

Program *Community Engagement* Pengembangan Produk *Ecoprint* sebagai Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) “Nostra Gallery” di Yogyakarta

Rifqi Athallah Octaviano^{1*}, Deddi Duto Hartanto²

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif,
Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

*Penulis korespondensi; *E-mail*: rifqioctaviano@gmail.com

Abstrak

Seiring berjalannya waktu, ancaman kerusakan lingkungan semakin parah. Mulai dari sampah dan limbah yang tersebar ke seluruh dunia, deforestasi, kebakaran hutan, polusi udara, dan sebagainya. Permasalahan tersebut dipengaruhi oleh gaya hidup yang semakin membahayakan, konsumtif, dan tidak ramah lingkungan, termasuk di dalamnya pengaruh dari dunia *fashion*. Di Indonesia sendiri terdapat tren teknik pewarnaan tekstil bernama *ecoprint* yang dapat menjadi salah satu solusi di dunia *fashion* karena prosesnya yang ramah lingkungan, tanpa membuang limbah berbahaya, dan menumbuhkan semangat menjaga lingkungan. Namun permasalahannya masih banyak produk *fashion* dari *ecoprint* yang belum banyak diminati. Salah satunya adalah UMKM Nostra Gallery di Yogyakarta sebagai produsen *ecoprint* yang luaran produk dan upaya pemasaran mereka masih terbatas. Padahal, produk *ecoprint* memiliki banyak potensi untuk terus berkembang ke depannya di dunia *fashion* karena unik dan ramah lingkungan. Program ini dilakukan untuk membantu memberdayakan UMKM Nostra Gallery melalui pengembangan luaran produk *ecoprint* agar lebih kekinian, *fashionable*, tetap berkualitas, dan fungsional, yang diikuti dengan pengembangan visual agar lebih “naik kelas” dengan berkolaborasi bersama pihak yang terkait. Dengan melakukan kegiatan ini, UMKM Nostra Gallery dapat mengembangkan produk *ecoprint*-nya serta memiliki tampilan visual yang lebih menarik agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata kunci: *Ecoprint*, ramah lingkungan, *fashion*, kolaborasi.

Abstract

Title: *Community Engagement Program of Ecoprint Product Development as an Empowerment of a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME), “Nostra Gallery”, in Yogyakarta*

As time goes by, the threat of environmental damage is getting worse, starting from garbage and waste scattered throughout the world, deforestation, forest fires, air pollution, and so on. These problems are affected by the increasingly harmful and not eco-friendly lifestyles, including the effect of the fashion world. In Indonesia, there is a trend of textile coloring technique called ecoprint, which could be a solution in the fashion world because of environmentally friendly process, does not dispose of hazardous waste, and encourages people to protect the environment. The problem is the low demand for many ecoprint fashion products. One of them is UMKM Nostra Gallery as an eco-printer whose product output and marketing efforts are still limited. In reality, ecoprint has a great potential to continue growing in the future because they are unique and environmentally friendly fashion. This program is carried out to help empower UMKM Nostra Gallery through the development of ecoprint product outputs to be more updated, fashionable, quality-controlled, and functional, followed by visual development to “level them up” by collaborating with related parties. By doing this activity, UMKM Nostra Gallery can develop its ecoprint products and have an attractive visual appearance to reach a wider market.

Keywords: *Ecoprint, environmentally friendly, fashion, collaboration.*

Pendahuluan

Di tengah situasi pandemi yang masih belum memulihkan dunia ini, isu kerusakan lingkungan sebagai salah satu penyebab parahnya pandemi terus menerus digaungkan. Kerusakan lingkungan sudah menjadi hal yang diperhatikan oleh banyak pemerintah negara-negara di seluruh dunia sebagai upaya untuk mengembalikan keseimbangan lingkungan. Keadaan alam yang semakin berkurang kelestariannya dan semakin rusak perlahan membuat kehidupan kita juga akan terancam, salah satunya dengan banyaknya bencana alam yang terjadi.

Seperti yang dilansir oleh Greenpeace (Greenpeace Indonesia, 2020) bahwa ada beberapa kerusakan lingkungan yang mengancam ekosistem alam seluruh dunia bila tidak segera ditindaklanjuti. Penjelasan tersebut tercantum dalam data sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis Greenpeace, 3.403.000 hektar (ha) lahan terbakar antara tahun 2015 sampai dengan 2018 di Indonesia.
2. 60% dari sampah plastik yang ada di dunia merupakan plastik sekali pakai yang akan langsung dibuang ketika selesai dipakai. Sampah plastik yang langsung dibuang tersebut akan hanyut daerah perairan seperti sungai, danau, dan laut yang tersebar di seluruh dunia.

Tingginya penggunaan sampah dan terbuangnya berbagai jenis limbah ke alam membuat kerusakan lingkungan dunia semakin parah. Hal tersebut dikarenakan perubahan gaya hidup yang cepat berganti dengan skala yang masif. Semakin cepatnya gerakan dan perubahan gaya hidup manusia memaksa orang-orang untuk terus mengonsumsi dan menggunakan barang-barang yang baru.

Dikarenakan perkembangan zaman yang semakin pesat, hal ini menyadarkan kita bahwa bumi ini sejatinya semakin menua dan terus mengalami perubahan sepanjang waktu. Dikarenakan *behaviour*, *trend*, dan pola penggunaan sumber daya yang semakin ditambah dengan struktur sosial yang cepat bergerak dan berubah, serta pesatnya perubahan teknologi yang akan berdampak pada interaksi antara manusia dengan lingkungan dalam kritik dan cara-cara yang tidak berkelanjutan (Stephens, Jennie C. et al., 2008). Masih tingginya kerusakan lingkungan di dunia membuat sebagian besar masyarakat dunia mulai sadar

dan pelan-pelan mengubah kebiasaan hidup mereka.

Perubahan Gaya Hidup

Seperti yang ditulis oleh *tirto.id* (Dewi, 2019), terdapat sebuah tren baru di tahun 2019, yaitu gaya hidup ramah lingkungan atau disebut juga dengan *sustainable living lifestyle* yang menjadi langkah tepat akibat semakin banyak dampak negatif dari kerusakan lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat dunia.

Tren baru *sustainable living* ini membuat banyak orang mulai gencar untuk melakukan hal-hal kecil sebagai langkah pencegahan kerusakan lingkungan (Andriani, 2020). Gaya hidup yang sebelumnya berorientasi dalam mengonsumsi sesuatu menjadi serba cepat baru, perlahan kini mulai berubah. Kebutuhan sekunder yang masih diminati menciptakan sebuah pola baru dalam gaya hidup. Berubahnya pola gaya hidup yang ramah lingkungan membentuk suatu kebiasaan baru sebagai bentuk adaptasi, salah satunya adalah kebutuhan sekunder untuk bergaya.

Sebuah cara baru dalam bergaya ini tentunya tidak dapat lepas dari orientasi dalam berpakaian atau *fashion*. Banyak sekali gerakan-gerakan baru dalam dunia *fashion* yang sebelumnya banyak dikritik sebagai salah satu penyumbang limbah yang mempengaruhi kerusakan lingkungan mulai beralih berupaya melestarikan lingkungan. Mulai dari menggunakan pakaian bekas layak pakai, *upcycling fashion*, hingga muncul sebuah terobosan baru dalam dunia *fashion* yaitu membuat pakaian yang diolah dengan metode *ecoprinting*.

Ecoprint sebagai Salah Satu Solusi

Seperti yang dikutip dalam *kanaljogja.id* (Muryani, 2020), *Ecoprint*, merupakan sebuah terobosan dalam dunia *fashion* yang berbeda karena benar-benar melibatkan unsur alam dalam proses pembuatannya, yaitu tumbuhan. Prosesnya yang sederhana menjadikan *ecoprint* sebagai sebuah kesempatan baru di dunia *fashion* dan *movement* gaya hidup yang lebih memperhatikan lingkungan (Lina, 2020). Cara pembuatannya yang bisa terbilang tidak membutuhkan banyak peralatan yang mahal dan kesederhanaan produksinya membuat banyak bermunculan *ecoprinter* dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bergerak

di bidang *ecoprint*. Namun, dikarenakan belum banyak inovasi dan variasi dalam luaran produk *ecoprint* ini membuat banyak UMKM yang produknya hanya berbeda dari segi motif dan warna saja sehingga jangkauan pemasaran mereka tidak bisa luas dan cenderung *segmented* karena hanya orang tertentu saja yang tertarik.

Tentang UMKM “Nostra Gallery”

Salah satunya sebuah UMKM bernama “Nostra Gallery” yang berdomisili di Yogyakarta. Dari segi pertumbuhan bisnis UMKM Nostra Gallery, Ibu Elis, pemilik dari UMKM ini bercerita bahwa selama ini *opportunity* bisnis *ecoprint*-nya masih mengandalkan *partner* kerjanya di kantor kedinasan atau koneksi teman-temannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa UMKM Nostra Gallery masih belum bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Selama ini Nostra Gallery baru mendapat *order* seperti seragam keluarga, seragam kantor, maupun baju resmi.

Padahal secara *market* dan tren, fashion terus berkembang dan *movement* dunia fashion banyak bergerak ke arah ramah lingkungan. Oleh karena itu, bukan tidak mungkin produk *ecoprint* dari UMKM Nostra Gallery ini sangat besar kesempatannya untuk bisa “berbicara” lebih banyak dari yang sekarang. Kemudian kesempatan untuk lebih memperluas pemasaran terbuka dengan bangkitnya produk-produk lokal yang mulai lebih diapresiasi.

Belum adanya perkembangan secara menyeluruh dalam berbagai *output* produk *ecoprint* membuat kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas menjadi terhambat. Kurangnya pemahaman di tengah terbukanya kesempatan menjadi kelemahan dalam produk *ecoprint*, terutama UMKM Nostra Gallery ini. Agar produk *ecoprint* dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan tetap berkembang dalam *product value*, tren fashion, dan tetap mengedepankan *value* ramah lingkungan, maka diperlukan pengembangan produk secara menyeluruh.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan Program *Community Engagement* ini terbagi menjadi beberapa poin tahapan utama, yang antara lain adalah:

1. Riset dan Analisis Situasi :
 - a. Riset dan Analisis Situasi UMKM Nostra Gallery

- b. Riset dan Analisis Produk *Ecoprint*
- c. Tren Gaya Hidup
2. Pemberdayaan Pertama :
 - a. Diskusi tentang Pemecahan Masalah dan Gambaran Luaran dengan UMKM Nostra Gallery
 - b. Pembekalan Materi dengan UMKM Nostra Gallery
 - c. Diskusi Penentuan Tujuan Luaran Inovasi Produk
 - d. Diskusi Penentuan Luaran Dokumentasi
3. Kolaborasi Awal :
 - a. Penentuan Program Kolaborasi
 - b. Menentukan Pihak Kolaborasi Fashion
 - c. Berdiskusi dengan Pihak Kolaborasi Fashion
 - d. Menentukan Pihak Kolaborasi Video
 - e. Berdiskusi dengan Pihak Kolaborasi Video
 - f. Perencanaan Luaran Video Dokumentasi dan Luaran Buku sebagai Luaran Wajib *Community Engagement*.
4. Dokumentasi :
 - a. Perencanaan Kegiatan Pengambilan Gambar (di Yogyakarta)
 - b. *Briefing* dan Diskusi Perencanaan Kegiatan Pengambilan Gambar dengan Pihak UMKM Nostra Gallery
 - c. *Briefing* Kegiatan Pengambilan Gambar dengan Pihak *Fashion* dan Video
 - d. Pelaksanaan Pengambilan Gambar Dokumentasi (di Yogyakarta)
5. Pemberdayaan Kedua dan Lanjutan Kolaborasi:
 - a. Proses Mendesain Fashion dari olahan *Ecoprint*
 - b. Proses Produksi *Ecoprint* dan Peninjauannya
 - c. Proses Penjahitan
 - d. Proses Konsep *Branding* UMKM Nostra Gallery
 - e. Proses Eksekusi Desain *Branding* UMKM Nostra Gallery
 - f. Evaluasi Menyeluruh

Hasil dan Pembahasan

Lingkungan dan Gaya Hidup

Seperti yang ditulis dalam skripsinya (Apriliani, 2017) bahwa lingkungan hidup merupakan sebuah wujud ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang sudah ada di dunia beberapa tahun lamanya sebelum terciptanya manusia. Dari pernyataan tersebut, dijelaskan juga bahwa hubungan manusia dengan lingkungan merupakan sebuah hubungan yang saling berkaitan dan keduanya juga saling bergantung. Dari hal tersebut dapat kita bayangkan apabila manusia hidup tanpa

adanya lingkungan dan segala unsur yang mendukungnya.

Selain itu, dalam suatu lingkungan yang alami terdapat berbagai jenis tumbuhan yang berguna sebagai penyerap air hujan, memberikan makanan, dan menjadi sumber utama oksigen. Semua unsur lingkungan ini pun akan kembali ke lingkungan pula manfaat-manfaatnya, sehingga dari tumbuhan, hewan, serangga, partikel dan zat kimia alamiah yang menghidupi lingkungan merupakan hal yang berguna untuk kehidupan.

Gaya hidup merupakan sebuah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan ke dalam aktivitas, minat dan opininya sehari-hari. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup atau *lifestyle*, pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya untuk digunakan pada berbagai hal.

Ada sebagian orang yang senang mencari hiburan bersama teman-teman atau keluarganya, ada juga yang lebih senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarganya, dan berbagai aktivitas lainnya. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang yang membuat mereka akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi dalam keseharian mereka. Memahami suatu kepribadian seseorang tidaklah lengkap jika tidak memahami konsep orang tersebut dalam bergaya hidup.

Gaya Hidup Ramah Lingkungan

Seperti yang dilansir dalam Ulyadays.com (Ulyadays : Gaya hidup ramah lingkungan, n.d), bahwa banyak orang yang masih bingung bagaimana mereka harus memulai untuk ikut menghambat kerusakan lingkungan dan pemanasan global. Kabar baiknya, banyak orang yang kini sudah mulai mengerti bahwa bencana alam yang sering terjadi akhir-akhir ini erat kaitannya dengan peristiwa perubahan iklim yang melanda hampir seluruh bagian di Bumi.

Selain itu, seperti yang dilansir dalam website *ketik.unpad.ac.id* (Abaulu & Leonardo, 2020) bahwa menurut Kepala Departemen Lingkungan Hidup Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Padjadjaran (Unpad) Thoriq Alfi Muhibban, *green lifestyle* merupakan pola hidup yang

selalu memperhatikan dampak lingkungan, dari setiap perilaku dan keputusan yang diambil.

Kemudian, beliau juga menjelaskan bahwa dalam menerapkan pola gaya hidup ramah lingkungan seperti pengurangan sampah plastik pada kehidupan sehari-hari, dapat dimulai dengan ikut serta menerapkan konsep 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) agar nantinya menjadi salah satu perilaku yang umum dilakukan oleh masyarakat. Selain pola perilaku di atas, menggunakan kendaraan ramah lingkungan juga menjadi perilaku utama *green lifestyle*, sehingga dapat meminimalisir penggunaan energi yang berlebih dan menjadi lebih efisien namun tetap sederhana.

Contoh lain, adalah dengan tidak menyalakan AC (*Air Conditioner*) tanpa penggunaan yang penting. Gambaran keseluruhan tentang *green lifestyle* dapat meliputi aktivitas tanpa limbah, bangunan, dan kendaraan ramah lingkungan, menggunakan bahan daur ulang, serta dengan mengurangi penggunaan bahan bakar.

Pengertian Fashion

Secara etimologi, *fashion* berasal dari Bahasa Latin "*factio*", yang berarti "melakukan". Seiring berjalan dan berkembangnya zaman, kata yang berasal dari Bahasa Latin tersebut bila diserap ke Bahasa Inggris berubah menjadi "*fashion*" yang pada akhirnya secara sederhana diartikan sebagai sebuah gaya pakaian yang populer dalam suatu budaya (Lukman, 2013).

Selain itu, *fashion* adalah suatu hal penting yang dapat dikatakan sebagai penanda atas pengalaman hidup sosial dari seseorang (Sudarto, 2020).

Maka sebab itu, *fashion* mempunyai beberapa fungsi. Fungsi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai sarana komunikasi, *fashion* atau fashion dalam Bahasa Indonesia dapat menyampaikan pesan tersirat yang bersifat non-verbal. Sehingga *fashion* juga dapat merefleksikan atau mengekspresikan keadaan hati seseorang ketika menggunakannya.
- b. Fashion juga dikatakan sebagai bentuk perkembangan dari fenomena budaya yang terjadi seiring berjalannya waktu. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan fashion sejak awal peradaban manusia

hingga sekarang yang terus berubah menyesuaikan zaman dan tren yang ada.

- c. Fashion dapat mengungkap mengenai identitas pemakainya. Seringkali bahkan tampilan fashion digunakan untuk menunjukkan ciri nilai sosial dan status dari seseorang secara tersirat, sehingga seseorang yang melihatnya akan dapat menyimpulkan orang yang dilihatnya ini berasal dari mana, latar belakangnya, gaya hidupnya, kelas sosialnya, dan berbagai asumsi lainnya yang timbul karena gaya fashion.

Pengertian *Ecoprint*

Ecoprint merupakan salah satu teknik pewarnaan tekstil kontemporer yang ditemukan pada abad 20. Teknik pewarnaan tersebut menggunakan bahan alami yang tidak menghasilkan limbah berbahaya bagi lingkungan. Warna yang dihasilkan dari teknik pewarnaan *ecoprint* adalah berbentuk motif yang menyerupai bentuk bahan pewarna yang digunakan. Bahan yang digunakan biasanya berupa bagian tumbuh-tumbuhan seperti daun, bunga, batang, maupun akar yang memiliki kriteria tertentu. Motif yang dihasilkan dari daun tersebut akan mendetail hingga terlihat tulang daun dan pori-porinya. Untuk menghasilkan warna *ecoprint* yang baik harus mempertimbangkan teknik pewarnaan *ecoprint*, jenis bahan tekstil yang digunakan, jenis zat fiksasi, massa zat fiksasi hingga lama proses pewarnaan.

Teknik *ecoprint* dapat diaplikasikan pada bahan berserat alami seperti kain kanvas, katun, sutra dan linen. Akan tetapi tidak semua kain serat alami menghasilkan hasil yang sama. Sementara material-material yang lain seperti katun, linen, kanvas seringkali tidak bisa memunculkan hasil motif dan warna dengan optimal (Nurfitri, 2019).

Pengertian Branding

Seperti yang ditulis oleh Supriatna & Suratman (2019) bahwa menurut Wirania Swasty, *branding* adalah sebuah tindakan untuk memproses pemilihan unsur, nilai hingga janji apa yang dimiliki dan dikomunikasikan oleh suatu entitas (produk, jasa, perusahaan, dll). *Branding* juga dapat berarti sebuah upaya membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan.

Selain itu, untuk menciptakan citra merek yang positif diperlukan pengembangan kesadaran merek yang harus dibangun, agar pemasar dapat lebih menekankan pada bagaimana membentuk citra merek. Menciptakan citra merek yang positif di mata pelanggan dapat melalui program pemasaran yang menghubungkan asosiasi yang kuat, menguntungkan dan unik untuk menanamkan merek dalam memori seseorang. Asosiasi merek dapat berupa atribut atau manfaat merek. Manfaat dari suatu merek adalah bagaimana sebuah pemaknaan nilai personal dapat menempel pada atribut produk atau jasa. Hal ini berarti bahwa pelanggan dapat membentuk asosiasi merek dalam berbagai cara selain kegiatan pemasaran. Beberapa diantaranya dari pengalaman langsung; berselancar *online*; melalui informasi dari sumber komersial maupun *consumer reports* serta kekuatan *word of mouth*.

Identifikasi dan Analisis Data

Dengan masih tingginya tingkat kerusakan lingkungan di sekitar, butuh langkah tepat untuk dapat menyelamatkan lingkungan. *Behaviour* atau kebiasaan yang sebelumnya serba cepat dan baru kini harus pelan-pelan berganti menjadi lebih aman bagi lingkungan. *Ecoprint* menjadi sebuah angin segar dan celah kesempatan besar bagi dunia fashion untuk memenuhi tuntutan gaya hidup yang pelan-pelan beralih menjadi *eco lifestyle* agar tetap menjalankan gaya hidup yang ramah lingkungan tanpa harus meninggalkan ciri khas gaya hidup untuk tampil bergaya khususnya dengan *fashion*.

Pakaian *ecoprint* memang belum banyak digemari dan belum banyak variasi yang diaplikasikan ke dalam pasar, namun kesempatan dan peluang yang begitu besar di tengah meningkatnya kerusakan lingkungan menjadikan *ecoprint* sebagai salah satu jalan untuk bergaya hidup ramah lingkungan dari segi berpakaian. Perkembangan teknologi yang pesat dapat dimanfaatkan untuk terus menyebarkan pesan bergaya hidup *eco*, agar mencapai kelestarian lingkungan dan keseimbangan alam. Selain itu, dengan adanya pandemi Covid-19 ini yang membuat bergesernya kebiasaan berbelanja, serta pesatnya gerakan untuk mencintai produk buatan negeri yang selaras dengan tingginya pertumbuhan *local brand* di Indonesia maka

kesempatan ini tentunya tidak ingin disia-siakan.

Sehingga, langkah yang dianggap paling efektif dari penyelesaian masalah di atas adalah dengan memberikan edukasi tentang pentingnya kolaborasi dan pergerakan *fashion* modern yang kemudian dilanjutkan dengan pengembangan produk *ecoprint* yang lebih menarik, modern, kekinian, fungsional, dan memiliki nilai jual tinggi. Pengembangan produk *ecoprint* menjadi fokus utama dikarenakan luaran produk dari olahan *ecoprint* masih belum terlalu banyak diminati dan belum dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga diharapkan dari pengembangan produk ini dapat memperluas dan menjangkau sasaran pasar UMKM Nostra Gallery ini.



Gambar 1. Penjelasan alur sistem pemberdayaan dalam program ini

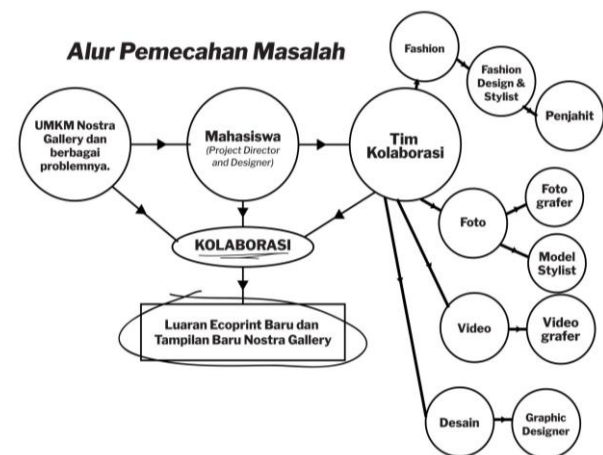
Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan masalah yang dialami oleh UMKM Nostra Gallery di Yogyakarta, maka dalam program *Community Engagement* ini akan membahas pentingnya pengembangan produk *ecoprint* sebagai penunjang kreativitas serta estetika yang diimbangi pemahaman selera pasar karena nantinya akan berdampak dalam keberlangsungan ekonomi mereka.

Dengan menekankan semangat kolaborasi dan berkembang pesatnya *local brand* dikala

pandemi, program ini diharapkan dapat menumbuhkan *awareness* masyarakat terhadap pentingnya bergaya hidup ramah lingkungan namun tetap tidak meninggalkan nilai-nilai gaya hidup untuk berpakaian dan bergaya dengan menggunakan *ecoprint*.

Sistem kolaborasi yang digunakan dalam kegiatan ini merupakan sistem dimana setiap pihak saling berkaitan dan berhubungan satu sama lain dengan arah tujuan yang sama antara Mahasiswa, UMKM Nostra Gallery, dan pihak-pihak yang dilibatkan dalam *project* ini untuk berkolaborasi yaitu *fashion designer*, *fashion stylist*, penjahit, *videographer*, *photographer*, *photo stylist*, dan *graphic designer*. Kejelasannya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Bagan penjelasan alur pemecahan masalah dalam program ini

Sumber: Diolah oleh penulis

Pelaksanaan Kegiatan dan Kolaborasi

Pelaksanaan keseluruhan kegiatan dimulai sejak semester pertama Program *Community Engagement* ini, tepatnya di bulan September 2020 hingga bulan Juli 2021. Dalam proses pelaksanaannya, kegiatan ini melibatkan banyak pihak untuk kerjasama yaitu dengan UMKM Nostra Gallery serta pihak-pihak yang ikut serta untuk berkolaborasi. Proses pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa fase, antara lain:

- Fase Riset dan Pendekatan Personal**
Dalam fase ini, mahasiswa melakukan riset secara kualitatif sebagai bentuk pendekatan awal dengan pihak UMKM Nostra Gallery secara personal yang prosesnya terus berlanjut melalui daring maupun luring.
- Fase Pendalaman dan Pemahaman**
Fase ini merupakan fase pendalaman dan pemahaman produk hasil dari UMKM

Nostra Gallery, yaitu kain *ecoprint* dan berbagai olahannya. Selain itu, proses ini juga mendalami permasalahan yang ada dalam UMKM Nostra Gallery utamanya yang berkaitan dengan produk sebagai bahan permasalahan yang akan diselesaikan secara Desain Komunikasi Visual oleh mahasiswa.

c. Fase Pembekalan Materi dan Perencanaan Kegiatan

Dalam fase ini mahasiswa melakukan pembekalan materi kepada UMKM Nostra Gallery mengenai pentingnya membuat produk *ecoprint* yang inovatif, modern, *problem solving*, pentingnya berkolaborasi, dan dapat mengikuti tren. Selain itu, dalam fase ini mahasiswa juga berdiskusi bersama pihak UMKM Nostra Gallery untuk menyepakati tujuan bersama kegiatan program *Community Engagement* ini sampai pada batas yang telah ditentukan.

d. Fase Eksekusi dengan Kolaborasi Pertama

Setelah menentukan tujuan bersama dengan UMKM, selanjutnya merupakan fase yang didalamnya meliputi pendiskusian pemecahan masalah, solusi ide, hingga eksekusi hasil ide dengan tujuan *output* atau luaran produk fashion *ecoprint* yang baru. Fase ini melibatkan mahasiswa, UMKM Nostra Gallery, dan pihak kolaborasi yang disini merupakan *fashion designer*, *fashion stylist*, dan bersama dengan *tailor* atau penjahit. Fase ini dilakukan dengan berdiskusi tatap muka dan daring dengan berdiskusi via *online*.

e. Fase Eksekusi dengan Kolaborasi Kedua

Fase ini merupakan fase lanjutan dari fase sebelumnya dengan melanjutkan proses eksekusi ide *output* baru dari produk UMKM Nostra Gallery yaitu dengan meningkatkan tampilan *visual* dari UMKM Nostra Gallery serta *output* baru produk *ecoprint*. Fase ini masih melibatkan mahasiswa, UMKM Nostra Gallery, *fashion designer*, dan juga *fashion stylist*. Namun, fase ini juga dibantu bersama dengan fotografer, *photo model stylist*, videografer, *video editor*, dan juga *graphic design layouter*. Untuk videografer sendiri terdiri dari videografer untuk dokumentasi kegiatan serta videografer untuk promosi iklan produk.



Gambar 3. Kedua model ketika memperagakan adegan saat pengambilan gambar
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 4. Kompilasi hasil pemotretan model yang mengenakan luaran fesyen *ecoprint* hasil kolaborasi
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 5. Potret halaman depan katalog hasil desain tampilan baru dari UMKM Nostra Gallery dan luaran produk *ecoprint*-nya
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 6. Potret halaman belakang katalog tampilan baru dari UMKM Nostra Gallery
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 7. Penjelasan tentang *ecoprint* di dalam katalog
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 8. Foto model yang telah mengenakan luaran *fashion ecoprint* baru di dalam katalog
Sumber: Dokumentasi pribadi

Simpulan

Dari latar belakang masalah dan upaya penyelesaiannya yang bersamaan dengan pemberdayaan UMKM Nostra Gallery terhadap produk mereka agar dapat menjawab permasalahan kerusakan lingkungan dengan meningkatkan kualitas produk *ecoprint* yang secara produksi aman bagi lingkungan, memiliki *output* produk yang baru serta kekinian, dan menarik secara tampilan *visual* dilakukan supaya UMKM Nostra Gallery dapat lebih berkembang ke depan sehingga dapat lebih berkompeten di pasar.

Selain itu dengan menghubungkan UMKM Nostra Gallery bersama dengan pihak-pihak yang dapat membantu mereka untuk bekerja sama dan berkolaborasi memudahkan mereka untuk memanfaatkan kesempatan dan celah yang ada di pasar. Harapannya tentu agar kegiatan ini tidak hanya berhenti pada titik sebagai tugas akhir saja namun mahasiswa dan tim kolaborasi dapat melanjutkan kerjasama dengan UMKM Nostra Gallery di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

1. Alhamdulillah, Puji Syukur yang teramat besar kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ucapan terimakasih serta apresiasi secara khusus kepada kedua orang tua penulis tercinta dan terkasih yang selalu merawat, mendukung, mendoakan, dan membantu penulis dari segala lini kehidupan sejak pertama penulis hadir di dunia ini hingga sekarang karena penulis bukanlah siapa-siapa tanpa bantuan dan didikan dari *Mama* dan *Bapak*.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Djwantoro Hardjito, M.Eng. selaku Rektor Universitas Kristen Petra.
4. Ibu Dr. Yusita Kusumarini, S.Sn., M.Ds. selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra.
5. Ibu Dr. Listia Natadja, S.T., M.T., M. Des. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
6. Bapak Deddi Duto Hartanto, S.Sn., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Koordinator Program LEAP *Community Engagement*, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra yang selalu sabar memberi masukan, semangat, dan solusi selama jalannya kegiatan dalam program ini.
7. Bapak Drs. Heru Dwi Waluyanto, M.Pd. selaku Dosen Wali, Dosen Penguji Skripsi, dan Koordinator Program LEAP *Community Engagement*, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
8. Bapak Yohanes Budi, S.Sos., M.Psi selaku Pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dan Dosen Penguji, Universitas Kristen Petra yang senantiasa membantu memberi masukan serta motivasi selama jalannya kegiatan *Community Engagement* ini.
9. Ibu Vanessa Yusuf, S.Ds., M.Ds. dan Ibu Mendy H. Malkisedek, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Penguji Skripsi, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
10. Bapak Bonifatius Tri Utomo, S.IP, Ibu Elisabeth Susana Prihatiningsih, A.Md.,

- dan sekeluarga selaku pemilik dari UMKM Nostra Gallery yang telah mengizinkan penulis untuk berkolaborasi, senantiasa bersemangat dan antusias menjamu kami hingga membantu seluruh proses yang diperlukan dalam skripsi ini.
11. Salsabila Fitriasya Nugraha dan Almas Sharfina Wibowo yang menjadi penyemangat, pendukung, dan tim kolaborasi utama dari awal hingga akhir program skripsi ini.
 12. Mas Yudit Alfi, Mas Salim, Ellena Widjanarko, Kirana Safirra, Livena Lesmono, Nathanael Christian, Vanessa Violeta, Mas Ulum, dan seluruh tim kolaborasi yang terlibat dalam proses penciptaan skripsi ini dari awal hingga akhir yang telah mengerahkan kemampuan terbaiknya tetapi tidak dapat disebutkan seluruhnya.
 13. Semua sahabat serta teman-teman seperjuangan di LEAP *Community Engagement* dan Program Studi Desain Komunikasi Visual UK. Petra angkatan 2017 yang telah menyemangati dan mendukung satu sama lain selama perkuliahan.
 14. Dan seluruh pihak yang terlibat dan mendukung penulis selama berkuliah hingga saat pembuatan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Daftar Pustaka

- Abaulu, M. Y. G., & Leonardo, Y. (2020, Nov 26). Mengenal Gaya Hidup Ramah Lingkungan. *Ketik Unpad*.
<https://ketik.unpad.ac.id/posts/868/mengenal-gaya-hidup-ramah-lingkungan>
- Andriani, D. (2020, November 25). *Tren Gaya Hidup Ramah Lingkungan Kian Diminati Generasi Milenial*. Pesan disampaikan dalam <https://lifestyle.bisnis.com/read/20201125/220/1322412/tren-gaya-hidup-ramah-lingkungan-kian-diminatigenerasi-milenial>
- Apriliani, D. (2017). *Perlindungan Hukum terhadap Masyarakat yang Terkena Pencemaran Lingkungan Akibat Kegiatan Pertambangan Pasir di Kecamatan Banyuresmi Kabupaten Garut Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia* (Dissertation, Pasundan University).
<http://repository.unpas.ac.id/27332/>
- Greenpeace Indonesia (2020, February 7). *Tantangan Kita Bersama di Tahun 2020*. Pesan disampaikan dalam <https://www.greenpeace.org/indonesia/cerita/4544/tantangan-kita-bersama-di-tahun-2020/>
- Lukman, C. V. (2013). *Perancangan Promosi Fashion Show dan Exhibition APPMI Jawa Barat XIV* (Dissertation, Universitas Kristen Maranatha).
<http://repository.maranatha.edu/12909/>
- Muryani, L. (2020, September 14). *Tren Batik Ecoprint yang Eco Friendly*. Pesan disampaikan dalam <https://kanaljogja.id/batik-ecoprint-yang-eco-friendly/>
- Nurfitria, M. A. (2019) *Pengaruh Teknik Ecoprint, Bahan Tekstil, dan Zat Fiksasi terhadap Kualitas Hasil Pewarnaan Menggunakan Daun Kersen (Muntingia calabura L.)*. (Dissertation, Yogyakarta State University).
<http://eprints.uny.ac.id/64822/>
- Riadi, M. (2018, March 3). Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup. *Kajian Pustaka*.
<https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html>
- Stephens, J. C., Hernandez, M. E., Román, M., Graham, A. C., dkk.. (2008). Higher Education as A Change Agent for Sustainability in Different Cultures and Contexts. *International Journal of Sustainability in Higher Education*.
- Sudarto, M. L. (2020). *Implikasi Trend Fashion terhadap Perilaku Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri)* (Dissertation, IAIN Kediri).
<http://etheses.iainkediri.ac.id/1428/1/ptra%20bab.pdf>
- Supriatna, B., & Surahman, A., (2019). *Perancangan Rebranding Merubah Citra Gitar Allegro. Bagus Supriatna: 146010038* (Dissertation, Pasundan University).
<http://repository.unpas.ac.id/41068/>
- Ulyadays : Gaya Hidup Ramah Lingkungan*. (n.d).
<https://ulyadays.com/gaya-hidup-ramah-lingkungan/>