

PERANCANGAN PRODUK KREATIF TIGA DIMENSI DENGAN NUANSA BALI UNTUK ZALOUKH APPAREL DI ENYO STUDIO

Gede Sandinata¹ I Wayan Swandi², I Gusti Ngurah Wirawan³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Bali, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: sandinatane@gmail.com

Abstrak

Pengembangan produk kreatif berbasis budaya lokal menjadi strategi penting dalam memperkuat identitas merek pada industri kreatif. Penelitian ini bertujuan merancang produk kreatif tiga dimensi bernuansa Bali untuk Zaloukh Apparel melalui kolaborasi dengan Enyo Studio. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan project based learning dalam kegiatan magang Kurikulum Berdampak. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara dengan pihak studio, dan studi kepustakaan. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan unsur budaya Bali, seperti simbol visual lokal dan filosofi Tri Hita Karana, dapat dikemas dalam bentuk produk tiga dimensi yang modern dan memiliki nilai estetika serta komersial. Produk yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga sebagai media penguatan identitas merek dan promosi budaya lokal. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan desain produk kreatif berbasis kearifan lokal yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif dan pariwisata.

Kata kunci: Produk 3D, Budaya Bali, Brand lokal, Enyo Studio

Abstract

The development of creative products based on local culture has become an important strategy for strengthening brand identity within the creative industry. This study aims to design three-dimensional creative products with Balinese nuances for Zaloukh Apparel through a collaboration with Enyo Studio. The research employs a qualitative descriptive method with a project-based learning approach conducted an internship program under the Impact-Oriented Curriculum. Data were collected through field observations, interviews with studio stakeholders, and literature review. The results indicate that the application of Balinese cultural elements, such as local visual symbols and the philosophy of Tri Hita Karana, can be effectively transformed into modern three-dimensional products with both aesthetic and commercial value. The resulting products function not only as visual elements but also as media for strengthening brand identity and promoting local culture. This study contributes to the development of creative product design based on local wisdom that is relevant to the needs of the creative industry and tourism sector.

Keywords: 3D products, Balinese culture, local brand, Enyo Studio

PENDAHULUAN

Penerapan Kurikulum Berdampak menekankan pentingnya integrasi antara pembelajaran akademik dan pengalaman langsung di dunia industri. Mahasiswa tidak hanya dituntut memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan secara nyata melalui keterlibatan langsung dalam lingkungan profesional, khususnya pada sektor industri kreatif. Salah satu bentuk implementasi kurikulum tersebut adalah kegiatan magang, yang memberikan ruang bagi mahasiswa untuk memahami proses kerja, dinamika industri, serta pengembangan karya berbasis kebutuhan pasar (Institut Seni Indonesia Denpasar, 2023).

Melalui kegiatan magang di industri kreatif, mahasiswa memperoleh pengalaman dalam memahami alur proses kreatif, mulai dari tahap riset, pengembangan konsep, hingga produksi. Proses ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk sikap profesional, kemampuan kolaborasi, serta pemecahan masalah secara kreatif. Enyo Studio sebagai studio kreatif di Bali menjadi salah satu ruang praktik yang relevan karena fokus pada desain visual, pengembangan produk, dan eksplorasi ide kreatif berbasis budaya lokal.

Dalam konteks industri kreatif Bali, pengembangan produk kreatif yang berakar pada budaya lokal memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas merek. Zaloukh Apparel merupakan brand lokal yang mengusung nilai seni, kebebasan berekspresi, dan gaya hidup kreatif khas Bali. Namun, penguatan identitas merek tidak hanya bergantung pada media visual dua dimensi, melainkan membutuhkan inovasi melalui media yang lebih interaktif dan berdaya tarik tinggi. Produk kreatif tiga dimensi menjadi salah satu alternatif yang mampu memberikan pengalaman visual dan emosional yang lebih kuat bagi konsumen.

Bali sebagai destinasi wisata internasional dikenal memiliki kekayaan budaya, filosofi hidup, dan karakter visual yang khas. Unsur budaya seperti motif tradisional, simbol visual lokal, serta filosofi *Tri Hita Karana* memiliki potensi besar untuk

diadaptasi ke dalam desain modern tanpa kehilangan nilai identitasnya. Kusrianto (2010) menyatakan bahwa desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media representasi identitas budaya yang melatar belakanginya.

Pemilihan bentuk tiga dimensi dalam pengembangan produk kreatif didasarkan pada kemampuannya dalam menghadirkan pengalaman visual yang lebih mendalam melalui bentuk, tekstur, dan interaksi ruang. Produk tiga dimensi juga memiliki potensi yang lebih besar dalam membangun kesan interaktif serta hubungan emosional antara konsumen dan merek. Menurut Rustan (2019), desain produk yang efektif adalah desain yang mampu menciptakan keterikatan emosional antara pengguna dan objek visual, sehingga meningkatkan daya ingat dan pengenalan terhadap merek.

Perancangan produk kreatif tiga dimensi bernuansa Bali ini juga menjadi sarana penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual, seperti estetika, eksplorasi bentuk, dan keseimbangan antara nilai visual dan fungsi komersial. Karya desain yang dihasilkan tidak hanya dituntut menarik secara visual, tetapi juga relevan dengan kebutuhan pasar dan strategi branding. Pendekatan ini sejalan dengan semangat Kurikulum Berdampak yang menekankan penciptaan karya inovatif yang memiliki nilai guna dan dampak nyata bagi industri (Kemdikbudristek, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang produk kreatif tiga dimensi dengan nuansa Bali bagi Zaloukh Apparel melalui kolaborasi dengan Enyo Studio. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan desain produk kreatif berbasis kearifan lokal, sekaligus mendukung penguatan identitas brand lokal dan pengembangan industri kreatif serta pariwisata budaya di Bali.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Project-Based Learning (PBL) yang diterapkan melalui kegiatan magang di industri kreatif. Pendekatan ini menekankan proses pembelajaran melalui keterlibatan langsung dalam pelaksanaan proyek nyata di lingkungan kerja profesional. PBL dipandang relevan karena memungkinkan

mahasiswa terlibat secara aktif dalam seluruh tahapan perancangan produk, mulai dari perencanaan konsep, pengembangan desain, hingga realisasi karya akhir. Proyek yang dikerjakan merupakan bagian dari pengembangan produk kreatif di Enyo Studio, sehingga proses perancangan dilakukan dengan mengikuti sistem kerja, alur komunikasi, serta tenggat waktu yang ditetapkan oleh pihak studio.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam proses perancangan produk kreatif tiga dimensi bermuansa Bali. Metode kualitatif memungkinkan penggalian data yang bersifat kontekstual dan deskriptif, terutama terkait pengalaman, proses kreatif, serta penerapan nilai budaya dalam desain produk. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses perancangan, sehingga dapat memahami dinamika kerja dan pengambilan keputusan desain secara komprehensif.

1. Observasi

Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas kerja dan alur produksi di Enyo Studio selama kegiatan magang berlangsung. Metode ini bertujuan untuk memperoleh data faktual mengenai proses kreatif, sistem kerja tim, serta tahapan perancangan produk kreatif tiga dimensi. Sukandarrumidi (2006) menyatakan bahwa observasi melibatkan dua unsur utama, yaitu pengamat dan objek yang diamati, sehingga memungkinkan peneliti menangkap fenomena secara langsung sesuai dengan kondisi aktual di lapangan. Melalui observasi, diperoleh pemahaman mengenai penerapan konsep budaya Bali dalam proses desain produk.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak terkait, khususnya pendiri dan tim Enyo Studio, untuk memperoleh informasi mengenai konsep desain, strategi pengembangan produk, serta kolaborasi dengan Zaloukh Apparel. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menggali pandangan, pengalaman, dan pertimbangan profesional dalam proses perancangan produk kreatif. Menurut Trivaika (2022), wawancara merupakan metode

pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber guna memperoleh data yang relevan dan mendalam.

3. Studi Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, laporan penelitian, arsip, maupun dokumen lainnya yang relevan dengan topik penelitian.. Sejalan dengan pendapat tersebut, Nazir (2014) menyatakan bahwa studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menelaah buku-buku, literatur, catatan, dan laporan yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan penelitian. Metode ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang bersifat teoritis maupun empiris sebagai dasar analisis penelitian. Dalam konteks pelaksanaan magang di Enyo Studio, penulis menerapkan studi literatur untuk memperdalam pemahaman mengenai prinsip-prinsip desain, teori warna, perspektif, serta elemen visual yang digunakan dalam produksi produk tiga dimensi..

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah dokumen, arsip, catatan, serta materi visual yang berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2018; Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini, dokumentasi meliputi pencatatan hasil wawancara, dokumentasi proses kerja selama magang, serta arsip visual perancangan dan produksi produk kreatif. Data dokumentasi digunakan untuk memahami alur kerja di Enyo Studio serta sebagai bahan pendukung dalam analisis dan pelaporan hasil penelitian.

Dampak Sosial Perancangan produk kreatif tiga dimensi Barong Mini 3D berperan sebagai media representasi budaya Bali yang mampu memperkuat identitas lokal serta meningkatkan apresiasi masyarakat dan wisatawan terhadap nilai-nilai budaya tradisional. Produk ini juga mendukung upaya pelestarian budaya melalui pendekatan desain modern yang mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Perancangan produk kreatif tiga dimensi berbasis budaya lokal tidak hanya berorientasi pada

pencapaian estetika dan nilai komersial, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam konteks industri kreatif dan pariwisata Bali, pengembangan produk yang mengangkat identitas budaya lokal berpotensi memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat, pelaku usaha, serta keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan proyeksi dampak yang komprehensif untuk melihat sejauh mana perancangan produk Barong Mini 3D dan desain kemasannya dapat memberikan manfaat jangka panjang, baik sebagai media pelestarian budaya, penguatan ekonomi kreatif lokal, maupun sebagai bagian dari praktik desain yang bertanggung jawab.

1. Dampak Sosial

Perancangan produk kreatif tiga dimensi berupa Barong Mini 3D berpotensi memberikan dampak sosial yang positif, khususnya dalam pelestarian dan pengenalan budaya Bali. Produk ini berfungsi sebagai media visual yang merepresentasikan nilai budaya lokal, simbol tradisional, serta filosofi *Tri Hita Karana* dalam bentuk yang lebih modern dan mudah diterima oleh masyarakat luas. Melalui pendekatan desain yang kontekstual dan komunikatif, produk Barong Mini 3D dapat menjadi sarana edukasi budaya, baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan.

Selain itu, kolaborasi antara Enyo Studio dan Zaloukh Apparel menunjukkan peran industri kreatif dalam membangun kesadaran budaya serta memperkuat identitas brand lokal. Proyek ini juga mendorong peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya bagi desainer muda, melalui penerapan pembelajaran berbasis industri dalam Kurikulum Berdampak. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam membentuk sikap profesional, kreativitas, dan apresiasi terhadap budaya lokal di kalangan generasi muda.

2. Dampak Ekonomi

Dari sisi ekonomi, pengembangan produk Barong Mini 3D memiliki potensi untuk meningkatkan nilai tambah produk kreatif lokal. Produk ini dapat dikembangkan sebagai merchandise dan suvenir khas Bali yang memiliki nilai jual, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif dan sektor pariwisata. Kehadiran produk tiga dimensi dengan desain yang unik dan beridentitas budaya kuat dapat menjadi alternatif

produk suvenir yang kompetitif di pasar wisata.

Kolaborasi antara studio kreatif dan brand lokal juga membuka peluang kerja sama bisnis yang berkelanjutan, mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran produk. Selain itu, pengembangan desain kemasan yang terintegrasi dengan konsep produk turut meningkatkan nilai persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalisme produk, sehingga berpotensi meningkatkan daya saing brand lokal di pasar nasional maupun internasional.

3. Dampak Lingkungan

Dari aspek lingkungan, perancangan produk dan kemasan dalam penelitian ini memiliki potensi untuk diarahkan pada prinsip keberlanjutan. Pemilihan material produk dan kemasan dapat mempertimbangkan penggunaan bahan yang ramah lingkungan, dapat didaur ulang, atau memiliki dampak lingkungan yang minimal. Desain kemasan yang efisien dan fungsional juga berkontribusi dalam mengurangi penggunaan material berlebihan serta limbah kemasan.

Selain itu, pendekatan desain yang berorientasi pada kualitas dan ketahanan produk dapat memperpanjang siklus penggunaan produk, sehingga mengurangi pola konsumsi sekali pakai. Dengan demikian, pengembangan produk kreatif tiga dimensi ini tidak hanya berfokus pada aspek estetika dan komersial, tetapi juga memiliki potensi untuk mendukung praktik desain yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan kegiatan magang di Enyo Studio, penulis terlibat secara langsung dalam proses perancangan dan pengembangan produk kreatif tiga dimensi yang berkolaborasi dengan Zaloukh Apparel. Keterlibatan ini mencakup pemahaman terhadap alur kerja studio, koordinasi dengan tim kreatif, serta penyesuaian desain dengan kebutuhan brand dan target pasar. Proses perancangan dilakukan secara bertahap, mulai dari eksplorasi konsep visual, pengembangan sketsa, hingga realisasi bentuk produk tiga dimensi yang mengusung nuansa budaya Bali.

Dalam proses perancangan, penulis berperan dalam

mengembangkan konsep produk kreatif yang memadukan identitas visual Zaloukh Apparel dengan unsur budaya Bali. Unsur-unsur tersebut diterjemahkan ke dalam bentuk tiga dimensi melalui eksplorasi simbol visual lokal, karakter ilustratif, serta pendekatan desain yang bersifat modern dan kontekstual. Produk yang dirancang tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga nilai fungsi, daya tarik visual, serta potensi komersial sebagai bagian dari strategi branding.

Salah satu hasil utama dari kegiatan perancangan produk kreatif tiga dimensi di Enyo Studio adalah pengembangan produk Barong Mini 3D sebagai representasi budaya Bali yang dikemas dalam pendekatan desain modern. Barong dipilih sebagai objek perancangan karena memiliki nilai simbolik yang kuat dalam budaya Bali, khususnya sebagai simbol perlindungan, keseimbangan, dan kekuatan positif dalam kehidupan masyarakat. Pemilihan Barong sebagai produk kreatif juga mempertimbangkan daya tarik visual serta potensinya sebagai produk suvenir dan media penguatan identitas merek Zaloukh Apparel.



Gambar 1. Hasil *finishing* produk 3d Barong mini Bali
(Sumber: Gede Sandinata, 2025)

Dari sisi teknis, hasil yang dicapai mencakup kemampuan penulis dalam menerapkan tahapan perancangan produk tiga dimensi, mulai dari pembuatan sketsa konsep, pengembangan desain digital, hingga visualisasi bentuk akhir produk. Proses ini melibatkan pengaturan komposisi bentuk, proporsi, detail visual, serta pemilihan warna yang sesuai dengan karakter brand. Setiap desain dikembangkan berdasarkan arahan konsep yang telah disepakati bersama tim Enyo Studio

dan disesuaikan dengan karakteristik Zaloukh Apparel sebagai brand lokal yang mengedepankan nilai seni dan kebebasan berekspresi.

Secara konseptual, perancangan produk didasarkan pada eksplorasi budaya Bali yang diwujudkan melalui simbol visual dan filosofi lokal, seperti keseimbangan dan keharmonisan yang tercermin dalam konsep *Tri Hita Karana*. Pendekatan ini bertujuan agar produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mampu merepresentasikan identitas budaya dan memperkuat citra merek. Bentuk tiga dimensi dipilih karena dinilai mampu memberikan pengalaman visual yang lebih kuat serta menciptakan interaksi yang lebih dekat antara produk dan konsumen.

Selain penguasaan aspek teknis desain, kegiatan magang ini juga memberikan peningkatan kemampuan penulis dalam manajemen waktu, komunikasi, dan kerja tim. Setiap tahapan perancangan memiliki tenggat waktu yang jelas dan melalui proses evaluasi serta revisi bersama tim studio. Proses tersebut mendorong pengembangan sikap profesional, keterbukaan terhadap masukan, serta kemampuan beradaptasi dengan standar kerja industri kreatif. Dengan demikian, hasil perancangan tidak hanya mencerminkan kualitas visual, tetapi juga kesiapan karya untuk diaplikasikan dalam konteks industri dan pasar.



Gambar 2. Hasil *finishing* Illustrasi Barong
(Sumber: Gede Sandinata, 2025)

Ilustrasi Barong dirancang sebagai representasi visual utama yang mengangkat karakter budaya Bali ke dalam bentuk yang lebih modern dan komunikatif. Visual Barong digarap dengan tetap mempertahankan ciri khas ikonografi tradisional,

seperti bentuk kepala, ekspresi wajah, serta elemen ornamen khas, namun disederhanakan agar sesuai dengan gaya ilustrasi kontemporer. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara nilai tradisi dan kebutuhan visual industri kreatif modern.

Dari segi visual, ilustrasi Barong dikembangkan melalui eksplorasi bentuk, garis, dan warna yang terinspirasi dari simbol-simbol budaya Bali. Penggunaan warna-warna cerah dan kontras dipilih untuk memperkuat karakter Barong sebagai figur yang dinamis dan ekspresif, sekaligus meningkatkan daya tarik visual. Detail ornamen dibuat lebih ringkas tanpa menghilangkan identitas budaya, sehingga ilustrasi tetap mudah dikenali dan aplikatif pada berbagai media pendukung, seperti produk tiga dimensi, stiker, dan kemasan.

Secara konseptual, ilustrasi Barong tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya. Ilustrasi ini merepresentasikan nilai keseimbangan, perlindungan, dan kearifan lokal yang melekat pada sosok Barong dalam budaya Bali. Dengan demikian, ilustrasi Barong diharapkan mampu memperkuat identitas visual produk, meningkatkan nilai naratif, serta menjadi jembatan antara warisan budaya tradisional dan ekspresi desain kreatif masa kini.

Selain perancangan produk utama, penelitian ini juga mencakup perancangan desain kemasan sebagai bagian penting dari strategi branding dan nilai jual produk. Kemasan dirancang tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memperkuat identitas Zaloukh Apparel dan nilai budaya Bali. Desain kemasan mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas, serta pengalaman konsumen saat berinteraksi dengan produk.

Konsep desain kemasan mengadopsi elemen visual yang selaras dengan karakter Barong Mini 3D, seperti penggunaan ilustrasi, tipografi, dan warna yang merepresentasikan nuansa Bali. Material kemasan dipilih dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan keamanan produk. Struktur kemasan dirancang agar mampu melindungi produk tiga dimensi secara optimal sekaligus menampilkan visual produk secara jelas.



Gambar 3. Hasil Perancangan desain kemasan untuk produk 3d Barong mini Bali
(Sumber: Gede Sandinata, 2026)

Desain kemasan memiliki peran strategis dalam meningkatkan nilai persepsi produk dan memperkuat pesan branding. Kemasan yang dirancang secara konsisten dengan konsep produk membantu meningkatkan daya tarik visual di pasar. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa desain produk dan kemasan yang terintegrasi dapat meningkatkan nilai komersial sekaligus fungsi komunikasi visual suatu produk.



Gambar 4. Hasil Perancangan desain stiker
(Sumber: Gede Sandinata, 2026)

Desain stiker dirancang sebagai media pendukung visual yang merepresentasikan karakter produk Barong Mini 3D sekaligus memperkuat identitas brand Zaloukh Apparel. Visual stiker mengangkat elemen ikonografi Barong Bali yang disederhanakan ke dalam gaya ilustrasi modern, sehingga tetap mempertahankan ciri khas budaya lokal namun mudah dikenali dan relevan dengan target pasar anak muda dan wisatawan. Pendekatan ini bertujuan menjadikan stiker tidak hanya sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memiliki nilai identitas dan promosi.

Dari segi desain, stiker dikembangkan melalui eksplorasi bentuk, garis, dan warna yang terinspirasi dari karakter visual Barong Mini 3D. Penggunaan warna-warna kontras namun harmonis bertujuan untuk menarik perhatian dan memperkuat daya tarik visual. Bentuk stiker dibuat fleksibel agar dapat diaplikasikan pada berbagai media, seperti kemasan produk, merchandise, maupun media promosi lainnya, sehingga memiliki fungsi yang adaptif dan fungsional.

Selain aspek visual, desain stiker juga mempertimbangkan aspek produksi dan keberlanjutan. Pemilihan bahan stiker diarahkan pada material yang tahan lama dan ramah lingkungan, serta penggunaan teknik cetak yang efisien untuk meminimalkan limbah produksi. Dengan demikian, desain stiker tidak hanya mendukung estetika produk, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat citra brand sebagai bagian dari industri kreatif yang peduli terhadap nilai budaya dan keberlanjutan lingkungan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan magang melalui Kurikulum Berdampak di Enyo Studio memberikan pengalaman langsung dalam proses perancangan dan pengembangan produk kreatif tiga dimensi yang berkolaborasi dengan Zaloukh Apparel. Kegiatan ini memungkinkan penulis untuk terlibat secara aktif dalam alur kerja industri kreatif, mulai dari tahap perencanaan konsep, pengembangan desain, hingga realisasi produk yang disesuaikan

dengan kebutuhan brand dan target pasar.

Proses perancangan diawali dengan diskusi konsep bersama tim Enyo Studio dan pihak Zaloukh Apparel untuk menentukan arah visual, karakter produk, serta unsur budaya Bali yang akan diterapkan. Selanjutnya, penulis mengembangkan desain produk kreatif tiga dimensi melalui eksplorasi bentuk, simbol visual lokal, dan pendekatan desain modern. Setiap tahapan perancangan dilakukan secara sistematis dan melalui proses evaluasi serta revisi agar hasil akhir sesuai dengan standar visual dan identitas merek yang diharapkan.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan unsur budaya Bali dalam bentuk produk kreatif tiga dimensi mampu memperkuat identitas Zaloukh Apparel sebagai brand lokal yang mengedepankan nilai seni, kebebasan berekspresi, dan karakter budaya. Produk yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga memiliki potensi sebagai media branding dan promosi budaya lokal yang relevan dengan konteks industri kreatif dan pariwisata.

Perancangan produk kreatif tiga dimensi Barong Mini 3D dan desain kemasannya berpotensi memberikan dampak positif dari aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Secara sosial, produk ini berfungsi sebagai media representasi dan pengenalan budaya Bali yang memperkuat identitas lokal serta meningkatkan apresiasi masyarakat dan wisatawan terhadap nilai budaya. Dari sisi ekonomi, produk ini memiliki peluang untuk meningkatkan nilai tambah produk kreatif lokal dan mendukung pertumbuhan industri kreatif serta sektor pariwisata. Sementara itu, dari aspek lingkungan, penerapan desain dan kemasan ramah lingkungan menunjukkan upaya penerapan prinsip keberlanjutan melalui efisiensi material dan pengurangan limbah. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya bernilai estetika dan komersial, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan kreatif yang berkelanjutan.

Daftar Rujukan

Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Institut Seni Indonesia Denpasar. (2023). *Panduan Kurikulum Berdampak dan pelaksanaan magang industri*. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.

Kemendikbudristek. (2023). *Panduan implementasi Kurikulum Berdampak di perguruan tinggi*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Kusrianto, A. (2010). *Pengantar desain komunikasi visual*. Yogyakarta: Andi.

Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Rustan, S. (2019). *Desain produk dan komunikasi visual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Salmaa. (2023). Teknik pengumpulan data penelitian kualitatif dan kuantitatif. Diakses dari sumber daring metodologi penelitian.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukandarrumidi. (2006). *Metodologi penelitian: Petunjuk praktis untuk peneliti pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Trivaika, E. (2022). Metode wawancara dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(1), 15–22