

IMPLEMENTASI LOGO BATIK PUTRO KEMBANG SORE PADA MEDIA CORPORATE IDENTITY

Citra Kania Putri Santoso¹, Nova Kristiana²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: citra.19017@mhs.unesa.ac.id.

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: novakristiana@unesa.ac.id

Abstrak

Batik Putro Kembang Sore didirikan oleh Bapak M. Lutfi Nurhendrawan pada tahun 2020 dan memproduksi batik tulis, cap, dan kombinasi dalam bentuk kain. Batik PKS ini sudah cukup terkenal di Wilayah Nganjuk dengan logo yang sudah dipatenkan, sayangnya penerapan logo pada *corporate identity* nya belum selaras antar satu dengan lainnya. Sehingga perlu adanya perancangan berupa penerapannya. Penulisan ini menggunakan metode perancangan dengan teknik pengumpulan data kualitatif, serta data primer berupa wawancara dan observasi. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode existing, karena tidak merancang dari awal. Fokus re-design tertuju pada kemasan, paperbag, brosur, kartu nama, dan tag label kain dengan menyelaraskan desain menggunakan unsur ikon angin dan bunga kemuning seperti yang ada di logo Batik PKS. Strategi kreatif ini dipilih agar ada sentuhan unsur dari logo, dan ada unsur ikonik dari Kota Nganjuk yang dapat menjadikannya Batik pilihan Kota Nganjuk. Bentuk visualisasi dari penerapan logo hendaknya memiliki keselarasan antar corporate identity dapat meningkatkan kualitas serta kepercayaan konsumen untuk selalu memesan batik di Batik Putro Kembang Sore.

Kata Kunci :

Batik; UMKM; Corporate Identity; Batik Putro Kembang Sore; Nganjuk.

Abstract

Batik Putro Kembang Sore was founded by Mr. M. Lutfi Nurhendrawan in 2020 and produces written, stamped and combination batik in the form of cloth. This PKS batik is quite well-known in the Nganjuk region with a patented logo, unfortunately the application of the logo to the corporate identity is not yet in harmony with one another. So it is necessary to have a design in the form of its implementation. This writing uses a design method with qualitative data collection techniques, as well as primary data in the form of interviews and observations. The analytical method used in this paper is the existing method, because it is not designed from scratch. The focus of the re-design was on packaging, paperbags, brochures, business cards, and cloth label tags by aligning the design with elements of the wind icon and yellow flowers like those in the Batik PKS logo. This creative strategy was chosen so that there is a touch of elements from the logo, and there are iconic elements from Nganjuk City which can make it the Batik of choice for Nganjuk City. The form of visualization of the application of the logo should have harmony between corporate identities to improve quality and consumer confidence to always order batik at Batik Putro Kembang Sore.

Key Words :

Batik; UMKM; Corporate Identity; Batik Putro Kembang Sore; Nganjuk.

PENDAHULUAN

Kabupaten Nganjuk adalah kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki 20 Kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Nganjuk. Nganjuk memiliki banyak UMKM yang berpotensi, salah satunya adalah Batik Putro Kembang Sore, salah satu motifnya yaitu Nganjuk Bangkit dan sudah ditetapkan menjadi Batik khas Nganjuk. Menurut (Ully & Slamet Riyadi, 2019) Batik adalah hasil kekayaan bangsa Indonesia yang saat ini sudah merupakan perpaduan seni dan teknologi oleh leluhur bangsa. Batik Putro Kembang Sore merupakan Batik yang didirikan oleh Bapak M. Lutfi Nurhendrawan atau biasa dipanggil Bapak Hendra. Batik Putro Kembang Sore sudah berdiri sejak tahun 2020 dan batik yang diproduksi berupa batik tulis dan batik cap. Hasil produk batik yang dibuat oleh Pak Hendra merupakan karya orisinal dari pemikiran pemilik sendiri Misalnya corak Batik Nganjuk Bangkit, Batik Sumilir Anjuk Ladang, dan Batik Kemuning. Dengan sentuhan yang dimiliki Pak Hendra sebagai pembatik banyak pembeli yang berasal dari dalam kota maupun luar kota Nganjuk yang berminat membeli kain Batik Putro Kembang Sore ini. Keunggulan dari Batik ini dibandingkan batik lainnya adalah dari jenis kain yang digunakan yaitu kain Sanfores yang lebih dingin dibanding jenis kain lainnya, warna yang digunakan adalah warna yang berani (bukan warna yang soft), dan jaminan warna tidak luntur selama 5 tahun.

Menurut (Anggoro, 2000), *corporate identity* adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik. Batik Putro Kembang Sore ini memiliki logo yang sudah dipatenkan. Logo nya berupa kombinasi gambar canting, daun kemuning, dan motif batik. Batik ini juga sudah memiliki kartu nama, banner, tag/label kain, dan paper bag. Namun, penerapan logo pada media-media sebagai *corporate identity* belum selaras antara media satu dengan lainnya. Berdasarkan latar belakang di atas, didapatkan rumusan masalah berupa, bagaimana konsep implementasi, proses implementasi wujud, dan bagaimana hasil desain pengimplementasian logo Batik Putro Kembang Sore yang sesuai dalam *corporate identity*? Serta didapatkan tujuan penelitian berupa mendeskripsikan konsep implementasi, proses pengimplementasian wujud, dan mengimplementasikan logo Batik Putro Kembang Sore yang sesuai dalam *corporate identity*.

KERANGKA TEORETIS

***Corporate Identity* bagi UMKM Bidang Tekstil/Fashion**

Menurut (Jefkins, 1997) *corporate identity* adalah suatu cara yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya, dan bisa berfungsi sebagai penanam citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. *Corporate identity* yang professional harus memiliki arti dan filosofis yang jelas seperti simbol yang penuh makna dan mempunyai pemicu visual yang kuat. Dalam bidang tekstil/fashion, *corporate identity* dibutuhkan agar setiap perusahaannya dapat dibedakan dan memiliki ciri khas. Biasanya menggunakan simbol atau pemicu visual yang dapat memberikan daya tarik, serta menanamkan citra pada pikiran setiap konsumen. *Corporate identity* disesuaikan dengan produk serta kualitas yang dijual oleh suatu perusahaan. Dengan bantuan *corporate identity* yang selaras, perusahaan tidak hanya menjual produk melainkan juga menjual suatu desain.

Fungsi *Corporate Identity*

Menurut (Rustan, Mendesain Logo, 2013), beberapa fungsi dari *corporate identity* adalah sebagai berikut :

1. Sebagai alat untuk menyatukan strategi perusahaan agar berjalan sesuai dengan tujuan yang sama. Dalam bidang fashion/tekstil, *corporate identity* yang selaras diperlukan untuk mencapai tujuan yang sama.
2. Dengan *corporate identity* yang baik dapat menciptakan suatu sistem yang dapat memicu perubahan dalam penggunaan sumber daya, penggunaan aktivitas, biaya, dan pendapatan dalam bidang tekstil/fashion.
3. *Corporate identity* yang baik juga dapat menjalin relasi/network yang baik antar perusahaan tekstil ataupun dengan perusahaan lain yang menjalin hubungan kerjasama.
4. *Corporate identity* yang baik juga dapat digunakan sebagai alat jual dan promosi terutama di bidang tekstil dan fashion. Desain *corporate identity* yang baik dapat lebih meningkatkan penjualan, selain karena kualitas barang nilai estetika juga menjadi penunjang.

Media *Corporate Identity*

Dalam bagian ini penerapan logo pada media *corporate identity* harus sesuai dan dapat mencerminkan ciri khas serta kualitas. Penerapan logonya juga harus menciptakan suatu identitas yang dapat melekat di benak konsumen. Menurut (Nuzula, Budiardjo, & Riqqoh, 2016) Citra perusahaan harus dijaga kualitas dan konsistensinya agar masyarakat mengenali dan melekat di pikiran konsumen setiap melakukan sebuah komunikasi. Adapun penerapan logo pada media *corporate identity* adalah sebagai berikut:

1. Kemasan

Menurut (Julianti, 2014) sekarang, kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari berbagai macam suhu atau pada saat pengiriman, tetapi juga harus baik dilihat dari sisi seni dan keindahannya. Kemasan bukan hanya digunakan sebagai wadah, melainkan memiliki banyak fungsi salah satunya adalah untuk melindungi pengaruh fisik seperti jatuh, tekanan, getaran, dan lainnya. Ada 3 jenis kemasan jika dilihat dari strukturnya, yaitu kemasan primer, sekunder, dan tersier.

2. Kartu Nama

Kartu nama dalam penulisan ini digunakan sebagai identitas pemilik atau sebuah perusahaan. Isi kartu nama dibuat sesuai dengan kebutuhan seseorang. Secara umum, ada 2 jenis kartu nama yaitu kartu nama pribadi dan kartu nama perusahaan atau badan usaha.

3. Tag/label

Tag/label dalam penulisan ini adalah identitas yang digantungkan di kain batik yang berisi informasi berupa jenis kain, ukuran kain, harga kain, serta cara pencucian kain batik.

4. Brosur

Brosur biasanya berisi informasi tentang suatu produk. Berikut adalah beberapa jenis brosur berdasarkan bentuk lipatannya, yaitu brosur tanpa lipatan, brosur dua lipatan, brosur tiga lipatan, brosur lipatan Z, dan brosur lipatan gate fold.

5. Paper Bag (tas kertas)

Paper bag umumnya digunakan untuk membawa suatu produk. Sesuai namanya, paper bag ini berbahan kertas. Beberapa jenis kertas yang biasanya digunakan untuk paper bag yaitu art carton, ivory, art paper, dan kraft.

6. *Merchandise*

Merchandise yang digunakan berupa stiker yang biasanya berbahan bontax atau vinyl. Stiker diberikan sebagai bonus yang biasanya dapat ditempelkan di kendaraan atau dimana saja. *Merchandise* juga dapat berupa gantungan kunci yang berbahan akrilik dan dapat digantungan di tas atau pada kunci.

Implementasi Corporate Identity bagi UMKM Batik

Menurut (Putera & Sulisyangingtyas, 2020) identitas perusahaan tidak hanya berupa logo, melainkan karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Implementasi corporate identity bagi UMKM batik memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan dalam penerapannya. Berikut adalah kelebihan dan kekurangannya :

1. Kemasan

Kemasan kardus berbahan kertas akan mudah menerima warna saat dicetak, terlindung dari tekanan fisik apabila jatuh terkena tekanan atau getaran. Tetapi dengan kemasan berbahan kertas dapat mudah rusak jika terkena air atau terbakar jika terkena api. Produk yang ada di dalamnya juga akan rusak jika mengenai hal tersebut. Terlebih jika produk yang dijual adalah produk tekstil/fashion. Kecuali sebelum dimasukkan dalam box, dilapisi menggunakan plastik kain terlebih dahulu.

2. Kartu Nama

Dengan kartu nama dapat dengan mudah memperkenalkan diri/perusahaan kepada orang lain, dan praktis saat memberikan kepada orang lain. Tetapi jika kartu nama tidak memiliki desain yang menarik, orang lain tidak akan tertarik dengan perusahaan yang dikenalkan. Dan beberapa ukuran kartu nama tidak sesuai dengan dompet beberapa orang.

3. Tag/label

Pada tag/label berisi informasi tentang batik atau tentang produk yang dijual, ketika konsumen membeli produk juga akan mendapatkan informasi mengenai produk tersebut. Tetapi kekurangannya adalah tidak banyak konsumen yang melihat dan membaca informasi pada tag/label jika ukurannya terlalu kecil atau desainnya kurang menarik.

4. Brosur

Brosur memiliki kelebihan berupa penjelasan tentang produk/perusahaan dengan lebih rinci dan lebih jelas, brosur berbahan kertas dapat dengan mudah dipegang dan disimpan. Kekurangannya jika brosur berbahan kertas dapat mudah rusak, jika desain tidak menarik atau terlalu ramai dengan teks/gambar, membuat orang tidak tertarik dengan brosur tersebut.

5. Paper bag

Paper bag berbahan kertas dapat melindungi produk dengan baik dan barang dapat dibawa dengan mudah, tetapi kekurangan paperbag berbahan kertas adalah mudah basah dan terbakar. Jika membawa barang terlalu berat dapat membuat paperbag rusak dan jebol.

6. *Merchandise*

Merchandise ini dapat dijadikan sebagai media promosi dan media pengenalan tentang suatu brand terutama bidang fashion, karena bisa ditempelkan dimana saja jika berupa stiker, dan bisa digantungkan dimana saja jika berupa gantungan kunci. Tetapi *merchandise* bisa saja dilupakan karena bukan menjadi hal utama dari suatu produk.

METODE PERANCANGAN

Pada bagian teknik pengumpulan data ini diperlukan sebuah data yang akurat menyangkut perancangan *corporate identity* untuk Batik Putro Kembang Sore. Untuk itu menggunakan sebuah penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah yang menjadikan peneliti sebagai instrument kunci. (Setiawan, 2018). Menurut (Jaya, 2020) penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan ekonomi. karena hasilnya berupa uraian tentang ucapan, tulisan, bahkan perilaku dari objek yang diteliti.

Untuk mendapatkan sebuah data yang dapat dipertanggungjawabkan, diperlukan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara dan observasi secara langsung. Menurut (Sugiyono, 2011) data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertanyaan secara langsung. Ada 3 macam teknik yang digunakan dalam data primer. Yaitu wawancara, observasi, dan kuisioner. Dalam perancangan ini menggunakan teknik wawancara dan observasi karena termasuk ke dalam penelitian kualitatif. Pada tahap wawancara dilakukan wawancara kepada pemilik UMKM Batik PKS mengenai visi misi perusahaan, target audiens, maupun beberapa hal lain secara garis besar. Sedangkan pada tahap observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap suasana toko, proses pengemasan, proses pembuatan batik, hingga proses penjualan kepada konsumen.

Menurut (Rini, 2018) Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti tidak secara langsung atau melalui pihak ketiga (media perantara). Pihak ketiga disini berupa internet maupun dokumentasi yang dapat menjadi kajian literatur untuk mendukung sebuah data. Pada bagian ini untuk mendukung data primer perancangan *corporate identity* untuk Batik PKS menggunakan data dari internet dan dokumentasi. Internet berperan sangat besar dalam proses perancangan ini. Selain digunakan untuk mencari artikel, internet juga digunakan untuk mencari referensi yang nantinya menjadi bahan perancangan *corporate identity* Batik PKS. Sedangkan dalam dokumen dibutuhkan untuk mendukung proses perancangan *corporate identity* Batik PKS seperti sertifikat.

Dalam perancangan ini menggunakan metode analisis data berupa Existing karena sudah ada perancangan sebelumnya untuk *corporate identity* Batik PKS. Metode ini dipilih karena sebelumnya Batik PKS memiliki logo yang sudah dipatenkan dan tidak dapat dirubah tetapi menyempurnakan *corporate identity* nya. Dengan upaya menyempurnakan dan memperbaiki desain *corporate identity* yang selaras serta menambahkan unsur yang ada pada logo batik. Tahapan ini cukup efektif untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan tentang objek peneliti ini, dan dapat dijadikan acuan untuk perancangan yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

Batik Putro Kembang Sore berlokasi di Jalan Wilis No. 29, Kelurahan Ganungkidul, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk 64419, Jawa Timur. Batik Putro Kembang Sore didirikan oleh Bapak M. Lutfi Nurhendrawan atau biasa dipanggil Bapak Hendra. Batik Putro Kembang Sore sudah berdiri sejak tahun 2020 dan batik yang diproduksi berupa batik tulis dan batik cap. Latar belakang berdirinya UMKM ini diawali dengan kepedulian Pak Hendra dalam budaya Indonesia khususnya batik. Berawal dari rasa kepedulian tersebut akhirnya Pak Hendra berinisiatif untuk mendirikan UMKM Batik Putro Kembang Sore. Berikut adalah logo dari Batik Putro Kembang Sore yang sudah dipatenkan.



Gambar 1.1 Logo Batik PKS 1 (Sumber: Nurhendrawan, 2020)

Hasil produk batik yang dibuat oleh Pak Hendra merupakan karya orisinal dari pemikiran pemilik sendiri, contohnya corak Batik Nganjuk Bangkit, Batik Sumilir Anjuk Ladang, dan Batik Kemuning. Harga yang diberikan oleh Pak Hendra mulai dari Rp. 200.000, untuk corak batik cap dengan 2 warna, hingga di atas Rp. 1.000.000, untuk corak batik tulis ataupun batik tulis dengan kombinasi cap yang cukup rumit. Pak Hendra selalu memastikan bahwa batik miliknya memiliki jenis kain yang berbeda, yaitu menggunakan kain Sanfores yang lebih dingin dibanding jenis kain lainnya, warna yang digunakan adalah warna yang berani (bukan warna yang soft), dan jaminan warna tidak luntur selama 5 tahun. Batik PKS ini menjual berupa kain saja dengan ukuran 2 x 1 meter, dan tidak menjual dalam bentuk pakaian jadi.

Dengan sentuhan yang dimiliki Pak Hendra sebagai pembatik banyak pembeli yang berasal dari dalam kota maupun luar kota Nganjuk yang berminat terhadap kain Batik Putro Kembang Sore ini. Pembeli biasanya memesan batik di Pak Hendra dengan tujuan untuk dijadikan batik seragam guru sekolah maupun untuk seragam dinas. Batik Putro Kembang Sore sering mendapat pesanan di wilayah Nganjuk, mulai dari masyarakat biasa hingga ke Aparat Sipil Negara (ASN). Selain di wilayah Nganjuk, ada juga beberapa pemesan dari daerah luar Nganjuk seperti Surabaya, Sidoarjo, Tulungagung, Semarang, Irian Jaya, Lamongan, Jakarta, Sukoharjo, dan Bandung. Konsumen biasanya juga memesan batik dengan datang langsung ke Omah Batik dan dapat melihat secara langsung koleksi dari batik – batik ini. Untuk konsumen yang ada di luar Nganjuk, biasanya pesan melalui *WhatsApp* atau biasanya itu adalah pesanan sebagai hadiah.

Dalam proses pemasarannya, Pak Hendra memasarkan melalui aplikasi *WhatsApp* dan *Instagram*. Melalui *WhatsApp*, Pak Hendra sering mengunggah proses pembuatan batik hingga hasil akhir kain batik yang sudah jadi. Selain melalui media sosial, batik ini juga sering dipromosikan konsumennya melalui mulut ke mulut hingga akhirnya banyak orang yang mengetahui tentang Batik Putro Kembang Sore ini. Dengan penjelasan yang telah dijabarkan, potensi pasar batik ini cukup besar bagi Batik Putro Kembang Sore. Dalam kurun waktu 1 (satu) tahun, Batik PKS ini menerima lebih dari 200 (dua ratus) pesanan batik dari berbagai kalangan. Misalnya dari Dinas, SMP, Kepala Sekolah, dan untuk seragam Perawat, serta yang lainnya. Memang, bagi masyarakat biasa terutama tetangga sekitar merasa bahwa harga batik ini cukup mahal, tetapi kualitas batik ini sesuai dengan harga yang dikeluarkan, serta coraknya yang tidak pasaran dan selalu memperbarui desainnya.

b. Analisis Data

Dalam perancangan ini menggunakan metode analisis data berupa Existing karena sudah ada perancangan sebelumnya untuk corporate identity Batik PKS. Karena logo dari Batik PKS ini sudah dipatenkan, disini hanya merubah desain untuk penerapan logo pada corporate identity nya berupa kartu nama, kemasan, tag/label kain, banner, brosur, dan *paperbag*. Berikut adalah identitas visual yang sudah ada :

1. Kartu Nama

Untuk penerapan logo pada kartu nama Batik PKS ini layoutnya tidak selaras, menggunakan 3 jenis font yaitu handwriting dan san serif. Untuk headline nama perusahaan terlalu besar, dan warna nya kurang cocok untuk perusahaan batik. Ukuran kartu nama 9 x 5.5 cm, dengan bahan yang digunakan kertas Art Paper 260gsm.



Gambar 1.2 Kartu nama 1
(Sumber: Santoso, 2022)

2. Kemasan

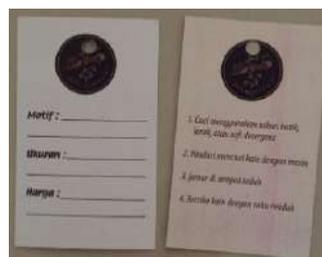
Kemasan dari batik ini hanya berupa kotak kardus coklat polos, tidak ada informasi apapun mengenai batik ini. Kemasan ini harus diberikan informasi tentang perusahaan ini. Kotak kardus ini berukuran 22 x 10 cm.



Gambar 1.3 Kemasan 1 (Sumber: Santoso, 2022)

3. Tag/label kain

Untuk pada Tag/labelnya berisi informasi tentang logo, nama batik, harga, dan ukuran, serta ada informasi cara pencucian batik. Untuk informasi sudah cukup jelas, tetapi desainnya masih terlalu polos dan cenderung biasa saja, oleh karena itu perlu ditambahkan desain yang lebih selaras. Ukuran tag/label ini adalah 9 x 5.5 cm, menggunakan kertas Art Paper 260gsm.



Gambar 1.4 Tag/label kain 1
(Sumber: Santoso, 2022)

4. Banner

Batik PKS ini memiliki Banner yang diletakkan di depan Omah Batik yang sudah cukup lama sehingga warnanya sudah pudar, kemudian pada banner lama menggunakan foto batik yang tidak orisinal (menggambil dari internet), dan informasi pada banner tidak lengkap, serta berisi logo Batik PKS. Sehingga perlu dibuat ulang desain untuk banner nya. Ukuran banner ini adalah 2 x 1 meter, dengan bahan PVC banner.



Gambar 1.5 Banner 1
(Sumber: Santoso, 2022)

5. Paper Bag

Paperbag Batik PKS ini berwarna coklat polos dengan informasi nama Batik Putro Kembang Sore. Perlu diganti agar selaras dengan corporate identity yang lain. Ukurannya adalah 12 x 25 cm dengan bahan kertas kraft coklat.



Gambar 1.6 Paper bag
1 (Sumber: Santoso, 2022)

6. Brosur

Untuk brosur, batik PKS sudah lama tidak memiliki/mencetak brosur.

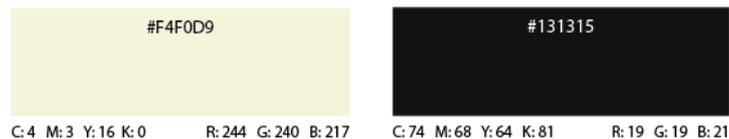
Berdasarkan analisis data existing atau data yang sudah ada dapat disimpulkan bahwa perlu adanya keselarasan dalam segi kreatif berupa keselarasan warna, tipe huruf, dan menonjolkan unsur – unsur yang dapat dijadikan ciri khas untuk Batik Putro Kembang Sore.

c. Konsep Kreatif

Tujuan kreatif dari penerapan logo pada identitas visual/corporate identity Batik PKS adalah untuk membuat keselarasan penerapan logo antara media satu dengan media lainnya. Karena corporate identity Batik Putro Kembang Sore belum selaras atau masih terlihat polos dan kurang elemen yang dapat dijadikan ikon utama atau ciri khas utama dari Batik Putro Kembang Sore ini sendiri. Identitas yang ingin ditonjolkan dalam perancangan desain untuk Batik PKS adalah unsur atau ikon angin dan motif bunga kemuning. Dengan bentuknya yang meliuk dan fleksibel membuat tampilan desain tidak terlalu kaku dan terlihat lebih rendah hati, serta unsur bunga kemuning bisa menjadi *highlight* yang tajam dan tegas. Serta unsur tersebut adalah unsur yang menjadi ikon di Nganjuk dan juga unsur dalam logo Batik PKS. Untuk itu sepertinya akan cocok jika disertakan dalam penerapan logo pada *corporate identity* batik khas Nganjuk yaitu Batik Putro Kembang Sore. Untuk visual desain yang ingin ditampilkan berupa vector dari bentuk angin, serta beberapa ornamen – ornamen pendukung desain. Penambahan unsur ini dalam desain adalah untuk menarik perhatian masyarakat umum secara visual.

d. Warna Dasar

Warna yang digunakan dalam kain batik di Batik PKS adalah lebih banyak warna hitam untuk dasar kainnya, serta warna – warna mencolok untuk motifnya seperti merah, orange, hijau, dan lain – lain. Dalam penerapan logo pada *corporate identity* ini menggunakan warna netral seperti hitam dan putih, serta warna tambahan seperti warna coklat ke hitam dan krem. Warna ini dipilih karena mencerminkan warna dari logo Batik PKS, dan dapat dikatakan sebagai warna yang netral serta terlihat lebih elegan.



Gambar 1.7 Pallet warna 1
(Sumber: Santoso, 2023)

e. Jenis Huruf

Untuk jenis huruf yang digunakan adalah jenis san serif, egyptian atau slab serif, dan script. Jenis huruf ini dipilih karena san serif memiliki kesan modern dan efisien. Untuk Egyptian atau Slab Serif karena memiliki kesan yang kokoh dan stabil. Kemudian script dipilih karena kesan yang ditimbulkan agar terlihat lebih akrab dan mudah diterima oleh masyarakat. Setiap jenis huruf ini digunakan sesuai dengan kebutuhan karya desainnya agar terlihat selaras dan indah dipandang.



Gambar 1.8 Font 1
(Sumber: Santoso, 2023)

f. Gaya Penampilan Grafis

Dalam penerapan logo pada *corporate identity* dari Batik PKS menggunakan kombinasi dari gaya *professional/corporate* dengan minimalis. Gaya ini dipilih karena ingin mencerminkan suatu desain

perusahaan yang bersifat formal dengan warna – warna yang kalem dan detail yang minim. Tetapi tidak ingin terlihat terlalu serius tetapi juga tidak terlalu ramai dengan menambahkan unsur minimalis. Karena *professional/corporate* cenderung selaras dengan minimalis.

g. Visualisasi

1. Kemasan

Penerapan logo pada media kemasan menggunakan kombinasi motif sulir angin dan bunga kemuning, dengan warna hitam dan krem. Kemasan box ini berbahan *hardbox* dengan bahan utama karton yang dilapisi kertas *print* desain laminasi *doff* dan kertas *fancy*. Ukuran dari kemasan ini adalah 25 x 20 x 8 cm, dengan bahannya yang kuat dan cukup besar dapat melindungi kain batik dengan aman.



Gambar 1 Kemasan Box
(Sumber: Santoso, 2023)

2. Paper Bag

Penerapan sebagai *paperbag* yang berguna untuk menunjang kesan yang elegan seperti kemasan. Dengan menggunakan warna serta desain yang selaras memberikan tampilannya semakin berkelas. *Paperbag* ini berukuran 28 x 23 x 10 cm, ukuran yang pas dan sesuai dengan kemasan. Bahan yang digunakan adalah kertas *art paper* yang dilaminasi *glossy*.



Gambar 2 Paper Bag (Sumber:
Santoso, 2023)

3. Kartu Nama

Bagian depan menggunakan latar hitam, dan belakang menggunakan latar krem membuat desain ini terlihat elegan dan menawan, ditambah dengan ornamen yang mendukung desain ini. Kartu nama ini berukuran 9 x 5,5 cm, dengan kertas *art paper* 260 gsm.



Gambar 3 Kartu Nama (Sumber: Santoso, 2023)

4. Tag/label kain

Tag/label kain ini diperlukan untuk memberikan informasi tentang cara pencucian batik, dan ucapan terimakasih karena telah membeli produk batik ini. Warnanya masih sama dengan desain yang lain, warna dan ornamennya selaras. Tag/label ini berukuran 8 x 4 cm dengan menggunakan kertas *art paper* 260 gsm.



Gambar 4 Tag/label kain (Sumber: Santoso, 2023)

5. Brosur

Brosur ini dibuat khusus untuk Batik PKS, isi kontennya berupa informasi tentang Batik, motif kain, keunggulan, dan beberapa foto produk kainnya. Ukuran brosur ini adalah A4 dengan bentuk landscape, dan menggunakan kertas *art paper* 150 gsm.



Gambar 5 Brosur (Sumber: Santoso, 2023)

SIMPULAN DAN SARAN

Bentuk visualisasi dari penerapan logo *sebagai corporate identity* hendaknya diselaraskan antara satu media dengan media lain yang diburuhkan suatu perusahaan. Dengan adanya keselarasan antar *corporate identity* dapat meningkatkan kualitas serta kepercayaan konsumen untuk selalu memesan batik di Batik Putro Kembang Sore.

Selain untuk meningkatkan kualitas serta kepercayaan konsumen, pembaruan dari penerapan logo sebagai *corporate identity* dapat menjadi hal yang segar dan sesuatu yang baru bagi konsumennya. Dan dengan adanya penulisan ini saya lebih paham dan mengerti untuk selalu memperhatikan saran dan kritik, serta selalu memperhatikan potensi pasar apakah sudah cukup sesuai dan memiliki ciri khas atau pembeda dengan yang lainnya. Agar memiliki pembeda dan mudah diingat oleh konsumen, perlu adanya *corporate identity* yang selaras dan memiliki ciri khas. Sebaiknya dibuat selaras dengan menggunakan unsur/elemen yang menjadi ciri khas utama. Bisa melalui penerapan berdasarkan logo, atau penerapan berupa ikon/ciri khas dimana objek itu berada. Untuk Batik Putro Kembang Sore, diharapkan untuk selalu mengembangkan produknya dan mulai untuk memikirkan tentang pentingnya desain *corporate identity* yang selaras. Karena bukan hanya menjual produk tetapi juga menjual *desain corporate identity* yang berkualitas.

Penulisan ini jauh dari kata sempurna dan sangat membutuhkan saran dan kritik yang membangun agar berikutnya dapat lebih baik lagi. Diharapkan penulisan ini dapat menginspirasi siapa saja yang membacanya.

REFERENCES

- Anggoro, M. L. (2000). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Grafiti Press.
- Hendrawan, A. (2020). *Berdesain: Teori dan Praktik Desain*. Bangkok: Booksmango Inc. .
- Hermawan, A. d. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Nuzula, F. R., Budiardjo, I. H., & Riqqoh, A. K. (2016). Perancangan Corporate Identity Dan Media Promosi PT. Reksa Abadi Bersama. *Art Nouveau*, 1.
- Putera, R. A., & Sulisyanyngtyas, I. D. (2020). PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI CORPORATE IDENTITY DI PT ASELI DAGADU DJOKDJA. *PERENCANAAN DAN IMPLEMENTASI CORPORATE IDENTITY DI PT ASELI DAGADU DJOKDJA*, 2.
- Ully, L. R., & Slamet Riyadi, E. H. (2019). *Strategi dan Perkembangan Batik Tulis di Jawa Timur Menyongsong Go International*. Klaten: Penerbit Lakeisha.