

Perancangan Motif Batik Tulis Ikon Kabupaten Ngawi Sebagai Media Promosi Dalam Menunjang Industri Kreatif

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

¹⁾Ika Mega Apriliani ²⁾Hardman Budiarto ³⁾Karsam

- 1) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: 12420100088@Stikom.Edu
- 2) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Hardman@Stikom.Edu
- 3) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Karsam@Stikom.Edu

Abstract

Batik is a legacy of Indonesia which have been recognized or established by UNESCO since October 2, 2009. Batik has a significance or meaning in each of its motives. The rapid lovers of batik making it grows each days, until each region competing to have a motif that contains the meaning according to the characteristics or in accordance with the characteristic of the area. Unfortunately Ngawi region still lacks of its batik's motif. Even around the year 2009 until the year 2010, Ngawi begins to experience the crisis of batik's enthusiasts. Lessening on batik also the interest to develop the regional characteristics. In fact, if viewed from the potential contained in Ngawi, it's very supportive to improve or develop Ngawi's batik. Therefore, this study aims to design the icon of Ngawi's batik's motif as a media campaign in support of the creative industries. The design of this motif is using the method of data collection with qualitative way, that is by interview, observation and study of the existing literature, which is very important to determine the concept of the design that will be designed. From the results of the data collection, the concept that emerged is "Modern". "Modern" is the concept of a motif's design, designed in a contemporary style or the present time to develop an existing motif. The concept is used by most of the motif's design, good design and the chosen color. There should be an effort to attract the attention of Ngawi's residents, thus motif were designed and packaged in a modern way, different from another existing motif. One of them is to design a motif that contains the icons of Ngawi by combining colors characteristic of Ngawi, by hoping that this medium can be a medium that can redevelop Ngawi's batik, and boost the spirit batik's enthusiasts, for Ngawi's batik and the potential that Ngawi has can be known by the public.

Kata Kunci: Motif Batik, Tulis, ikon, kabupaten Ngawi, Media Promosi, Industri Kreatif, Modern.

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai macam kesenian dan budaya. Salah satu budaya atau kesenian Indonesia yang terkenal adalah batik. Seni budaya batik khususnya sudah ada sejak zaman dahulu, dan hingga saat ini batik telah berkembang dan merupakan karya budaya nasional. Batik adalah salah satu seni budaya yang bersifat khusus, yaitu perpaduan antara seni dan teknologi, dan batik pada umumnya merupakan karya seni yang memadukan antara seni motif atau ragam hias dan seni warna yang diproses melalui pencelupan dan penglorotan (Sewan S.1982: 3).

Kesimpulannya bahwa batik merupakan warisan budaya Indonesia yang sudah tersebar ke seluruh Indonesia. Batik adalah salah satu kekayaan budaya Indonesia yang telah menjadi sorotan diberbagai kalangan baik dalam negeri maupun luar negeri karena keunikannya dan keindahannya. Batik dianggap lebih dari sekadar buah akal budi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu batik sudah menjadi identitas bangsa, melalui ukiran simbol nan unik, warna menawan, dan rancangan tiada dua, maka pada tanggal 2 Oktober 2009 batik resmi dipatenkan oleh UNESCO

sebagai budaya bangsa Indonesia (Marzuqi 2015: 1).

Melestarikan batik warisan budaya Indonesia, memerlukan suatu pengembangan motif batik dengan karakter suatu daerah, agar disetiap daerah diseluruh Indonesia memiliki batik yang berciri khas sesuai dengan daerahnya. Demikian pula dengan Kabupaten Ngawi, yang memulai mengembangkan kembali kegiatan membatiknya setelah terancam gulung tikar, hal ini dibenarkan oleh Kepala Bidang Kebudayaan Kabupaten Ngawi yaitu Bapak Sukadi S.Pd, bahwa batik Ngawi pernah mengalami mati suri karena kurangnya minat untuk mengembangkan motif batik. Ngawi adalah salah satu daerah yang belum memiliki ikon motif batik unggulan. Daerah Ngawi ini hanya memiliki motif batik yang mencirikhasikan daerah tersebut, seperti yang telah diciptakan oleh warga Ngawi adalah adanya motif batik Bambu, Padi, Pohon Jati, Manusia Purba, dan Kali Tumpuk atau pertemuan dua sungai besar (Bengawan Solo dan Kali Madiun). Namun motif batik yang memiliki ciri khas Kabupaten Ngawi dan memiliki nilai

keindahan dan seni masih perlu diuji dan dikaji ulang.

Potensi-potensi yang telah disebutkan diatas sudah dikenal oleh banyak orang hingga dunia. Maka akan dengan mudah sekali memperkenalkan motif batik ikon Kabupaten Ngawi. Keunggulan yang menonjol ini salah satunya memiliki nilai bersejarah, maka akan sangat sayang sekali bila tidak dikembangkan dengan maksimal, yang nantinya dapat menjadi pusat kekuatan pada industri kreatif, dan berdampak positif pada perekonomian masyarakat Kabupaten Ngawi, serta pada nama Kabupaten Ngawi sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dibutuhkan perancangan motif batik, guna untuk mengangkat atau menciptakan ekonomi kreatif pada warga Ngawi. Promosi yang meluas agar mampu merangkul masyarakat luas untuk dapat mencintai produk budaya lokal yang ada di Kabupaten Ngawi. Perancangan motif batik tulis ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif ini, sebagai upaya melestarikan produk budaya lokal.

METODE

Lokasi yang diteliti oleh peneliti adalah daerah Kabupaten Ngawi, karena lokasi ini memiliki permasalahan yang memerlukan solusi. Untuk menganalisis, peneliti menggunakan metode kualitatif, karena didasari oleh respon atau reaksi pada bentuk-bentuk dan verbal oleh pelihat atau khalayak sasaran dari perancangan motif batik sebagai media promosi daerah tersebut.

Metode kualitatif adalah metode dengan cara mengumpulkan data dengan beberapa teknik, yaitu 1) Wawancara, 2). Observasi 3). Studi Literatur dan 4) . Studi Eksisting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan literatur di lapangan, USP dan analisis SWOT. Penurunan jumlah perusahaan disubsektor dari beberapa industri yaitu Kerajinan (-11,94%); Desain (-34,52%); Fesyen (-10,15%); Film, video dan fotografi (-9,99%); Penerbitan dan Percetakan(-30,67%). Rata-rata pertumbuhan industri kreatif pada tahun 2002-2006 ini adalah 0,74%, hal ini menunjukkan bahwa industri ini belum tumbuh dengan kuat tetapi memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang secara optimal jika didukung oleh kondisi usaha dan lingkungan usaha yang kondusif.

Kerajinan batik Ngawi pernah mengalami mati suri karena kurangnya minat pembatik dan kurangnya pengembangan desain batik. Batik Ngawi mulai berkembang lagi pada tahun 2011 namun Ngawi belum memiliki motif batik ikon unggulan, Ngawi hanya memiliki motif batik yang mencirikhasakan daerah tersebut, serta belum memiliki motif batik unggulan. Motif batik juga

belum memiliki inovasi dengan ditambahkan aroma. Padahal Ngawi memiliki potensi yang sangat memungkinkan untuk dijadikan motif batik. Potensi-potensi unggulan yang dimiliki oleh Ngawi ada 5 (lima) yaitu Padi, Pohon Jati, Bambu, Kali Tempuk, dan Manusia Purba.

Potensi bambu yaitu Bambu yang menjadi ikon Ngawi berasal dari kata “Awi” bahasa sansekerta yang berarti bambu dengan imbuhan kata sengau “Ng” menjadi Ngawi. Manusia Purba, karena Fosil Manusia Purba yang pertama kali di dunia ditemukan adalah di Kabupaten Ngawi, Fosil Manusia Purba pertama kali ditemukan, disekitar tepi Sungai Bengawan Solo. Potensi alam Padi, 40% atau sebagian besar Kabupaten Ngawi adalah persawahan. Potensi Pohon Jati, Kabupaten Ngawi ditumbuhi oleh ribuan Pohon Jati yang tumbuh disekitar jalan menuju Jawa Tengah. Dan Kali Tempuk, Daerah Ngawi adalah tempat bertemunya Sungai Bengawan Solo dengan Kali Madiun. Hasil eksisting dari pembatik di kabupaten Ngawi. Keunggulan Motif Batik Ngawi, Motif yang dibuat oleh bapak Suwandi ini memiliki ciri khas dari Ngawi, yang membedakan dengan motif batik yang lain, memiliki warna yang mencolok dan awet tidak mudah pudar, serta lebih mengutamakan kualitas kain. Kelemahan Motif Batik Ngawi, Batik yang diciptakan oleh UKM Batik Sido Mulyo ini belum memiliki motif batik ikon Kabupaten Ngawi yang menjadi unggulan, masih menggunakan motif klasik dan motif tidak mudah dipahami.

Maka diperlukan solusi pemecahan yang tepat untuk masalah yang dihadapi oleh Batik Kabupaten Ngawi ini yaitu Perancangan motif batik tulis ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif, dengan adanya motif batik dari potensi Ngawi ini dan menggunakan background dua warna serta gaya desain batik yang modern, kontemporer atau masa kini dapat memperkuat ciri khas dari batik ikon daerah Kabupaten Ngawi serta untuk memperkuat perkembangan atau pertumbuhan industri kreatif.

Motif batik ikon kabupaten Ngawi yang akan dirancang memposisikan dirinya sebagai motif batik unggulan yang menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh kabupaten Ngawi, sehingga target audience dapat mengetahui dan memahami makna dari motif batik tersebut, dengan gaya desain motif batik yang modern sehingga dapat dengan mudah diingat serta diterima oleh masyarakat.

Motif batik ini juga memiliki keunikan atau Unique Selling Proposition tersendiri dibanding dengan motif batik yang sudah ada. Dimana motif batik kabupaten Ngawi menggunakan teknik batik tulis, yang nantinya dijadikan motif batik yang berbeda dengan yang lain, dengan background 2 warna, serta memiliki gaya desain yang modern atau masa kini. Sehingga motif batik yang dirancang dapat menunjukkan keunggulan dari

potensi Kabupaten Ngawi, dan dapat memudahkan motif batik diterima oleh masyarakat, serta motif yang mudah dipahami oleh masyarakat.

Berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, studi literatur, dan beberapa data penunjang lainnya yang nantinya akan dijadikan sebuah keyword atau konsep desain batik.

1. Segmentasi

Dalam perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif, khalayak sasaran atau target yang dituju adalah :

a. Demografis

Usia : Dewasa (18 – 40 Tahun)

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Kelas Sosial : Kelas menengah

b. Geografis

Wilayah : Kabupaten Ngawi

c. Psikografis

Gaya Hidup : Suka atau konsumtif terhadap batik

Kepribadian : Masyarakat yang Menyukai atau banggaterhadap produk lokal yaitu batik.

Value : Memiliki kebiasaan menggunakan batik.

Target yang dituju dari Perancangan motif batik ikon Ngawi adalah seluruh masyarakat yang berusia dewasa atau usia antara 18 sampai 40 tahun. Khususnya pada masyarakat yang menyukai atau bangga pada produk lokal batik.

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu (Morissan, 2010:72). Motif batik ikon kabupaten Ngawi memosisikan dirinya sebagai motif batik unggulan yang menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh kabupaten Ngawi, sehingga target audience dapat mengetahui dan memahami makna dari motif batik tersebut, dengan aroma teh yang menunjukkan salah satu potensi kabupaten Ngawi sehingga dapat dengan mudah diingat serta diterima oleh masyarakat.

Penting bagi suatu produk untuk memiliki keunikan tersendiri didalam sebuah persaingan bisnis. Hal tersebut dapat membedakan suatu produk dengan kompetitornya sehingga dapat memiliki kekuatan untuk menarik pasar. Dalam hal ini *Unique Selling Proposition* yang dimiliki oleh batik Ngawi adalah Motif batik Kabupaten Ngawi menggunakan teknik batik tulis, yang nantinya dijadikan motif batik yang berbeda dengan yang

lain, dengan background 2 warna, serta memiliki aroma teh. Sesuai dengan potensi Ngawi yang menonjol, sehingga motif batik yang dibuat dapat menunjukkan keunggulan dari potensi Kabupaten Ngawi, dan dapat memudahkan motif batik diterima oleh masyarakat.

SWOT adalah dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono dan Lubis 2007:18). Dinilai dari segi kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang dikandung oleh sebuah obyek, sedangkan peluang dan ancaman merupakan factor dari segi eksternal. Hasil dari kajian keempat segi internal dan eksternal tersebut dapat disimpulkan melalui trategi pemecahan masalah, perbaikan, pengembangan, dan optimalisasi. Hal-hal yang dikandung oleh empat faktor tersebut disimpulkan menjadi sesuatu kesimpulan yang positif, netral atau dipahami. Penyusunan kesimpulan ini ditampung dalam Matriks Pakal yang terdiri dari:

- a. Strategi PE-KU (S-O)/ Peluang dan Kekuatan: Mengembangkan peluang menjadi kekuatan.
- b. Strategi PE-LEM (W-O)/ Peluang dan Kelemahan: Mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
- c. Strategi A-KU (S-T)/ Ancaman dan Kekuatan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan.

Strategi A-LEM (W-T)/ Ancaman dan Kelemahan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan. (Sarwono dan Lubis, 2007:18-19).

Tabel SWOT (Motif Batik Ikon Kabupaten Ngawi).

INTERNAL	STRENGT	WEAKNES
EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Batik yang memiliki motif ikon unggulan dari Kabupaten Ngawi 2. Motif batik yang memiliki background 2 warna 3. Batik yang memiliki aroma teh sesuai dengan hasil panen kebun teh Jamo di Ngawi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertimbangkan proses produksi batik tulis yang masih tradisional sebagai media untuk mempromosikan potensi Kabupaten Ngawi
OPPORTUNITIES	S-O	W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertekankan potensi batik Ngawi melalui batik tulis guna mengembankan batik Ngawi yang pernah mati suri 2. Kabupaten Ngawi memiliki ikon batik unggulan 3. Batik Ngawi berkembang pesat 	Motif batik yang dirancang dari ikon atau potensi unggulan Kabupaten Ngawi yang memiliki background 2 warna serta memiliki aroma teh yang sesuai dengan hasil panen kebun teh di Ngawi guna untuk mempromosikan atau mengenalkan potensi Ngawi melalui media batik tulis	Batik tulis yang memiliki motif ikon atau potensi unggulan Kabupaten Ngawi yang dijadikan sebuah media batik unggulan untuk memperkenalkan potensi Ngawi yang menonjol
STRENGT	S-T	W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya minat pembeli karena proses pembuatannya yang masih tradisional 2. Motif batik ikon Kabupaten Ngawi tidak dapat diterima oleh masyarakat 	Untuk mengatasi masalah tersebut, motif batik ikon Kabupaten Ngawi dirancang dengan menggambar potensipotensi yang menonjol di Ngawi sehingga dapat menarik perhatian masyarakat	Kurangnya minat pembeli karena prosesnya yang masih tradisional dan motif batik yang dibuat tidak dapat diterima oleh masyarakat
Strategi Utama : Dengan merancang motif batik ikon Kabupaten Ngawi sesuai dengan potensipotensi Kabupaten Ngawi yang menonjol ini diharapkan dapat dengan mudah memperkenalkan atau mempromosikan Kabupaten Ngawi serta dapat menunjang atau meningkatkan industri kreatif		

Sumber : Hasil olahan peneliti, 2016

Keyword

Berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, studi literatur, dan beberapa data penunjang lainnya yang nantinya akan dijadikan sebuah keyword atau konsep desain batik.

Pemilihan kata kunci atau keyword dari perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi ini sudah dipilih melalui penggunaan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan keyword diambil berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, literatur, STP, dan beberapa data penunjang lainnya.

Konsep untuk perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi adalah *“Modern”*. Deskripsi dari kata *“Modern”* yang diambil dari KBBI dan Oxford adalah menunjukkan gaya saat ini/ baru/ trend. Berkaitan dengan masa kini atau baru/ terbaru. Trend yang memiliki makna gaya mode baru dalam berpakaian atau gaya mode baru dalam berpenampilan. Fresh atau sifat yang memiliki tujuan memperbaiki agar lebih berkembang atau lebih maju (Advanced), membawa kabupaten Ngawi lebih maju melalui media batik. Kontemporer atau masa kini, menggunakan desain yang kontemporer atau masa kini, yang berbeda dengan motif yang sudah ada. Dikembangkan menjadi desain yang masa kini atau kekinian, yang

sangat mudah menarik perhatian dewasa dini. Rapi, ikon kabupaten Ngawi yang disusun dengan rapi sehingga motif dapat terlihat jelas dan mudah dipahami dalam media batik. Mengandung kata Dengan konsep *“Modern”*, diharapkan Kabupaten Ngawi memiliki motif batik unggulan dengan teknik tradisional yang dikemas dengan tampilan *“Modern”* atau masa kini yang dapat menarik perhatian masyarakat, dan dapat membantu meningkatkan atau mengembangkan industri kreatif serta dapat mempromosikan Kabupaten Ngawi.

Perancangan Karya

Perancangan motif batik merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mempromosikan ikon atau keunggulan Kabupaten Ngawi melalui batik, bukan hanya untuk mengembangkan batik di daerah Ngawi yang pernah mati suri menjadi sebuah potensi yang diunggulkan, tetapi juga sebagai melestarikan produk unggulan Indonesia yang sudah diakui oleh UNESCO.

Perancangan motif batik ini melalui media utama Guidebook Batik, dan media didukung seperti kain batik, Web Site, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, dan Poster, dan Video Pendek proses pembuatan motif batik. Maka hal ini dibutuhkan sebuah konsep yang matang. Dengan ditetapkan sebuah *keyword* atau konsep, diharapkan dapat memberi visualisasi yang sesuai dengan motif batik Kabupaten Ngawi agar mampu positif terhadap masyarakat. Keyword atau konsep yang digunakan adalah *“Modern”* yang merupakan hasil dari penggabungan antara data wawancara, observasi, USP, STP, studi literatur, dan studi eksisting, sehingga menghasilkan sebuah konsep yaitu *“Modern”* sebagai dasar acuan dalam perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif.

Konsep *“Modern”* memiliki tujuan kreatif visual yang disajikan dengan motif batik yang menunjukkan potensi unggulan dari Kabupaten Ngawi. sehingga masyarakat paham dan dapat menerima motif batik tersebut.

Strategi Kreatif

Perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi diperlukan adanya strategi kreatif untuk mempermudah mempromosikan Kabupaten Ngawi. Pesan visual merupakan salah satu hal yang penting dari motif batik agar mampu menunjukkan potensi unggulan Kabupaten Ngawi yang sesuai dengan konsep *“Modern”*. Ada beberapa proses perancangan strategi kreatif motif batik ikon Kabupaten Ngawi yang meliputi :

1. Ukuran dan Halaman Buku

- a. Jenis Buku : Guidebook Batik
 1. Dimensi Buku : 20 cm x 20 cm
 2. Jumlah Halaman : 55 halaman
 3. Gramature isi Buku: 125 gr
 4. Gramature Cover : 260 gr
 5. Finishing : Softcover

b. Ikon motif batik dan ukuran kain
 Ikon motif batik yang nantinya divisualkan pada media kain melalui proses membatik, berdasarkan pengujian peneliti membuat satu baju membutuhkan kain 2,4 meter. Dengan ukuran ini batik dapat digunakan sesuai keinginan.

c. Visualisasi

a. Visual Ikon Motif Batik

Visual dari motif batik yang mengacu pada hasil keyword atau konsep yaitu "Modern" dimana potensi unggulan Kabupaten Ngawi divisualkan pada kain batik dan dikemas dengan tampilan "Modern". Motif batik yang divisualkan menggambarkan potensi Manusia Purba yang menjadi ciri khas ikon dan potensi yang lain seperti padi, pohon jati, kali tempuk, dan bambu serta aroma teh yang nantinya menjadi ikon pendukung.

b. Warna

Penggunaan warna pada media batik atau pun media pendukung menggunakan warna sesuai dengan konsep "Modern". Maka psikologi warna yang akan diterapkan dan mampu menunjukkan karakter "Modern" atau ciri khas dari Kabupaten Ngawi diambil dari buku Colorist Shigenobu Kobayashi, menurut buku tersebut warna "Modern" yang sesuai dengan karakteristik yang

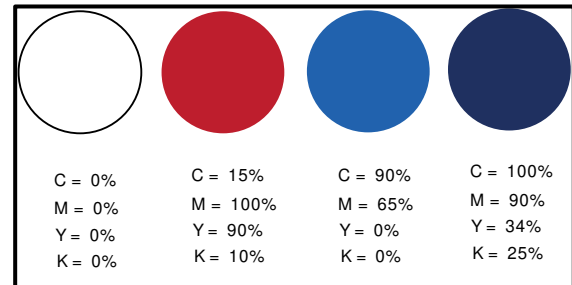


terkandung didalamnya memiliki karakter Rapi atau lebih keformal sehingga warna yang ditampilkan adalah warna "Sharp", warna tersebut padat dilihat pada gambar berikut ini.

Gambar 1 Warna Modern
 Sumber : Kobayasi

Warna yang dipilih untuk perancangan motif batik ini adalah warna biru. Warna yang dirancang tidak menggunakan asli dari buku tersebut, tetapi menggunakan warna monochrome

dari warna biru. Dan dikombinasi dengan warna merah, warna merah merupakan warna karakteristik kabupaten Ngawi. Warna merah yang dirancang juga menggunakan monochrome dari warna merah. Warna-warna tersebut dapat dilihat pada gambar 4.10.



Gambar 2 Warna yang terpilih
 Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Strategi Media

Perancangan motif batik ini menggunakan 2 (dua) media, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah GuideBook Batik, sedangkan media pendukung digunakan untuk membantu publikasi media utama yang sudah dirancang. Berikut media-media yang digunakan :

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah Guidebook batik ikon Kabupaen Ngawi. Media ini dipilih karena biaya produksi yang murah. Guidebook adalah buku panduan, jadi media ini menjelaskan tentang motif-motif, warna, serta makna dari didesain pada kain batik ikon Kabupaten Ngawi. Guidebook batik ini dirancang dengan konsep sesuai dengan keyword yang sudah diperoleh yaitu "Modern". Media utama buku ini dominan pada warna putih karena konsep modern yang diambil mengandung kata kontemorer, masa kini, maju, rapi. Rapi memiliki karakter warna putih yang dijadikan warna dasar pada guidebook batik.

2. Media Pendukung

a. Kain Batik

Rancangan motif batik dituangkan pada kain batik. Desain dari batik ini menunjukkan keunggulan potensi yang ada di Ngawi, yaitu Manusia Purba, Bambu, Padi, Pohon Jati dan Kali Tempuk. Selain itu batik ini juga ditambahkan dengan desain yang kontemporer atau masa kini, agar batik yang dirancang berbeda dengan yang sudah ada. Motif batik pada kain ini berukuran panjang 2,4 meter dan lebar 1,15 meter. Dirancang digunakan selendang, dan dapat digunakan sesuai keinginan konsumen.

b. Website

Menurut Greenlaw dan Hepp (2002 : 18), web adalah suatu aplikasi software yang memungkinkan setiap pengguna atau user untuk menerbitkan atau mencari dokumen hypertext di internet. Sehingga media website sangat efektif untuk dijadikan media penunjang pada rancangan ini.

c. Media Sosial

Sosial media yang digunakan untuk media promosi adalah Twitter, Facebook, dan Instagram. Menurut lembaga survei GlobalWebIndex (Hidayat, 2013) Facebook menduduki posisi kedua dengan 44% pengguna, Twitter dengan 22% pengguna dan Instagram berada diposisi kesepuluh dalam daftar sepuluh aplikasi yang paling banyak dipakai oleh para pengguna *smartphone*. Oleh karena itu media instagram masih memungkinkan untuk dijadikan media pendukung batik Ngawi.

d. Poster

Poster adalah media BTL (Below The Line), media ini merupakan media yang tidak memerlukan budget besar. Media poster dalam perancangan ini berukuran A3 dan dicetak menggunakan indigo digital printing dengan bahan artpaper yang memiliki ketebalan 210gr.

e. Video

Azhar Arsyad (2011 : 49) menyatakan bahwa video merupakan gambar-gambar dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

Perancangan Karya

1. Perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi

Perancangan motif batik ini berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, literatur, dan studi eksisting. Peneliti merancang motif batik yang memiliki makna yang sama yaitu batik isuk sore atau pagi sore, yang memiliki arti bahwa keindahan potensi Ngawi dapat dinikmati dipagi hari maupun disore hari. Dengan memuat motif Manusia Purba, Bambu, Padi, Pohon Jati, dan Kali Tempuk, yang dijadikan satu pada satu kain batik.

Ilustrasi motif batik batik yang dirancang memunculkan ilustrasi yang jelas dan mudah dipahami, dimana fosil Manusia Purba, Bambu, Padi diletakkan atau disusun di bagian tengah kain,

karena 3 motif ini lebih mendominasi. Motif Daun Jati diletakkan dibagian bawah sendiri karena pohon Jati tumbuh disebagian dari daerah Ngawi. Kali tempuk di ilustrasikan dengan gelombang besar atau Sungai Bengawan Solo dan gelombang kecil Sungai Madiun. Serta terdapat penyederhanaan dari persawahan yang diletakkan pada bagian atas, bawah dan bagian kanan kain, dimana ada persegi panjang yang menggambarkan sketsa sawah dan penyederhanaan padi didalamnya. Terdapat pula penyerdehanaan padi pada background motif batik yang memiliki makna isen-isen.

Perancangan Media Promosi motif batik ikon Kabupaten Ngawi

Perancangan media promosi motif batik unggulan ini lebih mengarah pada foto batik tersebut karena dengan foto asli motif batik tersebut dapat marik perhatian masyarakat dibanding dengan media promosi motif batik bentuk vector atau bentuk yang lain. Pada media promosi poster, Guidebook batik, dan media sosial ini menggunakan foto batik unggulan dengan full, terdapat logo Ngawi dibagian bawah dan menggunakan tipografi yang memiliki karakter "Modern".

Menurut buku Tipografi oleh Danton Sihombing MFA font Futura memiliki karakter yang menampilkan kesan Modern. Font Futura termasuk font San Serif dapat dilihat pada gambar berikut.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3 Gambar Tipografi Futura
Sumber : google

Menggunakan gaya layout "Mondrian Layout" Mengacu pada konsep seorang pelukis Belanda bernama Piet Mondrian, yaitu penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk *square / landscape / portrait*, dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar / copy yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.

Selain itu didukung dengan gaya layout "Type Specimen Layout" dimana Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf, dengan point size yang besar Pada umumnya

hanya berupa Head Line saja. Dengan adanya font atau tipografi dan gaya layout yang sudah terpilih, akan dengan mudah mendesain media yang akan digunakan. Berikut perancangan media yang digunakan.

Implementasi Karya

Perancangan yang telah fix, baik dari segi sketsa, maupun warna yang sesuai dengan keyword atau konsep. Perancangan yang diimplementasikan dapat dilihat pada gambar berikut.

a. Media Utama

Guidebook motif batik yang diimplementasikan pada buku ukuran 20cm x 20cm. ukurannya yang kecil membuat buku mudah dibawa.



Gambar 4 Gambar Implementasi Guidebook Motif Batik
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

b. Media Pendukung

1. Media pendukung yang pertama adalah kain batik, dimana perancangan yang sudah dibuat diimplementasikan pada kain batik.



Gambar 5 Gambar Implementasi Kain Batik
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

2. Media pendukung yang kedua adalah poster. Menggunakan media poster karena biaya produksi yang murah, dan dapat menunjang pameran batik yang biasanya dilakukan oleh dinas Ngawi diluar kota Ngawi.



Gambar 6 Gambar Implementasi Poster
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

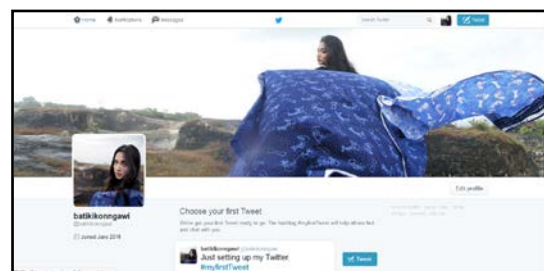
3. Media pendukung yang keempat ini adalah sosial media facebook, twitter, instagram dan web. Menggunakan media tersebut karena biaya sitemnya online, akan dengan mudah memperkenalkan batik Ngawi ke masyarakat luas.

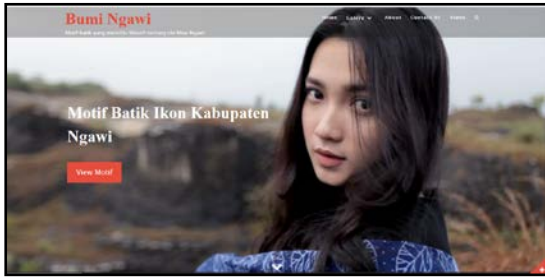
Gambar 7 Gambar Implementasi Facebook



Sumber : Olahan Peneliti, 2016

Gambar 8 Gambar Implementasi Twitter
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

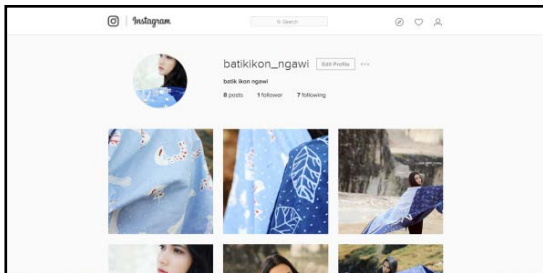




Gambar 9 Gambar Implementasi web
(batikikonngawi.com)
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 13 Gambar scene video pendek
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 10 Gambar Implementasi instagram
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 14 Gambar scene video pendek
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

4. Media pendukung yang kelima adalah video pendek. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video ini diletakkan di youtube dan di website. Berikut salah satu scene dari video tersebut.



Gambar 11 Gambar scene video pendek
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 12 Gambar scene video pendek
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

SIMPULAN

Kesimpulan yang diambil dari perancangan motif batik tulis ikon kabupaten Ngawi sebagai

media promosi dalam menunjang industry kreatif ini adalah :

1. Perancangan motif batik ini adalah untuk mempromosikan keunikan daerah Ngawi dengan mengambil potensi kepurbakalaan dan potensi alam, yang dituangkan pada media batik tulis, serta bertujuan untuk menunjang industri kreatif batik di kabupaten Ngawi. Dengan memunculkan batik tulis ikon kabupaten Ngawi ini, diharapkan Ngawi dapat memiliki motif batik unggulan serta dapat memahami sejarah dan potensi Ngawi sendiri.
2. . Konsep "*Modern*" bertujuan untuk mengemas tampilan batik menjadi batik Ngawi yang kontemporer atau batik masa kini, yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Konsep "*Modern*" ini dihadirkan untuk memunculkan ikon batik kabupaten Ngawi yang utama, menjadikan batik kabupaten Ngawi masa kini, mempromosikan potensi kabupaten Ngawi, dan memunculkan semangat pembatik untuk melestarikan budaya batik.

RUJUKAN

Sumber Buku:

- Ansor, Yusak dan Kusrianto, Adi. 2011. *Keeksotisan Batik Jawa Timur*. Jakarta: Elex Media Koputindo.
- Djoemena, Nian S. 1990. *Ungkapan SehelaiBatik: Its Mystery and Meaning*. Jakarta: Djambatan.
- Hamzuri. 1985. *Batik Klasik*. Jakarta: Djambatan.
- Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Kotler, P dan G Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. Edisi Keduabelas..* Termahan_.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisisperencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat, Jakarta.
- Majalah Bende, edisi 76. 2010. *UPT Pendidikan dan Pengembangan kesenianan sekolah*. Surabaya: CV. Karunia.
- Majalah Bende, edisi 126. 2014. *UPT Pendidikan dan Pengembangan kesenianan sekolah*. Surabaya: CV. Sumber Alam.
- Moleong, Lexy J.2006. *Metode Penelitian Kualitatif* (edisi revisi). Bandung : Remaja Rosdakarya
- Morioka, Adams dan Stone, Terry. 2006 *Color Design*, Amerika Serikat: Rockport.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Poerwadarminta, WJS. 1984. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.
- Rustan, Surianto. 2008&2009. *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2009. *Typografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- S, Anggraini, Lia & Nathalia, Kirana. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Sanyoto, Sadjiman. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi press.
- Sanyoto, Edbi, Sadjiman. 2009 *Nirmana Dasar-Dasar Seni dan Desain*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Soeharto. 1997 *“Batik”*, Jakarta: Perum Percetakan Negara Republik Indonesia.
- Sulistiyono, Budi. 2013 *Ngawi Ramah*. Ngawi: Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olah Raga.
- Supriyono, Rakmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Susanto, Sewan. 1973. *Seni Kerajinan Batik Indonesia*. Yogyakarta: BPKB.
- Sugiono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1994. *Kamus Besar bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Utoro, Bambang. 1979. *Pola-pola Batik dan Pewarnaan*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Yudoseputro, Wiyoso. 1983. *Seni Kerajinan Indonesia*. Jakarta: Debdikbud

Sumber Internet :

- <http://www.distrodoc.com/372605-artikel-tentang-kali-tempuk>
- <http://www.idseducation.com/articles/menyelami-prinsip-prinsip-desain/>
- http://www.kompasiana.com/ajialjatimi/piramida-jamus-kekhasan-perkebunan-teh-di-kaki-gunung-lawu_54f68f48a33311e6058b507e
- <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/elegant>
- <http://www.pindexain.com/apa-itu-swiss-style-typography/>
- <http://www.swissted.com/?page=2>

Sumber Jurnal Tugas Akhir :

- Marzuki, Ahmad. 2015. Penciptaan Motif Batik Sebagai Ikon Kabupaten Lumajang. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Muslihatin, Ambar, Leni. 2010. Warisan Budaya Bendawi Korea, Kajian Strategi Kebudayaan Dalam Perlindungan Warisan Budaya Di Korea Selatan. Jakarta. Universitas Indonesia.
- Risanti, N.A.(2011). Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Warisan Budaya Bangsa Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Internasional. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Wibowo, Ali. 2011. Desain Kemasan Martabak dan Terang Bulan "Mekar Sari". Surabaya. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Zuhara, Fahmi, Zita. 2011. Perancangan Media Promosi Melalui Desain Komunikasi Visual Untuk Memperkenalkan Warung Hotspot Bojo Di Yogyakarta. Universitas Sebelas Maret