

Perancangan Desain Komunikasi Visual Pengenalan Motif “Bawang Tiwai” Milik Batik Putri Syafril sebagai Khas Samarinda

Cindy Anggrean¹, Obed Bima Wicandra², Asthararianty³

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: cindy18juli@gmail.com

Abstrak

Batik motif Bawang Tiwai merupakan motif khas Samarinda yang masih belum banyak dikenal oleh masyarakat lokalnya. Kain ini merupakan salah satu produk dari Batik Putri Syafril yang akan digunakan sebagai identitas perusahaan tersebut. Perusahaan ini baru berjalan selama 2 tahun yang dijalankan oleh Desi Soleha namun masih belum memiliki identitas perusahaan. Batik tersebut masih belum ada yang mengaplikasikan kedalam sebuah produk. Sangat disayangkan karena ini merupakan sebuah inovasi yang harus dikembangkan oleh pemerintah untuk diklaim sebagai salah satu batik di Indonesia. Dalam tugas perancangan ini akan dilakukan perancang *corporate identity* Batik Putri Syafril dan pengaplikasian kain tersebut untuk menyelesaikan permasalahan agar dapat dikenal oleh masyarakat lokalnya dan menjadi batik khas Samarinda.

Kata Kunci : Corporate Identity, Desain Fashion, Bawang Tiwai, Samarinda

Abstract

Title : *Design Visual Communication introduced Pattern of "Bawang Tiwai" Belongs to Batik Putri Syafril Convection as Typical Samarinda Pattern*

Batik Patterned with Bawang Tiwai is a typical pattern that still not widely known by local community. This fabric is the one of the products of Batik Putri Syafril convection which used the fabric as the identities of the company. This company has been running for 2 years by Desi Soleha. Beside no one developing the fabrics to be applied into a product. Unfortunately, this innovation should be developed by the government to be claimed as one specific batik in Indonesia. The Bawang Tiwai design will become a corporate identities for Batik Putri Syafril convection and applicability of the fabric is to solve the problem in order to be known by local community and become a typical Samarinda batik.

Keywords : *Corporate Identity, Fashion Design, Bawang Tiwai, Samarinda*

Pendahuluan

Batik sudah lama dikenal sebagai warisan budaya Nusantara. Selama berabad-abad, dunia mengenal batik berasal dari Indonesia. Sayangnya, kita kurang mencintai warisan leluhur ini. Sehingga memberikan peluang bagi bangsa lain untuk memilikinya.

Pada 02 Oktober 2009, Lembaga Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) yang membawahi masalah kebudayaan, UNESCO, telah menyetujui batik sebagai warisan budaya tak benda kemanusiaan (*Intangible Cultural Heritage*) yang dihasilkan oleh Indonesia. Warisan budaya tak benda kemanusiaan merupakan satu dari tiga daftar yang dibuat di bawah Konvensi UNESCO 2003 mengenai perlindungan

warisan budaya tak benda untuk kemanusiaan. (*Batik Nusantara*, 2011, p.2)

Batik memiliki teknik, simbolisme dan budaya yang dianggap melekat dengan kebudayaan Indonesia. Bahkan, UNESCO menilai masyarakat Indonesia memaknai batik dari prosesi kelahiran sampai kematian. Selain itu batik juga menjadi cerminan akan keberagaman budaya di Indonesia, yang terlihat dari sejumlah karakteristik motifnya.

Setiap pembatikan di Indonesia mempunyai cara pembuatan atau proses batik yang berbeda sehingga menghasilkan batik dengan ciri khas daerahnya. Kota Samarinda adalah salah satu kota sekaligus merupakan ibukota provinsi Kalimantan Timur,

Indonesia. Pemerintah provinsi Kalimantan Timur ingin mengembangkan industri batik bermotif khas untuk mendukung pelestarian batik yang diakui sebagai warisan budaya oleh dunia. Selain itu, pemerintah Samarinda juga ingin meningkatkan perekonomian UKM yang turun. Serta meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap produk lokal.

Adapun batik Kalimantan Timur yang sudah diklaim oleh pemerintah adalah dari daerah Tenggarong, Balikpapan dan Bontang. Sangat disayangkan batik Samarinda masih belum diklaim oleh pemerintah itu sendiri. Padahal Samarinda juga memiliki batik yang menggunakan motif bawang Tiwai yang merupakan bawang dari Kalimantan Timur dan banyak ditemukan Samarinda. Bawang ini merupakan tanaman umbi yang dahulu tumbuh dan berkembang secara liar di dalam hutan pedalaman Kalimantan Timur, dan saat itu bawang Tiwai masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat hingga tahun 1990-an.



Gambar 1. Bawang Tiwai

Batik bawang Tiwai ini sangat menarik, karena menggunakan proses batik tulis dan batik cap. Selain itu pewarnaan yang digunakan diambil dari bawang Tiwai. Bawang Tiwai ini memang memiliki warna seperti bawang merah cuman jika dilihat lebih teliti terdapat perbedaan karena di bawang Tiwai ini secara keseluruhan dia bewarna merah keunguan.

Desi Soleha adalah orang yang memulai gagasan untuk membuat batik khas Samarinda itu sendiri. Beliau terinspirasi dari banyaknya hal-hal yang menarik di kota Samarinda namun belum banyak dikenal. Maka beliau memutuskan untuk membudidayakan hal tersebut sebagai batik khas Samarinda. Batik ini awal mulanya terinspirasi dari banyaknya khasiat bawang Tiwai yang bisa digunakan sebagai obat.

Sayangnya batik dari Batik Putri Syafril ini masih belum dikenal masyarakat lokal lebih luas. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor sebagai berikut:

- Banyaknya gempuran motif batik dari luar pulau seperti Jawa, Yogyakarta dan Pekalongan.
- Batik Samarinda mulai dikenal tahun 2012, namun karena banyaknya peminat batik luar sehingga membuat batik Samarinda menjadi kurang peminat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor.
- Model baju yang ditawarkan masih minim dan tidak inovatif sehingga menurunkan minat konsumen untuk membeli produk lokal. Dan kebanyakan penduduk lokal Samarinda itu sendiri dalam memilih busana sangat mengikuti trend yang ada. Dan di Batik Putri Syafril sendiri masih belum pernah membuat pengaplikasian kain tersebut kedalam sebuah produk.
- Batik Putri Syafril masih belum memiliki *brand image* dan media promosi.
- Masih banyaknya penduduk lokal yang belum mengetahui akan batik lokal kota Samarinda. Banyaknya anak-anak muda yang tidak tahu bahwa kota Samarinda memiliki batik khasnya. Hal ini sering di temukan di saat penggunaan baju seragam batik di beberapa sekolah Samarinda.
- Bahan yang dibuat dalam pembuatan pakaian atau pun busana tidak memiliki bahan dan kualitas yang nyaman untuk dikenakan.

Dari beberapa faktor tersebut menurunkan dan menutup berbagai potensi dari batik lokal Samarinda. Di kota Samarinda ini juga masih belum memiliki desainer batik lokal yang mau mengembangkan dan melestarikan batik lokal kota Samarinda ini. Sehingga model baju yang ditawarkan hanya merupakan model baju yang pada umumnya seperti kemeja dan baju *dress* batik pada umumnya.

Dari permasalahan yang ada, penulis memutuskan untuk meneliti lebih lanjut. Namun penulis belum menemukan perancangan yang serupa. Dalam perancangan ini penulis menggunakan kerjasama antara UKM dan penjahit lokal kota Samarinda.

Corporate Identity adalah identitas “brand” perusahaan, terdiri dari identitas visual (nama, merk dagang, tipografi, warna dan sebagainya) dan identitas verbal (slogan, *tagline*, ucapan salam dan sebagainya). Tujuan dari *corporate identity* adalah agar perusahaan mudah dikenali oleh semua pihak. (Wiryawan, 2008: 50).

Batik Putri Syafril yang sudah berjalan beberapa tahun belakangan ini masih belum memiliki *brand image* yang kuat serta pengaplikasian *corporate identity* yang dikemas menjadi salah satu media promosinya yang kemudian dikenalkan ke masyarakat lokalnya.

Dari latar belakang di atas, tujuan dari perancangan ini sendiri adalah mengenalkan batik motif Bawang Tiwai kepada Masyarakat lokal bahwa Samarinda memiliki motif khasnya sendiri. Serta menonjolkan motif Bawang Tiwai menjadi *brand image* Batik Putri Syafril dan Samarinda. Tujuan tersebut dicapai melalui pengaplikasian *brand image* Batik Putri Syafril kedalam *corporate identity* serta pengaplikasian kain tersebut kedalam desain *fashion*.



Sumber : Desi Soleha

Gambar 2. Batik tulis Bawang Tiwai

Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini diperoleh melalui beberapa metode sebagai berikut :

1. Literatur
Data yang diperoleh melalui berbagai studi kepustakaan dan buku-buku ilmiah, seperti buku-buku membahas tentang batik, desain grafis, *corporate identity*, dan desain *fashion*. Metode ini merupakan salah satu metode observasi secara tidak langsung.
2. Internet
Mencara informasi melalui website di internet mengenai berbagai permasalahan yang dibahas. Metode ini berguna untuk menganalisis data-data yang telah didapat dan dihubungkan dengan teori-teori kepustakaan yang sudah ada.
3. Metode Observasi
Metode yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data dan mendapatkan hal-hal yang diperlukan untuk proses perancangan dengan cara mendatangi objek perancangan secara langsung ataupun tidak langsung. Penelitian dilakukan dengan berkunjung ke perusahaan UKM serta beberapa penjahit untuk memperoleh data yang dibutuhkan.
4. Metode Pustaka
Bahan-bahan yang dipergunakan didalam landasan teori dalam perancangan ini diperoleh

dan didapatkan dari berbagai sumber tertulis, yaitu buku-buku panduan ataupun artikel yang terkait serta memuat informasi-informasi yang diperlukan untuk digunakan dalam penyusunan perancangan. Serta buku-buku dan artikel yang digunakan perancangan dapat berasal dari berbagai sumber yang ada.

5. Wawancara

Bahan-bahan yang dipergunakan di dalam landasan teori perancangan ini diperoleh serta didapatkan dengan bertanya langsung kepada konsumen yang menggunakan dan mengenakan produk yang akan di rancang.

Metode Analisis yang digunakan adalah metode SWOT. Metode SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Metode ini digunakan untuk melihat faktor internal melalui kekuatan dan kelemahan Batik Putri Syafril, yang kemudian dilihat peluang dan ancaman tersebut.

Pembahasan

Setelah menganalisis dan mengambil kesimpulan dari pendapat responden dan *owner* batik putri syafril, maka dapat ditarik satu hal penting untuk dijadikan *entry point* dalam perancangan visual komunikasi dengan menggunakan *corporate identity* Batik Putri Syafril. Yaitu, dengan mengembakan logo yang sudah ada agar dapat mengkomunikasikan identitas dan *image* perusahaan dengan maksimal.

Selama ini masyarakat sekitar sendiri masih belum mengenal dan mengetahui Batik Putri Syafril. Hal ini yang disebabkan kurangnya media promosi atau belum adanya yang mau mengembangkan Batik Putri Syafril ini. Maka melalui hal ini dapat memberikan inovasi baru untuk batik putri syafril dalam melakukan pengaplikasian produknya kedalam desain *fashion*.

Jadi bisa dikatakan pemecahan dari masalah yang ada adalah dengan melakukan pengembangan *corporate identity* Batik Putri Syafril serta aplikasinya sebagai media promosi dan pengaplikasian produk kedalam desain *fashion*.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan untuk mengenalkan batik ini dimulai dari mencari informasi mengenai Batik Putri Syafril yang kemudian dilanjutkan dengan survei pengetahuan akan masyarakat lokal terhadap batik lokal, dan trend yang sedang berkembang di

masyarakat. Setelah itu melakukan pembuatan konsep dalam pengaplikasian *corporate identity* serta melihat perkembangan trend *fashion* sekarang di Indonesia untuk mengaplikasikan kain kedalam desain *fashion*.

Setelah melalui survei, maka akan dilakukan pemilihan desain pengaplikasian *corporate identity* dan desain baju sesuai trend yang ada dengan memberikan konsep desain yang berbeda dan unik disetiap desain. Selain itu mulai memikirkan motif dan jenis kain yang akan digunakan untuk dikombinasikan. Sedangkan untuk batik sendiri diambil dari batik Samarinda yang menggunakan 2 jenis batik yaitu, batik tulis dan batik cap.

Melalui tahap observasi bahan, desain dan bahan yang sudah siapakan dikerjakan oleh penjahit. Kemudian setelah proses produksi maka akan dilanjutkan dengan melakukan dokumentasi untuk pengaplikasian produk dengan tujuan mengenalkan batik ini ke masyarakat yang disertai dengan *corporate identity* Batik Putri Syafril.

Brand Name Batik Putri Syafril ini menggunakan 2 jenis *typeface* yang terdiri dari *font serif* dan *script*. Berikut jenis *typeface* yang digunakan sebagai *brand name* Batik Putri Syafril :

- Garamond

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ! @ # \$ % ^ & * () _ + -
=

Font garamond digunakan sebagai nama brand “ Putri Syafril ”. Alasan menggunakan *font* jenis ini dikarenakan tingkat keterbacaan dan bentuk yang memudahkan untuk dibaca. Selain ini *font* ini memiliki karather yang tegas dimana sesuai dengan karater dari batik Putri Syafril yang setiap goresan pada batik tulisnya yang dibuat dengan kesabaran dan ketegasan pada setiap goresannya.

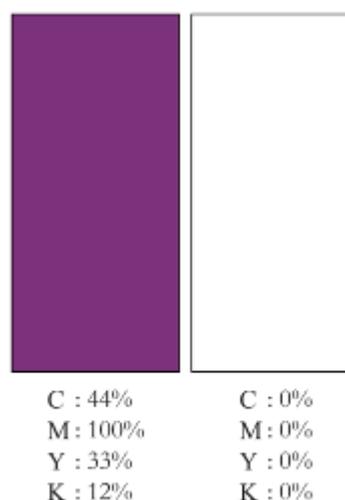
- High Tide Demo

A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S T U
V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y z

1234567890

Typeface ini digunakan pada nama *brand* pada penulisan “ Batik ”. *Font script* ini menjadi simbol yang menunjukkan ketelatenan dan kesabaran yang cukup tinggi untuk membuat hasil yang memuaskan sesuai dengan ciri khas batik tulis. Penggunaan *font* ini juga menyimbolkan bahwa batik ini tidak hanya batik cap saja tapi terdapat batik tulis aslinya.

Warna-warna yang akan digunakan dalam *branding* batik Putri Syafril menggunakan kombinasi 2 warna yaitu, ungu dan putih. Warna yang dominan akan digunakan adalah warna ungu karena mengorientasikan pada warna yang dihasilkan oleh bawang Tiwai tersebut. Warna Putih merupakan warna dasar dari kain yang digunakan dalam membuat sertas menyimbolkan goresan batik dari lilin yang sudah dilulurkan.



Gambar 3. Warna yang digunakan

Proses Desain

Perancangan logo menjadi elemen utama dalam sebuah perancangan *corporate identity*, dan melalui perancangan *corporate identity* juga dapat mengenalkan bawang Tiwai sebagai motif khas Samarinda. Pada logo batik Putri Syafril ini terinspirasi dari irisan bawang Tiwai tersebut yang memiliki bentuk yang cantik dan sangat menonjol hal ini yang menjadi hal menonjol dalam sebuah *identity* dari Batik Putri Syafril.



Gambar 4. Desain grafis Bawang Tiwai



Gambar 5. Alternatif typeface Batik Putri Syafril



Gambar 6. Final logo

Logo final telah dipilih dan ditentukan, alasannya memilih logo tersebut adalah keseimbangan, lebih mudah dibaca, dan melambangkan identitas perusahaan. Jenis hurufnya pun mudah dibaca dan mencerminkan teknik proses pembuatan yang digunakan oleh Batik Putri Syafril. Kemudian, dari logo final ini diaplikasikan kedalam *corporate identity*. Dengan beberapa alternatif sebagai berikut :



Gambar 7. Alternatif desain 1

Pada alternatif desain pertama ini menggunakan motif bawang tiwai yang dibuat berulang yang bertujuan untuk memberikan tekstur detail yang menyimbolkan ketelatenan dan detail dalam pengerjaan pada setiap kain batik tersebut.

Untuk komposisi di kartu nama menggunakan *center text* yang bertujuan untuk memudahkan mata untuk menangkap tulisan dalam kartu nama tersebut.

Pada bagian kartu nama, amplop, *price tag*, dan tas hanya menggunakan simbol bawang tiwai tersebut untuk memberikan *focal point* sehingga memudahkan orang dalam mengingat *brand name* tersebut.



Gambar 8. Alternatif desain 2

Pada alternatif desain kedua ini hanya menonjolkan bawang tiwai sebagai *brand identity* dari batik Putri Syafril ini. Dengan mengkomposisikan bawang tiwai tersebut di tengah sebagai *focal point brand*.

Pada bagian kop surat untuk memberikan kesan minimalis dan elegan dibuat penyusunan berbeda, dimana logo dibuat di sisi atas sedangkan alamat dan *email* buat pada sisi kiri bagian bawah.



Gambar 9. Alternatif desain 3

Desain Alternatif ketiga ini lebih memfokuskan kepada irisan motif bawang tiwai tersebut. Sehingga pada

bagian symbol bawang tiwai ini dibuat lebih besar sehingga dapat menonjolkan irisan bawang tiwai tersebut sebagai *brand identity* kepada target *audience*.

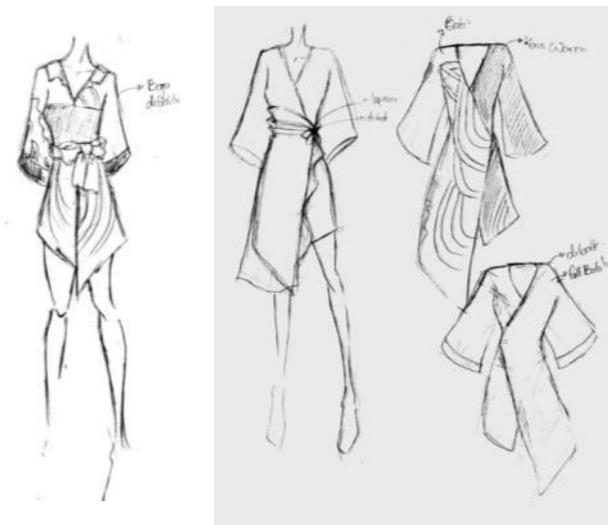
Untuk permainan komposisi menggunakan *center text* dan *align text* kiri kanan dengan menyeimbangkan komposisi dari simbol bawang tiwai tersebut.



Gambar 10. Alternatif desain 4

Pada Alternatif desain terakhir menggunakan kombinasi seperti alternatif desain pertama, dimana diberikan keseimbangan antara motif bawang tiwai dengan tulisan-tulisan tersebut.

Selain merancang pengaplikasian *corporate identity*, juga dirancang pengaplikasian kain motif bawang tiwai dalam desain *fashion* seperti berikut :



Gambar 11. Konsep desain baju 1



Gambar 12. Kain konsep desain baju 1

Desain Baju pertama menggunakan konsep baju kimono. Baju ini memiliki 2 model, dimana baju ini bisa dibalik. Pada model baju diatas (kiri) menggunakan full kain batik itu sendiri, modelnya terlihat seperti kemeja dan kerah baju bisa dicopot kemudian ada tambahan sabuk obi.

Pada baju (tengah) merupakan baju model kimono menggunakan kain batik disisi kiri baju seperti baju kanan (atas), dimana sisi sebelah kiri menggunakan motif batik sedangkan sebelah kanan menggunakan warna polos yang senada. Untuk sabuk obi menggunakan kain polos senada dan kain *transparant*. Untuk kain batiknya menggunakan kain berikut.



Gambar 13. Konsep desain baju 2



Gambar 14. Kain konsep desain baju 2

Pada konsep baju kedua ini menggunakan konsep baju hem yang dikombinasikan dengan lengan seperti

kimono namun untuk memberikan kesan yang modern maka diberikan *cut off* pada sisi samping. Sehingga dapat menyesuaikan kemauan dalam keterbukaan bagian lengan bajunya.

Untuk permainan batiknya digunakan pada kemben *outer*-nya dan *outer* aksesoris seperti celemek. Yang dapat memberikan kesan berbeda. Untuk yang pemakaian kembem lebih membentuk *body* sedangkan untuk yang bentuk celemek membuat potongan rok lebih halus. Penggunaan kain batik pada konsep baju ini menggunakan kain motif berikut.

Hasil Final

Berikut merupakan hasil final karya dalam pengaplikasi *corporate identity* Batik Putri Syafril.



Gambar 15. Gambaran keseluruhan *corporate identity* Batik Putri Syafril



Gambar 16. Amplop Batik Putri Syafril



Gambar 17. Kop surat Batik Putri Syafril



Gambar 18. Foto pengaplikasian *price tag* dan *acrylic* Batik Putri Syafril dengan tas kanvas



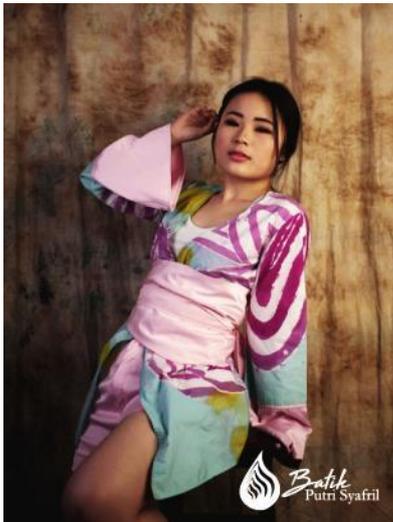
Gambar 19. Foto pengaplikasian kertas kemasan kain Batik Putri Syafril pada kain



Gambar 20. Foto desain 1 – look 01



Gambar 22. Foto desain 2 – look 1



Gambar 21. Foto desain 1 – look 02



Gambar 23. Foto desain 2 – look 2



Gambar 21. Foto desain 1 – look 03



Gambar 24. Foto desain 2 – look 3

Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari tugas akhir ini adalah sebuah perusahaan yang baik harus dapat menyampaikan *image* yang positif dan sesuai dengan identitas perusahaan dengan memperhatikan keindahan dan keseimbangan visual. Untuk membentuk *image* yang dapat dikenal oleh masyarakat diperlukan sebuah identitas yang baik dan memorable. Sehingga dengan hanya melihat bentuknya maka target dapat langsung mengingat perusahaan tersebut. Sehingga hal ini akan mendapatkan nilai dan perhatian lebih di mata masyarakat.

Corporate Identity yang dibuat dan diaplikasikan pada beberapa media seperti: *stationery*, *merchandise*, media kreatif, dan sebagainya. Sehingga melalui pengaplikasian *corporate identity* ini dapat mengenalkan dan membuat masyarakat mengingat dengan mudah akan batik motif bawang Tiwai milik Batik Putri Syafril tersebut dengan konsep *memorable* pada setiap medianya.

Selain menggunakan *corporate identity*, dilanjutkan dengan pengaplikasian kain Batik Putri Syafril dalam desain *fashion* sebagai contoh pengaplikasian produk yang dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat agar tertarik dalam mengembangkan produk lokalnya. Dan melalui pengaplikasian kain tersebut dapat memperkenalkan motif bawang Tiwai milik Batik Putri Syafril kepada masyarakat lokal bahwa Samarinda memiliki batik khasnya sendiri.

Daftar Pustaka

- Carter, David E. *Designing Corporate Identity Programs For Small Corporation*. New York: Art Direction Book Company.
- Cenadi, Christine Suharto, "Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya." *Nirmana*, July 1999.
- Godman, A. (2001) *The 7 Essentials of Graphic Design*. China : How to Design Books.
- Lestari,A. (2017). *Keunikan Kalimantan Timur*. (Tesis). Unpublished undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah, Malang.
- Mashadi, W., et al. (n.d). *Batik Indonesia Mahakarya Penuh Pesona*. Yogyakarta: Sekar Jakad.
- Quon, M. (1995) *Corporate Graphics*. New York : PBC International, Inc.
- Rakhmawati, S., (2013). Kurangnya Minat Masyarakat Terhadap Produk Dalam Negeri. *Wordpress*. Retrieved, June 15, 2013, from <https://sucirakhmawati.wordpress.com/2013/06/15/kurangnya-minat-masyarakat-terhadap-produk-dalam-negeri/>
- Ramadhan, I. (2013). *Cerita Batik*. Ciputat: Literati.
- Ramelan,T., et al. (n.d). *The 20th Century Batik Masterpiece*. Jakarta: KR Comunication.
- Thomas, G. *How to Design Logos*. China : How to Desing Books.
- Tjoa,D. (2014). Batik Kalimantan. Retrived, 03 September, 2014, from <http://jejakbatik.blogspot.co.id/2014/09/batik-kalimantan.html>
- Wulandari, A. (2011). *Batik Nusantara Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Yogyakarta: Andi Offset.