT TRADISI, MERAWAT GENERASI PELUKIS WAYANG KAMASAN. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*.
- Mulyati, M. I., & Sudiana, I. K. (2022). Lukisan Wayang Kamasan Sebagai Salah Satu Elemen Dekorasi Interior untuk Memberi Nuansa Bali yang Unik. *Journal on Education*, 05(01), 799–807.
- Pascima, I. B. N., Listartha, I. M. E., & Putra, I. G. L. A. R. (2021). PELATIHAN DIGITAL MARKETING LUKISAN WAYANG KAMASAN. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 6, 2266–2272.
- Pascima, I. B. N., Wiratma, I. G. L., & Wijaya, I. N. S. W. (2022). PROMOSI DIGITAL PRODUK KESENIAN DESA KAMASAN. In *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*.
- Pranata, I. K. E., Sindu, I. G. P., & Putrama, I. M. (2019). FILM DOKUMENTER SENI LUKIS WAYANG KAMASAN KLUNGKUNG BALI. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika*, 8(2).
- Prasetya, I. B. S., Sudarmawan, A., & Sudiarta, I. W. (2019). SISTEM PENURUNAN KETERAMPILAN SENI LUKIS WAYANG KAMASAN OLEH I NYOMAN MANDRA. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 9(1), 1–12.
- Putra, I. G. L. A. R., & Pascima, I. B. N. (2021). *AGILE DEVELOPMENT METHODS DALAM PENGEMBANGAN SISTEM QR CODE LUKISAN WAYANG KAMASAN*.
- Putra, I. G. L. A. R., Trisna, K. W., & Wiradharma, I. G. B. M. (2018). INOVASI KERAJINAN LUKISAN WAYANG KAMASAN KLUNGKUNG. *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, 9(1).
- Wira Astawa, G., Putra, I. G. L. A. R., & Gede, K. J. I. G. P. K. (2019). *APLIKASI ANDROID LUKISAN WAYANG KAMASAN MENGGUNAKAN QR CODE SEBAGAI MEDIA PROMOSI INTERAKTIF (STUDI KASUS: STARTUP WAY'K)*. 5(1), 46–54.