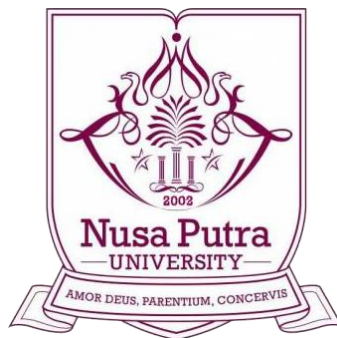


**“PENCIPTAAN KATALOG BATIK KENARI SUKABUMI
SEBAGAI MODERNISASI BUDAYA”**

SKRIPSI

RUBI AL FIRDAUS

17186051



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2021**

**“PENCIPTAAN KATALOG BATIK KENARI SUKABUMI
SEBAGAI MODERNISASI BUDAYA”**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual*

Oleh :

RUBI AL FIRDAUS
17186051



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2021**

ABSTRAK

“PERANANGAN KATALOG BATIK KENARI SUKABUMI SEBAGAI MODERNISASI BUDAYA”

Oleh

Rubi Al Firdaus

Universitas Nusa Putra

17186051

Program Studi Desain komunikasi Visual

Tugas akhir ini membantu Para pegiat seni yang bergerak di bidang kesenian batik di wilayah Sukabumi. Tujuan dari penciptaan katalog Batik Kenari ini adalah untuk dirancang untuk mempromosikan batik untuk mempermudah konsumen dalam mempromosikan produk yang ada di Batik Kenari. Tugas akhir ini disusun menggunakan metode perancangan kualitatif. Media pendukung dalam penciptaan katalog batik lokatmala ini adalah poster *offline dan online*, gantungan kunci, serta stiker. Oleh karena itu, penciptaan katalog Batik Kenari *sukabumi* adalah cara yang paling tepat dan efektif dalam mengembangkan pasar batik sukabumi.

Kata kunci: *Katalog*, Batik, Promosi

ABSTRACT

**“PENCIPTAAN KATALOG BATIK KENARI SUKABUMI SEBAGAI
MODERNISASI BUDAYA”**

By

Rubi Al Firdaus

Nusa Putra University

17186051

Visual Communication Design Study Program

This final project helps art activists engaged in batik art in the Sukabumi area. The purpose of creating this Batik Kenari catalog is to design it to promote batik to make it easier for consumers to promote products in Batik Kenari. This final project is prepared using a qualitative design method. Supporting media in the creation of this Lokatmala batik catalog are offline and online posters, key chains, and stickers. Therefore, the creation of the Sukabumi Batik Kenari catalog is the most appropriate and effective way to develop the Sukabumi batik market.

Keywords: Catalog, Batik, Promotion

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggal 2 Oktober di peringati sebagai Hari Batik Nasional disetiap tahunnya sebagai apresiasi terhadap batik yang ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk lisan dan non-bendawi (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) oleh UNESCO tepat pada 2 Oktober 2009. keputusan UNESCO saat itu juga di latar belakang oleh batik Indonesia yang memiliki kaitan erat dengan banyak simbol seperti yang bertautan dengan status sosial, kebudayaan lokal, alam, dan sejarah itu sendiri.

Di Indonesia, Batik merupakan salah satu hasil karya bangsa yang perkembangannya sangat pesat baik dalam corak maupun proses pembuatannya. Ragam corak batik memiliki makna yang melingkupi adat istiadat, budaya, ciri khas, maupun mitos yang terus digali dan dibuat coraknya dengan sedemikian rupa untuk menciptakan hasil motif batik yang beraneka ragam. Menurut Soedarmono (2008) Batik adalah istilah yang digunakan untuk menyebut kain bermotif yang dibuat dengan teknik resist dengan menggunakan material berupa lilin malam. Dari segi bahasa yang digunakan batik berasal dari bahasa jawa, yaitu amba dan nitik yang memiliki arti menuliskan atau menorehkan titik-titik Motif batik terbentuk dari corak atau pola agar menjadi kerangka gambar pada batik yang mencakup beberapa instrumen dasar seperti titik, garis, bentuk, dan isen lalu menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan.

Corak batik dapat di pengaruhi oleh letak geografis setiap daerah di Indonesia seperti Sukabumi merupakan wilayah yang penuh dengan kekayaan alam, seperti gunung, lautan, dan cagar budaya yang beragam sama hal nya dengan kekayaan corak batiknya yang di padukan warna warna tanah yang sangat menggambarkan kekayaan alam yang ada di sukabumi. Salah satunya batik kenari yang memiliki banyak jenis corak dari berbagai ciri khas di Sukabumi.

Batik Sukabumi mengalami perkembangan yang cukup pesat, karena kini batik sukabumi terus memperbarui pola dari corak agar tidak terlalu padat

sehingga

batik

terkesan menjadi lebih trendy dan modern agar dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Kondisi tersebut membuat perubahan dalam selera, minat, trend, dan perilaku dalam melakukan pembelian suatu produk dan cara menggunakannya. Kebutuhan masyarakat terhadap batik kini bukan sekedar kain ciri khas dari sebuah daerah saja, akan tetapi merambah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat dalam memilih corak dalam sebuah pakaian.

Batik Kenari merupakan batik Indonesia yang berasal dari daerah Sukabumi, sebuah bisnis kreatif rumahan yang di jalankan sejak tahun 2011 oleh Irma dan suami, batik Kenari mengusung perpaduan antara batik, etnik, dan embos. Tidak hanya menyediakan kain batik, batik Kenari juga menyediakan berbagai cinderamata seperti baju, tas, sepatu, tempat tisu, dan masih banyak lagi. Dengan kualitas bahan yang bagus dan corak yang unik menjadi daya tarik dan konsep yang kokoh di miliki oleh batik kenari.

Desain Komunikasi Visual sebagai upaya pemecahan masalah dalam konteks promosi melalui pembuatan media cetak dalam sebuah promosi, Frances (1998) mengatakan media promosi katalog digunakan sebagai alat pemasaran sejak 1997. Katalog merupakan daftar barang atau produk yang dimiliki suatu perusahaan guna mempermudah konsumen mencari barang yang akan dibeli. Katalog dinilai efektif dan efisien karena perusahaan dapat menyampaikan secara rinci mengenai produknya. Katalog juga termasuk salah satu komunikasi pemasaran secara langsung. Kotler – Gary Armstrong (1996: 53) menjelaskan pengertian pemasaran langsung adalah sistem pemasaran yang memakai berbagai media iklan untuk berinteraksi secara langsung dengan target konsumen. Dengan adanya komunikasi pemasaran media Promosi merupakan wadah yang bisa digunakan untuk menjelaskan suatu produk/jasa ataupun yang lainnya agar dapat lebih diketahui masyarakat lebih luas. Dijelaskan dalam salah satu bagian terpenting yang dilakukan dari promosi adalah menentukan media yang paling tepat untuk digunakan. Didalam media promosi terdapat media iklan yang merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk mengantarkan dan menyebar luaskan pesan-pesan yang ada didalamnya. Batik Kenari memanfaatkan media cetak dalam bentuk katalog yang di dalamnya terdapat informasi tentang produk maupun pemahaman tentang batik itu sendiri.

Melalui pendekatan metode kuantitatif batik Kenari yang belum memiliki media

cetak resmi, promosi yang dilakukan selama ini hanya dilakukan secara verbal sehingga konsumen kesulitan dalam memahami informasi produk yang ada tanpa adanya katalog produk, di sertai dengan persaingan antara kompetitor yang sama sehingga dampak penurunan konsumen cukup signifikan. Dengan itu penulis membuat karya yang dimasukan ke dalam tulisan yang berjudul “peancangan katalog batik kenari sebagai modernisasi bud

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimana konsep yang tepat untuk perancangan katalog batik kenari?
- 1.2.2 Bagaimana proses perancangan katalog batik kenari?
- 1.2.3 Bagaimana analisis perancangan katalog batik kenari yang di gunakan ?
- 1.2.4 Bagaimana efektivitas media promosi katalog batik kenari?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada fokus penciptaan, ruang lingkup perancangan katalog batik kenari ini adalah :

- 1.3.1 Perancangan berpusat pada Katalog fisik/ buku berukuran 25cmx20cm (landscape)
- 1.3.2 Perancangan berpusat pada konsumen yang berkunjung ke toko
- 1.3.3 Perancangan di tujukan untuk perempuan dan laki laki berusia 17-45 tahun
- 1.3.4 Perancangan hanya menggunakan metode penelitian kualitatif data pengambilan sampel.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1.4.1 Menjadikan wadah usaha untuk Batik Kenari
- 1.4.2 Untuk menarik minat konsumen membeli produk batik Kenari
- 1.4.3 Untuk meningkatkan transaksi jual

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Dapat menjadi sumber pembelajaran dan pengetahuan khususnya untuk mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual dengan bahan kajian yang berkaitan tentang desain grafis
- b. Dapat mengembangkan ide dan kreativitas dalam menciptakan konsep yang dituangkan dalam media percetakan yang mudah dipahami, komunikatif, dan tepat sasaran.
- c. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.

1.5.2 Manfaat Bagi Institusi Pendidikan

- a. Dapat menambah referensi dan pemahaman lebih mengenai kesenian batik
- b. Dapat meningkatkan pengetahuan dalam meningkatkan kemampuan dalam memproduksi katalog produk
- c. Dapat menambah daya tarik dalam kegiatan membaca

1.5.3 Manfaat Bagi Perusahaan

- a. Dapat membantu memberikan informasi dan edukasi mengenai kesenian membatik.
- b. Sebagai bahan refleksi dalam memanfaatkan sarana teknologi komunikasi untuk kegiatan sosial bagi masyarakat.
- c. Memberikan dorongan dan langkah-langkah dalam ilmu Desain Komunikasi Visual untuk kegiatan sosial bagi masyarakat.

1.5.4 Manfaat Bagi Masyarakat

- a. Menjadi informasi bagi masyarakat yang tidak mengetahui modern saat ini, dan juga menjadi acuan untuk membuat media iklan yang ingin dilakukan oleh masyarakat.

1.6 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan di sini yaitu metode kualitatif, Penelitian kualitatif yaitu bersifat sistematis dengan cenderung menggunakan wawancara dan observasi

1.6.1 Data Primer dan Sekunder

Data Primer dan Sekunder Yang dibutuhkan untuk membuat perancangan media iklan ini adalah dengan data primer yang diperoleh penulis secara langsung melalui pengamatan, dan observasi. Data sekunder diperoleh dari pihak lain seperti jurnal, penelitian atau publikasi pihak lain, percobaan pihak lain, dan buku.

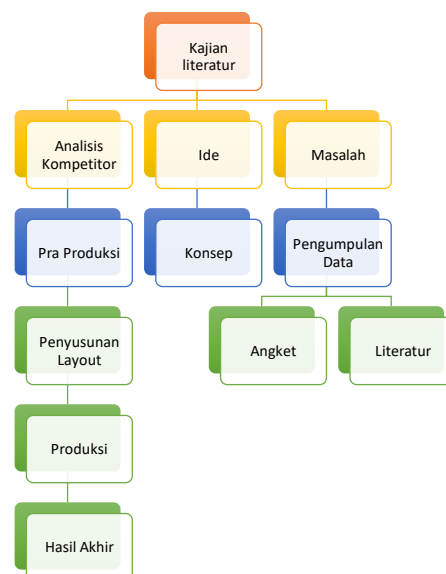
1.6.2 Alat Pengumpulan Data

a. Literatur

Studi literatur dilakukan dengan menggunakan media elektronik untuk mendapatkan informasi terkait topik bahasan.

b. Wawancara

Memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden maupun pihak terkait



Gambar 1.1 Diagram
Sumber : Penulis

1.7 Timeline

Berikut adalah timeline yang akan dilaksanakan

NO	KEGIATAN	BULAN 2021/2022				
		OKT	NOV	DES	JAN	FEB
1	Tahap Persiapan Penelitian	^				
2	Pelaksanaan Penelitian		^			
3	Analisis Data, Pengolahan Data, dan Penyusunan Laporan		^	^		
4	Revisi		^	^	^	
5	Pengumpulan Buku					^

DAFTAR PUSTAKA

- Mangifera Liana, Nuryulia P Aflit, Noormala Dewi Syahrina (2016). *Efektifitas Katalog Sebagai Media Promosi Bagi Pengembangan Umkm Di Kabupaten Sragen. Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.4, No.2. <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/2364> (diakses tanggal 26 Juni 2020)
- Hasugian, Jonner. 2003. *Katalog Perpustakaan dari Katalog Manual Sampai Katalog Online (OPAC)*. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara, Hal.2. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/1777> (diakses tanggal 27 Juni 2020)
- French Strout, Ruth. *The Development of the Catalog and Cataloging Codes*. Hlm. 254. bsf.org.br (diakses tanggal 2 Juli 2020)
- Amaliah Norma, Achmad Yanu Alif Fianto, Sigit Prayitno Yosep. 2015. *Perancangan Media Promosi Pt Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan*. Jurnal Art Nouveau. Vol.4, No.1. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/244687-perancangan-media-promosi-pt-petronika-s-1bac1544.pdf> (diakses tanggal 4 Juli 2020)
- Agung Prakasa Aditya, Muh. Bahrudin, dan Dhika Yuan Yurisma. 2016. *Perancangan Buku Ilustrasi Jaranan dengan Teknik Vektor Sebagai Upaya Melestarikan Budaya Lokal Kediri*. Jurnal Art Nouveau. Vol.5, No.2. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/247114-perancangan-buku-ilustrasi-jaranan-denga-6568a82d.pdf> (diakses tanggal 1 Juli 2020)
- Bayu Agung, Ahmad. 2020. *Perancangan Buku Katalog Koleksi Museum Biologi Yogyakarta Berbasis Ilustrasi Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Museum Bagi Anak-Anak Usia 6-12 Tahun*. Diambil dari <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4096> (Diakses tanggal 2 Juli 2020)
- Wahyu Wicaksono, Muhammad. 2017. *Perancangan Media Promosi PT. Integrasi Media Nusantara Melalui Desain Katalog Company Profile*. Diambil dari <http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2718/1/13420100012-2016-COMPLETE.pdf> (Diakses tanggal 29 Juni 2020)

<https://www.maxmanroe.com/pengertian-pemasaran-langsung.html>

(Diakses ta

<https://donyprisma.wordpress.com/2012/06/30/katalog-perpustakaan/>

(diakses ta

<https://www.prnataprinting.com/pengertian-vector-dan-bitmap-dalam-desain-grafis/> (diakses tanggal 2 Juli 2020)

<https://www.dosenpendidikan.co.id/grafis-bitmap-dan-vektor/> (diakses tanggal 7 Juli 2020)

<https://www.portaldekave.com/artikel/prinsip-dalam-desain-layout-yang-harus-diperhatikan> (Diakses tanggal 4 Juli 2020)

<http://goldensketz.com/blog/mengenal-huruffont-sesuai-karakteristiknya/> (Diakses tanggal 3 Juli 2020)

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/> (Diakses tanggal 3 Juli 2020)

<https://blog.typoonline.com/peran-ilmu-tipografi/> (Diakses tanggal 3 Juli 2020)

<https://serupa.id/teori-warna/> (Diakses tanggal 4 Juli 2020)

<https://cakbagus.net/pengertian-gambar-vektor/> (Diakses 7 Juli 2020)

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-sketsa.html> (Diakses 8 Juli 2020)