

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lukisan wayang Kamasan merupakan salah satu bentuk seni lukis klasik yang diwariskan secara turun temurun. Historis penyebutan lukisan wayang Kamasan bersumber dari identitas kewilayahan tempatnya berkembang yaitu Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung, Bali (Pascima et al., 2023). Lukisan wayang Kamasan memiliki ciri yang sangat khas, secara tradisi lukisan ini sangat terikat oleh pakem, nilai, norma dan ketentuan yang baku, dibuat dengan teknik tradisional menggunakan peralatan dan bahan yang berasal dari alam (Sucitra & Priyagung, 2019). Secara visual lukisan ini sangat artistik, di dalamnya terdapat makna filsafat bersifat simbolik yang sering digunakan sebagai sumber pencerahan dalam kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Pada lukisan wayang Kamasan menggambarkan tokoh dari cerita pewayangan Ramayana yang terdapat tokoh Rama, Sintha, Rahwana dan lain-lain serta cerita kisah perang saudara Mahabharata yang terdapat tokoh Yudistira, Arjuna, Bima dan lainnya (Astawa et al., 2019). Kekhasan ini mampu membuat lukisan wayang Kamasan disukai oleh para pencinta seni.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan salah satu pelukis wayang Kamasan yaitu I Wayan Pande Sumantra mengatakan bahwa setiap lukisan wayang Kamasan dibuat secara *handmade* dengan teknik dan ketelitian yang tinggi, tanpa melalui proses printing atau sablon. Lukisan wayang Kamasan juga diaplikasikan pada berbagai peralatan upacara, seperti keben Bali (tempat sajen umat Hindu), tedung Bali, dan umbul-umbul. Selain itu, lukisan wayang Kamasan banyak digunakan sebagai dekorasi untuk interior di kantor, *lobby*, ruang rapat, sekolah, kampus, bangunan bersejarah dan lainnya. Menurut Mulyati & Sudiana (2022), lukisan wayang Kamasan tidak hanya digunakan sebagai hiasan dinding saja tetapi bisa diterapkan sebagai penutup langit-langit (plafon) untuk menciptakan interior yang unik. Pada zaman sekarang ini seperti yang terdapat pada langit-langit (plafon), lukisan wayang Kamasan sering

diterapkan pada bangunan-bangunan kantor seperti Kantor Pengadilan Negeri karena memiliki makna dan filosofi yang dapat mengedukasi (Mulyati & Sudiana, 2022).

Kunjungan wisatawan ke Bali menjadi target pemasaran produk lukisan wayang Kamasan. Salah satunya, pemasaran dilakukan melalui promosi yang digunakan pengrajin dengan kunjungan langsung ke Desa atau pesanan dari rekanan hotel (Pascima et al., 2022). Kunjungan secara langsung yang dimaksud adalah wisatawan berkunjung dan melihat secara langsung proses pembuatan produk lukisan wayang Kamasan di tempat pelukis. Selain itu, pelukis juga memiliki rekanan hotel agar pelukis dapat menitipkan beberapa produk lukisannya untuk dipajang sebagai dekorasi hotel. Jika terdapat wisatawan yang berminat dan ingin memesan lukisan, maka karyawan hotel akan meneruskan pesanan tersebut ke pelukis. Bapak I Wayan Pande Sumantra juga menegaskan bahwa beberapa strategi promosi tersebut digunakan karena sebagian besar produk lukisan wayang Kamasan yang diminati di pasaran adalah sebagai kebutuhan interior suatu ruangan.

Lukisan wayang Kamasan sebagai warisan budaya Bali yang unik dan bernilai tinggi, saat ini menghadapi tantangan dalam hal promosi. Berbagai upaya dilakukan pengrajin untuk mempromosikan produknya seperti memiliki rekanan *guide*, hotel dan *restaurant*, mengikuti pameran-pameran hingga dibantu fasilitas pemasaran oleh pemerintah Kabupaten Klungkung di Kerta Gosa. Upaya tersebut sudah berdampak namun dirasa belum mencukupi dikarenakan mayoritas pelukis wayang Kamasan belum secara maksimal dalam memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produknya. Pelukis belum optimal dalam menguasai media sosial atau media promosi lainnya untuk memperkenalkan dan menarik minat terhadap hasil karyanya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ni Ketut Sri Widiанти selaku Fasilitator dari Rumah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Klungkung, bahwa Rumah BUMN (RB) yang dibangun di Desa Kamasan ini memiliki tujuan utama untuk membantu pekerja seni dan pelaku Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan aktivitas seni dan usaha. Salah satu bentuk bantuan yang diberikan oleh RB Klungkung berupa pelatihan yang menyeluruh kepada para seniman dan pelaku UMKM, meliputi berbagai aspek yang berkaitan dengan kegiatan mereka. Dalam perjalanannya, RB Klungkung telah menjalankan program-program pelatihan dan pembinaan kepada para pelukis dan pelaku UMKM khususnya dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya. Tetapi pada program tersebut terdapat kendala yang dialami, dikarenakan pelukis yang belum fasih menggunakan teknologi baik untuk promosi, berkomunikasi atau untuk menambah referensi. Hal ini karena mayoritas pelukis sudah lanjut usia dan hanya fokus pada inovasi karya yang dihasilkan. Situasi tersebut semakin diperparah karena tidak adanya bantuan dari anak-anak atau kerabat pelukis dalam menggunakan teknologi. Minimnya bantuan tersebut terjadi karena mereka tidak berpartisipasi lagi dalam kegiatan seni. Mayoritas dari mereka memilih bekerja sebagai karyawan dan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri.

Kerja keras RB Klungkung dengan berbagai pihak dalam menyelenggarakan program pelatihan penggunaan teknologi kepada para pelukis mulai memunculkan kesadaran para pelukis untuk memiliki akun media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Selain itu, pelukis juga diarahkan untuk mempromosikan produknya di *marketplace online*. Kendati demikian, kesadaran untuk mengelola media sosial secara rutin belum dilaksanakan oleh para pelukis. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap perkembangan media sosial para pelukis, tampak bahwa kualitas foto produk dan deskripsi yang disajikan masih kurang menarik. Selain itu, foto dan video produk lukisan wayang Kamasan yang di unggah pelukis pada media sosial dinilai kurang relevan dan tidak representatif. Foto dan video lukisan wayang Kamasan jarang menampilkan karya dalam konteks penggunaan sebenarnya, salah satunya sebagai elemen interior ruangan. Hal ini dikarenakan sebagian besar produk lukisan wayang Kamasan digunakan sebagai kebutuhan interior suatu ruangan. Akibatnya,

interaksi antara pembeli dan produk menjadi sangat terbatas untuk melihat detail dan komposisi lukisan.

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Bapak I Wayan Pande Sumantra, bahwa penjualan lukisan wayang kamasan mengalami penurunan setelah pandemi COVID-19. Berkurangnya wisatawan yang berkunjung ke Bali menyebabkan menurunnya permintaan lukisan wayang Kamasan, hal ini karena teknik promosi yang dilakukan masih bergantung pada teknik rekaman *guide* dan hotel. Berkurangnya permintaan lukisan wayang Kamasan masih dirasakan hingga saat ini, sehingga berdampak langsung pada pendapatan para pelukis. Fenomena tersebut tidak hanya berdampak pada penjualan, tetapi juga pada regenerasi pelukis wayang Kamasan. Hal ini terjadi karena jumlah pendapatan sebagai pelukis dinilai lebih kecil dibandingkan pekerjaan lain seperti karyawan di perusahaan dan TKI. Pekerjaan sebagai karyawan dan TKI dipandang lebih menyejahterakan, hal ini karena menurunnya penjualan seni lukisan wayang Kamasan. Situasi ini menimbulkan kekhawatiran akan keberlangsungan seni lukis wayang Kamasan di masa depan.

Mengingat keterbatasan pelukis dalam menguasai teknologi promosi yang berdampak pada jumlah penjualan lukisan wayang Kamasan, solusi yang ditawarkan adalah dengan mengembangkan media promosi yang dapat membantu pelukis secara mudah dan cepat untuk menampilkan produk mereka. Fokus utamanya adalah menciptakan *platform* yang memungkinkan lukisan wayang Kamasan ditampilkan dengan lebih menarik, interaktif dan representatif. Pengembangan galeri virtual dengan teknologi *Augmented Reality* (AR) Portal dapat menjadi solusi yang memungkinkan calon pembeli untuk melihat dan berinteraksi dengan lukisan wayang Kamasan dalam setting ruangan virtual yang realistis. *Augmented Reality* (AR) adalah teknologi yang menggabungkan elemen dua dimensi atau tiga dimensi dan dapat menampilkannya ke dalam lingkungan nyata (Tasya et al., 2022).

Lukisan yang dipajang merupakan hasil karya dari berbagai pelukis dan kemudian akan ditempatkan dalam ruang pameran virtual. Calon

pembeli dapat mengakses galeri ini melalui *website* pada android dan iOS serta memungkinkan mereka untuk 'berjalan' melalui ruangan virtual dan melihat bagaimana lukisan-lukisan tersebut akan terlihat dalam konteks nyata. Calon pembeli dapat berinteraksi secara interaktif dengan produk lukisan dari berbagai sudut untuk memperhatikan detail dan komposisi seperti tekstur, warna dan komposisi lainnya dibandingkan hanya melihat gambar statis. Selain itu, dengan adanya bantuan AR ini dapat memberikan gambaran kepada calon pembeli tentang bagaimana karya seni akan terlihat di suatu ruangan. Dengan solusi ini, pelukis dapat fokus pada kreativitas dan inovasi dalam berkarya. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga sebagai media tambahan untuk memperluas jangkauan pasar lukisan wayang Kamasan. Kegiatan promosi juga akan meningkatkan penjualan, menarik perhatian konsumen, dan membangun citra positif terhadap suatu produk (Cinthya, 2024).

Target pengguna pada pengembangan galeri virtual berdasarkan pada analisis pangsa pasar pelukis setiap tahunnya, yaitu proyeksi wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Bali tahun 2023. Potensi pasar tersebut dianalisis dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2024), pada tahun 2023 kunjungan wisatawan domestik yang berkunjung ke Bali adalah 9.877.911 orang. Sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali pada tahun 2023 adalah 5.273.258 orang. Dari perhitungan pelukis di tahun 2024 menargetkan wisatawan domestik dengan usia 17 tahun ke atas dan berpotensi membeli lukisan wayang Kamasan sebesar 9.878 orang, sedangkan untuk wisatawan mancanegara yaitu 5.273 orang. Pengembangan *Augmented Reality Portal Untuk Galeri Virtual Lukisan Wayang Kamasan* memanfaatkan metode pengembangan MDLC atau *Multimedia Development Life Cycle*, terdapat enam tahap yaitu Konsep, Desain, Pengumpulan Materi, Pembuatan, Pengujian, dan Distribusi (Lee & Herman, 2023).

Terdapat beberapa penelitian sejenis yang sebelumnya telah dilakukan, di antaranya yang pernah dikembangkan oleh Pozharliev et al. (2022) yang berjudul "*The effect of augmented reality versus traditional*

advertising: a comparison between neurophysiological and self-reported measures”, pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara khusus AR dapat meningkatkan kelancaran pemrosesan yang didefinisikan sebagai kemudahan konsumen dalam memproses informasi terkait produk yang memiliki nilai positif serta iklan menggunakan AR bersifat imersif, interaktif dan realistis. Penelitian oleh Howarth (2024) yang berjudul “24+ *Augmented Reality Stats (2024-2028)*”, bahwa sekitar 9 dari 10 gen Z memiliki minat belanja menggunakan AR. Khususnya di negara maju seperti Amerika terdapat 75% dari mereka yang berusia 16 hingga 44 tahun mengetahui AR. Penelitian oleh Bakar (2023) yang berjudul “*Augmented Reality: A Systematic Literature Review and Future Research Prospects in Digital Marketing*”, bahwa penggunaan AR pada *digital marketing* dapat memenuhi tren cara membeli barang oleh pelanggan dengan pengalaman langsung secara *online* untuk dapat membuat kegiatan promosi menjadi lebih menarik, menyenangkan dan terukur. Berdasarkan beberapa penelitian yang berhasil dilakukan maka peneliti tertarik menggunakan teknologi AR portal untuk membantu para pelukis wayang Kamasan dalam melakukan promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Pelukis yang belum terampil dalam menguasai teknologi untuk promosi lukisan wayang Kamasan serta memiliki keterbatasan rekanan sehingga cara promosi yang dilakukan terbatas.
2. Minimnya penjualan lukisan wayang Kamasan karena media promosi yang digunakan oleh pelukis terbatas sehingga menyebabkan hasil promosi belum maksimal.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut dapat disimpulkan dari penelitian “Pengembangan *Augmented Reality* Portal Untuk Galeri Virtual Lukisan Wayang Kamasan” yaitu:

1. Bagaimana rancang bangun galeri virtual dengan *augmented reality* portal sebagai media promosi lukisan wayang Kamasan?

2. Bagaimana respon pengguna terhadap *augmented reality* portal untuk galeri virtual lukisan wayang Kamasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian “Pengembangan *Augmented Reality* Portal Untuk Galeri Virtual Lukisan Wayang Kamasan” yaitu:

1. Untuk melakukan pengembangan *augmented reality* portal untuk galeri virtual lukisan wayang Kamasan.
2. Untuk mengetahui respon pengguna terhadap *augmented reality* portal untuk galeri virtual lukisan wayang Kamasan.

1.4 Batasan Masalah Penelitian

Dalam proses “Pengembangan *Augmented Reality* Portal Untuk Galeri Virtual Lukisan Wayang Kamasan, adapun beberapa batasan masalah yaitu:

1. Penelitian ini hanya melibatkan 5 pelukis yang berada di wilayah Desa Kamasan, Klungkung, Bali.
2. Penelitian ini berfokus pada pengembangan media promosi untuk karya lukis wayang Kamasan dan tidak mencakup karya lukisan yang diaplikasikan pada keben, kipas, tedung dan lainnya.
3. Penelitian ini tidak berfokus pada konten edukasi mengenai sejarah dan teknik pembuatan lukisan wayang Kamasan, tetapi fokus pada promosi karya.

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat penelitian ini merupakan nilai guna dari kegiatan pengembangan yang dilakukan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Berikut adalah manfaat yang diharapkan dari penelitian "Pengembangan *Augmented Reality* Portal Untuk Galeri Virtual Lukisan Wayang Kamasan" yaitu:

1. Manfaat teoritis

Penelitian pengembangan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi konseptual dan teoritis dalam pembuatan *augmented reality* portal untuk galeri virtual lukisan wayang Kamasan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Diharapkan hasil penelitian ini dapat

menjadi acuan dan memperluas pengetahuan mengenai proses pengembangan *augmented reality* portal untuk galeri virtual.

2. Manfaat praktis

a. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian pengembangan ini bertujuan meningkatkan keterampilan praktis melalui implementasi ilmu dalam pengembangan *augmented reality* portal untuk galeri virtual lukisan wayang Kamasan. Proses ini juga berfungsi memperluas wawasan dan pengalaman peneliti, sekaligus menjadi tolak ukur pemahaman dalam bidang terkait.

b. Manfaat bagi Pelukis

Pengembangan *augmented reality* portal untuk galeri virtual lukisan wayang Kamasan ini bertujuan sebagai media promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan, menarik perhatian konsumen, dan memperluas pasar lukisan wayang Kamasan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan apresiasi publik dan berkontribusi pada pelestarian warisan budaya ini.

c. Manfaat bagi Peneliti Sejenis

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi, tolak ukur, dan sumber inspirasi bagi penelitian serupa dimasa depan. Tujuannya adalah untuk mendorong kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan, khususnya dalam pengembangan strategi promosi yang memanfaatkan teknologi *augmented reality* portal.