

PERANCANGAN CENDERAMATA SEBAGAI *BRANDING* DESA WISATA, KAMPUNG SATWA KEDUNG BANTENG, MOYUDAN, YOGYAKARTA

Koniherawati¹, Gregorius Delon Ajidamara Nugroho², Michelle Aurelia Nathanael^{3*}, Kukuh Madyaningrana⁴

^{1,2,3}*Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta*

⁴*Program Studi Biologi, Fakultas Bioteknologi, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta*
*62230273@students.ukdw.ac.id

Abstrak

*Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta menjalin kerja sama dengan Kampung Satwa di Desa Kedung Banteng, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, D.I.Y. yang dilakukan oleh Tim Dosen UKDW Desain Produk, Bioteknologi dan dua mahasiswa Desain Produk. Dengan terwujudnya pelatihan desain produk berupa cenderamata. Keberadaan Kampung Satwa di RT 06 / RW 16 Kedung Banteng sangat unik dan menarik. Bermula dari hobi seorang warga dalam menyayangi satwa, yang kemudian berkembang menjadi kampung edu-ekowisata bagi sekolah-sekolah sekitar dan masyarakat dari berbagai daerah. Kampung ini memberikan kesempatan untuk mengenal berbagai jenis satwa yang dilindungi, habitatnya, serta tumbuhan yang dibudidayakan guna mendukung kelangsungan hidup satwa. Hal tersebut menjadi inspirasi tim akademisi untuk membantu pengembangan kampung edu-ekowisata dengan strategi promosi melalui cenderamata berkesan yang dapat menjadi identitas (*branding*) untuk dikenang dan dikenal lebih luas. Kegiatan ini mencakup pelatihan keterampilan serta pengetahuan kerajinan keramik dan batik, sebagai warisan budaya adhiluhung Jawa, dengan memanfaatkan potensi bahan alam di sekitar lokasi. Konsep cenderamata yang direncanakan matang akan menjadi *visual-branding* inovatif dan media promosi yang efektif. Pengabdian ini dilaksanakan melalui pelatihan teknis dengan pengumpulan data secara observasi langsung, wawancara, dan partisipatoris dengan tujuan menciptakan produk sebagai media promosi dan sebagai contoh bagi kampung-kampung lain dalam mencintai alam dan menjaga lingkungan.*

Kata kunci: *Kampung satwa, edu-ekowisata, cinderamata, visual-branding.*

Abstract

*Duta Wacana Christian University in Yogyakarta has established a partnership with the Animal Village in Kedung Banteng Village, Moyudan District, Sleman Regency, D.I.Y. This collaboration involves the Product Design lecturers, Biotech, and two Product Design students from DWCU, resulting in training for creating souvenirs. The presence of the Animal Village at RT 06 / RW 16 Kedung Banteng is unique and captivating. It began with a resident's hobby of caring for animals, which evolved into an educational eco-tourism village for local schools and communities from various regions. The existence of its place offers the opportunity to learn about various protected animal species, their habitats, and plants cultivated to support their survival. This inspired the academic team to assist in developing the educational eco-tourism village through promotional strategies using memorable souvenirs that can serve as an identity (*branding*) to be cherished and recognized more widely. The activities include skills training and knowledge about pottery and batik, which are part of Java's rich cultural heritage, utilizing the natural resources available in the area. The well-planned souvenir concept will serve as innovative visual branding and an effective promotional media. This service is conducted through technical training, involving direct observational data collection, interviews, and participatory methods to create products that serve as promotional media and examples for other villages to love and protect nature.*

Keywords: *Animal Village, eco-tourism, souvenirs, visual branding.*

Pendahuluan

Dalam industri pariwisata yang semakin dinamis dan kompetitif, cendera mata telah memegang peranan yang semakin vital dan strategis. Sebagai bentuk produk kerajinan yang erat kaitannya dengan sektor pariwisata, *souvenir* memiliki beragam tujuan dan fungsi yang turut mendukung pengembangan daerah-daerah wisata. Salah satu tujuan utama keberadaan cendera mata adalah sebagai bukti kunjungan dan kenang-kenangan bagi para pengunjung. Cendera mata menjadi wahana yang efektif untuk mengabadikan, merekam, dan sebagai representasi kenangan indah tak terlupakan selama kunjungan. Merupakan salah satu elemen penting dalam industri pariwisata, cendera mata tidak hanya berfungsi sebagai oleh-oleh, tetapi juga dapat menjadi representasi budaya dan identitas dari suatu daerah dalam konteks pariwisata. Berfungsi sebagai sarana untuk mengabadikan kenangan, pembeli akan teringat akan kejadian, tempat, atau orang-orang yang terkait dengan benda tersebut. Cendera mata menjadi jembatan yang menghubungkan masa lalu dengan masa kini, memungkinkan kita untuk kembali mengalami momen-momen berharga yang telah terlewati. Cendera mata juga berperan sebagai representasi budaya dan identitas lokal. Masing-masing daerah di Indonesia memiliki kerajinan dan ciri khas cendera mata yang unik, mencerminkan kekayaan dan keberagaman budaya nusantara. Ketika kita memberikan cinderamata kepada orang lain, kita juga turut mempromosikan dan melestarikan kearifan lokal yang terkandung di dalamnya.

Cendera mata juga berperan penting dalam membangun potensi *branding* secara nyata dengan efisien dan efektif dari suatu destinasi wisata. Cendera mata yang unik dan khas dapat menarik minat banyak orang untuk berkunjung, sehingga membantu meningkatkan arus kunjungan wisatawan sebagai duta wisata. Keberadaan cendera mata yang variatif dan menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi tempat wisata, sekaligus meningkatkan *brand awareness* dan daya saing pariwisata. Keberagaman jenis cendera mata yang tersedia di tempat (objek) wisata merefleksikan kekayaan dan keunikan masing-masing tempat yang dapat membentuk suatu identitas wisata. Usaha dagang cendera mata dapat berkontribusi besar bagi warga lokal sebagai penyokong kuat sektor pariwisata yang bersinggungan dengan sektor lain, tidak terkecuali ekonomi, pariwisata, pendidikan, identitas budaya, tradisi, dan kekayaan alam. *Visual-branding* merupakan salah satu elemen penting dalam membangun identitas dan citra sebuah merek dengan elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan desain grafis. Melalui elemen visual yang kuat dan konsisten, dapat disampaikan pesan, nilai, dan kepribadian merek secara efektif kepada konsumen. Logo merupakan representasi grafis yang menjadi tanda pengenal utama sebuah merek. Warna digunakan untuk membangun asosiasi emosional dan membedakan merek dari kompetitor. Tipografi yang khas dapat memperkuat personalitas merek, sementara gaya desain yang konsisten menciptakan kesan visual yang kohesif dan mudah diingat.

Peran *visual-branding* dalam konteks bisnis adalah untuk membangun identitas merek yang kuat, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong loyalitas konsumen. Elemen-elemen *visual* yang konsisten dan mudah dikenali dapat membantu merek melekat di benak konsumen dan membedakannya dari kompetitor. Selain itu, *visual -branding* yang efektif dapat meningkatkan persepsi kualitas, memfasilitasi komunikasi pesan merek, serta mendukung strategi positioning merek. Dampak *visual-branding* dapat dilihat dari berbagai perspektif, baik dari sisi perusahaan maupun konsumen. Dari sisi perusahaan, *visual-branding* yang kuat dapat meningkatkan *brand equity*, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Sementara dari sisi konsumen, *visual-branding* yang menarik dapat mempengaruhi preferensi, niat beli, dan loyalitas konsumen terhadap merek.

Meliputi bagian dari *branding*, edukasi hal pengembangan ekonomi pariwisata berbasis pemberdayaan lingkungan hidup dapat dimanfaatkan untuk menambah nilai jual. Sebagai bentuk pertanggung jawaban dalam mengelola habitat alam berkelanjutan (*sustainable*) dan kemakmuran

warga lokal sekitar perlu dilindungi sehingga memberikan dampak keseimbangan lingkungan, sekaligus memberikan pembelajaran yang dikemas dengan stimulus pengalaman menyenangkan.

Dengan adanya edu-ekowisata, alam dapat dinikmati tanpa adanya kerusakan ekosistem dan budaya, serta menjadikan peluang pasar pendapatan ekonomi masyarakat dengan dengan lingkungan pariwisata konservasi. Edu-ekowisata dapat dijadikan sebagai salah satu daya tarik pengunjung dikarenakan terdapat pembekalan materi yang dapat dijadikan pembelajaran sekaligus sebagai bentuk persuasif akan kepekaan terhadap lingkungan sosial lokal. Interaksi langsung antara wisatawan dengan kebudayaan lokal maupun alam sekitar akan memberikan pengalaman dan kesan positif. Hal-hal tersebut dapat dikelola dan dimanfaatkan lebih lanjut dengan koordinasi dan penjagaan peraturan yang ketat sehingga mewujudkan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

Kampung Satwa di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, adalah salah satu pilot proyek destinasi wisata yang memiliki potensi besar dalam pengembangan cendera mata. Sebagai sebuah kawasan konservatif, Kampung Satwa RT 06 / RW 16 menyediakan berbagai jenis satwa yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi para pengrajin dan pengembang cendera mata. Menganut julukan edu-ekowisata, yaitu sebagai memperhatikan dan kesejahteraan kehidupan lingkungan baik manusia, hewan, dan tumbuhan (Alamsyah, 2013). Keragaman flora dan fauna dalam kawasan ini dapat dijadikan sebagai motif dan desain yang unik dan edukatif bagi produk-produk cendera mata, yang menarik minat wisatawan dalam turut aktif membangun daya saing lokal. Mengembangkan cendera mata yang eksklusif tidak hanya dapat menjadi produk unggulan, namun juga dapat memperkuat identitas budaya lokal. Pemanfaatan potensi daerah Moyudan, yaitu media tanah liat dan juga indigofera (pewarna batik / remasol) yang dapat meningkatkan nilai jual dalam merentangkan pemberdayaan lokal unggulan. Dibantu oleh warga Kampung Satwa, pembangunan bisnis cendera mata membuka peluang baru dalam penumbuhan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga (Talani, 2023).

Dalam maksud Tridharma Perguruan Tinggi, proses pengembangan berwujud pengabdian masyarakat ini melibatkan peran aktif dari dosen dan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) menjadi sangat penting. Melalui kerja sama yang erat antara warga Kampung Satwa dan sivitas akademika UKDW, telah digagaskan berbagai ide-ide cendera mata berupa *sempritan* (peluit) dan batik motif satwa yang mencerminkan kekayaan budaya dan alam setempat yang tidak menutup kemungkinan dalam menghasilkan produk yang inovatif dengan maksud *branding* yang sebagai penyalur edu-ekowisata.

Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan teknis dalam menciptakan desain produk yang terlebih dahulu, tim melaksanakan pengumpulan data secara observasi langsung, wawancara dan partisipatoris di lapangan di Kampung Satwa Kedung Banteng. Setelah data-data kami kumpulkan maka tersusun metode pembelajaran dan pelatihan (praktik langsung) berkala yang diperlukan warga RT 06 / RW 16, Moyudan. Kemudian dibuat jadwal waktu (*timeline*) yang disepakati bersama antara masyarakat Kampung Satwa dan Tim Pelatih, yang melibatkan dosen lintas program studi, Ibu Konihrawati (dosen Desain Produk) dan Pak Kukuh Madyaningrana (dosen Bioteknologi), beserta 2 mahasiswa Desain Produk: Michelle dan Delon (Despro 2023).

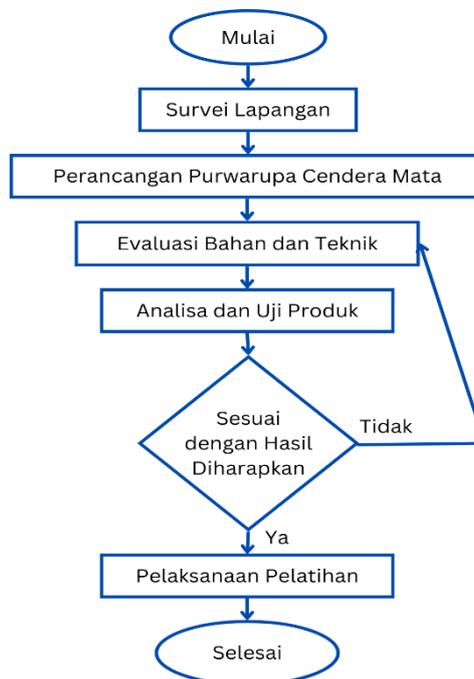
Setelah survei lapangan di lokasi mitra, maka dilaksanakan pengumpulan gagasan bersama dan diskusi lebih lanjut terkait cendera mata yang bisa dikembangkan dan memanfaatkan potensi lokal pada daerah mitra untuk membantu membangun ekonomi lokal dan identitas mitra. Berdasarkan studi

lapangan, terdapat beberapa hewan sederhana seperti kura-kura dan burung yang banyak dijumpai pada lokasi mitra. Hal tersebut dijadikan sebagai acuan referensi pembuatan purwarupa (*prototype*) dengan cetakan *gypsum* dan menggunakan media tanah liat sebagai pengembangan potensi lokal sekitar daerah mitra. Sedangkan pada batik, ditelusuri lebih lanjut mengenai bahan kain, ide dan sketsa, serta pewarnaan langsung dengan pemanfaatan flora indigofera. Pada pelaksanaan pelatihan, tindakan sosialisasi dilakukan agar warga paham betul akan cendera mata yang dibuat. Sebagai pasca pelaksanaan pelatihan, diwujudkannya beberapa hal dengan tindakan berikut:

1. Pendaftaran HAKI
2. Publikasi Jurnal
3. Penyusunan Laporan

Diharapkan, pelatihan cendera mata keramik dan batik dapat membuahkan hasil dengan terbentuknya *visual branding* yang menunjang edu-ekowisata, serta ekonomi yang dapat berdaya saing secara aktif dan tinggi.

Adapun diagram sistematika pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pelatihan

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti peserta pelatihan terdiri dari para ibu rumah tangga dan anak-anak yang tertarik untuk mempelajari pembuatan motif batik dan kerajinan tanah liat. Kegiatan ini berlangsung selama satu hari dan dibagi menjadi dua sesi kegiatan, dengan rincian sebagai berikut:

1. Pada sesi pertama, tim pengabdian memberikan materi tentang pengenalan batik, sejarah, dan perkembangannya di Indonesia. Selanjutnya, para peserta diberikan pelatihan praktik pembuatan motif batik berdasarkan hewan satwa, yaitu katak dan burung. Kemudian,

warga diarahkan untuk mengembangkan kreativitas dan bereksperimen dengan mengembangkan motif satwa menggunakan isen-isen sesuai dengan kesenangan masing-masing. Hasilnya, peserta mampu menghasilkan karya-karya batik yang unik, khas, dan bermakna.

2. Pada sesi kedua, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan tanah liat bentuk hewan kura-kura dan burung. Para peserta diajarkan teknik dasar pembuatan kerajinan keramik menggunakan tanah liat, mulai dari pembuatan dan pembentukan hewan satwa berupa kura-kura dan burung.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Peserta mampu membuat motif batik berbentuk satwa, seperti kura-kura dan burung, dengan teknik batik tulis dan teknik cetak.
2. Peserta mampu membuat karya seni dari tanah liat (keramik), serta teknik cetak berupa bentuk satwa kura-kura dan burung.
3. Karya-karya yang dihasilkan dapat dijadikan sebagai cendera mata kampung satwa, yang memiliki nilai jual sebagai salah satu sumber penghidupan bagi masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan sukses dan memberikan dampak positif bagi peserta dan masyarakat sekitar. Pelatihan berupa batik dan keramik satwa (katak, kura-kura, dan burung) telah berhasil meningkatkan keterampilan dan kreativitas peserta. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peserta untuk memanfaatkan potensi lokal dengan keanekaragaman hayati di Kampung Satwa, sebagai inspirasi dalam pembuatan karya seni. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan. Karya-karya yang dihasilkan dapat menjadi cendera mata khas kampung satwa, yang dapat menjadi salah satu sumber penghidupan bagi masyarakat.

Sebagai salah satu pilar yang berperan penting dalam sektor ekonomi, industri kreatif juga berfungsi sebagai penjaga nilai kultur dan warisan luhur dengan adanya dorongan dari Undang - Undang Dasar Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Edu-ekowisata, yang mulai diperkenalkan pada tahun 1990, menjadi landasan untuk membangun kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya setempat. Dalam pengabdian masyarakat, hasil yang diharapkan adalah terciptanya pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, sehingga mereka dapat berpartisipasi secara aktif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat memfasilitasi kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk masyarakat lokal, pemerintah, dan dunia akademis, untuk mendorong inovasi dan kreativitas yang akan menghasilkan produk dan layanan yang bermanfaat. Selain itu, upaya ini bertujuan untuk menciptakan pemerataan ekonomi dengan memberdayakan masyarakat untuk mengembangkan potensi daerah mereka, sekaligus memperkuat identitas budaya yang menjadi ciri khas setiap komunitas.



Gambar 2. Proses Pelatihan Batik



Gambar 3. Proses Pembuatan Peluit dengan Tanah Liat



Gambar 4. Tim Pengabdian Bersama Peserta dan Hasil

Kesimpulan

Pelatihan batik dan keramik yang telah dilakukan oleh warga Kampung Satwa terlaksana dengan baik. Sebelumnya, warga mitra tidak memiliki cukup pengetahuan terkait batik dan keramik. Dengan adanya pelatihan ini, warga memiliki informasi cukup terkait proses pembuatan batik dan peluit keramik. Memiliki antusias yang besar, warga sudah memiliki rencana untuk mengembangkan produk dari materi pelatihan, meningkatkan keterampilan dan kreativitas warga, serta mendorong mereka untuk memanfaatkan potensi lokal dan melestarikan lingkungan. Karya-karya yang dihasilkan, baik dalam bentuk batik maupun keramik, dapat dijadikan sebagai cendera mata khas kampung satwa, yang dapat menjadi salah satu sumber penghidupan bagi pemeliharaan satwa-satwa yang ada dan pengembangan kedepannya. Cendera mata peluit dapat dikembangkan sehingga memiliki tangga nada yang banyak layaknya okarina. Untuk batik tersendiri warga sudah memiliki niat untuk membuat motif khas Kampung Satwa yang tidak menutup peluang untuk dijadikan sebagai seragam khas pengurus maupun pada perdagangan. Ini semua menunjukkan potensi besar dalam mengembangkan industri kreatif lokal dan mendukung perekonomian masyarakat setempat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan terlibat, terutama kepada warga Kampung Satwa, Moyudan yang telah ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu dalam pembuatan sertifikat hak cipta Cendera mata pada Kampung Satwa.

Daftar Pustaka

- Talani, Noval Sufriyanto dan Tuli, Munirah. (2023). Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Desa Pesisir Melalui Pelatihan Pembuatan Cenderamata. *Jurnal Abdimas*, 5(1): 133.
- Alamsyah dan Asnaryati. (2013). Potensi Ekowisata dan Strategi Pengembangan Tahura Nipa-Nipa, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. *Jurnal Penelitian Kehutanan Wallacea*, 2(2): 154-168
- FITRIYA, Sri. (2022). Pengaruh Promosi Pariwisata, Cenderamata dan Infrastruktur Penunjang Terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik Maupun Mancanegara di Objek Wisata Kabupaten Kerinci.
- Putra, E. (2021). POTENSI PENGEMBANGAN SOUVENIR DI SULAWESI TENGAH. <https://doi.org/10.36417/jpp.v2i1.367>
- Sayatman. (2021). Pengembangan Konsep *Brand Identity* dan *Visual System* ITS yang Lebih Terintegrasi. http://dx.doi.org/10.12962/iptek_desain.v20i1.9329
- Natalie, G. (2020). Peranan Peranan Penting *Visual Merchandising* Dalam *Branding Fashion* Bisnis Budaya *Ready to Wear*.