

IDENTITAS VISUAL BATIK TORO KUBE KEMBANG TANJUNG DI KOTA BATU SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Andi Rita Selvia Rizki Meivia¹, Yogi Widya Saka Warsaa², Elfa Olivia Verdiana³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual/Institusi Teknologi & Bisnis Asia Malang

Alamat institusi penulis¹, Kota, Negara

^{2,3}Institusi Penulis² & penulis³

Alamat institusi penulis² & ³, Kota, Negara

¹andimeivia01@gmail.com, ²yogi.widya@asia.ac.id, ³elfaverdiana@asia.ac.id

ABSTRACT

Batik Toro is a product of motif cloth produced by Kube Kembang Tanjung. Toro is an abbreviation of Tombo Loro which means pain medicine. Batik Toro is produced from the skilled hands of Kube Kembang Tanjung women. Kube Kembang Tanjung is a joint business group consisting of women from the Ngaglik sub-district, which was founded in 2020 - now. The identity of Batik Toro has not been widely known by the public because since the beginning of marketing, Batik Toro did not have its own visual identity so that what is known by the public is only the identity of Kube Kembang Tanjung. Based on the results of the questionnaire data that I shared with consumers and local residents, 85% of them did not know that the name of the product produced by Kube Kembang Tanjung was called "Batik Toro". The solution offered in this study is the design of a visual identity as an information medium for Batik Toro Kube Kembang Tanjung. Through designing a visual identity, it is hoped that it can help Batik Toro Kube Kembang Tanjung to become more widely known by a wider audience. The test results of the respondents in this study indicate that the visual identity of Kube Kembang Tanjung is effective as an information medium for the Kube Kembang Tanjung.

Keywords: Visual Identity, Batik Toro, Media Informasi

ABSTRAK

Batik Toro adalah produk kain motif yang dihasilkan oleh Kube Kembang Tanjung. Toro adalah singkatan dari Tombo Loro yang artinya obat sakit, asal mula nama itu sendiri ialah dari sumber mata air tanjung sebagai bahan baku pembuatan zat pewarna alami. Batik Toro di hasilkan dari tangan-tangan terampil ibu-ibu Kube Kembang Tanjung. Kube Kembang Tanjung adalah kelompok usaha bersama yang di berisi oleh ibu-ibu warga kelurahan Ngaglik yang berdiri sejak tahun 2020 – sekarang. Identitas Batik Toro belum banyak dikenal oleh masyarakat karena sejak awal pemasaran batik toro belum memiliki identitas visual sendiri sehingga yang dikenal oleh masyarakat hanya identitas Kube Kembang Tanjung saja. Berdasarkan hasil dari data kuesioner yang saya bagikan kepada konsumen dan warga sekitar bahwa 85% dari mereka tidak mengetahui bahwa nama dari produk yang dihasilkan oleh Kube Kembang Tanjung bernama “ Batik Toro”. Solusi yang dirasa tepat berdasarkan hasil observasi pada penelitian ini adalah perancangan identitas visual sebagai media informasi untuk Batik Toro Kube Kembang Tanjung. Melalui dilakukannya perancangan identitas visual diharapkan dapat membantu Batik Toro Kube Kembang Tanjung agar semakin dikenal oleh khalayak luas. Hasil pengujian responden dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa identitas visual Kube Kembang Tanjung efektif sebagai media informasi untuk Kube Kembang Tanjung Tersebut.

Kata Kunci: identitas visual, batik toro, media informasi

PENDAHULUAN

Saat ini teknik pembuatan batik sangat beragam, seperti kain batik yang dihasilkan oleh Kube Kembang tanjung buatan tangan terampil ibu- ibu di Ngaglik, Kota Batu. Yang memperkenalkan batik dengan teknik lipat dan ikat .untuk menghasilkan motif uniknya kain tersebut dilipat dan diikat karet, kemudian dicelupkan di pewarna alami. Motif alami dan sederhana itu justru menjadi daya Tarik para pencinta batik. Keunikan lainnya yang ditonjolkan yaitu pewarna alami yang

IDENTITAS VISUAL BATIK TORO KUBE KEMBANG TANJUNG DI KOTA BATU SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Andi Rita Selvia Rizki Meivia , Yogi Widya Saka Warsaa, Elfa Olivia Verdiana

berasal dari berbagai jenis kayu yaitu, kayu nangka, sono, mahoni dan secang. Konsumen dari Kube Kembang Tanjung kebanyakan dari wisatawan luar kota, instansi dan tentunya warga lokal.

Batik Toro adalah produk kain motif yang dihasilkan oleh Kube Kembang Tanjung. Toro adalah singkatan dari Tombo Loro yang artinya obat sakit, asal mula nama itu sendiri ialah dari sumber mata air Tanjung sebagai bahan baku pembuatan zat pewarna alami. Batik Toro di hasilkan dari tangan- tangan terampil ibu-ibu Kube Kembang Tanjung. Kube Kembang Tanjung adalah kelompok usaha bersama yang berisi oleh ibu-ibu warga kelurahan Ngaglik yang berdiri sejak tahun 2020 – sekarang. Awal mula terbentuknya Kube Kembang Tanjung ini ialah dari pelatihan yang dilaksanakan di kelurahan Ngaglik, peserta pelatihannya berasal dari perwakilan lembaga yang ada di kelurahan dan juga perwakilan dari masing-masing RW. Kemudian atas inisiatif dari bapak lurah Ngaglik, dibentuklah pokmas kembang tanjung , yang awalnya mereka adalah pokmas kembang tanjung kemudian seiring dengan berjalannya waktu dan juga seleksi alam, akhirnya karna sudah ada nilai penghasilan maka didirikanlah kube yaitu kelompok usaha bersama yang tujuannya adalah untuk meningkatkan pendapatan dari ibu-ibu yang tergabung dalam Kube Kembang Tanjung. Outlet Kube Kembang Tanjung beralamat di Jl. Abdul Rahman NO 10, Ngaglik, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Kemudian untuk pemasaran, pihaknya menggandeng influencer. Rencananya, Batik Toro Kembang Tanjung akan dijadikan salah satu paket wisata dari Kelurahan Ngaglik. (wawancara dengan Ibu Sofie 23 November 2021). Identitas Batik Toro belum banyak dikenal oleh masyarakat karena sejak awal pemasaran batik toro belum memiliki identitas visual sendiri sehingga yang dikenal oleh masyarakat hanya identitas KUBE Kembang Tanjung saja. Sangat disayangkan jika kedepannya Identitas Batik Toro belum juga banyak dikenal oleh masyarakat karena pemasaran mulai diperluas tidak hanya wilayah kota Batu tetapi untuk Jawa Timur .Berdasarkan hasil dari data kuisioner yang telah dibagikan kepada konsumen dan warga sekitar bahwa 85% dari mereka tidak mengetahui bahwa nama dari produk yang dihasilkan oleh Kube Kembang Tanjung bernama “ Batik Toro”.

Sebagai kualifikasi pasar yang diinginkan, dibutuhkan analisis dan perencanaan yang matang. Perlu perancangan visual yang sesuai dengan karakter Batik Toro sebagai sarana promosi kepada pasar yang dituju karena pada saat ini pasar hanya mengenal pelakunya saja bukan identitas merek. Maka dari itu usaha ini membutuhkan sebuah identitas sendiri agar lebih dikenal dan dapat memperkuat citra pada merek. Di era digital saat ini identitas visual sebagai media promosi sangatlah penting untuk memperkenalkan usaha yang sedang dijalani. Perancangan identitas visual pada media promosi ini bertujuan untuk meningkatkan citra produk agar brand tersebut memiliki daya saing terhadap kompetitor. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka upaya yang perlu dilakukan oleh Batik Toro oleh Kube Kembang Tanjung agar dapat menjalankan pemasaran secara efektif agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya terutama di Kota Batu ialah dengan cara melakukan perancangan identitas visual sebagai media promosi.

METODE PENELITIAN

Identitas visual merupakan gambaran produk/perusahaan yang dapat dilihat oleh indera pengelihatan. Identitas visual digunakan untuk mengenali secara visual dan juga membedakan produk satu dengan produk yang lainnya. identitas yang ditampilkan secara konsisten dan berkelanjutan akan memberi gambaran pada publik mengenai entitas dari barang dan jasa bahkan sebuah organisasi, instansi maupun perusahaan, tempat/daerah) tersebut konsekuen dan

profesional. Maka diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan brand image positif dibenak masyarakat (Rustan, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah logo adalah sebutan umum bagi masyarakat, namun jika ditinjau secara mendalam dan spesifik, logo dapat dipaparkan berupa rangkaian huruf, bentuk, gambar, atau gabungan dari semua itu. Logo yang terdiri dari struktur huruf atau teks biasanya disebut *logotype* dan logo yang divisualkan berupa gambar atau ilustrasi disebut *logogram* (Supriyono 2010).

Jenis Logo

Menurut (Supriyono, 2010) terdapat banyak jenis logoj jika dipaparkan lebih mendalam, namun secara singkat logo dikelompokkan menjadi 5 jenis logo, diantaranya yaitu:

- *Logotype*: Merupakan nama perusahaan atau organisasi yang ditulis menggunakan teks saja atau tipografi yang khas, unik, dan memiliki konsistensi yang tinggi.
- *Initials*: Logo yang dirancang dengan cara mengembangkan atau deformasi bentuk visual dari huruf pertama dari nama perusahaan atau organisasi.
- *Pictorial*; Merupakan logo yang dirancang dari representasi objek tertentu untuk menggambarkan brand image perusahaan, jasa, atau organisasi, lembaga dll.
- *Abstarct*; Logo yang dirancang berdasarkan bentuk visual yang abstrak bentuk tidak beraturan atau tidak menyerupai visual tertentu secara spesifik (non-pictorial), namun diasosiasikan dapat mencitrakan perusahaan, jasa, organisasi atau institusi tertentu.
- *Combination*; Merupakan logo yang dirancang dengan menggabungkan dari bentuk-bentuk antara logotype, initials, pictorial dan abstrak.

Tujuan Logo

Menurut (Putra 2021) terdapat beberapa tujuan logo yaitu:

- Sebagai ciri khas perusahaan atau lembaga dan sebagai identitas agar mudah dikenal oleh masyarakat luas atau target audiens.
- Sebagai media branding untuk menunjukkan karakter perusahaan di mata target audien.
- Menginformasikan kategori atau jenis usaha untuk membangun brand image atau citra kepada khalayak umum.
- Merefleksikan semangat, tujuan, visi-misi dan cita-cita perusahaan.
- Menciptakan kebanggaan di antara anggota perusahaan atau lembaga.

Fungsi Logo

Menurut (Putra 2021) terdapat fungsi logo, yaitu:

- Fungsi identifikasi: Masyarakat umum atau konsumen dapat mengidentifikasi perusahaan tersebut bergerak dalam bidang apa serta barang apa dan jasa apa yang telah/akan dihasilkan.
- Fungsi pembeda: Logo dapat membedakan perusahaan, organisasi, kembaga yang satu dengan yang lainnya, serta produk yang satu dengan yang lainnya.
- Fungsi komunikasi: Logo berfungsi sebagai pembawa dan pemberi informasi, serta juga dapat menjadi penunjuk mengenai keaslian suatu produk.
- Menjadi aset yang berharga sebuah lembaga atau perusahaan.
- Mempunyai kekuatan hukum.

Kemasan

Kemasan merupakan tempat atau wadah yang fungsi utamanya digunakan untuk membungkus suatu produk agar terlihat menarik dan dapat melindungi produk agar tidak terpapar langsung oleh lingkungan. Kemasan yang bagus akan menarik minat pelanggan (Rohanto 2013). Kemasan adalah sebuah tempat berupa wadah untuk meningkatkan nilai dan meningkatkan fungsi sebuah produk yang ditawarkan (Julianti 2014).

Fungsi Kemasan

Menurut (Julianti 2014) kemasan memiliki banyak fungsi, dan dipaparkan mengenai fungsi kemasan adalah sebagai berikut:

- Melindungi kualitas dari produk yang dijual.
- Membuat produk agar dapat bertahan lebih lama atau awet ketika sebelum digunakan.
- Sebagai media komunikasi dan informasi produk dan bagian dari branding perusahaan kepada konsumen.
- Membantu proses pendistribusian suatu produk dari produsen sampai di tangan konsumen.
- Membantu agar produk dapat diproduksi secara banyak atau massal.
- Menjadi penggugah minat beli dengan menimbulkan keinginan konsumen melalui panca indera yaitu melihat, mendengar, mencium aroma, meraba, merasakan, hingga sampai menimpulkan keputusan untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan.

Sign System

Menurut (Gumilang dalam Susanto: 2015) pengertian Sign System merupakan kumpulan dari tanda- tanda yang divisualkan secara individual dan telah dirancang untuk mengidentifikasi atau mengarahkan suatu informasi misalnya mengenai lalu lintas atau informasi pada sebuah bangunan yang kompleks.

Dalam pengertian lain, sign system atau biasa disebut “sistem tanda” juga sebagai petunjuk bagi manusia yang membutuhkan dalam hal ini batasan penggunaannya adalah manusia. Sign system diharuskan memiliki fungsi yang jelas, tidak membingungkan, mudah dimengerti oleh semua orang dengan latar belakang negara manapun dan harus efisien. Menurut Tinarbuko dalam Djuliansyah (2013) Sign system merupakan rangkaian-rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media informasi dan interaksi manusia dengan lingkungan atau ruang publik.

Fungsi Sign System

Terdapat beberapa fungsi sign system diantaranya adalah:

- Sign sebagai pemberi informasi
- Sign atau tanda dalam kelompok ini biasanya berfungsi untuk memberikan pengarahan-pengarahan dan informasi yang terkait. Informasi yang dimuat dalam sebuah *sign system* diwajibkan terbatas pada konten inti yang penting dan ditampilkan secara jelas dan konsisten. Sign atau tanda tidak wajib menjelaskan secara spesifik, tapi mampu memberikan informasi dan menyampaikan maksud dari *sign system* tersebut. konteks ini lebih ditekankan pada konten yang disampaikan.
- Sign sebagai pengontrol
Sign atau tanda dalam kategori ini lebih menekankan pada fungsi pengontrol perilaku manusia dibandingkan pada tujuan yang ingin dicapai. Penggunaan ekstensif dari simbol-simbol, atau piktogram telah menjadi perbincangan selama bertahun-tahun sehingga terciptalah tanda-tanda yang dapat diakui, disepakati dan digunakan secara internasional yang menyatukan perbedaan-

perbedaan. Selain beberapa fungsi tersebut sign system juga berfungsi sebagai media visual untuk dekoratif pendukung media branding dan penghias lingkungan yang juga memiliki fungsi, misalnya banner berisi logo saja dan tanda visual yang dicetak sebagai bendera. Biasanya sign system jenis tersebut tidak mengidentifikasi atau mengarahkan pesan yang spesifik, namun lebih dipakai sebagai media promosi kategori soft selling untuk tempat, acara dan hal-hal yang lainnya.

Jenis-Jenis Sign System

Menurut teori (Fiki 2011:8) dalam suatu ilmu komunikasi visual, *sign system* mengalami perkembangan dan 5 macam dasar dari jenis tanda dengan kode yang mudah diingat. Jenis-jenis tersebut antara lain:

- Sign petunjuk untuk informasi, digunakan untuk mengarahkan dan menuntun audiensnya dengan memberikan informasi mengenai dimana suatu tempat atau lokasi berada.
- Sign untuk petunjuk arah, yang termasuk dalam kelompok ini mencakup arah panah yang mampu mengarahkan pemakainya menuju ke suatu tempat, seperti sebuah ruangan, toko, jalan, atau fasilitas lain.
- Sign untuk pengenalan, dipakai untuk menunjukkan suatu identitas, seperti sebuah kantor, toko, fasilitas, atau sebuah gedung.
- Sign untuk larangan dan peringatan, bertujuan untuk menginformasikan mengenai apa yang tidak boleh dikerjakan atau dilarang
- *Sign* untuk pemberitahuan resmi, menunjukkan informasi tentang pemberitahuan resmi agar tidak dikacaukan dengan tanda-tanda petunjuk.

KATEGORI SIGN SYSTEM

Menurut teori (Calori and vanden-eynden 2015) *sign system* memiliki beberapa kategori diantaranya yaitu, sebagai berikut:

- *Identification sign* adalah tanda yang berfungsi untuk untuk mengidentifikasi suatu tempat atau lokasi, dengan tujuan untuk menginformasikan kepada audiens bahwa seseorang sudah sampai pada lokasi yang dituju.
- *Directional sign* merupakan tanda yang banyak disebut sebagai rambu yang berfungsi untuk memberikan arah tujuan atau lokasi tempat ruang publik kepada manusia dengan bantuan arah/panah sebagai elemen grafis penunjuknya.
- *Orientation sign*, adalah tanda yang menjelaskan secara detail cerita dari suatu tempat atau lokasi baik memuat informasi secara infografis, dengan konten sejarah, alur, deskripsi singkat hingga keterangan suatu denah lokasi suatu tempat.
- *Regulatory and prohibitory sign*, merupakan rambu yang berfungsi untuk memberikan aturan atau himbauan kepada seseorang secara tertulis atau simbolis untuk mengikuti aturan atau himbauan keadaan seseorang dengan aturan yang dimuat atau disampaikan. Rambu biasanya hanya berisi piktogram.

MEDIA INFORMASI

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu "*medius*" yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, adalah bentuk jamak dari kata "*medium*", secara etimologi berarti perantara/penghubung yang terletak antara dua pihak, atau dapat disederhanakan pengertiannya sebagai sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk, dll. (Dagun, 2006:634). Sementara Informasi merupakan sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi

atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti, pesan dan makna bagi penerima (Angraini & Irvani, 2017:13).

Batik Toro Kube Kembang Tanjung

Kube Kembang Tanjung adalah kelompok usaha bersama yang di kelola oleh ibu-ibu warga kelurahan ngaglik. Kube kembang tanjung diawali dari pelatihan yang dilaksanakan di kelurahan ngaglik, peserta pelatihannya berasal dari perwakilan lembaga yang ada di kelurahan dan juga perwakilan dari masing masing rw. Kemudian atas inisiatif dari bapak lurah ngaglik, dibentuklah pokmas kembang tanjung , yang awalnya mereka adalah pokmas kembang tanjung kemudian seiring dengan berjalannya waktu dan juga seleksi alam, akhirnya karna sudah ada nilai penghasilan maka didirikanlah kube yaitu kelompok usaha bersama yang tujuannya adalah untuk meningkatkan pendapatan dari ibu ibu yang tergabung dalam kube kembang tanjung.

Produk lokal Kota Batu yang sukses menembus pasar internasional. Adalah batik Toro, salah satu produk UMKM asal Kota Wisata Batu yang telah diminati pelanggan dari Singapura. Batik tersebut merupakan karya pengrajin batik di Kelurahan Ngaglik, Kecamatan Batu. Mereka membentuk Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kembang Tanjung. Nama Batik Toro, Toro adalah singkatan dari Tombo Loro yang artinya obat sakit., asal mula nama itu sendiri ialah dari sumber mata air tanjung sebagai bahan baku pembuatan zat pewarna alami. Kain batik yang dihasilkan oleh Kube Kembang tanjung buatan tangan terampil ibu ibu di Ngaglik, Kota Batu yang memperkenalkan batik dengan teknik lipat dan ikat .untuk menghasilkan motif uniknya kain tersebut dilipat dan diikat karet, kemudian dicelupkan di pewarna alami. Motif alami dan sederhana itu justru menjadi daya Tarik para pencinta batik. Keunikan lainnya yang ditonjolkan yaitu pewarna alami yang berasal dari berbagai jenis kayu yaitu, kayu nangka, sono, mahoni dan secang. Outlet Batik Toro Oleh Kembang Tanjung berada di kantor kelurahan Ngaglik kota Batu.

Pembuatan batik Kembang Tanjung menggunakan teknik jumput. Setiap kain yang dibuat membutuhkan waktu 10 hari. Pewarnaan menggunakan pewarna alami seperti kayu pohon dan daun mangga. Motif ini terinspirasi dari pohon tanjung yang tumbuh di sekitar sumber mata air di Kelurahan Ngaglik. Kemudian airnya yang sakral digunakan sebagai salah satu bahan pembuatan supaya ada ciri khasnya. Untuk harga setiap kain dengan ukuran 2,15 x 1,15 meter dibanderol Rp 260 ribu. Kini permintaan produksi sudah tinggi. Dalam satu bulan pernah memproduksi sebanyak 100 kain. Dalam satu bulan rata rata yang terjual mencapai 45 kain, dan penghasilan sebesar 6 juta. Tidak hanya kain, KUBE Kembang Tanjung juga memproduksi kaos, tas, masker, selendang, dompet dan udeng yang tentunya terbuat dari kain dengan motif khas Batik Toro Kube Kembang Tanjung. Tenaga kerja pengrajin Batik Toro KUBE Kembang Tanjung terdiri dari ibu-ibu warga kelurahan Ngaglik yang berjumlah 6 orang.

CorelDraw x7

Corel Draw adalah suatu aplikasi pada komputer editor grafis vektor yang berfungsi untuk pengolahan gambar. Aplikasi ini banyak digunakan desainer dalam bidang desain grafis dengan *output* media publikasi, percetakan, dan bidang lain yang membutuhkan proses visualisasi dalam bentuk visual. CorelDraw merupakan aplikasi yang dikelola dan dikembangkan oleh Corel Corporation yang merupakan perusahaan *software* yang kantor berada di Ottawa, Kanada. Dengan fitur-fitur yang amat lengkap, dan selalu ada pembaruan setiap tahun, sehingga membuat CorelDraw semakin diminati dan digunakan oleh industri dan para desainer. Hal ini salah satu yang membuat banyak perusahaan (terutama yang bergerak di bidang percetakan) menggunakan CorelDraw sebagai salah satu aplikasi yang digunakan.

CorelDraw versi X7 merupakan perangkat lunak pengolah grafis yang dirilis tahun 2014, hadir dengan banyak perubahan penambahan *tools* dibanding versi-versi sebelumnya. Beberapa fitur baru dari versi corel draw X7 ini adalah User Interface yang bisa disesuaikan atau dengan keunggulan lain *Workspace* yang lebih mudah digunakan dan lebih interaktif (Sumber Toriqa:2021).

Deskripsi Produk

Deskripsi produk merupakan tahap identifikasi yang berisi tentang jenis produk, ukuran dan media.

Tabel 1 . Deskripsi produk

Jenis Produk	Ukuran	Media
Logo		
- Minimal	5cm x 8cm	Cetak
- Maksimal	31 x 30 cm	Cetak
Media Informasi		
- Kemasan	26cm x 8cm	Cetak
- <i>Neonbox</i>	40 cm	Cetak
- <i>Directional sign</i>	2 m	Cetak
- <i>Kalender</i>	21 x 14 cm	Cetak
- <i>Hanger</i>	23 x 23 cm	Cetak

Analisis STP

Analisis segmentasi produk merupakan pengajuan produk dengan melihat beberapa aspek sebagai indikator yang harus ada pada produk, berikut merupakan analisis produk dari Batik Toro Kembang Tanjung berdasarkan STP (Segmen, Target dan Positioning):

- *Segmenting*
 - Demografis
Pada segmentasi demografis Batik Toro Kube Kembang Tanjung ditargetkan untuk semua kalangan baik perempuan atau laki- laki dengan rentang usia 17- 25 tahun.
 - Geografis
Berdasarkan segmentasi geografis yang menjadi segmentasi Identitas Visual Batik Toro Kube Kembang Tanjung adalah wilayah Kota Batu, Jawa Timur.
 - Psikografis
Berdasarkan segmentasi *psikografis* Identitas Visual Batik Toro KUBE Kembang Tanjung tersebut adalah para pencinta batik/ kain motif *handmade*.
 - Behavioral
Berdasarkan segmentasi behavioral yang menjadi segmentasi batik toro kube kembang tanjung adalah orang menyukai jenis-jenis batik/ kain motif *handmade*.

- *Targeting*

Berdasarkan *targeting* Identitas Visual Batik Toro Kube Kembang Tanjung tersebut, target konsumen yang dituju adalah remaja dengan rentang usia 17- 25 tahun yang memiliki ketertarikan dengan Batik/kain motif *handmade*.

- *Positioning*

Positioning Identitas Visual Batik Toro Kube Kembang Tanjung ini yaitu sebagai kain batik yang memiliki keunikan dari segi bahan pewarna karena menggunakan bahan pewarna alami.

KONSEP PERANCANGAN

Dalam konsep perancangan yaitu merancang identitas secara visual seperti logo, kemasan, sign system dan media promosi. Pembuatan logo merupakan hal utama yang dapat memberikan identitas serta nilai dari sebuah produk. Kemasan, sign system dan media informasi sebagai penunjang dimana produk akan menarik minat calon pembeli dan produk akan lebih dikenal oleh banyak orang.

Konsep visual yang diusung untuk pembuatan logo, kemasan sign system dan media informasi Batik Toro Kube Kembang Tanjung ini yaitu dengan menunjukkan kesederhanaan yang didalamnya akan memuat makna disetiap bentuk visual yang terbentuk menjadi satu kesatuan. Logo Batik Toro ini merupakan gabungan dari bentuk lengkungan daun dan huruf B dan T.

Elemen Estetis Visual Gambar

Gambar yang digunakan pada identitas visual Batik toro Kube Kembang Tanjung ini akan menggunakan gambar daun, dimana daun digunakan sebagai simbol alami.

Teks

Font yang digunakan menggunakan jenis *san serif* dan *serif*, menggunakan nama *philosopher* dan *futura*.

Warna

Dalam perancangan identitas visual batik toro kube kembang tanjung dipilih warna yang dapat menyampaikan pesan dan harapan serta dapat menonjolkan unsur dekoratif, elegan namun tetap sederhana. Warna yang digunakan adalah kuning emas, putih, merah dan hitam. Penggunaan warna [krem](#) kerap diartikan sebagai warna yang dapat diandalkan, konservatif, dan fleksibel. Warna krem juga bisa menciptakan ketenangan dan kelembutan. Penggunaan warna putih menggambarkan kesan kesederhanaan dan awal yang baru bagi Batik Toro Kube Kembang Tanjung Penggunaan warna merah memiliki kesan menarik, energi dan keberanian batik toro kube kembang tanjung untuk maju menjadi produk yang lebih baik lagi kedepannya. Penggunaan warna hitam akan memberikan kesan elegan pada identitas visual batik toro kube kembang tanjung.

PROSES PRODUKSI

Logo

Dalam perancangan logo, hasil dari pra produksi dimulai *thumbnail* dan *rough layout* secara manual. *Rough layout* hasil dari proses manual yang akan dipilih masuk tahap digitalisasi hingga final design. Pembuatan logo ini menggunakan dua *tools* adalah *pen tool* dan *ellipse tool*, untuk membentuk logo dari Batik Toro Kube Kembang Tanjung. Tahap selanjutnya setelah digitalisasi logo

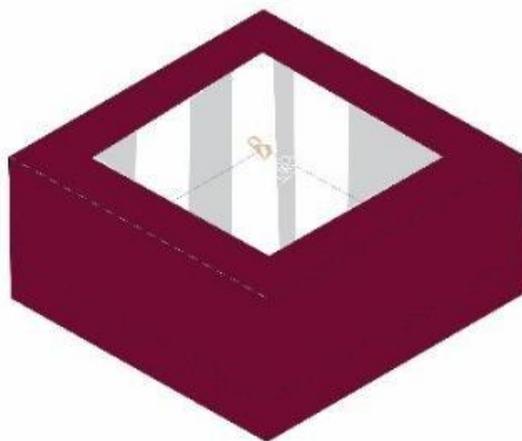
adalah pewarnaan. Warna yang akan dipilih adalah krem, putih, merah dan hitam. Dalam proses pewarnaan menggunakan *color eyedropper tool*. Hasil proses pewarnaan logo Batik Toro Kube Kembang Tanjung



Gambar 1. Logo Batik Toro Kube Kembang Tanjung

Kemasan Box

Proses pembuatan dibantu menggunakan basic shape tools dan rectangle tools. Kemasan pada bagian tengah depan diberikan logo dengan ukuran 9x4 cm pada bagian dalam kemasan terdapat tips agar warna batik awet. Ukuran dari kemasan box ini adalah 27x26 cm.



Gambar 2. Kemasan box

Papperbag

Proses pembuatan dibantu menggunakan rectangle tool dan basic shape tool untuk membuat bagian-bagain dari papperbag . Kemasan pada bagian tengah depan diberikan logo dengan ukuran 9x4 cm pada bagian dalam kemasan terdapat tips agar warna batik awet. Ukuran dari kemasan box ini adalah 40x30 cm.



Gambar 3. Papperbag

Neonbox

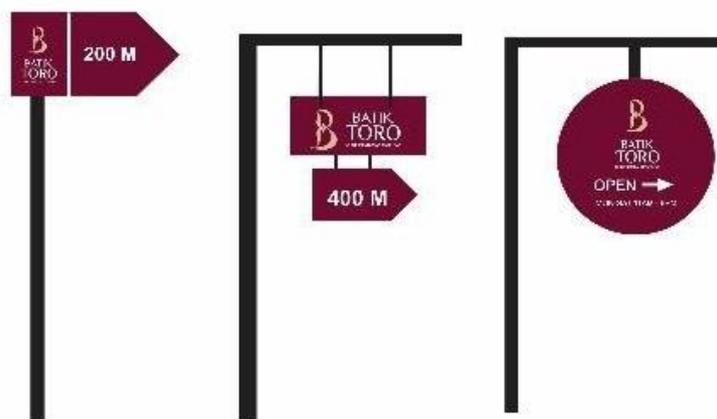
Proses pembuatan dibantu menggunakan *elipse tool* untuk membuat bagian-bagain dari *box* menjadi digital sesuai *rough layout*. Neonbox berbentuk lingkaran berukuran diameter 40cm , logo diposisikan pada tengah lingkaran dengan bahan full akrilik 2 sisi dengan berisikan lampu LED modul.



Gambar 4. Neonbox

Directional sign

Direction sign desain yang pertama berbentuk panah yang berisikan logo serta penunjuk arah 200m dengan ukuran 40x15cm dengan bahan full akrilik, desain yang kedua berbentuk persegi berbentuk panah yang berisi logo serta penunjuk arah 400 m dengan bahan full akrilik dengan ukuran 20x15cm. Desain yang ketiga berbentuk lingkaran dengan logo ditengah dan keterangan jam buka outlet. Proses pembuatan dengan CorelDraw x7 menggunakan bantuan *rectangle tool, poligon tool dan elipse tool* untuk membuat bagian-bagain dari *box* menjadi digital sesuai *rough layout*.



Gambar 5 Directional sign

Kalender

Layout yang digunakan pada kalender ini yaitu multi panel layout dengan memberi gambar pada bagian kanan, dan informasi mengenai alamat dan kontak produk di letakkan pada bagian kanan bawah. Ukuran kalender yaitu 21x14,8 cm.



Gambar 6. Kalender

IDENTITAS VISUAL BATIK TORO KUBE KEMBANG TANJUNG DI KOTA BATU SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Andi Rita Selvia Rizki Meivia , Yogi Widya Saka Warsaa, Elfa Olivia Verdiana

Hanger

Pada hanger di beri logo berwarna hitam karena warna dasar hanger tersebut berwarna alami kayu. Hanger berukuran 23x23 cm.



Gambar 7. Hanger

PROSES PASCA PRODUKSI DAN PENGUJIAN

Tahap validasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil penelitian mampu menjawab tujuan yang di rencanakan. Pengujian bertujuan untuk mengetahui apakah analisa dan perancangan Identitas Visual yang telah dilakukan mampu merepresentasikan produk dengan tepat sesuai dengan target pasar yang dituju. Validasi dalam penelitian ini dilakukan dengancara menyebarkan angket yang berisi beberapa pertanyaan. Masing- masing pertanyaan angket disesuaikan dengan kebutuhan.

Tabel 2. daftar Pertanyaan dalam kuesioner

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah logo yang dibuat sudah tepat?		
2.	Apakah pemilihan font yang digunakan mudah terbaca?		
3.	Apakah pemilihan warna yang digunakan menarik?		
4.	Apakah menurut anda bentuk dan visualisasi logo sudah baik ?		
5.	Apakah menurut anda logo ini sesuai untuk usia hingga 17 hingga 25 tahun?		
6.	Apakah menurut anda informasi yang tertera pada buku GSM logo sudah tersampaikan dengan baik?		
7.	Apakah media informasi (kemasan, signage dan direction sign) yang dibuat menarik?		
8.	Apakah menurut Anda kemasan sudah dapat melindungi produk dengan baik?		

9.	Apakah menurut Anda direction sign sudah menunjukkan informasi dengan baik?		
10.	Apakah media yang dibuat menarik?		

Tabel 3 Tabel Data Responden

Item Pertanyaan	Jawaban Ya	Jawaban Tidak
Pertanyaan 1	5	15
Pertanyaan 2	20	0
Pertanyaan 3	20	0
Pertanyaan 4	20	0
Pertanyaan 5	20	0
Pertanyaan 6	20	0
Pertanyaan 7	20	0
Pertanyaan 8	20	0
Pertanyaan 9	20	0
Pertanyaan 10	20	0
Total	183	15

Berikut adalah hasil kuisisioner dan 20 responden dalam jangka umur remaja dari 17 sampai 25 tahun. Untuk menghitung hasil persenan jawaban “Ya” dengan menggunakan contoh rumus seperti dibawah:

$$(\text{Total Jawaban "Ya"} + \text{Jumlah soal}) \div \text{jumlah responden} \times 100\% = ((185 \div 10) \div 30) \times 100 = X\%$$

$$= (18,5 \div 30) \times 100 = X\%, = 0,93 \times 100 = 93 \%$$
 Sehingga data diatas dapat disimpulkan bahwa Identitas Visual Batik Toro Kube Kembang Tanjung efektif dan sangat baik

PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian identitas visual Batik Toro KUBE Kembang Tanjung yang dirancang sebagai media informasi untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh KUBE Kembang Tanjung kepada masyarakat. Selain pembuatan buku GSM logo terdapat media pendukung lainya seperti kemasan, neonbox, dan direction sign. Proses perancangan logo dan beserta media pendukungnya secara diawali dengan melakukan riset atau mengumpulkan data-data untuk mendukung proses perancangan produk, membuat konsep, menentukan elemen visual, membuat *thumbnail* dan *rough layout*. *Rough layout* dijadikan sebagai acuan dalam tahap digitalisasi hingga ke tahap *final design*. *Final design* merupakan hasil akhir dari produk yang sudah siap untuk dicetak. Produk yang telah dicetak dilakukan publikasi dan pengujian menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden dapat diketahui hasil akhir 86,15% “sangat baik”. Maka dapat disimpulkan identitas visual Batik Toro Kube Kembang Tanjung efektif sebagai media informasi untuk kelompok usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusria, L.(2021). Kiat Sukses Mengembangkan UMKM. (online) Tersedia:<https://jurnal.um-palembang.ac.id> (Diakses pada 10 Desember 2022).
- Calori, C. (2015). Signage and wayfinding. Canada: john wilwy & Sens,inc
- Danton, Sihombing. (2015). Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta: Gramedia.
- Djuliansyah, Irpan (2013) Perancangan Sign System Stasiun Televisi TVRI Jawa Barat. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.(online). Tersedia: <https://repository.unikom.ac.id/23166/> (diakses pada 29 november 2022)
- Julianti, Sri. (2014). The Art Of Packaging. Jakarta: Gramedia.
- Putra, Ricky W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Yogyakarta: ANDI
- Sanyoto. Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain. Tersedia: <http://www.tipsdesain.com/teoriwarna.html>. [diakses 10 oktober 2022]
- Setiawan, Samhis. (2020). Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli. [online]. Tersedia: <https://www.gurupendidikan.co.id/> [diakses 20 Januari]
- Supriyono, Rakhmat (2010). Desain Komunikasi Visual Trori Dan Aplikasi. Yogyakarta: Gramedia.
- Ritonga, M H, Fikri E M, Dkk.(2018). Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi. Medan
- Rustan, SURIANTO. (2009). Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia. Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian. Jakarta.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *Desain Komunikasi Visual - Penanda Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS
- Toriqa. (2021) pengertian CorelDraw. [online]. Tersedia: <https://toriq.com/pengertian-corel-draw/> [diakses 12 desember 2022]

Halaman ini sengaja dikosongkan