

# **STRATEGI BRANDING WISATA MELALUI SOFTWARE 3D MODELLING BLENDER DENGAN BAHAN SERAT ALAM**

LAPORAN AKHIR PENELITIAN TERAPAN



Ketua:

Indarto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 197109302005011001

Anggota:

Ayu Ratna Pertiwi, S.T., M. Ars.

NIP: 199505062022032019

Adi Setya Aji

NIM.211501067

Cindy Meilana

NIM.211501011

Andre Erlangga Putra

NIM. 211501040

Syauqi Adam Nurahyari

NIM. 211501057

Habib Hasan Abdi Masabdi

NIM. 211501026

Dibiayai DIPA ISI Surakarta Nomor: SP DIPA-023.17.2.677542/2023 tanggal 30 November  
2022

Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi,  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi sesuai dengan Surat Perjanjian  
Pelaksanaan Penelitian Terapan Nomor:380/IT6.1/PT.01.00/2023

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA

Oktober 2023

## ABSTRAK

Pariwisata sebagai sektor yang memiliki potensi ekonomi memerlukan objek yang menjadi daya tarik. Daya tarik wisata dapat dimunculkan dari berbagai aspek, salah satunya adalah ikon. Ikon diantaranya dapat dibuat dari ciri, budaya setempat kemudian diperbesar, menjadi patung, tugu maupun yang lainnya. Pembuatan patung menjadi kendala bagi masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan keterampilan yang memadai. Pembuatan patung atau ikon dapat dibuat dengan material apapun salah satunya adalah bahan dari serat. Bahan serat melimpah disekitar kita diantaranya adalah bambu, rami, kulit pohon, rotan, jerami dan sebagainya. Salah satu daerah di Solo Raya yang memiliki potensi pariwisata namun belum memiliki ikon dan branding adalah Desa Trangsan di Sukoharjo. Oleh karena itu penelitian ini adalah untuk memecahkan cara pembuatan patung atau ikon wisata melalui transfer dari software 3 dimensi menjadi objek skala 1 : 1 atau prototipe. Material penelitian berupa pasir, semen, kawat, kain kasa dan met serta serat alam sebagai material utama. Tahapan penelitian terdiri dari observasi dan analisis data, penetapan ikon wisata, pembuatan 3D modeling, pasca pembuatan modeling dilanjutkan dengan menyusun gambar pecahan sebagai acuan anatomi tokoh. Proses selanjutnya adalah pembuatan, perwujudan prototipe, dan perlindungan hak kekayaan intelektual, dan uji publik. Luaran yang dihasilkan berupa desain, prototipe, ajuan hak kekayaan intelektual, artikel jurnal ilmiah.

Key Word: 3D modelling blender, Serat alam, Ikon wisata.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'aalamin, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Penyayang lagi Maha Pengasih. Tanpa karunia-Nya, mustahil laporan akhir Penelitian Terapan ini terselesaikan dengan baik mengingat tugas dan kewajiban lain yang bersamaan hadir. Penulis merasa tertantang untuk mewujudkan laporan akhir ini sebagai bagian dari tanggung jawab profesional.

Laporan akhir Penelitian Terapan ini ditulis sebagai bagian dari proses yang panjang dari tahapan penelitian. Judul Penelitian ini adalah Strategi Branding Wisata Melalui Software 3d Modelling Blender Dengan Bahan Serat Alam. Terelesaikannya laporan akhir ini juga tidak bisa terlepas dari bantuan beberapa pihak. Karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada Institut Seni Indonesia Surakarta, khususnya LPPMPP ISI Surakarta melalui pembiayaan DIPA ISI Nomor: SP DIPA-023.17.2.677542/2023 tanggal 30 November 2022 Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Terapan Nomor:380/IT6.1/PT.01.00/2023. Dengan kepercayaan tersebut, penulis berkeyakinan bahwa hal ini dapat meningkatkan kualitas diri menjadi lebih baik dalam berproses dan berkarya untuk waktu yang akan datang.

Meskipun telah berusaha untuk menghindarkan dan meminimalisir kesalahan, penulis menyadari juga bahwa kesalahan dan kekurangan laporan akhir ini pasti ditemukan. Oleh karena itu, penulis berharap agar pembaca berkenan menyampaikan kritik yang membangun. Dengan segala pengharapan dan keterbukaan, penulis menyampaikan rasa terima kasih dengan setulus-tulusnya. Kritik merupakan perhatian agar dapat menuju kebaikan. Akhir kata, penulis berharap agar laporan akhir ini dapat bermanfaat kepada pembaca dan ada berkah bagi kita semua. Secara khusus, penulis berharap semoga laporan akhir ini dapat menginspirasi generasi bangsa ini agar menjadi generasi yang tanggap dan tangguh. Jadilah generasi yang bermartabat, kreatif, tangguh, dan mandiri untuk Indonesia masa depan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	2
ABSTRAK .....	3
KATA PENGANTAR .....	4
DAFTAR ISI .....	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
BAB I. PENDAHULUAN .....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	16
BAB III. METODE PENELITIAN.....	20
BAB IV. ANALISIS HASIL .....	23
BAB V. LUARAN PENELITIAN.....	34
DAFTAR PUSTAKA .....	36
LAMPIRAN .....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Desa Trangsan.....	8
Gambar 2. Gapura Desa Trangsan.....	9
Gambar 3. Pengrajin Rotan di Desa Trangsan.....	10
Gambar 4. Software 3D modelling blender.....	12
Gambar 5. Hasil tani bambu, rotan, dan jerami.....	13
Gambar 6. Tokoh Bima dalam pewayangan.....	23
Gambar 7. 3D Modelling menggunakan aplikasi Blender .....	24
Gambar 8. Gambar pecahan patung rotan menggunakan aplikasi Blender.....	25
Gambar 9. Detail anyaman rotan pada patung dalam aplikasi Blender .....	26
Gambar 10. Gambar rangka besi patung rotan menggunakan aplikasi Blender .....	27
Gambar 11. Proses pembuatan dengan menggunakan bantuan pantulan gambar dari proyektor dengan skala 1:1 .....	28
Gambar 12. Rangka patung yang terbuat dari kawat besi .....	29
Gambar 13. Sambungan rangka patung yang terbuat dari kawat besi .....	29
Gambar 14. Anyaman rotan pada kerangka patung.....	30
Gambar 15. Anyaman rotan pada kaki patung .....	30
Gambar 16. Kombinasi anyaman rotan pada kerangka patung.....	31
Gambar 17. Perletakan aksesoris pendukung pada ikon wisata Desa Trangsan .....	31
Gambar 18. Proses mobilisasi ikon wisata Desa Trangsan yang sudah jadi .....	32
Gambar 19. Ikon wisata Desa Trangsan berupa Patung Rotan dengan Modelling Software Blender .....	32

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Industri pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi ekonomi yang besar dan memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata di Indonesia. Pariwisata dianggap sebagai sektor prioritas dalam pembangunan pemerintahan di Indonesia. Pemerintah berharap pariwisata dapat menjadi sektor unggulan yang mampu menggerakkan industri lainnya. Data Kementerian Pariwisata tahun 2018 menunjukkan bahwa sektor pariwisata telah menjadi penghasil devisa negara terbesar setelah minyak dan gas bumi, batubara, serta kelapa sawit sejak tahun 2013. Hal ini menunjukkan pentingnya kontribusi pariwisata dalam perekonomian Indonesia.

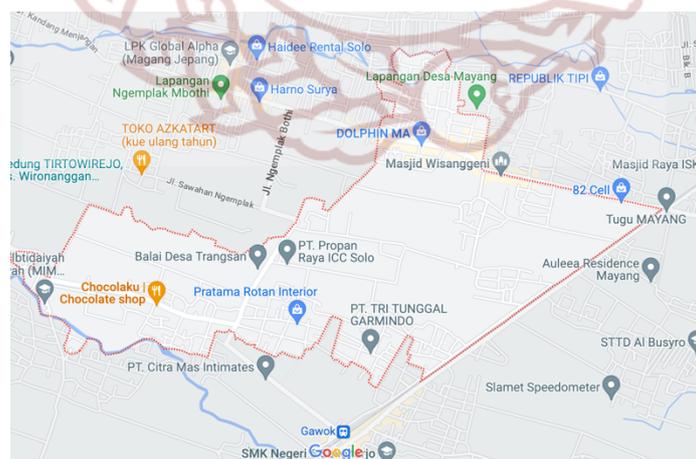
Mengingat pentingnya kontribusi pariwisata dalam perekonomian Indonesia, maka diperlukan upaya untuk mengintegrasikan promosi perdagangan, pariwisata, dan investasi guna mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di sektor tersebut. Dengan adanya perhatian khusus dari pemerintah dan upaya untuk mengembangkan pariwisata, diharapkan sektor ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang besar bagi perekonomian Indonesia serta meningkatkan citra negara sebagai tujuan wisata yang menarik.

Pemasaran pariwisata merupakan upaya yang dilakukan oleh stakeholder pariwisata, baik swasta maupun pemerintah, untuk menarik lebih banyak wisatawan baik dari mancanegara maupun dalam negeri. Tujuan dari upaya pemasaran ini adalah agar wisatawan tersebut datang lebih banyak, tinggal lebih lama, dan menghabiskan lebih banyak uang di destinasi wisata yang mereka kunjungi (Yoeti 2002). Pemasaran pariwisata harus dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan. Artinya, upaya pemasaran tidak boleh hanya dilakukan secara sekali-kali, tetapi harus menjadi proses yang berkesinambungan. Hal ini diperlukan karena persaingan di industri pariwisata sangat tinggi, dan destinasi wisata harus terus diperbarui dan memperkuat daya tariknya agar tetap menarik bagi wisatawan.

Pemasaran pariwisata, stakeholder pariwisata perlu mengadopsi strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial, kampanye promosi, kerja

sama dengan perusahaan perjalanan, pengembangan infrastruktur pariwisata, meningkatkan kualitas pelayanan, dan sebagainya. Upaya pemasaran tersebut haruslah berkesinambungan agar destinasi wisata tetap relevan dan kompetitif di pasar pariwisata global. Dengan melakukan pemasaran pariwisata yang terus menerus dan berkelanjutan, diharapkan jumlah kunjungan wisatawan dapat meningkat, durasi tinggal mereka di destinasi wisata dapat diperpanjang, dan pengeluaran mereka dalam bentuk mata uang lokal atau asing dapat meningkat. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal, pembangunan infrastruktur, dan penciptaan lapangan kerja di sektor pariwisata.

Salah satu wilayah di Solo Raya yang memiliki potensi pariwisata yang belum dikelola secara maksimal adalah Desa Trangsan yang terletak di kecamatan Gatak, Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia. Desa Trangsan mendapatkan reputasi sebagai pusat industri rotan yang terletak sekitar 10-15 kilometer sebelah barat laut dari pusat kota Sukoharjo. Sejak tahun 1940-an, atau sejak masa akhir kolonial Belanda, desa ini telah menjadi pusat produksi mebel rotan. Berkat dukungan dari Keraton Kasunanan Surakarta, industri pengolahan rotan di Desa Trangsan berkembang pesat dan menjadi sentra industri rotan terbesar di Jawa Tengah. Ini terjadi seiring berkurangnya lahan pertanian dan peningkatan jumlah penduduk.



Gambar 1. Peta Desa Trangsan

Desa Rotan Trangsan mencapai puncak kejayaannya pada awal tahun 1990-an hingga awal 2000-an. Dalam satu dekade tersebut, produksi mebel dari rotan, awalnya dalam skala kecil, berkembang menjadi industri rotan yang menduduki

peringkat 8 besar sebagai pemasok mebel ke berbagai negara pada tahun 2006. Industri rotan di Desa Trangsan juga memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat di sekitar desa dan bahkan di luar daerah seperti Wonogiri dan Klaten melalui peningkatan lapangan kerja.



Gambar 2. Gapura Desa Trangsan

Namun, sejak tahun 2008, melemahnya perekonomian global dan penurunan permintaan furniture rotan pada tahun 2015 mendorong gagasan pendirian desa wisata berbasis edukasi tentang kerajinan rotan. Ide ini dirancang oleh pengurus koperasi Manunggal Jaya dan ketua klaster kerajinan rotan, dengan dukungan Bank Indonesia, sebagai upaya pemulihan ekonomi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang terdampak. Meskipun ekspor kerajinan rotan ke mancanegara menurun, "Desa Wisata Rotan Trangsan" yang diluncurkan pada 16 Oktober 2016 diharapkan dapat menjadi penopang ekonomi. Ini memungkinkan masyarakat tetap mendapatkan pendapatan dari sektor pariwisata meskipun ekspor kerajinan rotan menurun.



Gambar 3. Pengrajin Rotan di Desa Trangsan

Meskipun Desa Wisata Rotan Trangsan belum berdiri lama, sentra industri pengolahan rotan terbesar di Jawa Tengah ini serius mengembangkan potensi ekonomi pariwisatanya. Ini terbukti dengan penduduk setempat yang menyediakan fasilitas gratis untuk mengenalkan kepada wisatawan bahwa kerajinan rotan dan mebel rotan lokal memiliki kualitas yang sebanding dengan mebel dari kayu. Sambutan hangat kepada semua pengunjung menjadi alasan mengapa kita harus mengunjungi Desa Trangsan dan merasakan pengalaman berharga di sana.

Kemudahan akses ke lokasi dan keramahan masyarakat setempat yang memperbolehkan pengunjung melihat langsung proses produksi kerajinan rotan, mulai dari awal hingga akhir, merupakan daya tarik unik bagi sentra industri kerajinan rotan di Desa Trangsan. Setiap tahunnya, jumlah kunjungan mencapai 6.000-7.000 orang, dengan mayoritas pengunjung adalah pelajar. Yang menarik adalah pengunjung juga dapat merancang produk berbahan dasar rotan sesuai keinginan mereka, bukan hanya perabot rumah tangga, tetapi juga aksesoris mode seperti tas, kotak make up, gelang, dompet, dan topi dari rotan.

Potensi pariwisata yang sangat baik tersebut kurang didukung dengan strategi pemasaran pariwisata yang baik dan sesuai dengan perkembangan jaman, saat ini marak istilah branding, yaitu strategi yang terdiri dari serangkaian langkah yang dirancang untuk mempromosikan dan membangun citra positif suatu tujuan

pariwisata atau destinasi. Tujuannya adalah untuk menarik wisatawan, meningkatkan kunjungan, dan mengembangkan industri pariwisata di suatu wilayah.

Memasuki era digital saat ini, strategi branding yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan menarik minat wisatawan potensial. Branding memainkan peran penting dalam membedakan dan menciptakan identitas suatu produk, termasuk dalam konteks pariwisata (Lestari and Aprilia 2013). Branding melibatkan serangkaian upaya untuk membangun citra, persepsi, dan identitas yang unik bagi destinasi pariwisata. Melalui branding yang efektif, suatu destinasi pariwisata dapat membedakan dirinya dari pesaingnya dan menarik minat calon wisatawan (Foroudi et al. 2016).

Branding pariwisata dapat mencakup berbagai elemen, seperti nama destinasi, logo, slogan, warna, desain, dan pesan yang disampaikan. Semua ini harus dipilih dengan cermat untuk mencerminkan karakteristik, keunikan, dan nilai tambah yang dimiliki oleh destinasi pariwisata tersebut. Dalam konteks pariwisata, branding yang kuat dapat membantu membangun citra positif, meningkatkan kesadaran dan daya tarik destinasi, serta membangun kepercayaan dan loyalitas wisatawan. Ketika destinasi pariwisata memiliki brand yang kuat, wisatawan akan lebih cenderung memilihnya sebagai tujuan perjalanan mereka karena mereka memiliki persepsi yang positif tentang destinasi tersebut (Chuang 2015).

Branding yang baik juga dapat membantu meningkatkan komunikasi dan promosi pariwisata. Destinasi pariwisata dengan brand yang konsisten dan mudah dikenali akan lebih mudah untuk dipromosikan dan dikomunikasikan kepada target pasar. Dalam upaya mengembangkan strategi branding yang inovatif, pemanfaatan teknologi menjadi aspek yang semakin relevan. Salah satu pemanfaatan teknologi yang dapat dilakukan dalam upaya mengembangkan strategi branding yang inovatif adalah dengan menggunakan teknologi 3D modelling.

Teknologi 3D modelling telah mengalami perkembangan pesat, dan software 3D modelling Blender menjadi salah satu alat yang populer dalam menciptakan model 3D yang realistis dan menarik. Dalam konteks pariwisata, penggunaan software Blender dapat membantu menciptakan pengalaman visual yang memukau

bagi wisatawan, meningkatkan daya tarik destinasi wisata, dan menciptakan citra yang kuat.



Gambar 4. Software 3D modelling blender.

Memanfaatkan teknologi 3D modelling menggunakan software Blender sebagai upaya mengembangkan strategi branding yang inovatif, penting juga untuk mempertimbangkan pemanfaatan hasil tani dalam strategi branding wisata. Hasil tani merupakan aset penting yang dimiliki oleh suatu daerah, dan memanfaatkannya dalam konten visual dapat memberikan kesan lokal, autentik, dan menarik bagi wisatawan. Penggunaan hasil tani sebagai elemen kunci dalam strategi branding wisata dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dan mendukung keberlanjutan lingkungan.

Bahan yang berasal dari hasil tani yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan konten visual dalam upaya mengembangkan strategi branding yang inovatif namun tetap memberikan kesan lokal, autentik, dan menarik bagi wisatawan adalah rotan, bambu, dan jerami. Bahan tersebut adalah bahan hasil tani yang sangat kental dengan budaya dan hasil alam Indonesia, selain itu karakteristik bahannya juga mudah untuk dibentuk dan mudah dalam perawatan.



Gambar 5. Hasil tani bambu, rotan, dan jerami

Penelitian ini memiliki pendekatan lintas disiplin yang melibatkan bidang desain produk, desain interior, dan informatika dalam mengembangkan strategi branding wisata yang efektif. Dalam konteks ini, perangkat lunak 3D modeling Blender akan digunakan sebagai alat untuk perencanaan dan perancangan.

Desain produk dan desain interior akan berperan penting dalam menghasilkan konsep visual yang menarik dan sesuai dengan identitas branding wisata yang diinginkan. Mereka akan menggabungkan elemen-elemen desain yang mencakup bentuk, warna, tekstur, dan tata letak untuk menciptakan pengalaman visual yang menarik bagi pengunjung. Selain itu, informatika juga akan berkontribusi dalam penelitian ini. Dalam hal ini, teknologi 3D modeling menggunakan perangkat lunak Blender akan digunakan untuk membuat representasi visual dari konsep branding wisata. Blender dapat digunakan untuk membuat simulasi 3D yang realistis dari destinasi pariwisata, bangunan, taman, atau elemen lain yang terkait dengan pengalaman wisata.

Penggunaan Blender dalam penelitian ini akan memungkinkan peneliti untuk memvisualisasikan konsep branding wisata secara interaktif. Mereka dapat membuat perubahan desain dengan cepat dan melihat hasilnya dalam tampilan 3D yang mendekati realitas. Ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dan perbaikan iteratif pada strategi branding yang diusulkan.

Dengan menggabungkan disiplin-disiplin tersebut dan memanfaatkan teknologi 3D modeling, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan solusi yang inovatif dan efektif dalam pengembangan strategi branding wisata di Desa Trangsan, Sukoharjo yaitu menghasilkan icon wisata yang divisualisasikan menggunakan teknologi 3D modelling sehingga dapat menjadi salah satu strategi branding wisata di Desa Trangsan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang lebih baik bagi industri pariwisata dalam mempromosikan destinasi wisata di Desa Trangsan dengan cara yang menarik, kohesif, dan sesuai dengan identitas branding yang diinginkan.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan mencoba menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana software 3D modelling Blender dapat digunakan dalam mengembangkan strategi branding wisata Desa Trangsan yang efektif?
- b. Bagaimana pemanfaatan hasil tani dapat meningkatkan citra dan daya tarik destinasi wisata Desa Trangsan melalui konten visual?

## **3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Menganalisis kemampuan software 3D modelling Blender dalam menciptakan model 3D yang realistis dan menarik untuk mendukung strategi branding wisata Desa Trangsan.
- b. Mengeksplorasi potensi pemanfaatan hasil tani dalam konten visual untuk meningkatkan citra dan daya tarik destinasi wisata Desa Trangsan.

## **4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berikut:

- a. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan software 3D modelling Blender dalam strategi branding wisata Desa Trangsan.
- b. Mendorong pemanfaatan hasil tani dalam pengembangan konten visual untuk meningkatkan citra destinasi wisata Desa Trangsan.

- c. Memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah dan pelaku industri pariwisata dalam mengoptimalkan penggunaan software Blender dan pemanfaatan hasil tani dalam strategi branding wisata Desa Trangsari.

#### **5. Target Luaran**

- a. Perancangan desain branding wisata dengan teknologi 3D modelling Blender;
- b. Prototype branding wisata;
- c. Naskah Publikasi Ilmiah;
- d. Presentasi hasil penelitian;
- e. Hak Cipta atau HKI



## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan Pustaka dan Literatur terkait dengan judul penelitian "Strategi Branding Wisata melalui Software 3D Modelling Blender dengan Pemanfaatan Hasil Tani" adalah sebagai berikut:

### **1. Branding Wisata**

Pengembangan industri pariwisata regional berkembang pesat melalui penggunaan branding di media sosial. Fokus utama branding adalah pada kompetensi produk regional, yang mengacu pada sumber daya regional yang dimiliki, yang memiliki dampak positif pada output, pendapatan, ketenagakerjaan, dan teknologi. Selain itu, pengembangan industri pariwisata juga membawa pengembangan wilayah sekitarnya (Kuncoro 2001).

Industri pariwisata yang sesuai dengan cita-cita industrialisasi nasional dapat menciptakan kemakmuran bagi semua orang (Dominggus 2007). Ini mencakup penyediaan barang dan jasa yang memadai dan berkualitas, peningkatan daya beli masyarakat melalui penghasilan yang layak dan produktivitas tinggi, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang merata. Branding dalam konteks ini memiliki implikasi tidak hanya terhadap pembangunan industri, tetapi juga terhadap membangun ketahanan ekonomi nasional dan kedaulatan bangsa.

Selanjutnya, dinyatakan bahwa ekonomi dengan industri yang berkembang mampu menyerap banyak tenaga kerja. Tujuan umum kebijakan industri meliputi: a) menyediakan lapangan kerja bagi penduduk, terutama dari sektor pertanian yang sedang tumbuh ketika kesempatan kerja terbatas; b) meningkatkan standar hidup masyarakat; c) meningkatkan kondisi neraca pembayaran; d) meningkatkan citra dan gengsi suatu bangsa, terkadang melalui proyek mercusuar yang mungkin tidak menguntungkan secara ekonomi, tetapi dapat menjadi kebanggaan nasional.

Dalam konteks industri pariwisata, branding yang efektif dapat membantu mencapai tujuan-tujuan ini dengan meningkatkan daya tarik destinasi,

menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat citra suatu negara sebagai tujuan wisata yang menarik.

Pengembangan bisnis pariwisata melalui inovasi branding ditekankan pada proses inovasi dalam organisasi. Fokus inovasi ini meliputi beberapa konteks, seperti konteks kreativitas individu, konteks budaya organisasi, konteks lingkungan, dan konteks sosial ekonomi (Nurjanah 2015).

Pertama, konteks kreativitas individu mencakup proses sosial yang menghasilkan inovasi sebagai hasil dari individu kreatif di dalam organisasi. Ini menyoroti pentingnya mendorong dan mendukung kreativitas individu dalam menciptakan ide-ide inovatif untuk pengembangan branding pariwisata. *Kedua*, konteks budaya organisasi mencakup faktor-faktor budaya dalam organisasi yang mempengaruhi proses inovasi. Budaya organisasi yang mempromosikan inovasi, kolaborasi, dan eksperimen akan memfasilitasi pengembangan branding yang inovatif dalam bisnis pariwisata. *Ketiga*, konteks lingkungan mengacu pada faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi inovasi dalam pengembangan branding pariwisata. Faktor-faktor seperti perubahan tren pasar, teknologi baru, kebijakan pemerintah, persaingan industri, dan harapan konsumen perlu diperhatikan dalam upaya pengembangan branding yang inovatif. *Keempat*, konteks sosial ekonomi mencakup faktor-faktor sosial dan ekonomi yang memengaruhi inovasi dalam bisnis pariwisata. Misalnya, faktor sosial seperti perilaku konsumen, tren sosial, dan preferensi wisatawan, serta faktor ekonomi seperti tingkat pendapatan, kebijakan perjalanan, dan regulasi bisnis, dapat mempengaruhi strategi branding yang inovatif.

Pengembangan bisnis pariwisata, inovasi dalam pengembangan branding menjadi kunci untuk membedakan dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Dengan mempertimbangkan konteks kreativitas individu, budaya organisasi, lingkungan, dan faktor sosial ekonomi, organisasi pariwisata dapat mengembangkan strategi branding yang inovatif yang sesuai dengan perkembangan pasar dan memenuhi harapan wisatawan.

## 2. Software 3D Modelling Blender

Blender adalah perangkat lunak yang sangat kuat dan lengkap untuk membuat model 3D super realistis untuk animasi, film, dan game. Sebagai perangkat lunak open-source, Blender dapat digunakan, didistribusikan, dan dikembangkan secara bebas sesuai dengan kebutuhan pengguna. Karena sifatnya yang open-source, Blender dapat diunduh dan digunakan secara gratis tanpa biaya.

Blender juga tersedia untuk beberapa platform sistem operasi, termasuk Windows, Mac OSX, Linux, dan Free BSD, sehingga dapat dijalankan pada berbagai jenis komputer. Selain itu, ukuran file Blender relatif kecil, sehingga mudah diunduh dan diinstal. Versi Windows 64 bit memiliki ukuran sekitar 44 MB, sedangkan versi Mac OSX Intel memiliki ukuran sekitar 51 MB.

Salah satu fitur yang membedakan Blender dari perangkat lunak 3D lainnya adalah keberadaan game engine dan compositing. Blender menyediakan Blender Game Engine yang memungkinkan pengguna untuk membuat permainan 3D secara langsung di dalam perangkat lunak tersebut. Selain itu, fitur compositing di Blender memungkinkan pengguna untuk menggabungkan elemen-elemen visual secara efektif, membuat efek khusus, dan melakukan pengeditan pasca-produksi dalam satu perangkat lunak (Rochman 2012).

Perbandingan Perangkat Lunak 3 Dimensi	3ds Max	Autodesk Maya	Blender 3D	Softimage XSI	Lightwave 3D
Harga (mulai)	\$ 3,500.00 (USD)	\$ 3,500.00 (USD)	Gratis	\$ 495.00 (USD)	\$ 1,495.00 (USD)
Platform	Windows	Windows, Mac OSX, Linux	Windows, Mac OSX, Linux, FreeBSD	Windows, Linux	Windows, OSX,
Penggunaan	Modeling, Animasi (Video Game), Lighting, Rendering	Modeling, Animasi (Video), Lighting, Rendering, Visual 3D Efek	Animasi, Lighting, Modeling, Rendering, Kreasi Video Game, Visual 3D Efek, Sculpting, Basic Post-Production Video Editing	Modeling, Animasi, Kreasi Video Game, Lighting, Rendering, Visual 3d Efek	Modeling, Animasi, Lighting, Rendering, Film, Previz Televisi, Kreasi Aset Video game

Tabel 2. Perbandingan aplikasi software animasi yang sering digunakan

Fitur-fitur yang lengkap dan keberadaan game engine dan compositing, Blender menjadi pilihan yang kuat bagi para seniman 3D, animator, dan pembuat

game yang mencari perangkat lunak 3D yang berkualitas tinggi tanpa harus mengeluarkan biaya lisensi.

### 3. Hasil Tani sebagai bahan konten visual

Konten visual merujuk pada segala jenis konten yang disajikan dalam bentuk visual, seperti gambar, foto, grafik, ilustrasi, video, animasi, dan elemen desain lainnya. Konten visual digunakan untuk menyampaikan informasi, menyajikan ide, menarik perhatian, atau menciptakan pengalaman visual yang memikat. Dalam konteks digital, konten visual sering kali digunakan dalam konten pemasaran, desain grafis, media sosial, situs web, presentasi, dan banyak lagi. Konten visual memiliki kekuatan untuk berkomunikasi dengan cepat dan efektif, karena manusia memiliki kemampuan alami untuk memahami dan mengingat informasi visual lebih baik daripada informasi dalam bentuk teks. Konten visual dapat memberikan pesan, cerita, atau emosi yang kuat dengan cara yang menarik dan mudah dicerna oleh audiens. Dengan menggunakan kombinasi warna, komposisi, tipografi, dan elemen visual lainnya, konten visual dapat mempengaruhi persepsi dan respon orang terhadap suatu topik atau merek.

Memasuki era digital yang semakin berkembang, konten visual menjadi sangat penting dalam membangun kehadiran online yang kuat. Konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi dapat membantu menarik perhatian, membangun keterlibatan, dan meningkatkan efektivitas komunikasi secara keseluruhan (Ashari and Patria 2021). Hasil tani merupakan aset penting yang dimiliki oleh suatu daerah, dan memanfaatkannya dalam konten visual dapat memberikan kesan lokal, autentik, dan menarik bagi wisatawan. Penggunaan hasil tani sebagai elemen kunci dalam strategi branding wisata dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dan mendukung keberlanjutan lingkungan.

Bahan-bahan yang berasal dari hasil tani yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan konten visual dalam upaya mengembangkan strategi branding yang inovatif namun tetap memberikan kesan lokal, autentik, dan menarik bagi wisatawan adalah rotan, bambu, dan jerami. Bahan tersebut adalah bahan hasil tani yang sangat kental dengan budaya dan hasil alam Indonesia, selain itu karakteristik bahannya juga mudah untuk dibentuk dan mudah dalam perawatan.

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Dalam kolaborasi antara bidang ilmu desain produk, desain interior, dan informatika, pendekatan hermeneutika digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan hermeneutika digunakan untuk menafsirkan teks klasik atau realitas sosial masa lampau yang mungkin asing bagi orang yang hidup di masa, tempat, dan suasana kultural yang berbeda. Tujuan dari pendekatan hermeneutika adalah membuat materi tersebut dapat dimengerti dan relevan bagi individu yang hidup dalam konteks yang berbeda.

Dalam konteks analisis seni dalam antropologi seni, seni dipandang sebagai fenomena yang berdiri sendiri dan juga dalam konteks sosial budaya di mana seni tersebut muncul dan hidup. Pendekatan ini melibatkan melihat seni secara tekstual dan kontekstual. Kajian tekstual didominasi oleh paradigma hermeneutik interpretatif yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi teks atau karya seni itu sendiri. Sedangkan kajian kontekstual didominasi oleh paradigma ekonomi estetik yang melibatkan pemahaman seni dalam konteks sosial dan ekonomi di mana seni itu dihasilkan.

Dalam penelitian ini, pendekatan hermeneutika digunakan untuk memahami dan menafsirkan teks atau fenomena terkait desain produk, desain interior, dan informatika dari sudut pandang yang berbeda. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks budaya, sosial, dan historis di mana fenomena tersebut muncul, serta memberikan interpretasi yang relevan dan bermanfaat bagi individu yang hidup dalam konteks yang berbeda.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data akan meliputi studi pustaka, observasi langsung, wawancara dengan pemangku kepentingan, dan kuesioner kepada wisatawan. Data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif dan interpretatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi branding wisata melalui software 3D modelling Blender dengan pemanfaatan hasil tani.

Dalam proses analisis dari berbagai sumber yang mencakup kajian literatur dan wawancara, dapat digunakan pendekatan model interaktif. Model ini melibatkan beberapa tahapan penting yang saling berinteraksi dan membentuk suatu siklus analisis yang terus-menerus. Tahapan-tahapan tersebut meliputi:

1. Pengumpulan Data: Tahap awal adalah mengumpulkan data dari berbagai sumber, baik itu kajian literatur maupun hasil wawancara. Data yang dikumpulkan harus relevan dengan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang diajukan. Pengumpulan data adalah terkait dengan identitas ciri dari sebuah destinasi wisata. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan beberapa tokoh yang dianggap mengetahui secara detail lokasi desa wisata.
2. Reduksi Data: Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah mereduksi data tersebut. Reduksi data dilakukan dengan mengidentifikasi inti informasi, pola, tema, atau kategori yang muncul dari data yang dikumpulkan. Proses ini melibatkan penyusutan data menjadi bagian-bagian yang lebih terfokus dan relevan.
3. Sajian Data: Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah menyajikan data yang telah diolah. Data dapat disajikan dalam bentuk teks, tabel, diagram, atau visualisasi lainnya, tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Sajian data bertujuan untuk membuat informasi lebih mudah dipahami dan dikomunikasikan. Data yang dihasilkan sebagai sajian data berupa gambar modeling 3 Dimensi, gambar pecahan, dan gambar detail.
4. Penarikan Kesimpulan: Setelah data disajikan, tahap berikutnya adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan didasarkan pada analisis data yang telah dilakukan. Di sini, peneliti mencoba mengidentifikasi pola, tren, atau temuan yang signifikan dari data yang telah dikumpulkan dan direduksi. Kesimpulan harus didukung oleh bukti yang kuat dan dapat menggambarkan jawaban atau pemahaman terhadap pertanyaan penelitian.
5. Eksperimen: merupakan tahap untuk menghasilkan karya seni berupa prototipe. Tahapan yang dilakukan meliputi :
  - a. Pembuatan 3D modeling
  - b. Pasca pembuatan modeling dilanjutkan dengan menyusun gambar pecahan sebagai acuan anatomi tokoh
  - c. Pembuatan Rangka
  - d. Perwujudan prototipe
  - e. Uji publik

Seluruh tahapan tersebut dilakukan secara berulang-ulang, membentuk suatu siklus yang saling berinteraksi. Dalam proses analisis, peneliti dapat kembali

ke tahap pengumpulan data jika diperlukan, kemudian melanjutkan reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan akhir dari model interaktif ini adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah lengkap dan pemahaman yang dihasilkan telah teruji secara kritis dan valid.



## BAB IV. ANALISIS HASIL

Setelah melakukan beberapa langkah penelitian berupa studi pustaka dan pengumpulan data, tahap terakhir yang dilakukan dalam penelitian ini adalah tahapan eksperimen. Eksperimen merupakan tahapan untuk menghasilkan karya seni berupa prototipe. Tahap eksperimen yang telah dilakukan dalam penelitian ini meliputi :

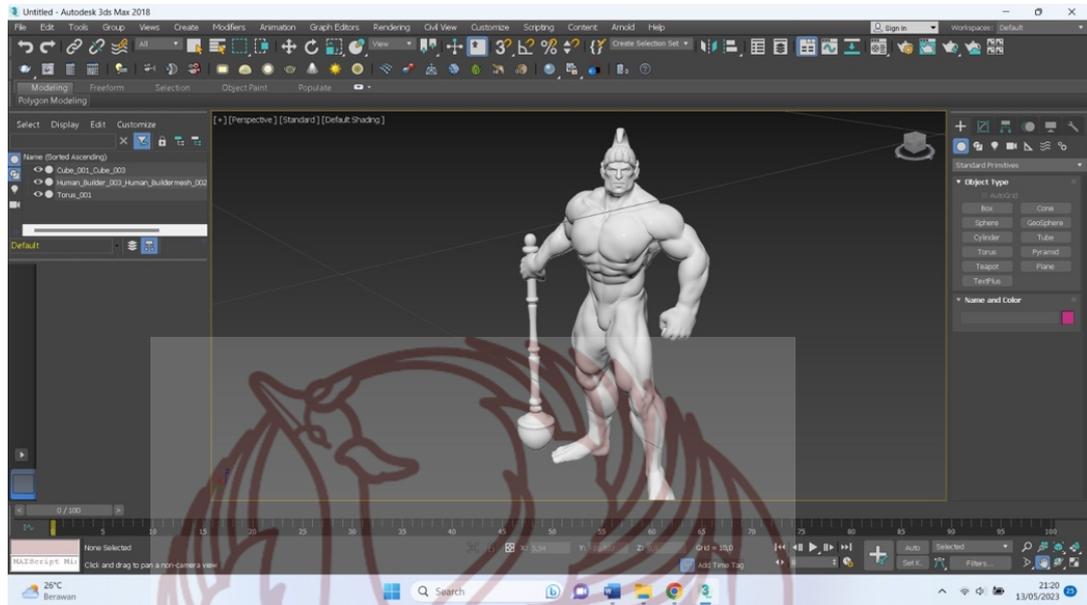
### A. Pembuatan 3D modeling

Langkah pertama tahap eksperimen adalah pembuatan 3D modelling. 3D modelling patung dibuat menggunakan aplikasi Blender, yaitu perangkat lunak yang digunakan untuk membuat model 3D super realistis untuk memvisualisasikan karakter yang akan menjadi ikon wisata Desa Trangsari. Ikon yang dipilih adalah tokoh pewayangan sosok Bima yang memiliki sifat gagah berani, teguh, kuat, tabah, patuh, jujur dan bijaksana. Tahap ini meliputi studi tentang sejarah, mitologi, dan bentuk fisik tokoh tersebut. Selain itu, perencanaan desain awal patung 3D juga dilakukan, termasuk penentuan pose, ekspresi wajah, dan aksesori yang akan dimasukkan dalam model.



Gambar 6. Tokoh Bima dalam pewayangan

Bima memiliki pakaian yang melambangkan kebesaran, yaitu: Gelung Pudaksategal, Pupuk Jarot Asem, Sumping Surengpati, Kelatbahu Candrakirana, ikat pinggang Nagabanda dan Celana Cinde Udaraga. Beberapa detail ini nantinya akan digambarkan secara visual melalui aplikasi Blender sehingga mempermudah dalam perwujudan prototype.

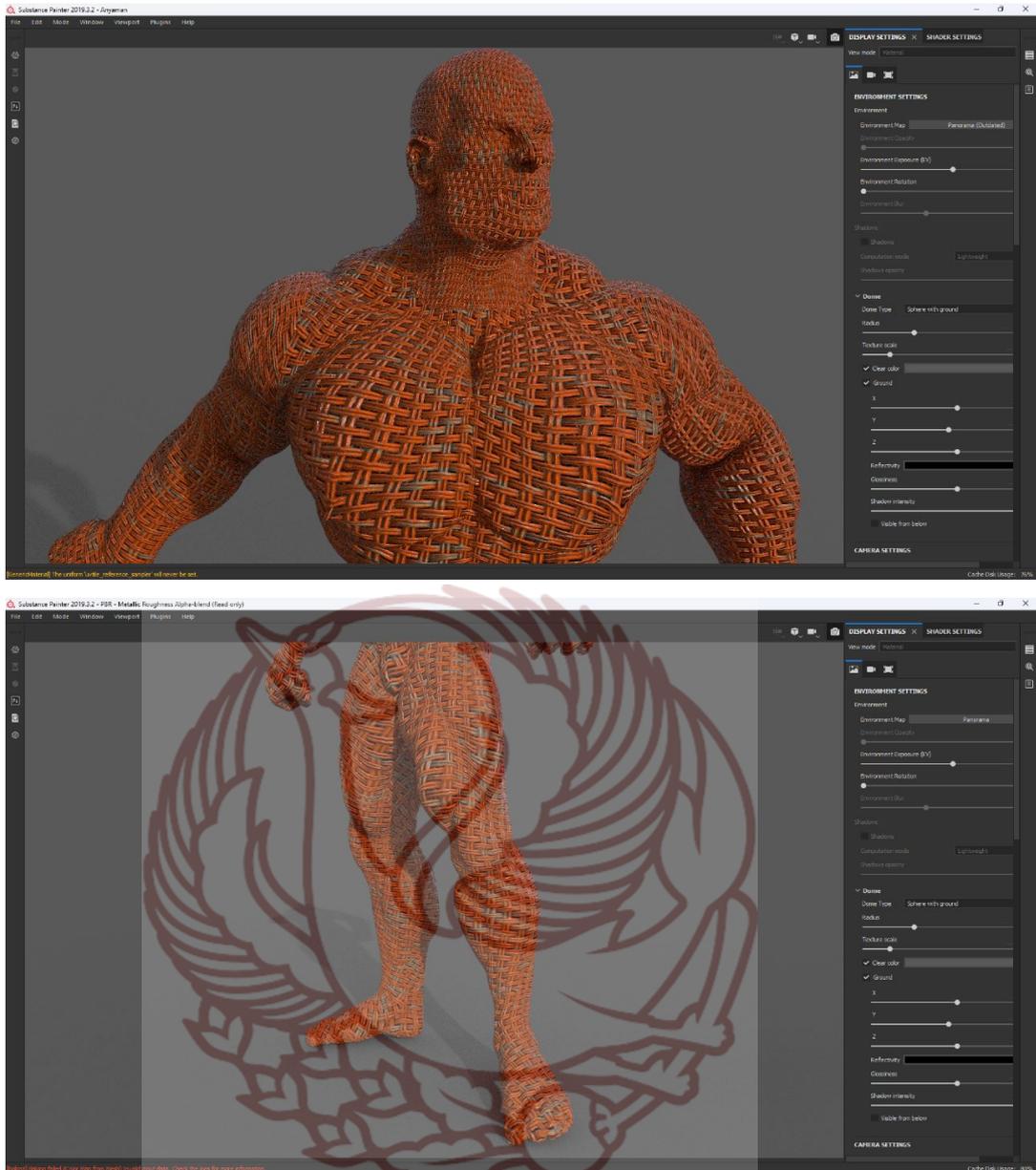


Gambar 7. 3D Modelling menggunakan aplikasi Blender

Pembuatan model 3D dari tokoh pewayangan menggunakan perangkat lunak Blender, proses ini mencakup pembuatan bentuk dasar, penambahan detail seperti tekstur dan warna, dan pengaturan pencahayaan untuk memberikan kesan realistis pada model. Pada proses ini harus dipastikan bahwa model ini sesuai dengan visi artistik yang telah direncanakan sebelumnya.

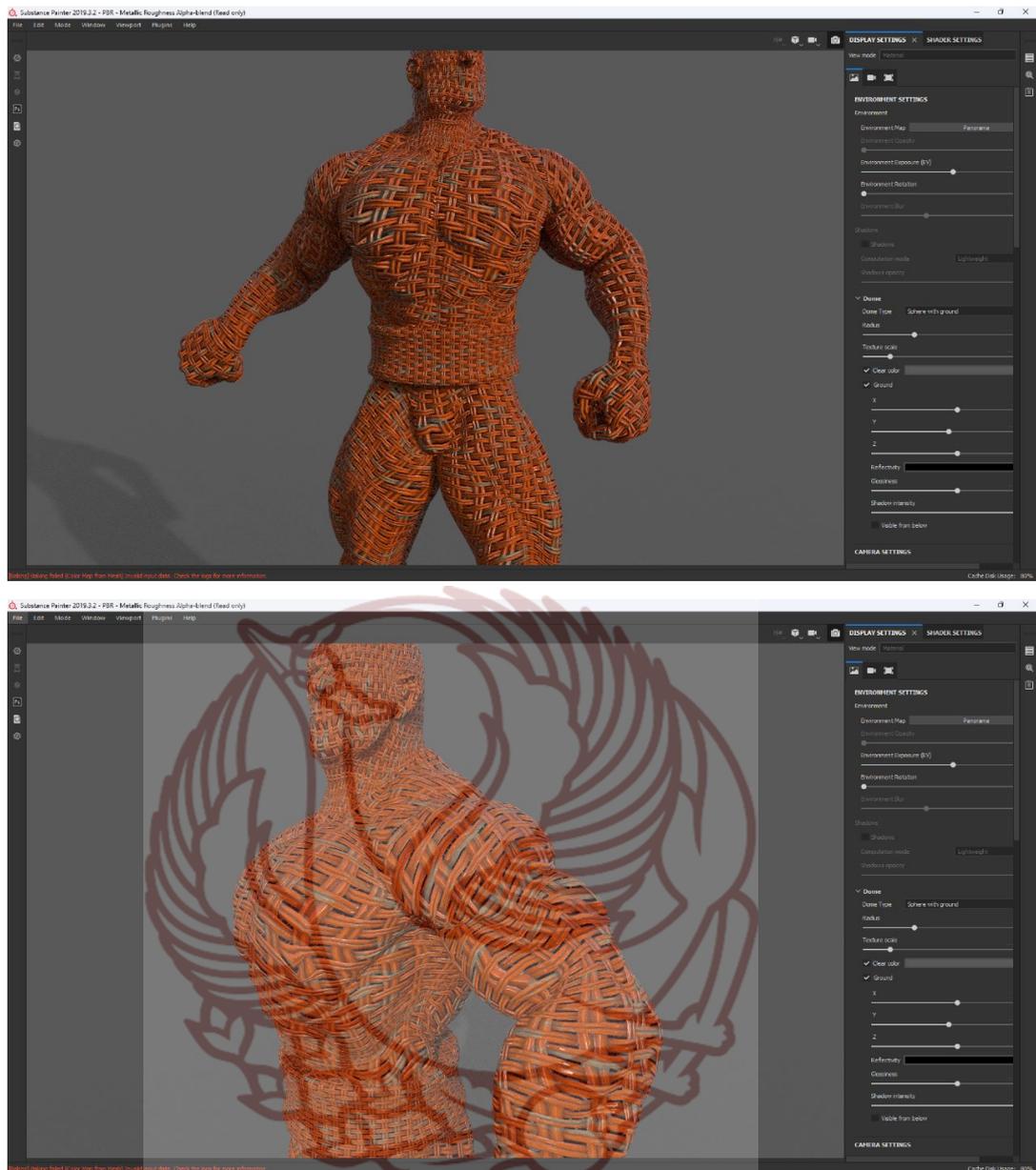
## B. Menyusun gambar pecahan sebagai acuan anatomi tokoh

Setelah pembuatan model 3D selesai, langkah selanjutnya adalah menyusun gambar pecahan yang akan menjadi acuan anatomi tokoh dalam lingkungan 3D. Gambar-gambar pecahan ini akan membantu dalam mengatur posisi dan ekspresi karakter dalam prototipe.



Gambar 8. Gambar pecahan patung rotan menggunakan aplikasi Blender

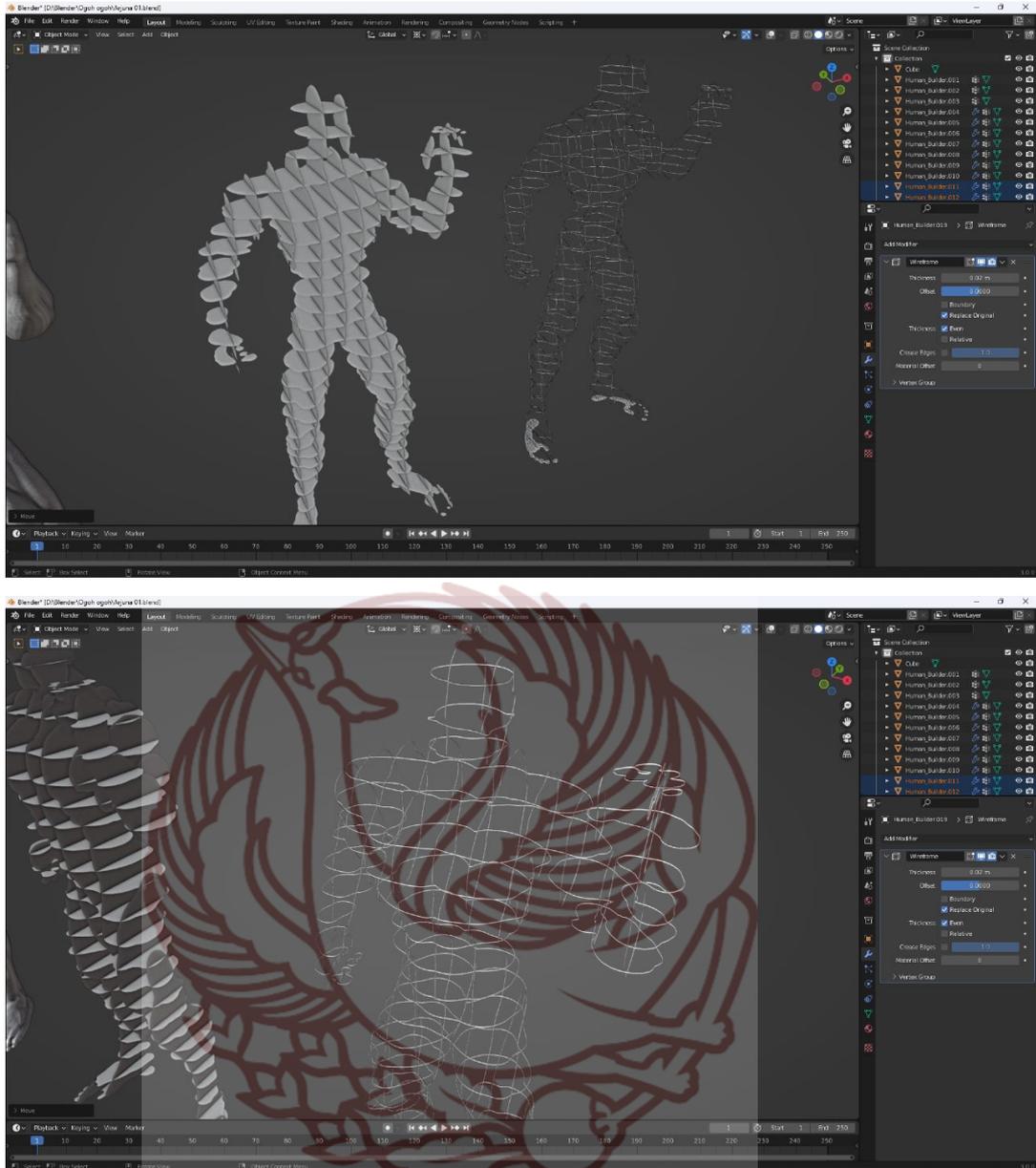
Gambar-gambar pecahan tersebut dibagi menjadi beberapa bagian yang menunjukkan detail anatomi tubuh patung sosok Bima. Dengan pecahan beberapa bagian tersebut akan mempermudah pula dalam perletakan pola anyaman rotan yang menutupi rangka patung.



Gambar 9. Detail anyaman rotan pada patung dalam aplikasi Blender

Sebelum memulai pembuatan patung fisik, gambar-gambar pecahan ini mungkin memerlukan penyesuaian dan koreksi agar sesuai dengan karakteristik yang diinginkan. Ini bisa melibatkan perubahan dalam pose atau ekspresi tokoh pewayangan untuk memastikan bahwa patung fisik nantinya mencerminkan visi seniman dengan akurat.

Selain pecahan bagian tubuh, dibuat pula detail untuk rangka patung yang terbuat dari kawat besi. Rangka ini juga menjadi penting prosesnya karena akan menentukan proporsi, ekspresi dan kestabilan kekuatan patung ikon wisata Desa Trangsan.



Gambar 10. Gambar rangka besi patung rotan menggunakan aplikasi Blender

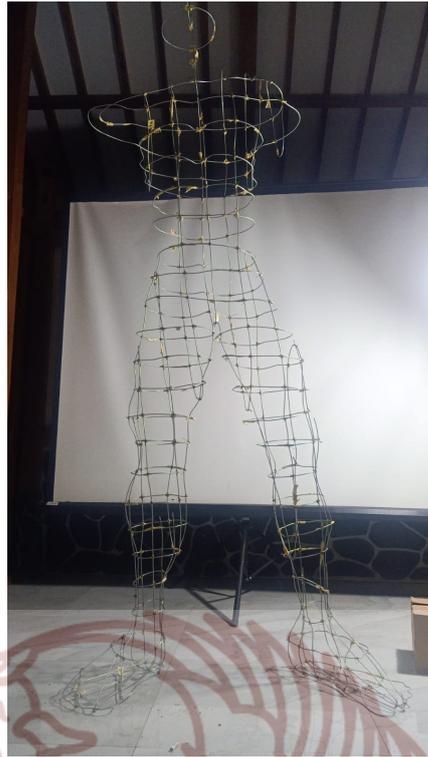
### C. Pembuatan Rangka

Pada tahap ini, tim peneliti dan pengrajin lokal bekerja sama untuk membuat objek-objek fisik yang akan digunakan dalam prototipe. Tahap ini melibatkan penggunaan bahan serat alam rotan sebagai lapisan luar yang dipadukan dengan kawat besi sebagai tulangan patung agar kerangka patung lebih kuat. Dalam proses pembuatan ini menggunakan bantuan pantulan gambar dari proyektor dengan skala 1:1 sehingga tulangnya nanti menjadi lebih presisi dan tepat dengan desain yang telah dirancang dalam software Blender.



Gambar 11. Proses pembuatan dengan menggunakan bantuan pantulan gambar dari proyektor dengan skala 1:1

Rangka patung dibentuk dengan hati-hati, memperhatikan proporsi dan kestabilan. Proses ini melibatkan penggunaan teknik-teknik tradisional dan keterampilan tangan untuk membentuk struktur dasar patung. Rangka ini harus cukup kuat untuk mendukung lapisan-lapisan serat alam yang akan ditambahkan nantinya.



Gambar 12. Rangka patung yang terbuat dari kawat besi



Gambar 13. Sambungan rangka patung yang terbuat dari kawat besi

#### **D. Perwujudan prototipe**

Prototipe yang sebenarnya mulai diwujudkan pada tahap ini. Semua komponen, mulai dari model 3D hingga gambar pecahan dan objek-objek serat alam rotan, ditempatkan dan diintegrasikan secara cermat untuk menciptakan patung ikon

wisata Desa Trangsan berupa sosok Bima yang sesuai dengan modelling pada software Blender yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya.



Gambar 14. Anyaman rotan pada kerangka patung

Setelah rangka selesai, pengerajin mulai menambahkan lapisan-lapisan serat alam (rotan) untuk membentuk bentuk patung secara keseluruhan. Proses ini melibatkan penggunaan lem atau bahan perekat alam yang kuat untuk memastikan serat-serat rotan melekat dengan baik pada rangka patung.



Gambar 15. Anyaman rotan pada kaki patung



Gambar 16. Kombinasi anyaman rotan pada kerangka patung

Selama penambahan lapisan serat alam rotan, pengrajin mulai merakit bentuk-bentuk halus dan menambahkan detail seperti tekstur kulit atau pakaian. Ini melibatkan penggunaan berbagai alat tangan tradisional untuk menciptakan hasil akhir yang realistis dan artistik.



Gambar 17. Perletakan aksesoris pendukung pada ikon wisata Desa Trangsan

### E. Uji publik

Setelah prototipe selesai, tahap uji publik menjadi kunci. Prototipe ini dipresentasikan kepada berbagai kelompok, termasuk wisatawan potensial, warga lokal, pengusaha, dan pemangku kepentingan lainnya. Feedback yang diberikan oleh peserta uji publik sangat berharga dan akan digunakan untuk memperbaiki serta menyempurnakan prototipe dan strategi branding wisata Desa Trangsan.



Gambar 18. Proses mobilisasi ikon wisata Desa Trangsan yang sudah jadi



Gambar 19. Ikon wisata Desa Trangsan berupa Patung Rotan dengan Modelling Software Blender

Dengan melewati tahapan eksperimen ini, Desa Trangsan dapat mengembangkan strategi branding wisata yang unik dan menarik, memanfaatkan teknologi 3D modeling Blender dan menonjolkan bahan serat alam sebagai elemen utama dalam pengalaman wisata. Prototipe ini bukan hanya representasi visual, tetapi juga perwujudan nyata dari potensi pariwisata yang dapat menginspirasi pengunjung dan mendorong



## **BAB V. LUARAN PENELITIAN**

Penelitian dengan judul "Strategi Branding Wisata Melalui Software 3D Modelling Blender Dengan Bahan Serat Alam" di Desa Trangsan Sukoharjo dengan hasil Patung Rotan Sosok Pewayangan ini memiliki potensi untuk menjadi kontribusi yang signifikan dalam pengembangan pariwisata dan seni di wilayah Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah. Penelitian ini menggabungkan teknologi modern (3D modeling menggunakan Blender) dengan seni tradisional (patung rotan dengan sosok pewayangan) untuk menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan bagi pengunjung.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam proyek ini melibatkan langkah-langkah penggunaan software 3D modeling Blender untuk membuat patung-patung pewayangan menggunakan bahan serat alam, khususnya rotan. Analisis hasil penelitian ini melibatkan evaluasi kualitas patung 3D yang dihasilkan, tanggapan masyarakat dan wisatawan, serta dampak branding wisata Desa Trangsan Sukoharjo. Berikut adalah beberapa temuan yang dihasilkan dari proses metodologis dan analisis hasil penelitian Strategi Branding Wisata Melalui Software 3D Modelling Blender Dengan Bahan Serat Alam:

Kualitas Patung 3D dengan Bahan Serat Alam, penelitian ini dapat menjadi evaluasi kualitas patung 3D yang dihasilkan melibatkan aspek-aspek seperti detail, ketahanan, dan estetika. Penelitian ini menemukan bahwa Blender adalah alat yang efektif untuk membuat patung-patung dengan tingkat detail yang tinggi dan realisme yang memadai menggunakan bahan serat alam.

Penelitian ini juga membutuhkan efektivitas penggunaan software Blender dalam konteks seni tradisional. Penelitian dapat mengevaluasi sejauh mana Blender memfasilitasi ekspresi seni tradisional, khususnya patung rotan dengan tema pewayangan. Hal ini bisa mencakup sejauh mana Blender memungkinkan seniman untuk mempertahankan elemen-elemen tradisional dalam desain patung-patung 3D.

Penelitian ini juga dapat menjadi bahan analisis lanjutan terhadap dampak branding menggunakan patung-patung 3D ini dalam industri pariwisata di Desa Trangsan, Kabupaten Sukoharjo. Apakah ada peningkatan jumlah wisatawan dan apakah pendapatan dari pariwisata meningkat setelah penggunaan strategi branding ini.

Penelitian ini juga dapat meningkatkan keterampilan masyarakat lokal dengan memberdayakan masyarakat lokal dalam pembuatan patung rotan dengan menggunakan software Blender, dalam jangka panjang jika diadakan pelatihan yang diselenggarakan sebagai bagian dari proyek penelitian ini, maka akan memperoleh peningkatan keterampilan seniman lokal dalam menggunakan teknologi 3D modeling dan bahan serat alam bukan hanya dari bahan rotan dan dengan bentuk yang lebih bervariasi. Target ini dapat diukur melalui penilaian hasil karya seniman lokal sebelum dan setelah pelatihan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, Nur Aini, and Asidigisianti Surya Patria. 2021. 'Perancangan Konten Visual Instagram Tenun Ikat "Paradila" Lamongan'. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan* 6 (2): 237–58.
- Chuang, Yuan-Hsien. 2015. 'Exploring the Influence of Community Attachment on City Brand Attitudes: A Consideration of Tourism Impact.' *Marketing Review/Xing Xiao Ping Lun* 12 (2).
- Dominggus, O. 2007. 'Tahap Awal Dari Industri Padat Karya Yang Berdasarkan Industrialisasi'. *Sydney: Allen&Unwin*.
- Foroudi, Pantea, Suraksha Gupta, Philip Kitchen, Mohammad M. Foroudi, and Bang Nguyen. 2016. 'A Framework of Place Branding, Place Image, and Place Reputation: Antecedents and Moderators'. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. 'Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi'. *Yogyakarta: UPP-AMP YKPN*.
- Lestari, Retno Budi, and Rini Aprilia. 2013. 'Membangun Nation Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Sektor Pariwisata Indonesia'. *Prosiding PESAT* 5.
- Nurjanah, Siti. 2015. 'Peranan Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan'. In *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, 2:27–33.
- Rochman, Mochamad Faizal. 2012. 'Blender 3d Untuk Pendidikan Animasi'. *DeKaVe* 1 (3): 17–24. <https://doi.org/10.24821/dkv.v1i3.859>.
- Yoeti, Oka A. 2002. 'Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata'. *Jakarta: Pradnya Paramita* 2002.