

PELATIHAN SMART PACKAGING BERBASIS WAYANG BEBER DAN LURIK SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN IDENTITAS VISUAL DESA TLINGSING

Evelyne Henny Lukitasari^{*1}, Farid Fitriadi², Erna Indriastiningsih³, Ahmad Khoirul Anwari⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sahid Surakarta

*e-mail: evehennydkv@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kreativitas dan pemahaman pelaku UMKM Desa Tlingsing dalam mengembangkan desain *smart packaging* yang memiliki identitas visual khas daerah. Desa Tlingsing dikenal sebagai sentra produksi kain tenun lurik yang memiliki potensi besar dalam pengembangan citra wilayah berbasis kearifan lokal. Akan tetapi, keterbatasan dalam pengetahuan desain kemasan dan pemanfaatan teknologi visual menyebabkan produk lokal belum memiliki daya saing yang optimal. Melalui pelatihan ini, tim pengabdi memperkenalkan konsep smart packaging yang mengintegrasikan unsur ilustrasi wayang beber, motif lurik, serta elemen digital sederhana seperti Barcode berisi web e-commerce sebagai perangkat informasi produk. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, workshop desain, pendampingan teknis, dan uji kemasan prototipe. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip desain visual, kemampuan mengadaptasi elemen budaya lokal, serta peningkatan kualitas kemasan produk UMKM. Pelatihan ini berhasil memperkuat identitas visual desa dan memberikan dasar bagi strategi branding wilayah berbasis kearifan lokal.

Kata kunci: identitas visual, lurik, smart packaging, UMKM, wayang beber

ABSTRACT

This community service activity aims to improve the creativity and understanding of Tlingsing Village's MSMEs in creating smart packaging designs that reflect a unique regional visual identity. Tlingsing Village is known for producing lurik woven cloth, which has significant potential for building a regional image based on local wisdom. However, limited knowledge of packaging design and visual technology has held back local products from competing effectively. Through this training, the community service team introduced the idea of smart packaging. This concept combines wayang beber illustrations, lurik motifs, and simple digital elements like QR codes for product information. The implementation included outreach, design workshops, technical help, and prototype packaging testing. The results showed that participants gained a better understanding of visual design principles, improved their ability to incorporate local cultural elements, and enhanced the quality of MSME product packaging. This training successfully reinforced the village's visual identity and laid the groundwork for a regional branding strategy based on local wisdom.

Keywords: visual identity, lurik, smart packaging, MSMEs, wayang beber

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan sekaligus peluang besar untuk memperkuat daya saing produk mereka melalui inovasi kemasan (Rico Elhando Badri et al., 2022; Suma et al., 2023). Salah satu tren yang semakin populer adalah penerapan *smart packaging*, yaitu kemasan yang tidak hanya melindungi produk tetapi juga menyampaikan informasi secara interaktif dan fungsional, seperti integrasi kode QR atau teknologi Augmented Reality (AR) (Chandra & Ramadhan, 2023; Hartanti et al., 2018; Nurnaningati et al., 2024). Inovasi ini sangat relevan bagi UMKM, karena *smart packaging* dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, transparansi produk, serta memperluas jangkauan pemasaran digital (Ganeson et al., 2023; Roy et al., 2023; Siddiqui et al., 2022; Thirupathi Vasuki et al., 2023).

Di sisi lain, identitas budaya lokal menjadi elemen strategis dalam membedakan produk UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Representasi motif tradisional pada

kemasan tidak hanya berfungsi sebagai estetika tetapi juga sebagai sarana edukatif dan naratif yang mencerminkan nilai-nilai filosofi lokal. Desain kemasan yang menghadirkan identitas budaya local seperti batik atau motif khas daerah dapat meningkatkan citra produk sekaligus memperkuat daya tarik emosional konsumen (Enggal & Murtono, 2024). Strategi desain semacam ini mendukung transformasi nilai kultural menjadi aset ekonomi dalam ekosistem UMKM. Selain motif tradisional statis, penceritaan budaya melalui narasi visual seperti wayang beber menawarkan pendekatan yang kaya dan unik. Wayang beber adalah bentuk seni wayang tradisional yang menyajikan cerita dalam gulungan visual (Dradjat et al., 2022; Harpawati & Sugihartono, 2024; Somawati & Karja, 2023). Dengan mengadaptasi visual layout wayang beber ke dalam desain kemasan dapat menghadirkan identitas lokal secara naratif dan autentik. Integrasi semacam ini masih jarang dieksplorasi dalam konteks *smart packaging* di UMKM kriya, padahal potensi simbolik dan edukatifnya sangat tinggi.

Adopsi *smart packaging* berbasis budaya lokal oleh UMKM tidak lepas dari kendala. Berdasarkan observasi awal dan telaah literatur, terdapat beberapa gap yang menjadi alasan pemilihan topik ini. Berdasarkan permasalahan di pengrajin lurik Rukun Makmur Desa Tlingsing ini muncul dari beberapa aspek: (1) kebutuhan ekonomi lokal penguatan usaha mikro dan kelompok pengrajin akan meningkatkan pendapatan rumah tangga dan ketahanan ekonomi desa; (2) pelestarian budaya dengan menghadirkan adaptasi visual layout Wayang Beber sebagai elemen desain kontekstual pada kemasan dan materi digital, produk lurik tidak hanya dijual sebagai komoditas tetapi juga sebagai kendaraan pendidikan budaya; (3) relevansi pasar dan konsumen digital saat ini mencari storytelling, transparansi, dan keaslian. Hal ini membutuhkan smart packaging yang terhubung ke e-commerce memfasilitasi verifikasi keaslian, informasi perawatan, dan akses langsung ke narasi pembuat sehingga meningkatkan nilai jual; (4) kapasitas lokal untuk pendampingan praktis akan menutup jurang literasi digital sehingga pengrajin dapat mengelola toko digitalnya sendiri atau bermitra lebih efektif dengan platform. Hal ini menjadi hal yang penting untuk segera diselesaikan dengan diperkuat oleh bukti empiris bahwa paket yang menyertakan elemen interaktif dan naratif meningkatkan kepercayaan dan intensi beli konsumen di platform digital (H. Wang et al., n.d.; J. Wang & Haizan, 2025; Zhao et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut maka tujuan pengabdian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) merancang dan mengimplementasikan prototipe *smart packaging* yang mengintegrasikan dan mengadaptasi visual layout Wayang Beber untuk produk tenun lurik Rukun Makmur; (2) mengembangkan modul pelatihan partisipatif bagi pengrajin mengenai desain kemasan, teknik dasar barcode berisi web e-commerce, dan praktik pemasaran di platform e-commerce; (3) memfasilitasi peluncuran produk percobaan di salah satu marketplace sebagai uji pasar dan model replikasi; serta (4) mendokumentasikan model integrasi budaya-teknologi sebagai pedoman bagi desa lain yang ingin memberdayakan kerajinan lokalnya. Tujuan-tujuan ini dirancang agar saling menguatkan: prototipe desain memberi bahan konkret untuk pelatihan, sementara pelatihan meningkatkan kapasitas untuk sustainabilitas dan replikasi. (Tujuan ini juga akan dijabarkan ke indikator keberhasilan kuantitatif seperti peningkatan traffic toko online, peningkatan penjualan, dan tingkat kepuasan mitra pengrajin.)

Pengabdian ini terdapat kebaruan pembahasan pada beberapa poin: pertama, integrasi dan adaptasi visual layout Wayang Beber ke dalam desain *smart packaging* yang dikoneksikan langsung dengan web e-commerce merupakan pendekatan multidisipliner yang jarang diimplementasikan pada level komunitas pengrajin (Dirpan et al., 2023; Gigauri & Palazzo, 2023); kedua, pendekatan partisipatif dengan menggabungkan lokakarya desain kolaboratif antara desainer dan pengrajin guna menciptakan produk yang

secara estetis autentik sekaligus memenuhi kebutuhan pasar modern; ketiga, program ini menghadirkan model operasional yang menghubungkan desain, produksi kemasan, dan platform pemasaran digital dalam satu rangkaian intervensi pengabdian sehingga memberikan model prototipe desain untuk desa lain. Secara akademis, pengabdian ini juga berkontribusi pada literatur terapan desain komunikasi visual dan studi pemberdayaan ekonomi lokal dengan *evidence based practice* yang menguji efek perpaduan heritage design dan *smart packaging* pada outcome pemasaran digital (Nurnaningati et al., 2024). Secara metodologis, pengabdian ini akan mengadopsi pendekatan desain partisipatif (*co-design*) yang dipadu dengan siklus implementasi-evaluasi yaitu dengan eksplorasi kebutuhan dan pemetaan aset budaya, iterasi desain kemasan dengan pengujian pengguna lokal, penerapan teknologi barcode untuk menghubungkan kemasan ke halaman produk web e-commerce dan materi multimedia, serta pelatihan dan pendampingan pemasaran digital. Evaluasi akan dilakukan melalui indikator kuantitatif dan kualitatif (narasi pengalaman pengrajin, persepsi pembeli terhadap identitas produk). Hasil yang diharapkan bukan hanya terbatas pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga munculnya kapasitas desain dan digital yang berkelanjutan serta model dokumentasi budaya yang dapat meningkatkan nilai kebudayaan produk di pasar.

2. METODE

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat, pelaku UMKM, dan perangkat desa. Tahapan pelaksanaan meliputi:

a. Sosialisasi Program

Tim pengabdi melakukan pertemuan awal dengan pelaku UMKM dan perangkat desa untuk menjelaskan tujuan, manfaat, serta konsep dasar smart packaging. Sosialisasi juga mencakup pemahaman mengenai potensi budaya lokal, yaitu ilustrasi wayang beber dan motif lurik.

b. Pelatihan Desain Smart Packaging

Kegiatan workshop dilaksanakan secara langsung melalui sesi:

- 1) Pengenalan prinsip desain komunikasi visual
- 2) Studi kasus kemasan berbasis budaya
- 3) Praktik menggambar pola lurik dan transformasi visual
- 4) Workshop digitalisasi visual menggunakan perangkat sederhana
- 5) Integrasi barcode untuk informasi produk

c. Pendampingan Teknis

Peserta didampingi untuk mengembangkan konsep kemasan masing-masing UMKM, termasuk:

- 1) Penyusunan layout desain
- 2) Pemilihan warna dan tipografi
- 3) Integrasi elemen wayang beber
- 4) Penyisipan barcode yang terhubung ke profil UMKM atau deskripsi produk

d. Produksi Prototipe Kemasan

Tim melakukan pencetakan prototipe kemasan menggunakan bahan mockup. Peserta diminta menilai kelayakan visual, fungsional, dan kesesuaian identitas budaya.

e. Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi dilakukan dengan metode diskusi kelompok dan observasi hasil desain peserta. Indikator evaluasi meliputi kreativitas, kesesuaian budaya, fungsi kemasan, dan kapasitas penerapan ke produk nyata.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan memperlihatkan bahwa kombinasi pendekatan partisipatif (*co-design visual*) dan teknologi *smart packaging* rendah biaya (barcode dengan landing page multimedia web e-commerce) efektif bagi pengrajin tradisional untuk mengakses pasar digital sekaligus memperkuat identitas kultural produk. Temuan ini konsisten dengan literatur mutakhir yang menunjukkan barcode berisi web e-commerce sebagai data-carrier sederhana yang meningkatkan transparansi produk dan engagement konsumen di kanal daring (Kumari & Gaikwad, 2025; Yao et al., 2024), sehingga relevan untuk UMKM dengan kapasitas teknologi terbatas. Pemanfaatan dengan mengadaptasi visual layout Wayang Beber yang direduksi secara grafis terbukti sebagai strategi visual yang memudahkan komunikasi nilai budaya dalam format kemasan skala kecil sejalan dengan studi desain yang mendemonstrasikan kemungkinan rekoneksionalisasi figur wayang dan layout untuk aplikasi komersial kontemporer.

Luaran dari kegiatan pengabdian ini menghasilkan serangkaian artefak praktis: 1) guideline visual hasil *co-design* (palet, grid, versi reduksi hasil adaptasi visual layout Wayang Beber, dan pola lurik yang diretas untuk produksi kemasan), dan 2) 3 varian prototipe *smart packaging* dengan barcode berisi web e-commerce yang mengarah ke landing page multimedia (foto produk, video proses ≤90 detik, dan tautan marketplace). Produksi prototipe mencapai 250 unit untuk kebutuhan pilot, dan setiap landing page dilengkapi metrik pemindaian yang dimonitor selama pilot market. Pada level kapabilitas peserta, evaluasi pre-post menunjukkan peningkatan signifikan: 92% peserta inti mampu membuat dan menempelkan barcode secara mandiri setelah pelatihan; 88% mampu mengunggah produk ke marketplace dengan foto dan deskripsi naratif; dan 80% mampu mereproduksi template kemasan sesuai guideline indikator yang mengindikasikan transfer keterampilan praktis yang berhasil. Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan *smart packaging* berbasis ilustrasi yang mengadaptasi visual layout wayang beber dan motif lurik bagi UMKM Desa Tlingsing memberikan berbagai temuan penting terkait kesiapan, kebutuhan, dan perubahan yang terjadi pada para pelaku UMKM setelah pelaksanaan program. Pelaksanaan pelatihan yang mencakup tahapan pengenalan konsep *smart packaging*, workshop desain, integrasi teknologi Barcode berisi web e-commerce, serta pendampingan produksi prototipe menunjukkan dinamika perkembangan kompetensi yang berbeda-beda antarpeserta. Proses ini memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas pendekatan pemberdayaan berbasis budaya lokal dalam mendukung penguatan identitas visual desa sekaligus adaptasi UMKM terhadap kebutuhan pemasaran digital.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar UMKM di Desa Tlingsing memiliki pemahaman terbatas mengenai fungsi strategis kemasan dalam pemasaran produk. Kemasan tradisional yang digunakan selama ini umumnya hanya berfungsi sebagai pembungkus fisik tanpa nilai estetika, narasi budaya, maupun fitur interaktif. Bahkan, dari hasil asesmen awal diketahui bahwa lebih dari 70% peserta belum pernah mendesain kemasan sendiri atau bekerja sama dengan desainer profesional. Hal ini mengakibatkan tampilan produk tenun lurik Tlingsing tidak memiliki diferensiasi visual yang kuat dibandingkan produk serupa dari daerah lain. Minimnya identitas visual membuat konsumen tidak memiliki gambaran jelas mengenai latar belakang budaya, filosofi motif, proses pembuatan, ataupun keunikan kain tenun yang menjadi nilai khas desa tersebut. Selain dari aspek desain, hasil asesmen awal juga menunjukkan bahwa tingkat literasi digital pelaku UMKM masih cukup rendah. Peserta rata-rata belum familiar dengan penggunaan Barcode berisi web e-commerce untuk pemasaran, belum terbiasa dengan media sosial sebagai sarana branding, dan tidak pernah berinteraksi dengan teknologi Augmented Reality. Keterbatasan ini berdampak pada kesenjangan antara potensi budaya

lokal yang sangat kaya dengan kemampuan aktual dalam mengemasnya ke dalam medium komunikasi visual yang adaptif terhadap tren pasar global. Oleh karena itu, pelatihan disusun untuk mengatasi dua aspek utama: peningkatan kapasitas desain dan peningkatan literasi digital.

Pada sesi awal pelatihan, peserta diperkenalkan dengan konsep *smart packaging* melalui contoh-contoh kemasan modern yang mengintegrasikan narasi budaya dan teknologi informasi. Respon peserta menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi lebih dari 80% peserta mengaku baru memahami bahwa kemasan dapat berfungsi sebagai media komunikasi budaya dan pemasaran digital. Dalam sesi ini, peserta juga diperlihatkan bagaimana produk lokal di berbagai daerah lain mampu meningkatkan nilai jual melalui kemasan yang mengedepankan identitas visual lokal. Pemahaman ini menjadi landasan penting bagi peserta untuk merefleksikan kembali kekayaan budaya Desa Tlingsing, terutama wayang beber dan motif tenun lurik, sebagai elemen visual yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik kemasan.



Gambar 1. Konsep Smart Packaging Yang Terintegrasi Dengan Adabtasi Visual Layout Wayang Beber, Motif Lurik Dan Barcode Web E-Commerce

Tahapan berikutnya adalah workshop merancang elemen visual. Peserta dilatih mengidentifikasi motif lurik khas Tlingsing dan cerita wayang beber yang dapat diterjemahkan ke dalam ilustrasi kemasan. Pada proses ini ditemukan bahwa sebagian besar peserta memiliki pengetahuan mendalam mengenai motif tenun dan cerita lokal, tetapi belum terbiasa menerjemahkannya ke dalam bentuk visual yang komunikatif dan modern. Oleh karena itu, fasilitator memberikan panduan mengenai prinsip desain komunikasi visual seperti hirarki visual, komposisi, tipografi, dan keseimbangan warna. Peserta kemudian berkolaborasi untuk membuat sketsa awal kemasan. Proses ini memperlihatkan bahwa ketika peserta diberi ruang kreatif dan dipandu dengan pendekatan yang tepat, mereka mampu menghasilkan gagasan visual yang otentik dan kaya akan nilai budaya. Integrasi wayang beber sebagai elemen visual terbukti menjadi daya tarik utama. Para peserta merasa bahwa menghadirkan cerita lokal dalam kemasan merupakan cara untuk menjaga warisan budaya sekaligus memperkenalkannya kepada konsumen yang lebih luas. Proses interpretasi wayang beber ke dalam gaya visual modern—tanpa menghilangkan karakter tradisionalnya—memerlukan pendampingan intensif. Hasilnya, sebagian besar peserta berhasil memodifikasi alur cerita wayang beber menjadi panel-panel visual sederhana yang dapat tampil sebagai ornamen kemasan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang berbasis eksplorasi budaya bersifat sangat efektif untuk meningkatkan kreativitas peserta.



Gambar 2. Workshop Merancang Elemen Visual

Sementara itu, integrasi motif lurik ke dalam layout kemasan berjalan lebih lancar. Peserta sudah sangat familiar dengan motif lurik sehingga proses transformasinya ke dalam grafik digital berlangsung cepat. Tantangan utamanya lebih kepada pemilihan warna agar tetap mencerminkan identitas lurik tradisional tetapi tetap terlihat modern dan menarik bagi konsumen. Fasilitator memperkenalkan prinsip pemetaan warna digital agar peserta mampu memilih kombinasi yang estetis dan harmonis dengan elemen wayang beber.

Pada tahapan literasi teknologi, peserta mempelajari penggunaan barcode berisi web e-commerce untuk memuat informasi produk, sejarah motif, profil pengrajin, hingga tautan menuju toko daring. Pada tahap ini terlihat bahwa peserta membutuhkan pendampingan lebih intensif dibandingkan tahap desain visual. Namun, setelah dilakukan simulasi pembuatan Barcode berisi web e-commerce secara bertahap dan penerapannya pada layout kemasan, peserta mulai memahami potensi teknologi sederhana ini untuk meningkatkan nilai informasi produk secara signifikan. Dalam beberapa kasus, peserta mengungkapkan bahwa Barcode berisi web e-commerce dapat membantu mereka memperkenalkan proses pembuatan kain yang selama ini tidak diketahui konsumen, sehingga menambah kepercayaan terhadap keaslian produk.



Gambar 3. Workshop Literasi Teknologi

Pada tahap uji coba desain (prototyping), peserta mulai mengevaluasi efektivitas kemasan berdasarkan umpan balik sesama peserta dan tim pengabdian. Evaluasi mencakup aspek estetika, keterbacaan informasi, konsistensi identitas visual, serta kelayakan penggunaan Barcode berisi web e-commerce. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan kompetensi desain yang signifikan, terutama dalam hal penataan layout, pemilihan warna, dan integrasi unsur budaya. Prototipe akhir memperlihatkan kemasan yang lebih komunikatif, memiliki nilai naratif, dan memberikan pengalaman interaktif bagi konsumen. Program ini juga menunjukkan dampak sosial yang nyata. Para

peserta merasa lebih percaya diri dan bangga terhadap warisan budaya mereka. Mereka menyadari bahwa tenun lurik dan wayang beber bukan hanya aset estetika tetapi juga identitas kolektif desa yang dapat menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan pasar. Kegiatan ini membuka ruang kolaborasi baru antar-UMKM, terutama antara pengrajin kain, ilustrator lokal, dan pelaku pemasaran digital. Interaksi semacam ini memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Desa Tlingsing.

Pada sisi ekonomi, para peserta mulai memahami bahwa *smart packaging* bukan hanya alat promosi tetapi juga strategi peningkatan nilai jual produk. Dengan menambahkan narasi budaya dan fitur digital, kemasan mampu menciptakan pengalaman konsumen yang lebih kaya. Efeknya terlihat pada peningkatan minat calon pembeli ketika beberapa prototipe dipresentasikan dalam sesi pameran mini. Beberapa peserta UMKM bahkan mulai merencanakan produksi skala kecil untuk menguji respons pasar yang lebih luas.

Tabel 1. Evaluasi Tingkat Pemahaman Peserta Pelatihan Smart Packaging

Aspek Evaluasi	Indikator	Kondisi Sebelum Pelatihan	Kondisi Setelah Pelatihan	Persentase Peningkatan
Pemahaman Konsep Smart Packaging	Pengetahuan tentang fungsi desain kemasan, branding, dan identitas visual	Majoritas peserta belum memahami peran kemasan dalam branding ($\pm 70\%$ belum paham)	82% peserta memahami konsep smart packaging dan identitas visual	+52%
Pemahaman Integrasi Budaya Lokal	Pengetahuan tentang Wayang Beber dan Lurik sebagai identitas visual	80% peserta belum mengetahui penerapan motif budaya dalam kemasan	90% peserta mampu menjelaskan fungsi budaya lokal untuk branding	+80%
Penerapan barcode sebagai Smart Feature	Kemampuan membuat, memasang, dan menghubungkan barcode ke informasi produk	10% peserta tahu fungsi barcode, tapi belum mampu membuat dan menautkannya	88% peserta berhasil membuat serta mengintegrasikan QR dalam desain	+78%
Kualitas Hasil Desain	Kreativitas visual, konsistensi layout, integrasi budaya, kerapian desain	Sebagian besar desain masih sederhana dan belum konsisten	72% desain peserta dinilai baik dan layak dikembangkan	+47%
Kebermanfaatan Pelatihan	Relevansi program terhadap kebutuhan UMKM	Peserta belum memiliki strategi branding yang terarah	91% peserta menilai pelatihan sangat relevan dan membantu pemasaran	+61%

Keseluruhan hasil pelatihan menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis budaya lokal dan teknologi digital terbukti efektif untuk meningkatkan kualitas kemasan UMKM. Meskipun masih terdapat tantangan terkait kemampuan teknologi dan penyediaan perangkat digital, kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendampingan yang sistematis, UMKM dapat beradaptasi dan mengembangkan inovasi kemasan yang memadukan identitas lokal dan teknologi modern. Integrasi wayang beber, motif lurik, dan barcode menjadi model *smart packaging* khas Desa Tlingsing yang tidak hanya memperkaya identitas visual tetapi juga meningkatkan daya kompetitif produk tenun di pasar lokal maupun global.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan smart packaging berbasis wayang beber dan lurik berhasil memberikan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengembangkan kemasan yang memiliki kekuatan identitas visual. Integrasi unsur budaya lokal dengan desain modern mampu menghasilkan kemasan; yang lebih menarik, informatif, dan kompetitif (Suzianti et al., 2023). Selain itu, penyisipan teknologi seperti barcode web e-commerce menjadi nilai tambah yang meningkatkan aksesibilitas informasi produk UMKM Desa Tlingsing. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi signifikan dalam pemberdayaan masyarakat dan penguatan *branding* wilayah berbasis kearifan lokal. Saran yang direkomendasikan untuk keberlanjutan kegiatan pengabdian yaitu: 1) Perlu adanya pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai digital marketing dan fotografi produk untuk mendukung pemasaran UMKM, 2) Pemerintah desa diharapkan mendukung implementasi kemasan standar bagi setiap produk UMKM Tlingsing agar identitas visual desa lebih terbangun secara konsisten, 3) Diperlukan kolaborasi dengan akademisi, desainer, dan pihak industri untuk memfasilitasi produksi kemasan dalam skala lebih besar, dan 4) UMKM diharapkan aktif menggunakan barcode berisi web e-commerce sebagai informasi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan kerja sama sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pelatihan Smart Packaging Berbasis Wayang Beber dan Lurik sebagai Strategi Penguatan Identitas Visual Desa Tlingsing” dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kemenristekdikti yang telah memberikan hibah PISN 2025, Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan izin, fasilitasi, serta arahan administratif selama proses perencanaan hingga pelaporan kegiatan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Tlingsing, khususnya Kepala Desa dan seluruh perangkat desa, yang telah memberikan ruang, dukungan, serta motivasi bagi para pelaku UMKM kain tenun lurik Rukun Makmur Desa Tlingsing untuk berpartisipasi dalam pelatihan ini. Apresiasi yang tulus juga disampaikan kepada para pelaku UMKM kain tenun lurik Rukun Makmur Desa Tlingsing, dan peserta pelatihan yang dengan antusias mengikuti setiap sesi dan berkontribusi aktif dalam proses diskusi maupun praktik desain. Tidak lupa, penulis memberikan ucapan terima kasih kepada tim dosen, mahasiswa, serta mitra kolaborasi Program PISN yang telah bekerja sama dalam melaksanakan rangkaian kegiatan pelatihan, mulai dari penyusunan materi, pendampingan teknis, hingga evaluasi program.

Akhirnya, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan moral, material, dan teknis yang telah diberikan selama kegiatan berlangsung. Semoga segala bentuk kerja sama dan kontribusi dalam kegiatan pengabdian ini menjadi amal baik yang memberikan manfaat berkelanjutan, khususnya bagi peningkatan kapasitas UMKM kain tenun lurik Rukun Makmur Desa Tlingsing dalam memperkuat identitas visual dan daya saing produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, A., & Ramadhan, M. S. (2023). Aplikasi Berbasis Augmented Reality (Ar) Untuk Jenis Teknik Informatika , Universitas Asahan. 3(3), 225–230.
- Dirpan, A., Hatul, S., Djalal, M., Fadiah, A., Sisilia, D., Khosuma, M., Tiara, G., & Ismayanti, N. (2023). Trends over the last 25 years and future research into smart packaging for food : A review. *Future Foods*, 8(March), 100252.

- https://doi.org/10.1016/j.fufo.2023.100252
- Dradjat, R. P., Darmayanti, T. E., Maranatha, U. K., Desain, F., Indonesia, U. K., Beber, W., Perancangan, I., & Ruang, P. (2022). Membaca visual wayang beber sebagai ide perancangan ruang. *04*(03), 309–317.
- Enggal, M., & Murtono, T. (2024). Javanese wayang system of signs in batik logo and its role in creating visual brand identity. *19*(1), 37–49.
- Ganeson, K., Mouriya, G. K., Bhubalan, K., Razifah, M. R., Jasmine, R., Sowmiya, S., Amirul, A.-A. A., Vigneswari, S., & Ramakrishna, S. (2023). Smart packaging – A pragmatic solution to approach sustainable food waste management. *Food Packaging and Shelf Life*, *36*, 101044. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.fpsl.2023.101044
- Gigauri, I., & Palazzo, M. (2023). Intelligent Packaging As a Marketing Tool. Are Digital Technologies Re-Shaping Packaging?. *Agora International Journal of Economical Sciences*, *17*(1), 14–23. https://doi.org/10.15837/aijes.v17i1.5757
- Harpawati, T., & Sugihartono, R. (2024). Wayang Beber Sudamala Design as A Means of Performance. *AJHSSR: American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, *8*(07), 93–99.
- Hartanti, M., Hartanti, M., Visual, D., Seni, F., & Maranatha, U. K. (2018). Kajian Kesiapan Masyarakat Menerima Penggunaan Teknologi Augmented Reality Studi kasus : Desain Kemasan Oleh-oleh UMKM Khas Jawa Barat. 20–24.
- Kumari, A., & Gaikwad, K. K. (2025). Data carriers for real-time tracking and monitoring in smart , intelligent packaging applications : A technological review. *Next Materials*, *8*, 100591. https://doi.org/10.1016/j.nxmate.2025.100591
- Nurnaningati, S., Mukaromatul, T. A., & Saputri, E. E. (2024). Smart Cultural Heritage : Strategi Wujudkan Kelestarian Budaya di Era Smart City Terintegrasi Augemented Reality Melalui Platform Mojangki . *id*
- Rico Elhandro Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 347–353. https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268
- Roy, B., Saikia, D., Nayak, P. K., Chandra Biswas, S., Bandyopadhyay, T. K., Bhunia, B., & Chandra Nath, P. (2023). Innovations in smart packaging technologies for monitoring of food quality and safety. *Green Sustainable Process for Chemical and Environmental Engineering and Science: Methods for Producing Smart Packaging*, 39–58. https://doi.org/10.1016/B978-0-323-95644-4.00013-9
- Siddiqui, J., Taheri, M., Alam, A. U., & Deen, M. J. (2022). Nanomaterials in Smart Packaging Applications: A Review. *Small*, *18*(1), 1–63. https://doi.org/10.1002/smll.202101171
- Somawati, N. W., & Karja, I. W. (2023). Contemporary Wayang Beber: Transformative Narration in the Discourse of Philosophy and Society. *International Journal of Social Science and Human Research*, *6*(08), 4997–5004. https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i8-52
- Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *13*(2), 111–115. https://doi.org/10.35797/jab.13.2.111-115
- Suzianti, A., Amaradhanny, R. D., & Fathia, S. N. (2023). Fashion heritage future: Factors influencing Indonesian millenials and generation Z's interest in using traditional fabrics. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *9*(4). https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100141
- Thirupathi Vasuki, M., Kadirvel, V., & Pejavara Narayana, G. (2023). Smart packaging—An

- overview of concepts and applications in various food industries. *Food Bioengineering*, 2(1), 25–41. <https://doi.org/10.1002/fbe2.12038>
- Wang, H., Lin, L., Wang, H., Jin, X., & Ruan, C. (n.d.). From Images to Words : How Packaging Style Affects Brand Preference in Heritage Food From Images to Words : How Packaging Style Affects Brand.
- Wang, J., & Haizan, M. (2025). The Influence Of Visual Communication Of Food Packaging Design On Consumer Perception And Purchasing Intentions : A Systematic Literature Review. 32(2022), 624–631.
- Yao, Q. bo, Huang, F., Lu, Y. hui, Huang, J. ming, Ali, M., Jia, X. Z., Zeng, X. A., & Huang, Y. yan. (2024). Polysaccharide-based food packaging and intelligent packaging applications: A comprehensive review. In *Trends in Food Science and Technology*, 147. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2024.104390>
- Zhao, L., Liu, Y., Zhao, L., & Wang, Y. (2022). Anthocyanin-based pH-sensitive smart packaging films for monitoring food freshness. *Journal of Agriculture and Food Research*, 9, 100340. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100340>

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

