

---

**Pelatihan Pengembangan *Merchandise* Komunitas dengan Penerapan Teknik *Marbling*  
Masyarakat Sasar: Komunitas Rumah Pelangi Indonesia, Baleendah, Jawa Barat**

**Rima Febriani\*<sup>1</sup>, Widia Nur Utami Bastaman<sup>2</sup>, Tiara Larissa<sup>3</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup> Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[rimafebriani@telkomuniversity.ac.id](mailto:rimafebriani@telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[widianur@telkomuniversity.ac.id](mailto:widianur@telkomuniversity.ac.id),  
<sup>3</sup>[tiartiarlrs@telkomuniversity.ac.id](mailto:tiartiarlrs@telkomuniversity.ac.id)

Received : Jan 1,2026; Revised :Apr 4, 2026 ; Accepted : May 26, 2026

**Abstrak**

Sebagai komunitas non-profit, salah satu tantangan terberat komunitas Rumah Pelangi Indonesia adalah menyediakan pendanaan berkelanjutan untuk menunjang berbagai aktivitas komunitas. Pada awal tahun 2024, komunitas Rumah Pelangi Indonesia mulai menyiapkan unit bisnis, agar dapat menunjang pendanaan komunitas secara lebih optimal. Salah satu program yang dirintis oleh unit bisnis komunitas ini adalah pembuatan produk kreatif untuk *merchandise* komunitas. *Merchandise* ini diharapkan dapat mendukung aktivitas promosi, memperkuat citra positif, merepresentasikan budaya yang dimiliki komunitas, serta menjadi strategi untuk menarik perhatian pembeli. Melalui pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian masyarakat Telkom University akan memberikan pendampingan kepada komunitas terkait perancangan *merchandise* komunitas sekaligus melatih teknik kriya baru yang menarik, yaitu teknik *marbling* yang mudah diaplikasikan oleh anak-anak. Sehingga produk *merchandise* yang dihasilkan, dapat lebih variatif dari produk *merchandise* sebelumnya dan menambah nilai jual serta berdampak pada unit bisnis komunitas secara lebih optimal. Dalam pelaksanaan pendampingan ini, tim pengabdian masyarakat Telkom University menerapkan prinsip *design thinking*, yaitu *Empathize* (Empati), *Define* (Definisi), *Ideate* (Ideasi), *Prototype* (Prototipe), dan *Test* (Pengujian). Pendampingan ini diharapkan dapat memberikan alternatif desain *merchandise* yang lebih variatif dan mendukung unit bisnis komunitas. Juga memberikan stimulasi kemampuan motorik halus, serta kebebasan dalam mengekspresikan kreativitas dan imajinasi anggota komunitas.

**Kata Kunci:** *Merchandise; komunitas; teknik marbling; masyarakat ;Telkom University*

---

**1. PENDAHULUAN**

Rumah Pelangi Indonesia adalah komunitas *non-profit* yang berfokus pada optimalisasi tumbuh kembang anak-anak keluarga pra-sejahtera, yang berlokasi di Kampung Sindangsari RW 15, Manggahang, Baleendah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Komunitas Rumah Pelangi Indonesia juga memiliki visi untuk mencintai budaya lokal melalui seni dan berinteraksi positif dengan lingkungan sekitar. Total keseluruhan anggota Komunitas Rumah Pelangi Indonesia hingga tahun 2025 telah berjumlah 45 orang dengan usia rata-rata adalah 4-10 tahun. Sebagai komunitas *non-profit*, salah satu tantangan terberat komunitas Rumah Pelangi Indonesia adalah menyediakan pendanaan berkelanjutan untuk menunjang berbagai aktivitas komunitas. Selama ini, sumber pendanaan utama komunitas ini adalah melalui program *open donation* yang rutin diadakan setiap empat (4) hingga enam (6) bulan sekali kepada masyarakat umum dan kolega dari *founder* komunitas sendiri. Komunitas Rumah Pelangi Indonesia menyadari sepenuhnya bahwa jika terus bergantung pada *open donation*, pendanaan komunitas akan cenderung sulit untuk dapat terus berkelanjutan. Sehingga pada awal tahun 2024, komunitas mulai menyiapkan unit bisnis untuk menunjang pendanaan komunitas. Salah satu program yang digagas pada unit bisnis tersebut adalah pembuatan produk kreatif sebagai

*merchandise* komunitas. *Merchandise* ini diharapkan dapat dikembangkan dan diproduksi secara mandiri oleh anggota komunitas. Sebagai produk kreatif, *merchandise* diciptakan oleh komunitas dengan tujuan utama mendukung aktivitas promosi, memperkuat citra positif [1], merepresentasikan budaya yang dimiliki komunitas [2], serta menjadi strategi untuk menarik perhatian pembeli [3]. Untuk itu, dalam pembuatan *merchandise* ini, akan diterapkan teknik kriya untuk menunjang visi komunitas yang berbasis aktivitas seni dan tentunya menambah nilai jual produk itu sendiri. Melalui perancangan *merchandise* ini, selain dapat membantu unit bisnis yang sedang dirintis, komunitas juga berharap dapat melatih kemampuan motorik halus para anggota komunitas. Kemampuan motorik halus adalah perkembangan gerak yang meliputi otot kecil dengan koordinasi mata dan tangan yang cenderung berjalan lambat, sehingga sangat memerlukan latihan yang berulang sejak dini [4]. Kemampuan motorik halus ini akan saling melengkapi dengan kemampuan motorik kasar agar dapat berkembang sempurna [5].

Melalui pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian masyarakat Telkom University akan memberikan pendampingan kepada Komunitas Rumah Pelangi Indonesia terkait perancangan produk kreatif sebagai *merchandise* komunitas, sekaligus melatih teknik kriya tekstil baru yang menarik. Komunitas Rumah Pelangi Indonesia sudah memiliki *merchandise* sebelumnya, yaitu berupa produk mainan tradisional, seperti *kolecer awi* (baling-baling) dan gasing. Namun sayangnya, produk *merchandise* yang dibuat selain belum variatif juga dibuat dengan dari material seadanya, sehingga nilai jual produk pun tidak terlalu optimal. Oleh karena itu diperlukan desain produk *merchandise* yang lebih variatif dan memiliki nilai jual yang lebih optimal, sehingga dapat membantu pendapatan unit bisnis komunitas lebih baik lagi. Teknik kriya yang digunakan dalam kegiatan ini adalah teknik *marbling*, yang mudah diaplikasikan oleh anak-anak ataupun anggota komunitas secara umum. Teknik ini dilakukan dengan menuangkan cat minyak pada permukaan air, untuk diolah lagi dengan membentuk pola tertentu. Pola yang dihasilkan merupakan motif berwarna-warni menyerupai aliran air atau gumpalan awan yang terbentuk dari cat minyak yang mengapung sehingga memberi kesan dinamis. Motif yang terbentuk kemudian akan dipindahkan ke atas permukaan kain [6] untuk menambah nilai estetika. Dengan aktivitas baru ini, diharapkan anak-anak merasa sedang bermain sambil belajar, mengingat bermain adalah fitrah dan dunia anak-anak [7]. Dalam praktek pembuatan *marbling* nanti, anggota komunitas akan menggunakan kombinasi warna yang diambil dari warna pada logo Komunitas Rumah Pelangi itu sendiri yaitu, ungu, biru, hijau, kuning, dan putih. Pemilihan kombinasi warna ini ditujukan akan selaras dengan representasi citra [1] dan budaya [2] komunitas.

Dengan produk *merchandise* yang dibuat oleh anggota komunitas secara langsung, diharapkan dapat memberikan nilai tambah tersendiri bagi produk *merchandise* yang dibuat. Kegiatan ini juga memberikan stimulasi visual, karena anggota komunitas dapat mengamati langsung bagaimana warna bercampur dan berubah menjadi pola motif yang unik sekaligus melatih kemampuan motorik halus anak. Proses ini juga memberikan kebebasan untuk memilih kombinasi warna dan pola, sehingga dapat memberi ruang bagi anak dalam mengekspresikan kreativitas dan imajinasinya. Dalam proses ini pun, keterampilan sosial anggota komunitas juga ikut dilatih, karena anak akan belajar berbagi alat, menunggu giliran, dan bekerja sama dengan teman sebaya, sehingga menumbuhkan sikap sabar dan empati [8]. Oleh karena itu, teknik *marbling* menjadi media belajar yang menyenangkan sekaligus bermanfaat bagi perkembangan kreativitas, motorik halus, dan interaksi sosial anak. Dan tentunya, produk kreatif ini akan mendukung tujuan utama program unit usaha komunitas untuk membuat variasi produk *merchandise* secara optimal.



Gambar 1. Proses dan Hasil dengan Teknik *Marbling*

## 2. METODE

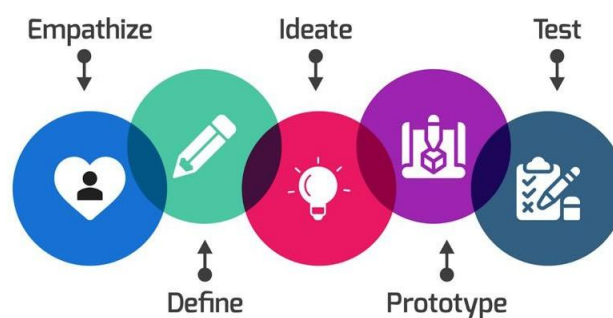
Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada para anggota dan pengajar komunitas Rumah Pelangi Indonesia dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan bidang pekerjaan dan target dari anggota tim, yang dideskripsikan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Dalam proses pengabdian masyarakat ini akan diterapkan metode *Design Thinking*, yaitu pendekatan yang berpusat pada manusia, dalam hal ini yaitu peserta sasaran Komunitas Rumah Pelangi Indonesia. Setelah itu kemudian berfokus pada pemahaman kebutuhan peserta sasaran, mengolah ide kreatif, dan membuat *prototype* untuk diujikan dan diperbaiki kembali jika ada kekurangan [9] Secara lebih detail akan dijelaskan di bawah ini:



Gambar 3. Proses *Design Thinking* (Djamaris, 2023)

Pendekatan *design thinking* memungkinkan proses pelaksanaan *workshop* dengan teknik tekstil [10] disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik komunitas. Tahapan empati (*empathize*), perumusan masalah (*define*), pengembangan ide (*ideate*), pembuatan prototipe (*prototype*), hingga pengujian (*test*) mendorong terciptanya pengalaman belajar yang berpusat pada peserta, terlepas dari jenis teknik desain permukaan yang digunakan.

### **1. Empathize**

Dalam proses ini, tim pengabdian masyarakat berusaha untuk memahami kebutuhan komunitas (empati) [9]. Proses yang dilakukan adalah wawancara serta observasi untuk menggali informasi lebih dalam mengenai aktivitas yang biasa dilakukan di Komunitas Rumah Pelangi Indonesia terkait rencana unit bisnis yang akan ataupun sudah dilakukan oleh komunitas Rumah Pelangi. Bagaimana proses bisnis yang biasa dilakukan dan *merchandise* kreatif apa saja yang sudah dibuat sebelumnya, sehingga dapat menjadi data awalan bagi tim pengabdian masyarakat untuk menawarkan solusi yang baru.

### **2. Define**

Pada proses ini, tim pengabdian masyarakat Telkom University mendefinisikan (*define*) kebutuhan komunitas [9] terkait pendalaman kebutuhan varian desain *merchandise* yang diperlukan. Selain berdiskusi dengan sesama tim pengabdian, tim pengabdian masyarakat pun aktif berdiskusi dengan Komunitas Rumah Pelangi Indonesia untuk memastikan kebutuhan komunitas sesuai. Tim pengabdian menyimpulkan bahwa komunitas membutuhkan pendalaman materi terkait pengembangan desain dan pembuatan produk *merchandise* kreatif untuk mendukung unit bisnis komunitas. Selain itu penggunaan teknik kriya baru diperlukan untuk menambah kreativitas baru serta melatih kemampuan motorik halus.

### **3. Ideate**

Untuk memenuhi kebutuhan pengembangan produk *merchandise* kreatif, tim pengabdian masyarakat menawarkan solusi (*ideate*) kepada komunitas [9], untuk memilih produk *merchandise* yang dekat dengan keseharian anak-anak serta menerapkan teknik kriya *marbling*. Produk *merchandise* yang dipilih adalah *mini pouch* yang dapat digunakan sebagai tas bekal anak atau tas untuk membawa mainan anak. Sedangkan untuk teknik *marbling*, sebelumnya komunitas pun belum pernah mempelajari dan mempraktikkan teknik tersebut, sehingga teknik ini berpotensi untuk diaplikasikan lebih lanjut. Pemaparan materi mengenai teknik *marbling* akan disampaikan oleh narasumber yang kompeten di bidangnya, yaitu dosen Kriya Tekstil dan Fashion (tim pengabdian masyarakat) dengan bidang fokus keilmuan pengolahan teknik tekstil. Lalu untuk kebutuhan pembuatan produk akan dibantu oleh dosen Kriya Tekstil dan Fashion (tim pengabdian masyarakat) yang memiliki kompetensi di bidang pengembangan produk fashion. Peserta sasar berjumlah 55 orang yang merupakan anak-anak berusia lima (5) sampai 10 tahun. Adapun pendamping yaitu pengajar sebanyak tiga (3) orang dari Telkom University, sembilan (9) mahasiswa Telkom University, serta empat (4) orang dari Komunitas Rumah Pelangi Indonesia.

### **4. Prototype**

- Pendampingan pengembangan produk *merchandise* kreatif

Tahap pendampingan pengembangan *prototype* produk *merchandise* kreatif [9] akan dilakukan oleh tim pengajar dan mahasiswa dari Telkom University. Dalam fase ini akan diberikan contoh proses pengembangan *mini pouch* sebagai produk *merchandise* kreatif. Perlu menjadi catatan, peserta sasar merupakan anak-anak berusia lima (5) hingga 10 tahun, sehingga diperlukan metode penyampaian

yang lebih interaktif dan efektif untuk anak seusianya. Penyusunan materi yang akan dituangkan dalam presentasi singkat dan disajikan melalui *games*, dibantu oleh tim pengabdian masyarakat.

- Pendampingan membuat motif di atas kain dengan teknik *marbling*

Dalam praktek pembuatan *marbling* nanti, anggota komunitas akan menggunakan kombinasi warna yang diambil dari warna pada logo Komunitas Rumah Pelangi itu sendiri yaitu, ungu, biru, hijau, kuning, dan putih. Anggota komunitas akan dibagi menjadi beberapa kelompok untuk kemudian diarahkan mencoba teknik *marbling* dan menerapkannya di atas *prototype* produk *merchandise*. Konsep *merchandise* yang dibuat akan menyesuaikan dengan identitas komunitas dan menambah varian produk *merchandise* yang sudah ada di unit bisnis komunitas sebelumnya. Pada tahap ini pun, kemampuan motorik halus para anggota komunitas akan dilatih melalui proses pengerjaan teknik *marbling* secara langsung, yang dipandu oleh tim pengabdian masyarakat Telkom University.

### 5. Test

Pada tahapan terakhir, kegiatan pengabdian masyarakat dan materi pengembangan produk *merchandise* kreatif akan dicoba digunakan oleh perwakilan peserta sasaran selama beberapa waktu. Perwakilan peserta sasaran kemudian akan memberikan *feedback (test)* [9] terkait keduanya dan menjadi masukan bagi tim pengabdian Telkom University. Perbaikan dari masukan tersebut diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan program pengabdian masyarakat selanjutnya apabila memungkinkan.

## 3. HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat Pelatihan Pengembangan *Merchandise* Komunitas dengan Penerapan Teknik *Marbling* dengan Rumah Pelangi Indonesia dilakukan untuk membantu membuat produk *merchandise* baru yang lebih variatif dari produk *merchandise* sebelumnya dan berdampak pada unit bisnis komunitas secara lebih optimal. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi empat tahapan, secara detail dijelaskan dibawah ini:

### Tahap 1 & 2: *Empathize & Define*

Pada tahap awal, dilakukan tinjauan literatur mengenai pembuatan desain *merchandise* kreatif yang cocok dengan visi misi komunitas Rumah Pelangi, yang dapat diterapkan pada *workshop* pendampingan. Selain itu, dilakukan juga wawancara dan observasi pada masyarakat sasaran yaitu Komunitas Rumah Pelangi untuk menggali informasi mengenai aktivitas yang biasa dilakukan dan memastikan kembali kebutuhan Komunitas.

Dari hasil wawancara kepada pihak mitra serta observasi langsung ke Rumah Pelangi Indonesia, didapatkan informasi bahwa hingga saat ini untuk menunjang pendanaan komunitas yang berkelanjutan, komunitas sudah membentuk unit usaha di samping membuka open donasi rutin. Salah satu program unit usaha tersebut adalah penjualan *merchandise* komunitas. *Merchandise* komunitas yang sudah dibuat adalah mainan tradisional yaitu *kolecer awi* (kincir bambu) dan gasing. Keduanya dibuat dari material seadanya, dan hanya dijual jika komunitas sedang menyelenggarakan acara. Kedua *merchandise* tersebut tidak memungkinkan dijual secara berkelanjutan dan kurang memiliki nilai jual yang optimal. Namun, di satu sisi, komunitas menyadari bahwa *merchandise* yang diminati dan sesuai dengan karakter komunitas adalah sesuatu yang berkaitan dengan seni, musik, atau *craft*, yang memang telah menjadi pondasi utama komunitas. Sehingga desain *merchandise* yang diharapkan

adalah sesuatu yang kreatif, dapat bermanfaat, dan dapat diproduksi ulang oleh komunitas di kemudian hari.

Setelah mengetahui fokus utama permasalahan, selanjutnya tim pengabdian masyarakat beserta mitra melakukan proses diskusi untuk menentukan batasan materi kegiatan, jadwal pelaksanaan kegiatan, bentuk kegiatan dan luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan *workshop* disepakati akan dilakukan di luar Rumah Pelangi Indonesia agar dapat membawa suasana pembelajaran yang baru bagi para anggota juga. Anggota Rumah Pelangi Indonesia yang akan mengikuti kegiatan ini berusia dari lima (5) hingga 10 tahun, yang berjumlah 55 anak.



**Gambar 4. Aktivitas Kegiatan Komunitas Rumah Pelangi**

### **Tahap 3: Ideate**

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan diskusi secara internal terkait permasalahan yang dipaparkan oleh komunitas Rumah Pelangi Indonesia. Tim pengabdian masyarakat kemudian menyepakati untuk menyelenggarakan *workshop* pendampingan pembuatan *merchandise* komunitas kreatif dengan menerapkan teknik *marbling*. Jenis *merchandise* yang akan diolah lebih lanjut adalah produk *mini pouch* yang dapat dipakai serbaguna, yaitu sebagai tas pembawa kotak bekal/tempat minum, tas pembawa mainan, atau lainnya. Sedangkan teknik *marbling* dipilih karena secara material cukup mudah didapatkan di Bandung, dapat ditemukan di toko sablon, penggunaan materialnya dapat digunakan berkali-kali, serta sangat mungkin dipraktikkan langsung oleh anggota komunitas di kemudian hari. Selain itu, kelebihan dari teknik *marbling* adalah hasil motif yang didapatkan kerap menghasilkan motif yang menarik dan warna-warni, sejalan dengan konsep logo dan identitas dari komunitas Rumah Pelangi Indonesia. Secara lebih jelas akan dijelaskan di bawah ini:

#### **a. Pengenalan Materi**

Untuk tahap pengenalan materi teknik *marbling*, materi akan disampaikan dalam bentuk *games*. Diharapkan dengan metode penyampaian berupa *games*, materi dapat diterima dengan lebih baik oleh anak-anak. Referensi materi yang disampaikan merupakan materi yang rutin disampaikan oleh komunitas Rumah Pelangi Indonesia dan materi tambahan dari berbagai literatur terkait. Materi akan disampaikan oleh narasumber yang kompeten di bidangnya, yaitu dosen Kriya Tekstil dan Fashion, Telkom University.

#### **b. Pelaksanaan Workshop**

Selanjutnya untuk *workshop* pembuatan *merchandise* kreatif, akan menggunakan *mini pouch* yang sudah tersedia di pasaran. Ke depannya, para anggota komunitas dapat memproduksi ulang dengan membuat atau menjahit langsung *mini pouch* sesuai kebutuhan. *Mini pouch* ini dapat menjadi contoh dan standar ukuran untuk pengembangan produk berikutnya. *Mini pouch* kemudian disiapkan untuk diolah dengan teknik *marbling*. Teknik *marbling* merupakan salah satu teknik *open ended* yang mampu menghasilkan beragam motif sesuai dengan gambaran motif cat minyak yang

dibuat mengapung di atas permukaan air. Sehingga kebaruan teknik yang diajarkan nanti diharapkan akan lebih menarik lagi bagi anak-anak anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia serta melatih kemampuan motorik halusny.

Harapannya, dengan menghias *mini pouch* sendiri, anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia akan memiliki *sense of belonging* atau rasa memiliki [11] yang lebih kuat terhadap produknya. Rasa memiliki dapat mendorong individu untuk terlibat secara sukarela, bekerja dengan motivasi tinggi, dan memberikan kinerja optimal guna mendukung pencapaian organisasi [12], sehingga pada akhirnya produk *merchandise* yang tercipta dapat lebih optimal. Hasil diskusi ini kemudian disampaikan kembali kepada pihak Rumah Pelangi Indonesia untuk disepakati lebih lanjut. Terkait hal ini, pihak Rumah Pelangi Indonesia menyetujui rencana yang akan dilakukan dan kemudian tim pengabdian masyarakat Telkom University akan melanjutkan ke tahap persiapan *workshop*.

#### Tahap 4: *Prototype*

Tahap ini merupakan pelaksanaan *workshop* yaitu pembuatan *prototype lunch bag* atau *mini pouch* dengan teknik *marbling*. *Workshop* dilakukan pada hari Sabtu 6 Desember 2025 di Selasar Kreatif, Fakultas Industri Kreatif. *Workshop* dilakukan dalam beberapa tahap, secara lebih jelas, setiap tahapan akan dijelaskan di bawah ini:

##### a. Pengenalan Materi Melalui *Games*

Kegiatan dimulai sejak pukul 08.00 pagi, seluruh tim pengabdian masyarakat Telkom University dan seluruh anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia berkumpul di Selasar Kreatif. Kegiatan kemudian dimulai dengan berkeliling Telkom University sambil melakukan *games*. *Games* dilakukan sambil memaparkan materi mengenai teknik *marbling* dan penerapannya pada produk. Bagi para anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia yang menyimak dengan baik dan dapat menyelesaikan tantangan *games*, akan diberikan hadiah di akhir kegiatan. Diharapkan dengan melakukan *games* terlebih dahulu, para anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia dapat merasa lebih rileks dan fokus sebelum melakukan *workshop* pembuatan *merchandise* dan teknik *marbling* selanjutnya yang akan menghabiskan durasi waktu yang lebih lama.



Gambar 5. Aktivitas *Games* Pengenalan Materi *Workshop*

##### b. *Workshop* Pembuatan *Merchandise* Kreatif dengan Teknik *Marbling*

Setelah selesai berkeliling Telkom University dan bermain *games*, selanjutnya para anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia kembali berkumpul di Selasar Kreatif untuk bersiap melakukan *workshop*. *Workshop* diawali dengan pembukaan oleh ketua panitia pengabdian masyarakat Telkom University dan kemudian para anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia dibagi menjadi enam (6) kelompok. Dimana setiap kelompok kemudian didampingi oleh satu (1) orang mahasiswa dan satu (1) orang kakak dari Rumah Pelangi Indonesia. Pembagian kelompok ditujukan agar penyampaian materi *workshop* dapat lebih dipahami dan kegiatan penerapan

teknik *marbling* pada *mini pouch* yang akan dilakukan secara bergilir dapat dilakukan dengan lebih tertib. Dalam membuat motif menggunakan teknik *marbling*, anggota komunitas juga melatih kemampuan motorik halusnya dan mengenal kombinasi pencampuran warna. Mengingat harus saling bergantian dengan para anggota komunitas Rumah Pelangi Indonesia yang lainnya, diharapkan anggota komunitas dapat berlatih untuk tertib dan sabar menunggu giliran. Selanjutnya kegiatan *workshop* dilakukan secara bertahap, mulai dari pemaparan materi, menuangkan cat pada air, membuat motif dengan teknik *marbling*, mencelupkan *mini pouch* pada cat, dan pengeringan *mini pouch*. *Workshop* dilakukan selama tiga jam dan diselingi dengan *games* seputar *tips and tricks* teknik *marbling*.



**Gambar 6. Proses Pembuatan Merchandise Kreatif dengan Teknik Marbling**



**Gambar 7. Proses Pembuatan Merchandise Kreatif dengan Teknik Marbling**

#### **Tahap 5: Test**

Pada akhir tahap kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilakukan pengecekan produk terhadap masyarakat sasaran dengan mengisi kuesioner dan wawancara terkait *feedback* kegiatan yang telah dilakukan. Dari hasil wawancara yang diberikan kepada *founder* Rumah Pelangi Indonesia diketahui bahwa produk yang telah dibuat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dinilai bermanfaat dan dapat digunakan oleh masyarakat sasaran dalam aktivitas sehari-hari.



**Gambar 8. Keterpakaian Produk Oleh Masyarakat Sasar**

#### **4. DISKUSI**

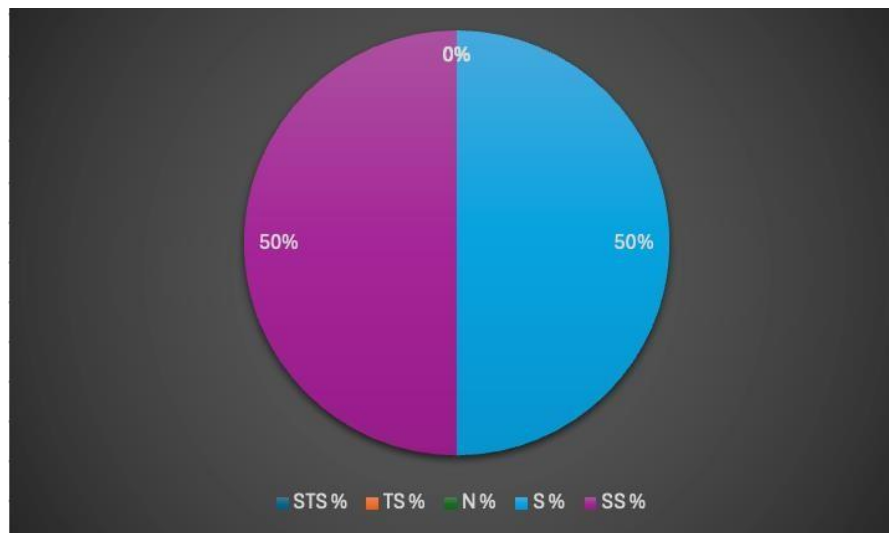
Pada akhir tahap kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilakukan pengecekan produk terhadap masyarakat sasaran dengan mengisi kuesioner dan wawancara terkait *feedback* kegiatan yang telah dilakukan. Dari hasil wawancara yang diberikan kepada *founder* Rumah Pelangi Indonesia diketahui bahwa produk yang telah dibuat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dinilai bermanfaat dan dapat digunakan oleh masyarakat sasaran dalam aktivitas sehari-hari. Adapun kuesioner ini diisi oleh sembilan (9) responden yang merupakan kakak pendamping dan pengurus dari pihak Komunitas Rumah Pelangi Indonesia. Pengambilan responden dalam kegiatan ini tidak melibatkan seluruh peserta, melainkan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih kakak pendamping sebagai responden. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa peserta kegiatan merupakan anak-anak yang secara kognitif belum sepenuhnya mampu memahami instrumen kuesioner secara optimal. Oleh karena itu, kakak pendamping diposisikan sebagai *key informants* dan *proxy respondents* yang dinilai memiliki kapasitas leboh baik dalam memahami konteks kegiatan serta memberikan respon yang lebih valid dan reliabel. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip validitas data dalam penelitian sosial serta pertimbangan etika penelitian pada subjek anak. Hasil kuesioner dibagi dalam lima kategori pertanyaan, hasil terlampir dibawah ini:

- a. Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta, sembilan (9) responden menyatakan sangat setuju
- b. Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup, sembilan (9) responden menyatakan sangat setuju
- c. Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami, sembilan (9) responden menyatakan sangat setuju
- d. Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan, sembilan (9) responden menyatakan sangat setuju
- e. Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang, sembilan (9) responden menyatakan setuju

Hitungan persentase dan diagram *feedback* dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah. Selain pengisian kuisisioner, kami juga melakukan *feedback* evaluasi secara langsung terhadap masyarakat sasaran dan mitra kegiatan dengan diskusi secara verbal.

**Tabel 1. Feedback Kuisisioner**

No	Pertanyaan	STS (%)	TS(%)	N(%)	S(%)	SS(%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta					100
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup					100
3	Materi/Kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami					100
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan					100
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang				100	



**Gambar 9. Diagram Pie Hasil Kuesioner**

Dari hasil *feedback*, secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik. Teknik *marbling* dinilai sangat menarik, namun memang memerlukan latihan berulang agar hasilnya lebih maksimal. Faktor cat minyak yang cepat kering dan rentan memberikan motif yang kurang optimal, kadang membuat anak-anak anggota komunitas kurang sabar. Sehingga perlu diperlukan pendampingan kakak atau orang dewasa yang memandi setiap tahapannya. Ke depannya, mungkin diperlukan latihan terlebih dahulu pada selembur kain, sebelum dilakukan pada produk *merchandise* langsung. *Feedback* lainnya adalah, anggota komunitas berharap dapat mencoba mengolah beragama jenis kreasi pada media prakarya kriya lainnya yang semakin variatif dan dapat juga mencoba menggunakan atau menggabungkan dengan material dari lingkungan sekitar.

## 5. KESIMPULAN

Pengenalan materi pada anggota Komunitas Rumah Pelangi Indonesia dapat dilakukan dengan berbagai cara kreatif salah satunya melalui games. Sehingga anak-anak dapat lebih memahami dengan baik. Workshop pembuatan *merchandise* kreatif dengan teknik *marbling* pun dinilai cukup baik karena selain memberikan keterampilan baru bagi anak-anak, melatih kemampuan motorik halus, juga teknik yang dipraktikkan dapat menghasilkan beragam motif baru. Pada kegiatan pembuatan *marbling*, seluruh anggota Komunitas Rumah Pelangi Indonesia mampu menyelesaikan karya dengan baik, dengan pendampingan dari tim pengabdian masyarakat Telkom University dalam pengerjaannya. Kegiatan sejenis ini berpeluang untuk dilanjutkan, mengingat perkembangan unit bisnis dan program-program Komunitas Rumah Pelangi Indonesia dapat semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Telkom University dan Komunitas Rumah Pelangi Indonesia yang telah memberikan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Qotrunnada, D. Ayudirahma, Khotijah, L. Prakasiwa, and R. Fahlapi, "PENGARUH IDOL K-POP SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT," *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 2, no. 6, pp. 744–753, Jun. 2024.
- [2] M. F. D. A. Ramadhan and M. A. Islam, "PERANCANGAN ILUSTRASI CERITA RAKYAT KEBO KICAK KARANG KEJAMBON PADA T-SHIRT SEBAGAI SUVENIR KABUPATEN JOMBANG," *Barik*, vol. 4, no. 1, pp. 62–76, 2022, doi: <https://doi.org/10.26740/jdkv.v4i1.48252>.
- [3] G. Pahira, R. P. Kusuma, and H. Suhendar, "PERANCANGAN DESAIN MERCHANDISE MENGGUNAKAN METODE KREATIF SEBAGAI PROMOSI BRAND PRODUK (STUDI KASUS : GIFA GROUP)," *Jurnal Digit*, vol. 12, no. 1, p. 103, May 2022, doi: [10.51920/jd.v12i1.221](https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.221).
- [4] S. Sulistianingsih, "Bimbingan Dan Konseling Belajar Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)," *Edunity Kajian Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol. 1, no. 01, pp. 33–37, Sep. 2022, doi: [10.57096/edunity.v1i01.3](https://doi.org/10.57096/edunity.v1i01.3).
- [5] Dini Oftaviani, Shofitri Christina Dianita, Cari Riskiana, and Intan Prastihastari Wijaya, "Bermain Dengan Media TASRU (Kertas Kokoru) Untuk Mengembangkan Motorik Halus Anak," *Efektor*, vol. 8, no. 2, pp. 184–191, Dec. 2021, doi: [10.29407/e.v8i2.16269](https://doi.org/10.29407/e.v8i2.16269).
- [6] Ç. AKDUMAN and H. KAHVECİOĞLU SARI, "The Turkish Art of Marbling (Ebru) on Textile Fabrics: Investigation of Thickening Agent, Mordant and Fixation Temperature," *Sakarya University Journal of Science*, vol. 27, no. 5, pp. 930–942, Oct. 2023, doi: [10.16984/aufenbilder.1283596](https://doi.org/10.16984/aufenbilder.1283596).
- [7] N. Dinicahyani, Sukarno, and Z. Afdal Jamil, "Upaya Meningkatkan Kreativitas dan Keterampilan Berfikir Kritis Anak Usia Dini Melalui Permainan Loose Parts," *Jurnal DZURRIYAT Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, vol. 1, no. 1, pp. 14–22, Mar. 2023, doi: [10.61104/jd.v1i1.16](https://doi.org/10.61104/jd.v1i1.16).
- [8] N. F. M. Kanza, S. Muthohar, and M. Mursid, "Strategi Guru Dalam Menumbuhkan Empati dan Kerja sama Anak Usia Dini," *Aulad: Journal on Early Childhood*, vol. 8, no. 2, pp. 615–625, May 2025, doi: [10.31004/aulad.v8i2.891](https://doi.org/10.31004/aulad.v8i2.891).
- [9] A. Djamaris, *Design Thinking: Menyelesaikan Masalah dengan Kreativitas*. 2023.

- [10] R. Febriani, Widia Nur Utami, and Tiara Larissa, "Pendampingan Pengenalan Literasi Sampah dan Pembuatan Kantong Belanja Ramah Lingkungan Sebagai Upaya Tanggap Isu Lingkungan Sekitar," *Charity*, vol. 8, no. 2, Aug. 2025, doi: 10.25124/charity.v8i2.9485.
- [11] E. Maria, A. Sudarso, and J. T. K. Perangin-Angin, "MEMBANGUN SENSE OF BELONGING (RASA MEMILIKI) INDIVIDU DAN MENERAPKANNYA SEBAGAI WUJUD MOTIVASI DIRI DALAM BEKERJA DAN KECINTAAN TERHADAP ORGANISASI PADA YPK DON BOSCO KAM," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, vol. 3, no. 1, pp. 104–112, Jun. 2023, doi: 10.46880/methabdi.Vol3No1.pp104-112.
- [12] T. Afifah and S. R. Estria, "Pengaruh Permainan Tradisional Ular Naga terhadap Sense of Belonging pada Anak Panti Asuhan," *Malahayati Nursing Journal*, vol. 7, no. 2, pp. 549–558, Feb. 2025, doi: 10.33024/mnj.v7i2.17007.