

INOVASI LONTAR PRASI DI DESA TENGANAN PENGRINGSINGAN KARANGASEM BALI

Ida Bagus Ketut Trinawindu, Arya Pageh Wibawa, Cokorda Alit Artawan

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

Email: trinawindu@isi-dps.ac.id

Ringkasan Eksekutif

Kegiatan pengabdian masyarakat di desa tangan pengringsingan bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan prioritas yang dihadapi oleh para perajin lontar *prasi* yang ada di desa tangan pengringsingan, baik dari aspek produksi maupun aspek manajemen usaha. Permasalahan dari aspek produksi misalnya ilustrasi yang ada masih sangat monoton, masih sama dari tahun ketahun yaitu hanya berupa kisah pewayangan Mahabarata dan Ramayana. Permasalahan dari aspek manajemen usaha, kelompok perajin ini memiliki permasalahan prioritas lainnya yaitu : perajin kurang memahami manajemen usaha dan pemasaran, perajin tidak memiliki media promosi yang tepat dalam memperkenalkan karya Prasi ke dunia internasional. Penawaran program kegiatan terhadap permasalahan tersebut adalah 1) Meningkatkan kemampuan perajin dalam menggambar wayang yang baik dan benar yaitu sesuai dengan *pakem* gambar wayang style Bali; 2) Perajin mampu memahami tentang manajemen usaha dan pemasaran, perajin memiliki media promosi yang tepat dalam memperkenalkan karya Lontar *Prasi* ke dunia internasional; 3) Perajin memiliki media promosi berupa CD Rom Interactive, brosur, Kartu nama dan Website mengenai produk hasil karya perajin. CD rom akan digunakan untuk mendokumentasikan karya mereka dan memperkenalkan kepada wisatawan, Brosur dan kartu nama akan dapat disebarakan melalui konsumen, dan website akan online dan menyewa hosting dan domain selama 5 tahun, dengan demikian diharapkan potensi kerajinan Lontar *Prasi* di desa setempat dapat lebih dikenal masyarakat luas. Target luaran yang ingin dicapai terbagi menjadi 3 aspek yaitu aspek produksi, aspek manajemen usaha, aspek usaha. Target luaran pada aspek produksi adalah perajin lontar prasi memiliki kemampuan menggambar wayang yang sesuai dengan pakem wayang style Bali. Target luaran pada aspek manajemen usaha adalah perajin memahami manajemen pemasaran dengan baik. Sebagai indikatornya adalah kelompok mitra dapat membuat rancangan pemasaran secara tertulis mulai dari harga bahan, ongkos kerja, harga jual dan penentuan pemasarannya. Target luaran untuk aspek usaha adalah perajin telah memiliki media promosi yang berupa CD Rom Interactive, brosur, Kartu nama dan Website mengenai produk hasil karya perajin. Metode yang digunakan untuk menghasilkan target luaran untuk mencapai tujuan adalah : 1) Mengembangkan kemampuan menggambar wayang yang sesuai dengan pakem wayang style Bali. Dengan ceramah dan pelatihan menggambar wayang kepada kelompok perajin dan mendatangkan tenaga ahli dosen ISI Denpasar yang kompetensinya menggambar wayang diharapkan dapat membuat Lontar *Prasi* yang sesuai dengan pakem wayang style Bali mampu meningkatkan nilai estetika Lontar *Prasi* tersebut. 2) Memberi pemahaman tentang dasar-dasar manajemen pemasaran. Metode yang digunakan adalah ceramah. Hasilnya perajin dapat menuliskan atau merancang manajemen pemasaran produknya berdasarkan 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*; 3) Membuat media promosi berupa CD Rom Interactive, brosur, Kartu nama dan Website tentang produk hasil karya perajin yang dapat disebarakan melalui konsumen, pemerintah daerah dan provinsi, dan wisatawan domestik serta wisatawan mancanegara dengan harapan potensi kerajinan Lontar

Prasidi desa setempat dapat dikenal secara luas oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Kata Kunci :IbM, Prasi, CD rom interactive, brosur, kartu nama, website, promosi, Tenganan Pegringsingan

Excecutive Summary

Community service activities in Tenganan pegringsingan village aim to solve the problems that faced by the lontar craftsmen, both production aspects and business management aspects. Problems from aspects of production such as illustrations are still very monotonous, depicted from an episode of Mahabharata and Ramayana. Problems from the aspects of business management, i.e: crafters lack of understanding of business management and marketing and they do not have the media to promote their artworks. The community service programs offer: 1) Improving crafters ability in drawing accord of Bali wayang style standardization; 2) Improving crafters ability to understand about business management and marketing and having media to promote their artworks to the local and international visitors; 3) Having promotional media such as Interactive CDs, brochures, business cards and website. Interactive CDs will be used to record their artworks and promoted to the visitors. Brochures and business cards will be used to introduce them and their artworks to the visitors, and the website will be online. The hosting and domain name for the website will be rented for 5 years, thus the village and crafters will be known in large. Outcome to be achieved are divided into 3 aspects: production aspect, business management aspect, business aspect. Outcome on production aspect is lontar prasi crafters have the ability in drawing according to Bali wayang style standardization. The crafters understand marketing management as outcome on the aspect of business management. The success indicator of this activities are the crafters can create their marketing plan starting from the price of materials, cost of work, selling price and determination of target market. Outcome on the business aspect is the crafters have the promotional media such as Interactive CDs, brochures, business cards and website about their artworks. The methods are used to be achieved the objectives are: 1) Developing the ability to draw wayang in accordance with wayang Bali style. Educating and training in drawing wayang to the crafters are coming from ISI Denpasar who have a competency to make Lontar Prasi drawing in accordance with wayang Bali style. They are expected to improve the aesthetic value of Lontar Prasi. 2) Giving an understanding of the basic of marketing management. The method is used a lecture. The results are crafters can plan or design marketing management products based on 4P namely Product, Price, Place and Promotion; 3) Creating promotional media such as interactive CDs, brochures, business cards and websites about their artworks that can be disseminated not only domestic and international visitors but also provincial governments in the hope that the potential of Lontar Prasi craft in the Tenganan pegringsingan village can be known broadly.

Keywords :IbM, Prasi, CD rom interactive, brochure, business card, website, promotion, Tenganan Pegringsingan

A. Pendahuluan

Prasi berasal dari kata *amarasi* yang berarti *ngerajah* atau melukis, dengan demikian prasi tersebut adalah *Rerajahan*

atau lukisan dapat juga disebut gambar bercerita diatas daun lontar atau komik lontar. Prasi pada awalnya merupakan suatu media yang disucikan, berkembang

memenuhi kebutuhan estetis dan ekonomis bahkan lebih lanjut kegiatannya berkembang menjadi usaha industri seni. Prasi yang ada di Bali terkenal dibuat di Desa Tenganan Pegringsingan, Karangasem. Prasi yang berkembang di desa Tenganan Pegringsingan merupakan salah satu contoh warisan budaya yang mampu diadaptasi untuk kepentingan pariwisata. Keberadaan prasi di desa Tenganan Pegringsingan umumnya hanya berupa prasi Ramayana dan Mahabrata yang hampir sama dengan prasi di daerah Sidemen yang perkembangannya lebih dahulu. Di Desa Tenganan terdapat tiga banjar yaitu Banjar Kauh, Banjar Tengah dan Banjar Kangin yang anggota banjarnya rata-rata menggeluti kerajinan Prasi ini. Mereka berkumpul dalam kelompok perajin prasi yang diberi nama Kelompok Perajin Prasi Banjar Tengah dan Kelompok Perajin Prasi Banjar Kauh.

Tujuan dari program IbM ini adalah ingin menyelesaikan permasalahan-permasalahan prioritas yang dihadapi oleh perajin Lontar *Prasi* di Desa Tenganan Pegringsingan, baik dari aspek produksi maupun aspek manajemen usaha. Permasalahan dari aspek produksi misalnya ilustrasi yang ada masih sangat monoton, masih sama dari tahun ketahun yaitu hanya berupa kisah pewayangan Mahabarata dan Ramayana. Terkait dengan permasalahan di atas, kami menawarkan program yang bertujuan meningkatkan kemampuan perajin dalam menggambar wayang yang baik dan benar yaitu sesuai dengan *pakem* gambar wayang style Bali. Metodenya adalah ceramah dan pelatihan menggambar wayang kepada perajin dengan mendatangkan tenaga ahli dosen ISI Denpasar yang kompetensinya

menggambar wayang. Dilihat dari aspek manajemen usaha, kelompok perajin ini memiliki permasalahan prioritas lainnya yaitu : perajin kurang memahami manajemen usaha dan pemasaran, perajin tidak memiliki media promosi yang tepat dalam memperkenalkan karya Prasi ke dunia internasional.



Gambar 1. Perajin (Mang Jhony) menjual lontar prasi ke wisatawan mancanegara

Para perajin Lontar Prasi di Desa Tenganan Pegringsingan menjual Lontar Prasi ini dengan berbagai macam harga. Harga ditentukan dari tingkat kesulitan dari pengerjaan Lontar Prasi tersebut. Jenis ilustrasi yang mereka buat masih berkisaran pada map pulau Bali, Dewi Saraswati, gambar wayang dan ada juga yang membuat arsitektur rumah (Bale Agung) Pembeli kebanyakan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Desa Tenganan Pegringsingan untuk dijadikan kenang-kenangan. Harga berkisaran dari Rp.80.000 sampai dengan Rp.2.000.000. Para perajin menentukan harga dengan cara melihat tingkat kesulita yang dibuat dan kualitas Lontar Prasi tersebut. Untuk mengerjakan satu buah gambar dalam lontar yang berjumlah 12 lontar biasanya mereka mengerjakan sampai berbulan-bulan sehingga karya yang dihasilkan pun memiliki kualitas yang sangat bagus dan memiliki nilai seni yang luar biasa. Para

perajin lontar ini memiliki kemampuan dalam membuat ilustrasi yang berbeda-beda. Dalam memilih gambar/ilustrasi, biasanya mereka menentukan dulu bagaimana cerita dari gambar / ilustrasi yang akan dibuat. Hal ini berkaitan dengan cara mereka menjual ke wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Wisatawan biasanya akan bertanya apa arti dari gambar yang ada di lontar tersebut. Jika gambar tersebut dapat dijelaskan dengan baik dan menarik oleh perajin maka wisatawan pasti akan membeli lontar Prasi tersebut. Gambar/ilustrasi pulau Bali biasanya mereka jual dengan harga Rp. 80 ribu sampai Rp.150 ribu tergantung dari goresan *pengrupak* para perajin, sedangkan gambar /ilustrasi Dewi Saraswati, Dewa Krisna dan lain-lain yang memiliki nilai estetika dan tingkat kerumitan yang tinggi biasanya mereka jual berkisaran harga Rp. 1,3 juta sampai Rp.2 Juta per gambar yang terdiri dari 12 lembar daun lontar yang digabungkan menjadi satu bentuk lembaran. Berikut ini salah satu karya perajin prasi yang ada di Desa Tenganan Pegringsingan dengan tema gambar/ilustrasi Dewa Krisna. Gambar ini dikerjakan selama satu bulan lebih oleh Komang Budiarsana.



Gambar 2. Karya Komang Budiarsana dengan tema Dewa Krisna

Dalam mempromosikan kerajinan Prasi yang ada di Desa Tenganan, masyarakat hanya mengandalkan kedatangan wisatawan mancanegara maupun domestik. Pengerajin tidak memiliki media yang tepat untuk melakukan promosi sehingga mereka merasa perlu untuk menciptakan atau membuat media-media yang dapat memperkenalkan hasil kerajinan mereka secara lebih luas dan dapat mendatangkan lebih banyak lagi wisatawan baik mancanegara maupun domestik. Ada beberapa usaha yang telah pengerajin lakukan antara lain dengan cara membuat kartu nama. Namun hal ini tidak dapat membantu secara maksimal karena jangkauannya hanya kepada wisatawan yang datang ke Desa Tenganan. Dengan latar belakang diatas maka dipandang perlu untuk menciptakan media promosi yang terkoordinir dan dapat mempromosikan hasil karya perajin Prasi Desa Tenganan secara lebih luas.

B. Sumber Inspirasi

Desa Tenganan yang merupakan salah satu Desa Bali Mula yang menjadi destinasi pariwisata yang berada di kabupaten Karangasem, namun Desa Tenganan memiliki kendala dalam hal mempromosikan keberadaan desa tersebut. Keunikan tradisi dan budaya yang dimiliki menyebabkan Desa Tenganan Pegringsingan banyak dikunjungi oleh wisatawan. Menurut Prebikel Desa Tenganan Bapak Putu Yudiana, Desa Tenganan sangat memerlukan media promosi khusus sehingga dapat memperkenalkan desa unik ini lebih luas kepada masyarakat yang berada di Indonesia dan dunia pada umumnya.

Selama ini promosi yang dilakukan hanya melalui dinas pariwisata Kabupaten Karangasem. Padahal Desa Tenganan Pegringsingan memiliki berbagai macam daya tarik tersendiri bagi wisatawan dalam maupun luar negeri yang membutuhkan informasi dan media yang dapat diakses secara luas. Dari awal perkembangannya, seni kerajinan lukis lontar Prasi di Desa Tenganan Pegringsingan mengalami pasang surut. Langkanya minat dari pemuda Desa Tenganan Pegringsingan untuk mengembangkan kerajinan lontar Prasi membuat semakin berkurangnya karya-karya Lontar Prasi yang dihasilkan. Dengan kondisi seperti ini ditakutkan akan semakin berkurangnya keberadaan perajin Prasi. Institut Seni Indonesia Denpasar sudah melakukan beberapa kali rekonstruksi Lontar Prasi di Desa Tenganan Pegringsingan. Kegiatan ini dapat membantu mengembangkan dan meningkatkan minat para pemuda Desa Tenganan Pegringsingan untuk belajar membuat Lontar Prasi yang sudah berkembang dari jaman dulu. Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan perajin Lontar Prasi di Desa Tenganan Pegringsingan dewasa ini semakin berkembang, baik dari jumlah perajin maupun kualitas karya Lontar Prasi yang dihasilkan oleh para perajin. Dengan demikian perlu adanya wadah dalam mempromosikan karya-karya perajin sehingga dapat dikenal lebih luas oleh wisatawan baik dari dalam negeri maupun wisatawan dari luar negeri. Hal inilah yang menjadi sumber inspirasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Tenganan Pegringsingan Kabupaten Karangasem.

C. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan IBM ini difokuskan pada prioritas permasalahan mitra yang disetujui bersama untuk dicarikan jalan penyelesaiannya. Permasalahan mendesak yang dihadapi perajin ditentukan dengan berpatokan pada SDM yang ada, pendanaan, kesanggupan mitra dan waktu. Permasalahan-permasalahan yang mendesak untuk diselesaikan melalui program ini antara lain:

Aspek Produksi

Pengembangan desain/ilustrasi. Metode pendekatan yang ditawarkan adalah mengembangkankemampuan menggambar wayang yang sesuai dengan pakem wayang style Bali. Dengan ceramah dan pelatihan menggambar wayang kepada kelompok perajin dan mendatangkan tenaga ahli dosen ISI Denpasar yang kompetensinya menggambar wayang diharapkan dapat membuat Lontar *Prasi* yang sesuai dengan pakem wayang style Bali mampu meningkatkan nilai estetika Lontar *Prasi* tersebut.

Aspek Manajemen

Perajin kurang memahami manajemen pemasaran. Metode pendekatan yang ditawarkan adalah memberi pemahaman tentang dasar-dasar manajemen pemasaran. Metode yang dilakukan adalah ceramah. Hasilnya perajin dapat menuliskan atau merancang manajemen pemasaran produknya berdasarkan 4P yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*.

Aspek Pemasaran

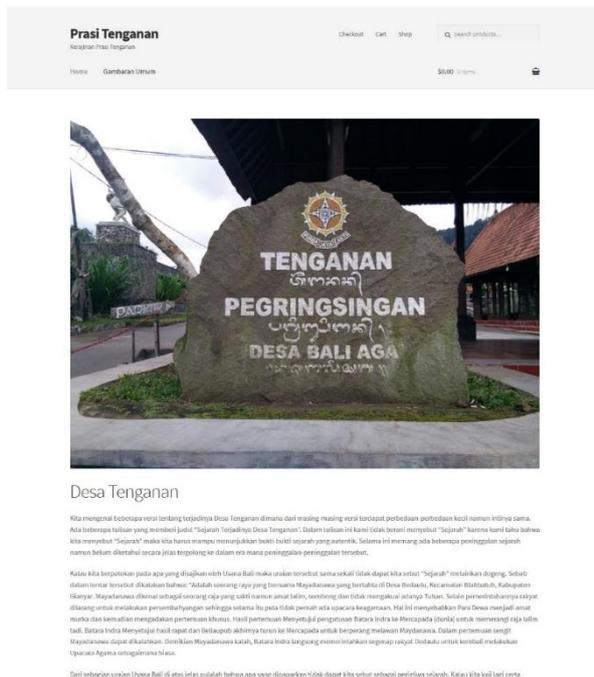
Kurangnya media promosi yang dimiliki oleh Perajin. Metode pendekatan yang ditawarkan adalah membuat media promosi berupa CD Rom Interactive, brosur, Kartu nama dan Website tentang produk hasil karya perajin yang dapat disebarkan melalui konsumen, pemerintah daerah dan provinsi, dan wisatawan domestik serta wisatawan mancanegara dengan harapan potensi kerajinan Lontar *Prasidi* desa setempat dapat dikenal secara luas oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Metode pelaksanaannya adalah pelaksana bersama mitra merancang Website dan katalog produk, setelah disepakati desainnya baru kemudian diupload dan dicetak untuk disebarluaskan.

D. Karya Utama

Permasalahan mendesak yang dihadapi mitra tentunya memerlukan sebuah solusi sebagai bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan. Solusi yang ditawarkan adalah pembuatan desain-desain untuk mempromosikan perajin dan berbagai karya yang dihasilkan oleh para perajin di desa. Karya-karya desain tersebut berupa kartu nama, katalog, CD Rom Interactive, brosur, dan website. Bentuk-bentuk dari karya tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Kartu Nama



Gambar 5. Tampilan depan situs www.kerajinanprasi-tenganan.com



Gambar 6. Tampilan halaman depan CDRom *interactive* perajin Prasi

E. Ulasan Karya

E.1. Kartu Nama

Kartu Nama adalah sebuah kartu yang menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan ataupun individu yang disampaikan hanya sebagai pengingat dalam sebuah perkenalan formal. Pada umumnya kartu nama berisi tentang nama perusahaan (termasuk logo perusahaan) dan alamat pos, nomor telepon, nomor fax dan email, situs web. Secara tradisional

banyak kartu nama yang menggunakan teks berwarna hitam dengan latar belakang putih, namun kartu nama model sekarang banyak yang menggunakan dan menerapkan aspek desain visual yang mencolok. Kartu nama adalah sebuah keharusan bagi seorang profesional.

Didalam dunia bisnis atau dunia kerja, Kartu nama merupakan sarana paling tepat, efektif dan efisien untuk merangkai dan memuat berbagai informasi tentang bisnis atau usaha di dalam satu lembar kertas kecil dengan ketebalan berkisar antara 190 gr – 260 gr dan di Indonesia standard ukuran Kartunama yakni 54mm x 89mm.

Menggunakan Kartunama untuk memperkenalkan diri kepada konsumen/relasi baru merupakan salah satu cara yang terbaik untuk memperluas jaringan komunikasi pemasaran, seperti diungkapkan oleh International Director, John Robert Powers Indonesia yakni Indayati Oetomo, bahwa : “Kartu Nama merupakan strategi marketing kita kepada semua orang. Oleh karena itu seorang yang profesional harus memiliki Kartu Nama.”

Kartunama merupakan alat/media promosi yang paling cepat sampai ke tangan konsumen. Dengan kartu nama dapat memperkenalkan usaha kita. Dalam kartu nama terdapat identitas dari masing-masing perajin Lontar Prasi antara lain nama perajin, no Hp, profesi, alamat tempat tinggal, dan email serta website perajin yang telah dirancang bersama. Berikut bentuk kartu nama yang telah dirancang dalam pengabdian kepada masyarakat ini.

E.2. Brosur

Brosur ialah sebuah alat untuk mempromosikan barang, jasa dan sebagainya, yang mana terbuat dari sebuah kertas yang di dalamnya memiliki sejumlah informasi serta penawaran tentang jasa ataupun produk tersebut. Adapula pengertian yang lain mengenai brosur yakni ialah sebuah alat publikasi yang resmi dari sebuah perusahaan yang mempunyai bentuk cetakan, yang memiliki berbagai informasi tentang sebuah produk, layanan, program dan yang lainnya, dan ditujukan pada pasar sasaran dan juga sasaran tertentu yang lainnya.

Dimana cara penyampaiannya sendiri dengan dibagikan secara gratis kepada pelanggan ataupun masyarakat yang bertujuan untuk memperkenalkan dengan lebih jelas dan juga secara rinci tentang produk, layanan, program dan yang lainnya supaya dapat membantu dari upaya pemasaran atau juga hubungan masyarakat, dan ada beberapa fungsi yang akan dijelaskan di bawah ini.

Fungsi dari brosur itu sendiri yang akan dijelaskan berikut ini.

1. Sebagai media yang memberikan sebuah informasi kepada para konsumen yang berkaitan dengan perusahaan. Dimana informasi itu sendiri berkaitan dengan presentasi dari perusahaan, produk baru dari perusahaan atau juga layanan yang lain yang diberikan perusahaan tersebut yang ingin ditawarkan.
2. Sebagai alat iklan atau juga promosi, yang dapat menarik ataupun memungkinkan untuk dapat mempromosikan satu ataupun lebih dari produk dan juga jasa.

3. Desain dari sebuah brosur yang baik yang memungkinkan untuk dapat mempertahankan sebuah kriteria dari seluruh brosur dari perusahaan tersebut. Kriteria yang terkadang sering disebut dengan konsep yang kemudian disatukan ke dalam seluruh jenis brosur, yang akan menjadikan perusahaan tersebut teridentifikasi dengan mudah.

Ciri-ciri dari brosur adalah sebagai berikut :

- Pernyataan dari pesan yang selalu tunggal.
- Yang bertujuan untuk dapat menginformasikan, mengedukasi, dan juga membujuk ataupun mempengaruhi pelanggan agar dapat membeli dari pesan yang telah disampaikan.
- Brosur diterbitkan sekali, meski begitu dapat untuk dicetak ulang berkali-kali baik diperbarui ataupun tidak.
- Brosur sendiri harus dapat menarik perhatian dari pelanggan ataupun publik.
- Memiliki sistem distribusi sendiri dan bukan merupakan dari bagian media yang lainnya.
- Copy-an yang harus jelas dan juga desain harus menarik.

Brosur yang dirancang untuk para perajin prasi yang ada di desa tenganan berisi informasi tentang desa tenganan sendiri, penjelasan tentang kerajinan prasi yang ada di desa tenganan pengringsingan. Informasi tersebut dirasa penting untuk diberikan kepada para wisatawan agar desa tenganan termasuk kerajinan prasi yang ada di desa tersebut lebih dikenal. Selain

itu, pada bagian belakang dari brosur terdapat ilustrasi karya-karya yang dihasilkan oleh para perajin prasi. Hal ini digunakan untuk memperkenalkan tentang kerajinan prasi yang ada di desa tenganan dan juga memperkenalkan tentang seni prasi yang merupakan seni tradisi masyarakat desa tenganan.

E.3. Website

Website merupakan sebuah media penyampaian pesan lewat jaringan internet secara online. Media ini dapat mempromosikan

perusahaan/personal/pribadiguna meningkatkan potensi jumlah pelanggan/pembeli ke seluruh penjuru dunia. Ada beberapa jenis web antara lain :

1. Statis website

Merupakan website yang tampilannya dari hari kehari tidak ada perubahan baik content maupun *layout* nya. Biasanya web statis ini sering kita jumpai pada perusahaan yang memang tidak perlu mengganti produknya dengan jangka waktu yang singkat

2. Dinamis Website

Website yang mampu mengganti, mengubah, menambah dan menghapus *content* secara cepat sehingga pengunjung mendapat tampilan yang baru dan dinamis. Biasanya kita jumpai pada perusahaan yang mempunyai tingkat penggantian product yang singkat dan cepat (*database, online catalog*)

Informasi yang dapat diperoleh dari situs adalah tentang gambaran umum kondisi desa tenganan saat ini. Gambaran umum tentang kondisi desa tenganan terdiri dari potensi alam, potensi kelembagaan, dan potensi sarana dan prasarana. Potensi alam terdiri dari letak

desa, luas wilayah, orbitasi waktu tempuh, dan topografi/bentang alam, potensi penduduk, dan jumlah dan kepadatan penduduk. Potensi kelembagaan terdiri dari Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa (LKMD), Lembaga Musyawarah Desa (LMD), Kader Pembangunan Desa (KPD), Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Lembaga kepemudaan, Lembaga Kegotongroyongan, Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu), Lembaga Kemasyarakatan Lainnya. Potensi Sarana dan Prasarana terdiri dari Prasarana Pertanian dan Irigasi, Prasarana Pendidikan, Prasarana Olah Raga, Prasarana Ibadah, Prasarana Perhubungan dan Komunikasi, dan Prasarana Listrik. Seluruh penjelasan tentang hal tersebut diatas dapat dilihat pada halaman "Gambaran Umum" pada situs.

E.4. CD Rom Interactive

CD Rom yang dibuat untuk para perajin lontar Prasi di Desa Tenganan Pegringsingan menggunakan program adobe flash dalam menyampaikan isi dan karya yang ingin ditunjukkan ke konsumen. Adobe flash digunakan untuk mempresentasikan materi/isi CD rom berupa karya-karya perajin Prasi, dan didukung dengan teks untuk menjelaskan materi agar lebih komunikatif dan lebih representatif. Penggunaan program presentasi berupa adobe flash jauh lebih bagus dalam menyampaikan materi karena didukung oleh sound, animasi, teks, ilustrasi yang memadai untuk sebuah CD Rom interaktif. Berikut contoh dari tampilan adobe flash yang digunakan dalam mempromosikan kerajinan Prasi yang ada di Desa Tenganan Pegringsingan kabupaten Karangasem.

Dalam tampilan Adobe Flash ada beberapa kelebihanannya antara lain kita bisa masuk ke halaman manapun yang kita kehendaki karena adanya tombol navigasi yang ada di setiap halaman CD rom interaktif. Simbol atau *Symbols* adalah keunggulan utama dalam Flash. Simbol merupakan gambar atau obyek apapun yang kita definisikan sebagai simbol untuk dapat kita pergunakan dan modifikasi berulang kali tanpa harus menambah ukuran file dan menduplikasi simbol tersebut untuk kegunaan lain. Dengan simbol yang terorganisir dengan baik, CD Rom yang dibuat untuk mempromosikan karya perajin Prasi di Desa Tenganan Pegringsingan dapat disusun dengan baik.

F. Kesimpulan

Kegiatan IBM kerajinan lontar prasi tenganan bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan prioritas yang dihadapi oleh para perajin lontar *prasi* yang ada di desa tenganan pegringsingan, baik dari aspek produksi maupun aspek manajemen usaha. Permasalahan dari aspek produksi misalnya ilustrasi yang ada masih sangat monoton, masih sama dari tahun ketahun yaitu hanya berupa kisah pewayangan Mahabarata dan Ramayana. Permasalahan dari aspek manajemen usaha, kelompok perajin ini memiliki permasalahan prioritas lainnya yaitu: perajin kurang memahami manajemen usaha dan pemasaran, perajin tidak memiliki media promosi yang tepat dalam memperkenalkan karya Prasi ke dunia internasional. Penawaran program kegiatan terhadap permasalahan tersebut adalah 1) Meningkatkan kemampuan perajin dalam menggambar wayang yang baik dan benar yaitu sesuai dengan *pakem*

gambar wayang style Bali; 2) Perajin mampu memahami tentang manajemen usaha dan pemasaran, perajin memiliki media promosi yang tepat dalam memperkenalkan karya Lontar *Prasi* ke dunia internasional; 3) Perajin memiliki media promosi berupa CD Rom Interactive, brosur, Kartu nama dan Website mengenai produk hasil karya perajin. Metode yang digunakan untuk menghasilkan target luaran untuk mencapai tujuan adalah : 1) Mengembangkan kemampuan menggambar wayang yang sesuai dengan pakem wayang style Bali. Dengan ceramah dan pelatihan menggambar wayang kepada kelompok perajin dan mendatangkan tenaga ahli dosen ISI Denpasar yang kompetensinya menggambar wayang diharapkan dapat membuat Lontar *Prasi* yang sesuai dengan pakem wayang style Bali mampu meningkatkan nilai estetika Lontar *Prasi* tersebut. 2) Memberi pemahaman tentang dasar-dasar manajemen pemasaran. Metode yang digunakan adalah ceramah.

G. Dampak dan Manfaat Kegiatan

Hasilnya perajin dapat menuliskan atau merancang manajemen pemasaran produknya berdasarkan 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*. Pembuatan media promosi berupa CD Rom Interactive, brosur, Kartu nama dan Website tentang produk hasil karya perajin yang dapat disebarluaskan melalui konsumen, pemerintah daerah dan provinsi, dan wisatawan domestik serta wisatawan mancanegara dengan harapan potensi kerajinan Lontar *Prasi* di desa setempat dapat dikenal secara luas oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandem, I made, 1996, *Heroisme dalam Sastra Babad di Bali sebagaimana yang tampak pada pertunjukan topeng*, "Mudra", tahun IV : 7.
- Buku *profile Pembangunan Desa Tenganan* terbitan tahun 2000
- Kleden, Leo, DR., 1997. "Sekedar pengantar *Hermeneutik: Teks Dan Transformasi Kreatif*" (Makalah). Jakarta: Panitia Seminar Hermeneutik LIPI.
- Raharja, 1999. "Makna Ruang Arsitektur *Pertamanan Peninggalan Kerajaan-Kerajaan di Bali Sebuah Pendekatan Hermeneutik*" (Thesis). Bandung: Pascasarjana Magister Desain ITB.
- Ricoeur, Paul, 1974. *The Conflicict of Interpretations*. Evanston: Nortwestern University Press.
- Sumaryono, 1993. *Hermeneutik: sebuah Metode Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius, h. 24.
- Suyanto, Asep Herman.2007. *Step by Step Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi.
- Trinawindu, Kumala, Eldiana, 2016. *Inovasi Dalam Mengembangkan Proses Pembelajaran Menggunakan Multimedia Interaktif Di ISI Denpasar*, Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar
- Wuisman, J.J.J.M., 1996. *Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*, Penyunting M Hisyam. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.