

# Perancangan Buku Batik Tulis Jarak Arum Ex-lokalisasi Dolly Dengan Teknik Watercolor Guna Meningkatkan Brand Awareness

## INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

<sup>1)</sup>Eka Anggi Faranniziah <sup>2)</sup>Hardman Budiardjo <sup>3)</sup>Wahyu Hidayat

- 1) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: ziewaplaue23@gmail.com
- 2) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Hardman@Stikom.Edu
- 3) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Hidayat@Stikom.Edu

### Abstract

Batik tulis Jarak Arum is one of the unique batik Surabaya from ex-Dolly. Jarak Arum's batik has its own characteristics which is illustrated by the motifs, where the motive is to tell about the ex-Dolly localization earlier known as the second largest in Asia. Through motives contained in batik is expected to lift the image of Dolly earlier known as localization region the second largest in Asia which has now been folded Dolly now exists in name only. With this in mind to improve the image of the previous Dolly to become one of the tourist areas in Surabaya which is famous for its batik is batik tulis Jarak Arum, is expected to change the image of Dolly the better. Batik tulis Jarak Arum also including new products that require media for recognition, in order to be able to become one of the products that can be remembered and recognized by the public. Therefore, this research aims to design book of batik tulis Jarak Arum ex-Dolly with watercolor techniques in order to increase brand awareness. The design of the book batik tulis Jarak Arum ex-Dolly using qualitative data collection methods, namely by interviews, observation, literature study, existing studies and creative brief is very important to define the concept design study. From the analysis of these data, the theme of the design concept obtained is charming. Concepts Charming aims to communicate to the target market, namely the premature adults who are less familiar and interested to be more familiar and batik and recall batik tulis Jarak Arum as part of a product category, with emphasis on product charming character.

*Keywords: Books Batik, Batik Distance Arum Ex-Dolly, Watercolor Techniques, Brand Awareness, Charming.*

Tujuan tugas akhir ini adalah merancang Buku Batik Tulis Jarak Arum Ex-lokalisasi Dolly dengan Teknik *Watercolor* guna Meningkatkan *Brand Awareness*, hal ini di latar belakang oleh Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai macam kesenian dan budaya. Salah satu budaya atau kesenian Indonesia yang terkenal adalah batik. Batik merupakan suatu perpaduan antara seni (*art*) dan kerajinan (*craft*) pada selembar kain dengan menggunakan teknik pelapisan lilin secara tradisional. Batik merupakan warisan adiluhung bangsa Indonesia yang sudah mendunia. Batik di Indonesia merupakan suatu keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya terkait, yang oleh UNESCO ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non-Bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 9 Oktober 2009 (Musman & Asti, 2011). Indonesia adalah negara yang terkenal dengan budaya membatik dimana hampir setiap kota di Indonesia memiliki budaya membatik, salah satunya adalah Batik Tulis Jarak Arum. Keberadaan Batik Tulis Jarak Arum tidak terlalu diekspos, sehingga banyak dari masyarakat Surabaya sendiri yang yang tidak tahu akan keberadaannya sebagai produk budaya lokal.

Untuk memperkenalkan produk yang baru dikenal oleh konsumen memerlukan alat bantu untuk mengingat sebuah produk tersebut (Durianto et al, 2001:26). Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini diarahkan untuk merancang Buku Batik Tulis Jarak Arum Ex-Lokalisasi Dolly Dengan Teknik Watercolor Guna Meningkatkan *Brand Awareness*.

Menurut Darmadi Durianto, dkk (2004: 54) Brand Awareness adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk. Bagian dari suatu kategori produk perlu ditekankan karena terdapat suatu hubungan yang kuat antara kategori produk dengan merek yang dilibatkan.

Surabaya merupakan salah satu kota kosmopolitan, dimana penduduknya berasal dari beberapa daerah sebagai pendatang sehingga adanya perpaduan budaya metropolis dengan budaya penduduk asli Surabaya yang membuat Surabaya kaya akan budaya (Annisa Tiara, 2014: 2).

Batik tulis Jarak Arum merupakan salah satu UMKM yang didirikan Bagi Warga Jarak yang terkena dampak lokalisasi. Berbagai macam UMKM didirikan semata-mata untuk menambah

penghasilan warga Jarak, dimana semenjak penutupan wilayah lokalisasi tersebut penghasilan warga menurun drastis (Humas Pemkot Surabaya, 2015: 57).

Banyak orang yang beranggapan bahwa *ex-lokalisasi* yang berada di jalan Jarak atau yang lebih dikenal dengan Dolly tersebut kini telah mengalami gulung tikar. Pada masa jayanya, kawasan lokalisasi tersebut menjadi sumber rezeki bagi banyak pihak. Penutupan tersebut awalnya berdampak miring, karena banyak warga yang penghasilannya menurun drastis, terutama pemilik warung, penjaja rokok, tukang parkir, tukang ojek bahkan tukang becak yang sering menawarkan jasanya bagi pekerja seks komersial dan para pendatang yang singgah ke wisma yang berada di kawasan Dolly (Humas Pemkot Surabaya, 2015: 9).

Batik Tulis Jarak Arum merupakan salah satu batik tulis khas Surabaya yang hanya bisa ditemukan di Jarak dan diproduksi langsung oleh warga Jarak, dimana mayoritas pengrajinnya adalah warga lokal *ex-lokalisasi* Dolly sendiri (Humas Pemkot Surabaya, 2015: 55).

Menumbuhkan rasa kebanggaan terhadap batik yang merupakan salah satu warisan budaya lokal patut ditumbuhkan sejak dini, mengingat saat ini hanya sedikit kalangan dewasa dini usia (20-35 tahun) yang mau menggunakan batik untuk pakaian sehari-hari. Dimana kalangan dewasa dini memiliki dua golongan yakni, seseorang yang berusia 20 tahun (meskipun belum menikah) atau sejak seseorang menikah (meskipun belum berusia 20 tahun), yang mencapai kemasakan kognitif, afektif dan psikomotor sebagai hasil ajar latih yang ditunjang kesiapan (Mappiare, 1983: 15).

Dengan adanya persepsi tersebut, maka diperlukan alat bantu untuk mengenalkan batik kepada masyarakat khususnya kalangan dewasa dini. Mengedukasi sejak dini melalui berbagai macam desain batik yang disugukan semenarik mungkin menjadi solusi yang tepat sebagai upaya pengenalan batik bagi kalangan dewasa dini. Media buku berbasis ilustrasi ini dipilih, sebab melalui media ini penulis dapat memberikan informasi tentang perkembangan terbaru pada suatu bidang/objek tertentu, Instansi/organisasi/perusahaan serna nama dan alamat pejabatnya sampai dengan statistik dan produknya (Setia, 2008:8).

## METODE

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi di *ex-lokalisasi* Dolly, Putat Jaya II A No.24, kecamatan Sawahan, kota Surabaya, Jawa Timur.

Penelitian tugas akhir ini jika didasarkan pada metode analisis datanya termasuk penelitian kualitatif karena didasari oleh respon atau reaksi pada bentuk-bentuk dan verbal oleh pelihat atau khalayak sasaran dari perancangan buku batik tulis

Jarak Arum *ex-lokalisasi* Dolly dengan teknik *watercolor* guna meningkatkan *brand awareness*.

Di dalam metode penelitian kualitatif, lazimnya data dikumpulkan dengan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu; 1). Wawancara, 2). Observasi, 3). Dokumentasi, dan 4). Creative Brief.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, studi dokumentasi, studi literatur dan kepustakaan, creative brief, USP dan analisis SWOT yang sudah dilakukan dan dikumpulkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Batik tulis Jarak Arum merupakan produk baru yang memerlukan media pengenalan (*recognition*) untuk meningkatkan *brand awareness*. *Recognition* sangat dibutuhkan untuk *brand* baru yang belum cukup dikenal oleh masyarakat luas khususnya kalangan dewasa dini Surabaya, agar mampu meningkatkan *brand awareness*.
2. Batik tulis Jarak arum belum memiliki sarana yang cukup untuk memasarkan hasil produksi kepada masyarakat luas khususnya kalangan dewasa dini Surabaya, serta menarik minat mereka agar lebih mengenal dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari salah satu kategori produk.
3. Pengemasan buku batik di Indonesia hanya sebatas tulisan dan sedikit cuplikan gambar pada helaian kertas dan kurang dikemas menarik. Maka dari itu, buku batik tulis Jarak Arum dikemas dalam buku berbasis ilustrasi dengan teknik *watercolor* sebagai media pengenalan, agar kalangan dewasa dini lebih mengenal batik dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk.

*Positioning* adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, individu, perusahaan, merek atau apa saja dalam alam pikiran mereka yang dianggap sebagai sasaran atau konsumennya (Kasali, 2007: 28). *Positioning* merupakan hal utama yang diperhitungkan saat membuat atau menciptakan sebuah produk. Dengan menempatkan sebuah produk yang memiliki diferensiasi dengan kompetitornya, maka produk dapat memiliki kekuatan yang lebih besar untuk menarik pasar.

Buku ilustrasi batik tulis Jarak Arum menempatkan dirinya sebagai sebuah media berbentuk buku dengan konsentrasi ilustrasi sebagai *focus point*-nya. Dengan menggambarkan tentang sejarah perjalanan panjang *ex-lokalisasi* Dolly hingga memiliki batik khas yang mampu mengangkat citra Dolly menjadi lebih baik, serta menggambarkan makna dan filosofi yang terkandung dari setiap motif khas batik tulis Jarak

Arum, agar masyarakat khususnya kalangan dewasa dini Surabaya lebih mengenal dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk.

Adanya keunikan tersendiri pada suatu produk dalam sebuah persaingan bisnis merupakan hal yang sangat penting, karena keunikan tersebut dapat dijadikan pembeda antara suatu produk dengan produk yang lainnya sehingga dapat memiliki kekuatan dalam menarik target pasar. Keunikan suatu produk dapat menjadikan suatu produk memiliki kemungkinan untuk lebih digemari konsumen dibanding dengan kompetitornya dan keunikan tersebut dikenal dengan istilah *Unique Selling Proposition*. Keunikan yang dimiliki oleh buku batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi Dolly* adalah sejarah dan jalan panjang penutupan *ex-lokalisasi Dolly* hingga menjadi kawasan wisata yang memiliki berbagai macam UMKM yang salah satunya adalah batik tulis Jarak Arum, serta menceritakan bagaimana asal mula corak atau motif yang terkandung dalam batik tulis Jarak Arum yang dikenal sebagai motif batik kontemporer, dimana motif tersebut tidak dimiliki oleh batik manapun. Dengan adanya gambaran mengenai penjabaran tentang asal mula corak atau motif batik tulis Jarak Arum diharapkan agar kalangan dewasa dini lebih aware terhadap batik serta menarik minat mereka agar lebih mengenal dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk.

### Keyword

Pemilihan keyword yang akan digunakan pada perancangan buku ilustrasi batik yang berjudul "Perancangan Buku Batik Tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi Dolly* Dengan Teknik *Watercolor* Guna Meningkatkan *Brand Awareness*" berasal dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Penentuan keyword diambil berdasarkan data-data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, studi literatur, studi kompetitor, analisis STP, analisis SWOT dan USP, lalu dilakukan brainstorming dari masing-masing untuk menemukan *keyword* umum dan dikerucutkan hingga mendapatkan satu *keyword* untuk menyusun konsep perancangan buku.

Berdasarkan analisis *keyword* yang telah dilakukan, maka ditentukan *keyword* yaitu "*charming*". Kata *charming* yang sudah ditentukan sebagai konsep perancangan karya, selanjutnya akan dideskripsikan lebih lanjut secara rinci untuk menjadi tema/perancangan karya dalam penciptaan buku batik.

Kata *Charming* (mempesona) sendiri berarti sesuatu yang sangat menarik perhatian, mengagumkan, memukau, nyaman, menawan, dan mempunyai daya tarik tinggi terhadap pemakainya sehingga dapat mencakup kata *desire* dan *deluxe* didalamnya.

Konsep *Charming* (mempesona) ini bertujuan untuk mengkomunikasikan kepada target market yaitu kalangan dewasa dini yang kurang mengenal dan meminati batik agar lebih mengenal dan dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk, dengan mengutamakan karakter produk yang mempesona, memukau, menarik, eksklusif, dan berbeda dengan yang lain. Buku batik tulis Jarak Arum memiliki keunikan sendiri, dari segi batik tulis Jarak Arum dengan motif yang berbeda dari batik lainnya dan sejarah asal mula perjalanan panjang penutupan *ex-lokalisasi Dolly* hingga sekarang *ex-lokalisasi Dolly* mampu memiliki berbagai macam UMKM yang salah satunya adalah batik tulis Jarak Arum.

### Perancangan Karya

Dalam menciptakan sebuah buku perlu adanya tujuan yang sesuai dengan target konsumennya. Perancangan buku batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi Dolly* dengan teknik *watercolor* memiliki tujuan untuk mengenalkan kembali batik tulis Jarak Arum kepada kalangan dewasa dini yang kurang mengenal dan meminati batik, agar mereka mampu mengenal dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk. Pada pembuatan buku ini nantinya akan mengangkat sejarah perjalanan panjang penutupan *ex-lokalisasi Dolly* hingga memiliki berbagai macam UMKM dimana salah satunya adalah batik tulis Jarak Arum yang memiliki 3 motif unggulan dan hanya bisa ditemukan dalam batik tulis Jarak Arum saja. Dengan pembuatan buku ini diharapkan mampu membuat masyarakat khususnya kalangan dewasa dini Surabaya mengerti bahwa *Dolly* sekarang bukanlah kawasan mati usai penutupan lokalisasi terbesar ke-2 di Asia tersebut, namun usai penutupan warga *ex-lokalisasi* berusaha bangkit kembali memperbaiki citra kawasan *Dolly* tanpa meninggalkan yang sudah ada terdahulu dan disampaikan melalui motif-motif yang terkandung dalam batik tulis Jarak Arum, dan dengan adanya buku ini diharapkan kalangan dewasa dini yang belum mengenal dan meminati batik tulis Jarak Arum mampu mengenal dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk.

Dengan adanya *keyword* diharapkan mampu menjadi kunci dalam perancangan visual yang sesuai dengan yang disukai oleh kalangan dewasa dini dan juga mampu mengenalkan batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk, agar mampu meningkatkan *brand awareness*. *Keyword* yang digunakan adalah *Charming/ Mempesona* yang merupakan hasil yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, literatur, STP, studi eksisting, USP, dan analisis SWOT yang telah melalui proses analisa sehingga menjadi konsep sebagai dasar perancangan buku batik tulis Jarak

Arum *ex-lokalisasi* Dolly dengan teknik *watercolor* guna meningkatkan *brand awareness*.

### Strategi Kreatif

Perancangan buku batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi* Dolly dengan teknik *watercolor* guna meningkatkan *brand awareness* memerlukan sebuah strategi kreatif dalam penciptaan tampilan visualnya. Pesan visual merupakan sesuatu yang penting dalam sebuah ilustrasi agar mampu menyampaikan pesan yang terdapat didalamnya. Dengan mengusung konsep *charming/* mempesona yang akan digunakan sebagai desain dalam penciptaan buku batik tulis Jarak Arum yang memiliki tujuan untuk mengenalkan kembali batik tulis Jarak Arum kepada kalangan dewasa dini yang kurang mengenal dan meminati batik, supaya mereka mampu mengenal dan mengingat kembali batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari suatu kategori produk agar mampu meningkatkan *brand awareness* dengan didasari visualisasi yang menarik, mengagumkan dan tidak membosankan dengan keselarasan warna dan gambar. Unsur-unsur strategi kreatif yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Ukuran dan Halaman Buku

Ukuran dan format yang diterapkan dalam perancangan buku batik tulis Jarak Arum disusun seperti berikut:

- a. Jenis buku : Buku Pengenalan
- b. Dimensi buku : 25 cm x 20 cm
- c. Jumlah halaman : 40
- d. Gramatur isi buku : 180 gr
- e. Gramatur cover : 260 gr
- f. Finishing : *Hard Cover* dan *Laminasi Doff*

Buku ilustrasi ini dicetak dengan ukuran 25cm x 20cm, dimana ukuran tersebut dirasa sangat efisien untuk dicetak karena tidak membuang banyak kertas. Dirasa sangat efisien karena buku ukuran tersebut dapat dibawa kemana saja, sehingga dapat dibaca dimana saja dan kapan saja (Rusdianto, 2014). Dalam perancangan buku ilustrasi ini dipilih dengan posisi buku *landscape*. Memilih *landscape* karena rata-rata buku ilustrasi memiliki posisi *landscape* hal ini juga dilakukan dengan pertimbangan ukuran tersebut memudahkan penyusunan informasi visual maupun teks yang ditampilkan. Menggunakan ukuran tersebut karena perbandingan *legibility* dalam buku ini diutamakan sehingga menghindari kebosanan ketika membaca (Rustan, 2008:42) yang menerapkan bahwa lebar suatu paragraf merupakan faktor yang menentukan tingkat kenyamanan dalam membaca.

#### 2. Bahasa

Bahasa yang digunakan pada buku batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi* Dolly ini menggunakan

Bahasa Indonesia, yaitu bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari karena akan lebih mudah untuk dimengerti bagi kalangan dewasa dini yang membaca buku batik tulis Jarak Arum.

#### 3. Teknik Visualisasi

Teknik visualisasi merupakan cara yang akan digunakan dalam proses pembuatan visualisasi sebuah karya. Penggambaran ilustrasi dalam buku batik tulis Jarak Aum *ex-lokalisasi* Dolly ini dibuat secara manual dengan menggunakan teknik *watercolor* dan karakter dibuat sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Hal ini diperkuat oleh Phillip Berril (2008: 6) bahwa cat air adalah alat yang luar biasa untuk menghasilkan gambar yang detail, tepat atau halus, atau kebalikannya, tebal, gambar objek-objek yang tegas dan cepat.

#### 4. Layout

Layout merupakan tata letak atau penataan elemen-elemen visual yang akan digunakan sehingga dapat menarik minat membaca. Prinsip layout antara lain urutan, penekanan, keseimbangan, kesatuan, dan konsistensi (Rustan, 2008: 13). Jenis desain *layout* yang akan digunakan adalah *Jumble Layout*, dimana *layout* ini memiliki ciri yaitu penyajian tata letak beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur, sehingga visualisasi gambar dan teksnya yang saling berpadu sehingga membentuk komposisi yang konseptual. Serta *Two Mortie Layout*, dimana *layout* ini penyajian tata letaknya menghasilkan dua inset yang masing-masing memvisualisasikan secara deskriptif mengenai hasil atau detail dari gambar.

#### 5. Tipografi

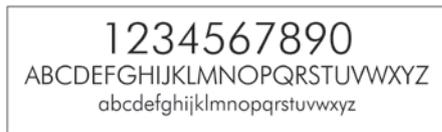
Jenis tipografi yang sesuai dengan konsep "*Charming*" adalah jenis huruf *Sans Serif* dengan karakter font *Monserrat*, *Futura LT*, dan *Helvetica*. Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang hampir sama tebalnya. Menurut Ambrose (2005: 54) mengatakan bahwa karakter huruf *sans serif* yang *rounded* atau huruf dengan ujung bulat, memiliki kesan mengagumkan, santai, nyaman dan menarik pada visualnya.



Gambar 4.6 *Font Monserrat*  
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Jenis tipografi yang sesuai dengan konsep "*Charming*" adalah jenis huruf *Sans Serif* dengan karakter font *Monserrat*, *Futura LT*, dan *Helvetica*. Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang *Font Monserrat* dipilih sebagai font untuk cover buku ilustrasi karena font tersebut termasuk jenis font yang indah dan segar, sehingga

mudah untuk dikenali dan dapat dibedakan masing-masing hurufnya. Suatu jenis huruf dikatakan Legible apabila masing-masing huruf/karakternya mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain (Rustan, 2011(: 74).



Gambar 4.7 Font Futura LT  
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Font Futura LT dipilih sebagai font untuk *sub headline* karena jenis font tersebut mudah untuk dikenali dan dapat dibedakan masing-masing hurufnya. Suatu jenis huruf dikatakan Legible apabila masing-masing huruf/karakternya mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain (Rustan, 2011: 74).



Gambar 4.7 Font Helvetica  
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Font Helvetica dipilih sebagai font untuk konten/ isi karena jenis font tersebut merupakan *typeface* dengan bentuk dan tingkat kejelasan yang nyata, tanpa adanya makna intrinsik, bersih, serta mempunyai tingkat keterbacaan yang tinggi, sehingga mata merasa nyaman ketika membaca. Dengan karakter seperti itu, font tersebut mudah untuk dikenali dan dapat dibedakan masing-masing hurufnya. Suatu jenis huruf dikatakan Legible apabila masing-masing huruf/karakternya mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain (Rustan, 2011: 74).

#### a. Headline

*Headline* atau judul untuk buku ilustrasi ini adalah "Pesona Batik Jarak Arum". Kata ini dipilih berdasarkan dari pertimbangan agar *audiens* dapat memahami langsung isi dari buku ini. Penggunaan bahasa Indonesia ini dipilih karena bahasa Indonesia adalah bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan akan lebih mudah untuk dimengerti bagi target audiens yang membaca buku tersebut.

Sedangkan untuk *sub headline* yang digunakan dalam buku ilustrasi ini adalah "*Ragam kisah dibalik motif batik tulis Jarak Arum ex-lokalisasi Dolly*". *Headline* ini dipilih karena ingin menjelaskan maksud dari judul yaitu menceritakan sejarah perjalanan panjang penutupan *ex-lokalisasi Dolly* hingga asal mula motif khas dari batik tulis

Jarak Arum, dimana motif-motif tersebut tidak dimiliki oleh batik-batik lain.

#### 6. Warna

Warna merupakan unsur yang sangat penting dalam pembuatan sebuah karya, menarik atau tidaknya sebuah karya salah satunya ditentukan oleh warna karena para ilmuwan yakin bahwa persepsi visual terutama bergantung kepada interpretasi otak terhadap suatu rangsangan berupa warna yang diterima oleh otak. Warna yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah warna primer dan warna secondary. Warna primer merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain, seperti merah, biru, dan kuning. Sedangkan warna sekunder adalah hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1, seperti warna jingga dan ungu (Darmaprawira, 2002:30-45). Konsep warna yang digunakan adalah warna yang ceria dan terang karena anak-anak menyukai warna yang mencolok ataupun menarik perhatian. Namun untuk bangunan menggunakan warna-warna dingin, seperti hitam keabuan, coklat dan biru. Sedangkan untuk suasana alam menggunakan warna-warna hangat, seperti hijau dan kuning karena alam memberikan kesan hangat dan cocok untuk visualisasi setting tempat, seperti hutan, sungai, dan lain sebagainya. Warna-warna tersebut dikombinasikan agar sesuai dengan konsep dan target audience, yaitu anak-anak yang menyukai warna mencolok. Sehingga terpilih warna-warna sebagai berikut: Warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Color Research* di Amerika menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk hanya dalam waktu 90 detik saja, dan keputusan tersebut 90%-nya didasari oleh warna (Rustan, 2013: 72).

Berdasarkan studi literasi yang dilakukan tentang warna maka warna yang didapat dari *keyword* "*Charming*" adalah warna coklat kekuningan. Warna coklat selalu identik dengan stabilitas, dan keadaan dimana kita dapat meletakkan kepercayaan pada obyek-obyek berwarna coklat. Warna yang menjadi simbol warna bumi atau biasa juga bersanding dengan warna hijau sebagai warna alam, memberikan kehangatan, dukungan, rasa nyaman, dan rasa aman. Selain itu kesan sederhana sering muncul pada penggunaan warna ini. Coklat sering mengesankan kondisi matang atau tua, sehingga bisa menimbulkan kesan dapat diandalkan, elegan, akrab dan kuat. Sedangkan pada pemaknaan negatifnya, coklat yang terlalu banyak sering kali dimaknai sebagai tidak berperasaan, kurang toleran, menguasai, berat, kaku, malas, kolot, dan pesimis

<http://www.si-pedia.com/2014/12/psikologi-warna-arti-warna-dan-dampak-nya.html>.

Selanjutnya untuk mencari warna sekunder, dilakukan analisis dengan menggunakan *Kobayashi Color Scale* dan ditemukan warna merah muda, violet dan coklat muda (*beige*).



Gambar 4.7 Pilihan Warna *Charming*  
(Sumber: Hasil olahan peneliti, 2016)

## 7. Sinopsis

Dulu, wajah kota Surabaya pernah punya noda berwarna buram karena keberadaan tempat-tempat lokalisasi yang muncul di beberapa tempat khususnya kawasan Dolly.

Perjalanan panjang yang ditempuh oleh Tri Rismaharini tidaklah mudah, namun tekad kuat Pemkot Surabaya untuk menutup kawasan lokalisasi tersebut terwujud walau banyak sekali kerikil yang menjadi penghalang.

Banyak warga ex-lokalisasi gulung tikar pasca penutupan lokalisasi Dolly tersebut, namun Pemkot Surabaya tidak kehabisan akal untuk membuat warga ex-lokalisasi bagkit kembali.

Berbagai macam UMKM didirikan oleh Pemkot Surabaya semata-mata untuk menambah penghasilan warga lokal yang terkena dampak lokalisasi. Salah satu UMKM yang didirikan adalah batik tulis Jarak Arum.

Batik tulis Jarak Arum merupakan salah satu batik tulis khas Surabaya dengan motif khas Dolly yang tidak dimiliki oleh batik tulis lain. Batik tulis Jarak Arum hanya bisa ditemukan di Jarak dan diproduksi langsung oleh warga Jarak, dimana mayoritas pengrajinnya adalah warga lokal yang terkena dampak lokalisasi.

### Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah buku ilustrasi, sedangkan media pendukung adalah media yang digunakan untuk membantu publikasi media utama yang sudah dirancang. Berikut media yang digunakan:

#### 1. Buku Pengenalan

Media utama dalam perancangan ini adalah buku ilustrasi batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi* Dolly sebagai media pengenalan (*recognition*) agar mampu meningkatkan brand awareness. Buku ilustrasi berfungsi sebagai media utama dari media keseluruhan dengan alasan buku ilustrasi

merupakan media yang mampu menarik minat pembaca khususnya kalangan dewasa. Sebagian besar kalangan dewasa ini lebih menyukai buku yang lebih banyak visualisasi gambar ketimbang tulisan, maka dari itu buku ilustrasi merupakan media pengenalan yang cocok dengan menyuguhkan gambar-gambar yang menarik juga berfungsi sebagai penjelas dari informasi yang ditulis. Ukuran yang di aplikasikan pada buku ini adalah 25 cm x 20 cm. Pada cover akan di cetak dengan kertas *Domtar Felt Soft White* 300gsm menggunakan *Hard cover* dan *laminasi doff*.

#### 2. Media Pendukung

Untuk media pendukung buku batik ini yang digunakan sebagai media publikasi serta media promosi, maka dibutuhkan media yang paling efektif untuk menarik minat target audience dan target market, yaitu :

##### a. Busana Batik

Media ini cukup efektif digunakan untuk media promosi karena warga Surabaya setiap hari rabu, kamis, dan jum'at sudah diwajibkan menggunakan baju batik, maka media ini merupakan media yang pas untuk mengenalkan batik tulis Jarak Arum yang dirancang menyesuaikan selera pasar kalangan dewasa dini, dimana mayoritas dari mereka kurang mengenal dan meminati batik. Busana batik dibuat dari kain berukuran 2m x 1,5m.

##### b. Poster

Media ini umum digunakan dalam mempromosikan suatu produk karena cukup efektif, serta fleksibel dalam penempatannya. Poster didesain dengan ukuran 42cm x 29,7cm dan dengan kertas *Advocad* 180gr tanpa laminasi.

##### c. X-banner

Pemilihan media *x-banner* digunakan karena media ini mudah untuk dilihat, menarik perhatian dan memudahkan audiens mengenali letak yang dituju, merupakan media promosi yang tahan lama (Sindhu, 2014: 78). *X-banner* di desain dengan ukuran 60cm x 160cm dengan menggunakan sistem cetak *digital printing/ flexi* bahan PVC dengan laminasi *doff*.

##### d. Pembatas Buku

Pembatas buku berguna dalam menandai halaman yang kita baca juga dapat digunakan sebagai media promosi karena bentuk pembatas yang menarik dan dipadukan dengan visualisasi motif batik tulis Jarak Arum. Ukuran yang di aplikasikan pada pembatas buku ini adalah 4cm x 10cm dan dicetak menggunakan *digital printing* dengan menggunakan kertas *advocad* 210gr dengan laminasi *doff*.

### e. Gantungan Kunci

Gantungan kunci dapat digunakan sebagai *souvenir* dan juga dapat membantu mempromosikan suatu produk ketika orang melihat gantungan kunci tersebut. Ukuran yang di aplikasikan pada gantungan kunci ini adalah 3cm x 5cm, dengan menggunakan desain visualisasi motif batik tulis Jarak Arum.

### f. Sticker

Penggunaan *stiker* dirasa cocok karena memiliki fleksibilitas yang tinggi serta memiliki keunikan sendiri sebagai sebuah media untuk mengenal sebuah produk/jasa ataupun hanya sebagai penghias keindahan. Selain itu *sticker* juga memiliki keunggulan lain dengan penggunaan warna dan visualisasi yang mencolok agar mampu menarik pandangan mata kalangan dewasa dini. *Sticker* di cetak dengan kertas *vinyl* susu dan transparan dengan ukuran 6cm x 6cm dan 3,5cm x 6cm dengan laminasi *doff*.

## Produksi Media

### 1. Pelaksanaan Program Media

Berikut adalah langkah perhitungan nilai waste (inschiet) kertas dalam sekali proses naik cetak:

$$\begin{aligned} \text{Luas bidang kertas} &= 79 \text{ cm} \times 109 \text{ cm} \\ &= 8611 \text{ cm}^2 \end{aligned}$$

Luas Bidang Terpakai

$$\text{Bidang I} = 79 \text{ cm} (3 \times 26 \text{ cm}) = 78 \text{ cm}$$

$$\text{Bidang II} = 109 \text{ cm} (5 \times 21 \text{ cm}) = 105 \text{ cm}$$

Rumus: Perhitungan nilai waste (inschiet)

$$\begin{aligned} \text{Luas bidang terpakai} &= (3 \times 26) \times (5 \times 21) \\ &= 8190 \text{ cm}^2 \end{aligned}$$

$$\text{Inschiet} = \frac{(8611 - 8190)}{8611} \times 100\%$$

$$= 4,8\%$$

Adapun biaya yang harus diperhitungkan dalam menentukan Harga Pokok Produksi Cetak Buku, sebagai berikut:

1. Jumlah seluruh biaya cetak  
= Rp. 16.049.520,-
2. Margin keuntungan ( 20% )  
= Rp. 3.209.904,-
3. Ppn + Pph ( 10% )  
= Rp. 1.604.952,-
4. Jumlah keseluruhan  
= Rp. 20.864.376,-
5. Harga per buku / Hpp ( Jumlah biaya : Oplah )  
Rp. 20.864.376,- : 1.000 eks  
= Rp. 20.865,-/eks

$$\begin{aligned} \text{Dijual} & \\ &= \text{Rp. 64.900,-} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan} & \\ &= \text{Rp. 44.035,-} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Total keuntungan} & \\ &= \text{Rp. 44.035,-} \times 1.000 \text{ eks} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Royalti} & \\ &= \text{Rp. 44.035.000,-} \end{aligned}$$

## Implementasi Karya

### a. Cover Depan dan Belakang



**Gambar 4.29 Halaman Cover Buku**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.29 menunjukkan halaman cover buku. Pada halaman depan desain dibuat sesuai dengan data yang telah diperoleh mulai dari warna, tipografi, dan unsur pelengkap lainnya. Pada cover depan terdapat teknik *cutting* untuk penonjolan judul.

Pada cover belakang terdapat sinopsis cerita dalam buku yang merupakan rangkuman cerita. Font yang dipakai sebagai sinopsis menggunakan font yang mudah dibaca.

### b. Halaman Hak Cipta



**Gambar 4.32 Halaman Hak Cipta**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.32 merupakan halaman hak cipta yang berisi tentang pasal-pasal pelanggaran hak cipta karya.

### c. Halaman Copyright dan Endorsment



**Gambar 4.33 Copyright dan Endorsment**

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.33 merupakan halaman copyright yang berisi tentang hak cipta penulis, keterangan penerbit dan ISBN. Sedangkan halaman endorsment berisi tentang ucapan terima kasih dari pihak penulis.

**d. Halaman Kata Pengantar dan Halaman Table of Content**



**Gambar 4.34 Copyright dan Endorsment**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.34 merupakan halaman kata pengantar yang berisi tentang latar belakang pembuatan buku. Sedangkan halaman table of content berisi tentang daftar isi dari buku.

**e. Halaman 1-2**



**Gambar 4.35 Sejarah Panjang Rehabilitasi Dolly**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.35 merupakan halaman awal cerita yaitu sejarah panjang rehabilitasi Dolly. Sejarah panjang rehabilitasi Dolly ini diceritakan dalam empat halaman.

**f. Halaman 3-4**



**Gambar 4.36 Sejarah Panjang Rehabilitasi Dolly**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

**g. Halaman 5-6**



**Gambar 4.37 Asal Mula Batik Tulis Jarak Arum**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.37 merupakan asal mula terbentuknya UMKM batik tulis Jarak Arum yang diprakarsai oleh disperindag untuk warga bekas ex-lokalisasi, hinggamemiliki motif khas yang tidak dimiliki oleh batik lain.

**g. Halaman 7-8**



**Gambar 4.38 Motif Daun Jarak**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.38 merupakan motif khas dari batik tulis Jarak Arum yaitu motif daun Jarak.

**h. Halaman 9-10**



**Gambar 4.39 Motif Buah Jarak**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.39 merupakan motif khas dari batik tulis Jarak Arum yaitu motif buah Jarak.

**i. Halaman 11-12**



**Gambar 4.40 Motif Kupu-kupu**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Gambar 4.40 merupakan motif khas dari batik tulis Jarak Arum yaitu motif kupu-kupu.

**j. Halaman 13-14**



**Gambar 4.41 Desain Busana Batik Tulis Jarak Arum**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Pada gambar 4.41 menunjukkan desain busana batik tulis Jarak Arum yang dirancang sesuai selera pasar kalangan dewasa dini yang ada di Sarabaya. Pada bahasan ini terdapat 17 halaman, dimana terdapat 17 rancangan busana.



**Gambar 4. 42 Desain Busana Batik Tulis Jarak Arum**  
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, penciptaan buku *pop-up* ini bertujuan sebagai media pembelajaran yang menarik untuk menumbuhkan minat baca anak-anak terhadap budaya lokal terutama cerita Panji Semirang Kediri dengan menggunakan ilustrasi kartun. Maka dari penjelasan mengenai penciptaan buku *pop-up* tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk merancang buku ilustrasi batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi Dolly* dengan teknik *watercolor* guna meningkatkan *brand awareness*, dibutuhkan teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, literatur, STP, studi eksisting, USP, dan analisis SWOT yang kemudian dianalisa menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif untuk mendapatkan *keyword* yang digunakan sebagai landasan konsep perancangan. Adapun *keyword* yang telah ditemukan adalah “*Desire/ hasrat*” sebagai kesimpulan dari STP, “*Deluxe/ mewah*” yang merupakan hasil gabungan kesimpulan dari analisa SWOT dan USP. Dari hasil analisis ketiga *keyword* tersebut maka didapatkan konsep perancangan “*Charming/ Pesona (mempesona)*” sebagai landasan dari implementasi karya.
- 2.2. Konsep “*Charming/ mempesona*” diimplementasikan pada karya dalam bentuk gambar ilustrasi sebagai point of interest dari setiap halaman buku yang disertai dengan motif-motif batik tulis Jarak Arum sebagai background pada masing-masing halaman. Untuk mendukung proses penyampaian pesan kepada target audience, maka elemen verbal digunakan pada masing-masing halaman buku. Teknik yang digunakan pada gambar ilustrasi pada buku ini adalah manual drawing dengan menggunakan teknik *watercolor*, dimana manual drawing tersebut menjadi focus of interest dari buku ini. Untuk mendukung konsep serta perancangan secara keseluruhan, maka judul dari buku ini adalah “*Pesona Batik Jarak Arum*” dengan sub-judul “*Ragam Kisah di Balik Motif Batik Tulis Jarak Arum Ex-lokalisasi Dolly*”.
- 3.3. Berdasarkan pengujian hasil desain yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa buku batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi Dolly* telah memenuhi tujuan perancangan guna meningkatkan *brand awareness*. Dimana faktor paling penting dari perancangan buku ini adalah sebagai media pengenalan batik tulis Jarak Arum *ex-lokalisasi Dolly* kepada kalangan dewasa dini Surabaya agar lebih mengenal dan meminati batik tulis Jarak Arum sebagai bagian dari salah satu kategori produk yang hanya bisa ditemukan di Jarak saja.

## SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai penciptaan buku *pop-up* cerita Panji Semirang Kediri, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan agar penciptaan buku *pop-up* yang akan datang lebih baik lagi, yaitu:

1. Memperluas objek penelitian dan sumber data yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memenuhi pendalaman materi dengan batik tulis Jarak Arum. Mengingat dalam proses perancangan ini terdapat keterbatasan dalam proses pengambilan data.
2. Menggunakan landasan perancangan serupa untuk daerah lain di Indonesia khususnya Jawa Timur sebagai bentuk kesadaran terhadap keberlangsungan pengenalan produk lokal agar mampu menjadi produk kepercayaan untuk masyarakat luas.
3. Mempergunakan gaya desain yang sesuai dengan target audience agar mempermudah menarik mangsa pasar yang dituju.

## RUJUKAN

### Sumber Buku:

- Anshori, Yusak & Kusrianto, Adi. 2011. *Keeksofisian Batik Jawa Timur: Memahami Motif dan Keunikannya*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Durianto, D. 2001. *Astrategi Menakhlukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Farizon, H.M. Dan Fathriyah, Kartika Nur. 2004. *Pemahaman Tingkah Laku*. Jakarta: Rhenika Cipta.
- Sanyoto, Sadjiman. 2009. *Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, Anggota IKPI.
- Hurlock, E.B. 1993. *Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Ismawati, E. 2009. *Perancangan Pengajaran Bahasa*. Yogyakarta: Ombak Yogyakarta.
- Ismundar, R.M. 1985. *Teknik dan Mutu Batik Tradisional-Mancanegara*. Semarang: DP.
- J. Lexy, Malaeong. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Koeswara, E. (2001) *Teori-teori Kepribadian*. Bandung Eresco.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: PT Index.

Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Mamppure, Andi. 1983. *Psikologi Orang Dewasa*. Surabaya : Usaha Nasional.

Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Monks, F.J, dkk. 2001. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Pers.

Musman, Asti & Arini, Ambar B. 2011. *Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: G-Media.

Rohidi, Tjetjep R. 2011. *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.

Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman. 2009. *Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jelasutra, Anggota IKPI.

Sesanto, Sewan. 1982. *Seni dan Teknologi Kerajinan Batik*. DeptPerindustrian RI.

Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Wibowo, Iyan. (2007). *Anatomi Buku*. Bandung : Kolbu.

**Sumber Web:**

<https://id.wikipedia.org/wiki/Dolly>, Surabaya.  
Diakses tanggal 16 Februari 2016.

Greensavitri. 2014. <http://blog-sejarah.blogspot.co.id/2014/02/sejarah-gang-dolly-kawasan-prostitusi.html>. Diakses tanggal 16 Februari 2016.

Susanti, D. 2011. Pusat Fashion Kontemporer. <http://e-journal.uajy.ac.id>. Di akses tanggal 11 Maret 2016.

**Sumber Buku:**

Nugroho, Christ Sindu A. 2014. *Perancangan Buku Ilustrasi Batik Tuban Sebagai Upaya Pelestarian Nilai-nilai Budaya*.

Bella, Arifanda. 2016. *Penciptaan Buku Ilustrasi Religius “Kelahiran Yesus Kristus” Melalui Buku Wayang Wahyu dengan Teknik Aquarel Sebagai Upaya Mengkenalkan Budaya Lokal*.

Humas Pemerintah Kota Surabaya. 2016. *Lensa: UMKM Eks Lokalisasi*.