

Perancangan Desain Grafis Periklanan Day Art Batik Kota Probolinggo

Muhammad Mahrus

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Email: mahruz.boys@gmail.com

Drs. Eko Agus Basuki Oemar, M.Pd

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Email: ekoaboemar@yahoo.co.id

Abstrak

Day Art Batik adalah salah satu produsen batik khas Probolinggo dari 25 produsen yang berada di kawasan Kota Probolinggo. Mulai berdiri dan terdaftar sebagai IKM di Kota Probolinggo sejak Tahun 2012. Day Art Batik hanya memproduksi batik tulis serta menyediakan beberapa jenis bordir. Didirikan oleh Bapak Made Malvinas dan dikelola bersama istrinya Ibu Friday Purnamasari. Produk batik tersebut bisa dijadikan busana *fashion* dan seragam dalam berbagai keperluan, seperti gaun batik, baju *couple*, seragam perkantoran, seragam sekolah, dan masih banyak lagi. Memiliki kualitas desain batik yang berkualitas. Day Art Batik belum terkenal luas di masyarakat, terutama masyarakat sekitar Probolinggo. Sehingga Day Art Batik perlu dibuatkan rancangan media promosi yang bisa menjelaskan tentang Day Art Batik yang bisa dipergunakan untuk promosi biasa maupun di iklankan. Berdasarkan latar belakang yang ada, dapat diketahui rumusan masalahnya, yaitu: (1) Bagaimana konsep perancangan media periklanan untuk usaha Day Art Batik yang dimiliki Pak Made?; (2) Bagaimana rancangan desain grafis periklanan yang sesuai dengan kebutuhan usaha Day Art Batik?; (3) Bagaimana penerapan hasil desain grafis periklanan usaha Day Art Batik?. Tahap awal dilakukan survei ke lokasi penelitian di rumah produksi Day Art Batik. Tahap kedua pengelola Day Art Batik menjadi narasumber penelitian. Dalam hal ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data untuk mengetahui SWOT dan USP. Hasil perancangan desain berupa video animasi ilustrasi, video profil, brosur, dan x banner dengan tema warna kebaruan. Validasi dilakukan setelah pembuatan media selesai, untuk mengetahui kelayakan media perancangan tersebut. Hasil perancangan desain diharapkan berupa media yang komunikatif, kreatif, efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan Day Art Batik.

Kata Kunci: Perancangan, Desain, Grafis, Batik, Probolinggo

Abstract

Day Art Batik is one of the produsen Batik of Probolinggo's unique. Which is from 25 producers in the city of Probolinggo. Established and registered since 2012 as IKM in the City of Probolinggo. Day Art Batik is only produces written batik and provides several types of embroidery. It is Made by Mr. Made Malvinas and managed together with his wife Mrs. Fiday Purnamasari until this day. Batik is produced in the form of cloth with a length of 2.50 meters and a width of 1.15 meters. Batik cloth can be used as fashion clothes and uniforms in every necessity. Such as batik dresses, couple clothes, office uniforms, school uniforms, and etc. Day Art Batik is not commonly known in the society, especially the people around Probolinggo. So that Batik Art Day needs to be made a promotional media design that can explain about Batik Day Art which can be used for ordinary promotions or advertised. Therefore Day Art Batik needs promotional media design that can explain about Day Art Batik which can be used for ordinary promotions or advertised. Based on the background, the problem can be identified: (1) What is the concept of designing advertising media for Mr. Made's Day Art Batik?; (2) What is the design of advertising graphic design which is suitable with the business needs of Batik Day Art?; (3) How is the implementation of the results of graphic design in the Day Art Batik's business? In the first stage is survey to location in the production house of Day Art Batik. The Second stage, the managers of Day Art Batik became the research sources. In this case, the data collection used by interview, observation, and documentation. The techniques of data analysis is to determine SWOT and USP. The results of the design are in the form of animated video illustrations, profile videos, brochures, and x banners with novelty color themes. Doing the Validation after the media creation is complete, it is to determine the feasibility of the media design. The results of the design are expected to be communicative, creative, and effective media in achieving the desired goals of Day Art Batik.

Keywords: Designing, Design, Graphic, Batik, Probolinggo

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Probolinggo adalah kabupaten yang berbatasan langsung dengan 3 Kabupaten, yakni Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Lumajang, dan Kabupaten Situbondo. Secara Geografis, Probolinggo terletak didaerah dataran rendah dan dataran tinggi, yaitu di Pantai utara pulau Jawa dan di kawasan Gunung Bromo. Selain itu probolinggo juga merupakan tempat yang strategis karena pertemuan dua jalur, yaitu dari arah Jember dan dari Banyuwangi. Di Probolinggo terbagi dua wilayah pemerintahan, yaitu Kabupaten Probolinggo dan Kota Probolinggo.

Probolinggo sendiri memiliki kebudayaan yang khas dan beragam. Ada berbagai macam peninggalan kebudayaan yang masih ada dan dilestarikan hingga saat ini baik itu berupa peninggalan candi, benda-benda antik, tarian tradisional dan batik. Namun karya seni batik di probolinggo terbilang masih baru bagi sebagian besar masyarakatnya. Menurut website Probolinggo Tourism jika dilihat dari sejarahnya, batik Probolinggo mulai dikenal pada tahun 1883 yang ditandai dengan acara pameran khusus batik Probolinggo yang diselenggarakan di Amsterdam Belanda. Jika dibandingkan dengan daerah-daerah yang sudah sentra penghasil batik seperti Yogyakarta dan Solo tentu perkembangan batik Probolinggo terbilang masih baru.

Batik Probolinggo memiliki corak motif yang khas. Motif Batik Probolinggo memiliki kesan alami yang diambil dari motif-motif yang bernuansa alam seperti motif buah anggur, motif buah mangga, motif bayu, dan motif angin atau bisa perpaduan dari keempat motif tersebut. Motif-motif tersebut yang sering dipakai oleh para pengerajin batik Probolinggo. Meskipun begitu antara pengerajin batik satu dengan yang

lainnya memiliki model batik yang berbeda, karena motif batik probolinggo tidak terikat dengan pakem, namun mereka lebih mengembangkan motif sesuai imajinasi mereka sendiri. (www.probolinggotourism.com)

Salah satu pengerajin Batik Probolinggo yang sudah dikenal di Probolinggo ialah Bapak Made Malvinas yang sering di panggil Pak Made. Beliau berasal dari Kelurahan Triwung Lor, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo. Selain menjadi pengerajin batik, Pak Made juga seorang guru seni budaya di SMA Negeri 3 Kota Probolinggo. Sebelum di SMA Negeri 3 Kota Probolinggo, Pak Made juga pernah mengajar di Pak Made merupakan pengerajin batik yang telah banyak menerima berbagai macam penghargaan baik itu tingkat lokal, regional, dan nasional. Berkat prestasi-prestasi itulah Pak Made kemudian mulai dikenal.

Day Art Batik adalah nama usaha batik yang dimiliki Pak Made, lokasinya di Kelurahan Triwung Lor, Kecamatan Kademangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur. Bukan tanpa alasan pak Made memberikan nama itu untuk usaha batiknya, karena nama tersebut memiliki makna dan filosofi tersendiri. Kata day diambil dari nama belakang istrinya, yaitu Friday, bisa juga diartikan sebagai hari kalau dalam bahasa indonesia. Sementara

art itu artinya seni, maksudnya dari nama day art bisa diartikan kita bisa berkesenian tanpa batas dan bisa setiap saat juga.

Meskipun beliau telah memiliki pekerjaan yang tetap sebagai guru seni budaya, namun usaha batik tersebut tetap dijalani oleh Pak Made karena alasan menjaga kelestarian menjaga warisan budaya serta menjadikan sumber mata pancaharian sampingan. Pak Made telah merintis usaha produksi batik tersebut mulai tahun 2012, kemudian terdaftar mejadi IKM tahun 2012 hingga saat ini. Awalnya dimulai ketika tahun 2012 mengikuti lomba batik tingkat nasional yang diadakan kemendikbud, dalam perlombaan itu mendapat juara harapan 2, dan hadiah dari lomba itu saya gunakan untuk modal usaha awal dlm membangun usaha batik, ujar istri Pak Made.

Pak Made mengatakan, bahwa Day Art Batik merupakan salah satu produsen batik yang ada di Kota Probolinggo yang terbilang masih baru. Di Probolinggo sendiri terdapat sekitar 25 produsen batik yang masih produksi. Produksi yang di kerjakan adalah jenis batik tulis. Untuk proses pembuatannya tak berbeda dengan batik-batik pada umumnya. Untuk menyelesaikan sebuah karya batik, Day Art Batik memerlukan waktu sekitar satu sampai dua minggu, hal tersebut bersifat relatif, karena bergantung dengan kerumitan desain yang dibuat atau juga proses pewarnaan yang dilakukan. Pak Made mngatakan, hingga saat ini Day Art Batik memproduksi kain batik dalam bentuk lembaran kain, namun kedepannya berencana dalam bentuk baju jadi juga.

Pak Made ingin sekali produk batiknya lebih dikenal oleh masyarakat luas, oleh sebab itu diperlukan cara bagaimana memperkenalkannya. Cara yang tepat untuk memperkenalkan prdok yaitu dengan mengiklankan. Dari masalah tersebut, penulis berusaha membuat rancangan media periklanan yang sesuai dengan konsep dan kebutuhan usaha batik Pak Made tersebut.

METODE PERANCANGAN

Metode Perancangan

Metode perancangan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu di lokasi produksi dan lokasi pemilik usaha yaitu di jalan merpapi no. 142, RT-10 / RW-02, Triwung Lor, Kec Kademangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur.

Sumber Data

1) Data primer

Data yang diperoleh penelitian ini di kumpulkan dari beberapa narasumber. Narasumber utama yaitu pempdiri serta pengelola perusahaan tersebut yang bernama Bapak Made Malvinas Primadona dan Ibu Friday Purnamasari. Beliau berdua yang mengetahui segala informasi tentang Day Art Batik mengenai proses ataupun kejadian-kejadian yang ada di lokasi penelitian.

Jawaban dari hasil wawancara tersebut di catat oleh peneliti dalam bentuk tulisan serta rekaman audio.

2) Data sekunder

Selain data primer, juga terdapat data sekunder yang digunakan untuk memperkuat informasi yang diberikan narasumber ketika wawancara. Data sekunder didapat dalam bentuk tulisan maupun dokumen lainnya, misalnya berupa tropi penghargaan. Data tertulis berupa buku diantaranya dari Safanayong dengan judul Desain Komunikasi Visual Terpadu serta dari Setiadarma yang berjudul Audio Visual, sedang berupa tulisan *online* didapat dari halaman Facebook dan Instagram Day Art Batik.

Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Pengumpulan data awal dengan melakukan wawancara kepada pemilik usaha tersebut yang dijadikan acuan sebagai latar belakang perancangan. Wawancara berikutnya dilakukan ketika penulis merasa perlu informasi tambahan atau masih kekurangan data terkait apa yang diperlukan untuk membuat rancangan periklanan tersebut.

2) Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati lokasi tempat usaha pada awal sebelum melakukan proses mendesain rancangan iklan. Observasi bertujuan untuk mengamati hal-hal apa saja yang kiranya bisa di masukkan ke dalam perancangan media periklanan yang akan dibuat. Observasi juga akan dilakukan kembali pada sewaktu-waktu jika dirasa penulis masih perlu kurang.

3) Dokumentasi

Pada saat melakukan observasi, penulis akan mendokumentasikan hal-hal yang kiranya akan diperlukan untuk perancangan iklan tersebut. Dokumentasi yang dilakukan yaitu dalam bentuk foto dan video.

Analisis Data

1) SWOT

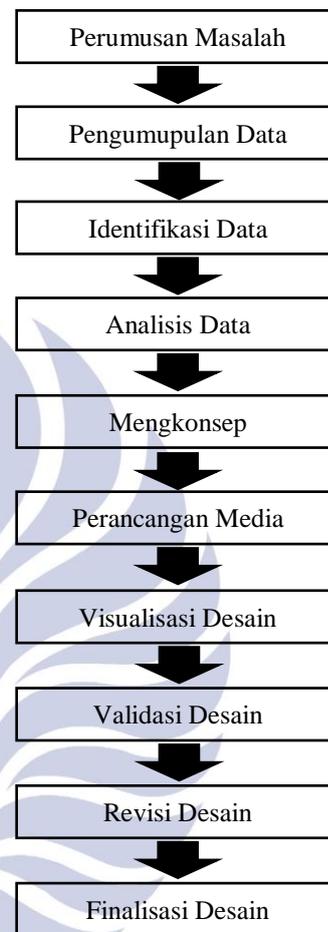
Menurut Thompson (2008:97) analisis SWOT dilakukan secara “simpler tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat untuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidakefisienan sumber daya organisasi, kesempatan dari pengguna, dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi”. Hal ini dilakukan secara “simpler tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat untuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidakefisienan sumber daya organisasi, kesempatan dari pengguna, dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi”

2) USP (*Unique Selling Proposition*)

USP adalah hal yang membedakan produk atau jasa perusahaan dari para pesaing lainnya, hal ini menjadikan sebuah perusahaan menjadi spesial.

Tahap Perancangan

Bagan 1. Bagan Perancangan



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data Perusahaan

- Nama Perusahaan : Day Art Batik
- Logo Perusahaan :



Gambar 1.

Logo Day Art Batik
Dok. Penulis (2019)

c. Pengelola Perusahaan:

- Ketua/Desainer: Made Malvinas Primadona
- Wakil dan Manager : Friday Purnamasari

- 3) Karyawan : Tatik, Ida Niken, Nduk, Miko, Erna, Neri, Tante, Abdullah.
- d. Produk yang dipasarkan : Batik Khas Probolinggo
- e. Potensi Prusahaan:

Lokasi rumah produksi mudah dijangkau, karna dekat dengan jalan raya dan terminal Kota Probolinggo serta adanya Instagram @dayart_batik untuk memasarkan produknya. Batik ciri khas Kabupaten Probolinggo yang di produksi memiliki karakter tersendiri. Berbahan batik berkualitas, didatangkan langsung dari Jawa Tengah.

f. Tujuan Perusahaan:

1) Visi

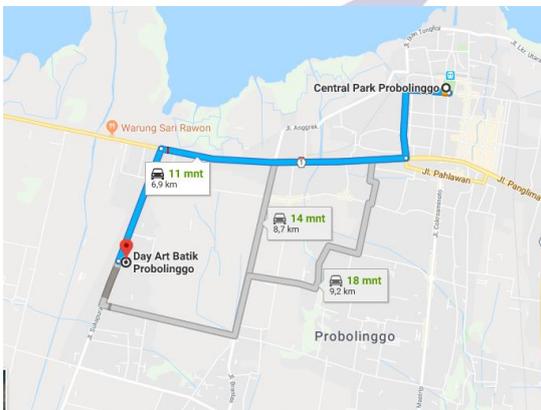
Menjadikan Day Art Batik sebagai wadah berkarya seni serta menghasilkan produk batik khas probolinggo yang mampu bersaing dalam industri kreatif

2) Misi

- a) Memperkenalkan batik khas Probolinggo kepada masyarakat Probolinggo maupun masyarakat luas.
- b) Meningkatkan minat masyarakat terhadap budaya batik.
- c) Memberdayakan masyarakat sekitar probolinggo dalam melakukan proses produksi sebagai wujud edukasi batik terhadap masyarakat.
- d) Meningkatkan hasil penjualan Batik Khas Probolinggo produksi

g. Lokasi Perusahaan:

Jalan Merapi No. 142, Kelurahan Triwung Lor RT. 10 - RW. 02 Kecamatan Kademangan Kota Probolinggo.



Gambar 2.
Peta Lokasi Day Art Batik
Google Maps (2019)

- 3) Spesifikasi Produk: Batik Tulis motif Khas Probolinggo berbahan katun primisima, katun jepang, katun prima, kain slantung.
- 4) Harga Produk: harga bervariasi, harga batik mulai Rp. 175.000 bergantung pada kerumitan desain batik yang dibuat dan bahan yang digunakan.
- 5) Potensi Produk: Produk batik diharapkan bisa dijadikan icon Kota Probolinggo. Batik bisa digunakan untuk busana *fashion* dan dan seragam.
- 6) Target Pasar Produk: Dari segi geografisnya, pasar yang menjadi target utamanya adalah masyarakat Probolinggo, target pasar kedua yaitu lembaga, sekolah.
- 7) Foto Produk:



Gambar 3.
Batik Produk Day Art Batik
Dok. Penulis (2019)



Gambar 4.
Batik Produk Day Art Batik
Dok. Penulis (2019)

Data Produk

- 1) Jenis Produk: Batik Tulis Khas & Bordir Probolinggo
- 2) Nama Merek Produk: Day Art Batik

Strategi Komunikasi Periklanan

Rancangan media promosi digunakan sebagai strategi komunikasi periklanan untuk mempromosikan Day Art Batik beserta produk-produknya. Hal tersebut

agar dapat mengembangkan dan menarik banyak konsumen. Ada beberapa bentuk komunikasi yang bisa dilakukan saat melakukan promosi, antara lain:

- 1) Komunikasi langsung: Salah satunya dilakukan dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan pameran yang mewakili Kota Probolinggo ataupun pameran bersama paguyuban perajin batik Kota Probolinggo.
- 2) Komunikasi tidak langsung: Mengiklankan dengan menggunakan media video profil, animasi ilustrasi *motion graphic*, brosur, dan lainnya.
- 3) Komunikasi persuasif: Berkomunikasi dengan menggunakan rayuan melalui kata-kata maupun visualisasi gambar yang bertujuan agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Strategi Kreatif

1) Tema

Tema yang dipilih adalah warna kebaruan, yaitu dengan pemilihan warna sesuai dengan warna logo yaitu merah dan menonjolkan contoh batik dengan warna-warna cerah. Penonjolan batik dengan warna cerah harapannya dapat menarik perhatian para konsumen jika melihatnya.

2) Alasan Penentuan Tema

Pemilihan tema tersebut dipilih karena warna-warna yang disukai masyarakat Probolinggo adalah warna-warna cerah dan kuat, seperti merah, biru, kuning, coklat yang sesuai dengan warna-warna pesisiran. Pemilihan Warna merah juga disesuaikan dengan warna logo Day Art Batik agar terlihat lebih senada mewakili warna perusahaan.

3) Pesan Verbal

Pesan yang disampaikan melalui perkataan maupun tulisan kepada komunikan. Penyampaian pesan secara tertulis telah tercantum pada desain media promosi. Pesan secara lisan disampaikan ketika berkomunikasi langsung maupun tidak langsung dengan komunikan pada kesempatan tertentu, contohnya ketika menjelaskan pada pengunjung pameran Day Art Batik.

4) Pesan Visual

Pesan yang disampaikan melalui gambar-gambar yang terdapat dalam desain media promosi. Contohnya gambar-gambar motif batik yang dibuat beragam, gambar logo Day Art Batik yang sering diulang ulang pada posisi tertentu agar konsumen mudah mengingat nama perusahaan.

5) Gaya Desain

Gaya desain menggunakan gaya *flat design* yang dikombinasikan dengan motif batik dari Day Art Batik yang memiliki motif dan warna khas. Penggunaan gaya tersebut di terapkan pada semua media promosi yang dibuat, baik itu pada video animasi, video profil, brosur dan x banner. Pemilihan gaya tersebut disesuaikan dengan perkembangan *trend* yang ada saat ini.

VISUALISASI KARYA DESAIN

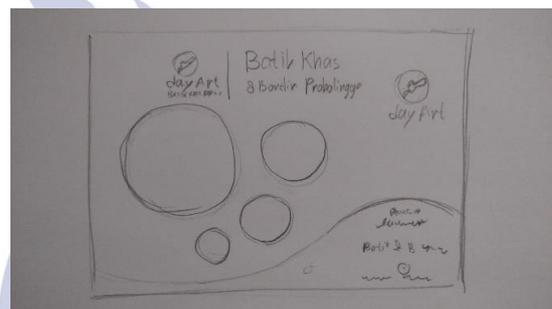
Proses Perancangan

Proses perancangan dilakukan dengan beberapa tahap, tahap yang pertama adalah tahap pemilihan tema yang akan dipakai. Setelah tema, pembuatan konsep dan gaya desain. Pada tahap mengkonsep dilakukan penentuan tipografi, warna, serta pertimbangan *layout* yang akan diterapkan pada media promosi. Gaya *flat design* dipilih agar media lebih menarik dan lebih kekinian.

Visualisasi Desain

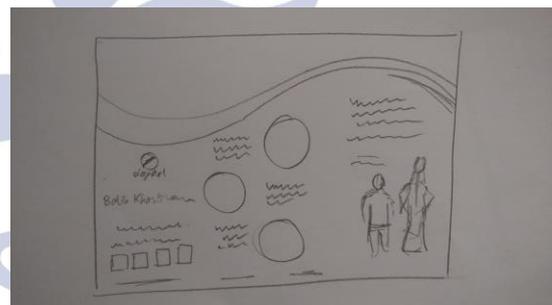
1) Thumbnail

Pengembangan ide dengan membuat beberapa sketsa desain diatas kertas sesuai dengan konsep sebagai gambaran awalnya.



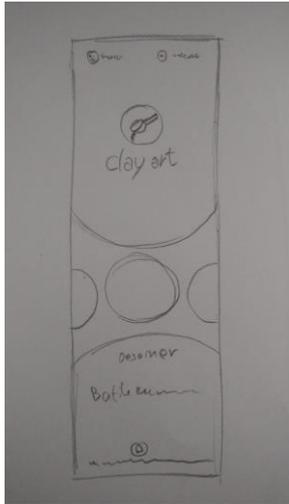
Gambar 5.

Sketsa Desain Brour Bagian Luar
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 6.

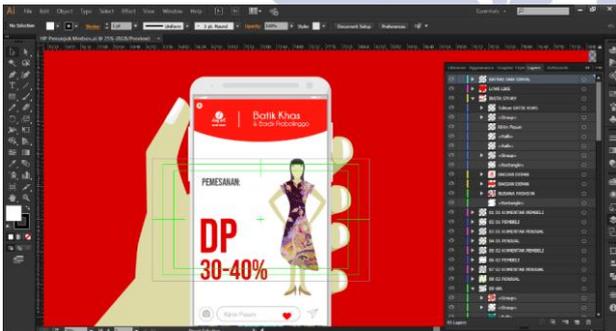
Sketsa Desain Brour Bagian Dalam
(Sumber: Penulis, 2019)



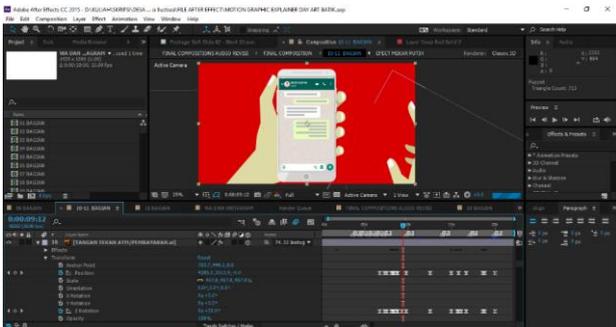
Gambar 7.
Sketsa Desain X Banner
(Sumber: Penulis, 2019)

2) *Tight Tissue*

Setelah tahap *thumbnail* berikutnya tahap *tight tissue*, pada tahap ini, desain manual yang telah dibuat di visualisasikan dengan menggunakan *software* pada komputer. Desain pada tahap *thumbnail* di scan, dijadikan acuan penggambaran ulang di komputer. Pada tahap ini juga dilakukan beberapa penambahan maupun pengurangan desain sesuai dengan kebutuhan.



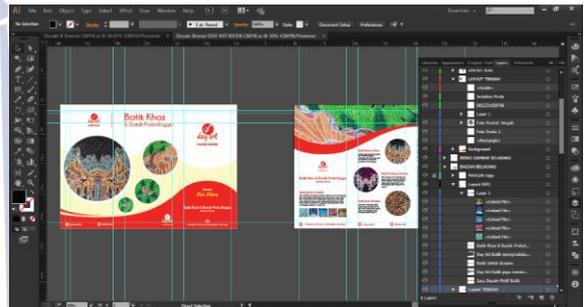
Gambar 8.
Proses Visualisasi Pada Adobe Illustrator CC2015
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 9.
Proses Visualisasi Pada After Effects CC2015
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 10.
Proses Visualisasi Pada Adobe Premiere Pro CC2015
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 11.
Proses Visualisasi Pada Adobe Illustrator CC2015
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 12.
Proses Visualisasi Pada Adobe Illustrator CC2015
(Sumber: Penulis, 2019)

Review

Proses validasi dilakukan oleh seorang yang ahli dibidang desain grafis dan audio visual, validator ialah bapak Muh Ariffudin Islam, S.Sn., M.Sn. Proses validasi dilakukan di gedung T13 Fakultas Bahasa & Seni. Beberapa apresiasi dan masukan diberikan oleh validator terhadap media yang di buat. Saran revisi hanya di berikan pada media brosur yang terjadi kesalahan pengetikan pada beberapa kata di bagian dalam brosur, serta penambahan keterangan untuk video profil pada *scene* bapak made malvinas menjelaskan prestasi Day Art Batik.

Final Desain

1) Video Animasi Ilustrasi

Media promosi ini menjelaskan tentang Day Art Batik, positioning yang ditekankan yaitu nama Day Art Batik sebagai produsen batik khas Probolinggo dengan berbagai desain melalui *headline* “Batik Khas & Bordir Probolinggo”. Durasi video 3 menit 20 detik, berdimensi 1920 x 1080 pixel, dengan *framerate* 30 fps.

a) Pembuka

Pada bagian pembuka ditampilkan ilustrasi tentang Probolinggo, mulai dari ilustrasi terminal, teks Probolinggo, serta *globe* yang menunjukkan peta lokasi Probolinggo berada. Pada bagian tersebut juga disertai narasi yang menjelaskan tentang Probolinggo, hal ini dilakukan untuk melakukan pendekatan kepada target utama yaitu masyarakat Probolinggo itu sendiri.

Kemudian pada bagian berikutnya muncul ilustrasi rumah produksi Day Art Batik disertai kemunculan logo DayArt Batik, tujuannya untuk menunjukkan nama produsen yang memproduksi batik-batik tersebut serta menekankan *positioning* iklan tersebut.



Gambar 13.
Scene 01 Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 14.
Scene 05 Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)

b) Isi Pesan

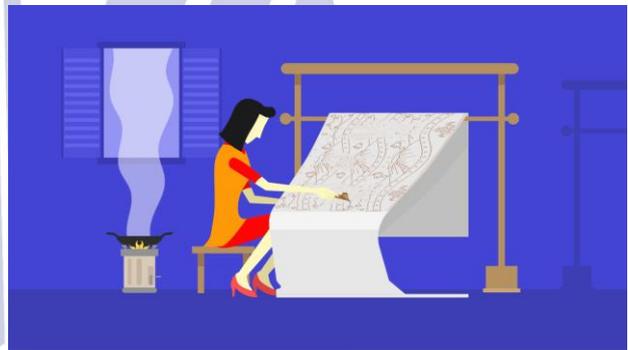
Pesan yang disampaikan pada animasi ilustrasi ini menjelaskan tentang Day Art Batik serta bagaimana cara untuk memperoleh atau memesan produk yang di tawarkan Day Art Batik. Salah satu

contoh pada bagian orang mencanting menjelaskan bahwa Day Art Batik adalah produsen batik tulis.

Isi pesan dibuat secara berurutan agar tidak membuat bingung yang melihatnya. Contohnya pada bagian animasi konsumen mengkonsultasikan desain yang diinginkan kemudian dilanjut dengan bagian kesepakatan dan pelunasan biaya produksi.



Gambar 15.
Scene 07 Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 16.
Scene 10 Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)



Gambar 17.
Scene 11 Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)

c) Penutup

Pada bagian penutup dimunculkan kembali *headline* dimunculkan kembali sebelum logo terakhir pada bagian akhir video, bertujuan agar yang melihatnya ingat dengan positioning iklan tersebut. Dibagian bawah logo disertai dengan nomer Whatsapp dan nama akun Instagram Day Art

Batik untuk memudahkan bagi konsumen jika ingin menghubungi Day Art Batik.



Gambar 18.
Scene 53 Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)

2) Video Profil

Media promosi ini menjelaskan tentang Day Art Batik, positioning yang ditekankan yaitu nama Day Art Batik sebagai produsen batik khas Probolinggo dengan berbagai desain melalui visualisasi desain-desain batik yang di produksi Day Art Batik. Durasi video 3 menit 16 detik, berdimensi 1920 x 1080 pixel, dengan *framerate* 30 fps.

a) Pembuka

Bagian pembuka menampilkan motif batik daun mangga, motif ini desain yang mewakili karakter Probolinggo, kemudian dilanjut dengan kemunculan logo Day Art Batik untuk menekankan positioning kepada yang melihatnya.

b) Isi Pesan

Isi pesan berkaitan dengan dengan Day Art Batik itu sendiri, seperti alamat lokasi, bagaimana konsepnya, desain batiknya, dan prestasinya, serta peran Day Art Batik dalam memperkenalkan batik khas Probolinggo. Pengaturan pengambilan gambar diperhitungkan agar menciptakan komposisi gambar baik dan pesan tersampaikan. Beberapa *scene* diatur secara terencana, namun ada juga *scene* yang diambil tanpa terencana seperti yang ada pada *storyboard*.

c) Penutup

Bagian trakhir video ditutup dengan kemunculan logo Day Art Batik beserta nomer Whatsapp dan nama akun Instagram Day Art Batik. Dengan begitu memudahkan bagi konsumen jika ingin menghubungi Day Art Batik.

Tabel 1. Scene Video Profil

Waktu	Scene	Teks
00:10		Day Art Batik

00:12		Day Art Batik adalah produsen batik khas probolinggo.
00:18		Beralamat di jalan merapi no 142 rt 10 rw 1 Triwung Lor Kec. Kademangan, Kota Probolinggo
00:28		letaknya tak jauh dari Terminal Bayuangga
00:38		Pada tahun 2012, Day Art Batik telah terdaftar sebagai IKM di Kota Probolinggo. Day Art Batik memproduksi batik tulis dengan pewarna alam maupun kimia
00:47		Day Art Batik memproduksi batik tulis dengan pewarna alam maupun kimia
01:15		Motif-motif batik yang dibuat banyak mengangkat tentang kearifan lokal Probolinggo
01:25		diantaranya motif mangga dan anggur, motif perahu dan ikan, motif daun mangga, dan masih banyak lagi motif batik yang lain.
02:06		Day Art Batik memiliki desain batik yang berkualitas
02:08		terbukti dengan di raihnya beragam penghargaan
02:36		Raihan tersebut menjadi motivasi tersendiri bagi Day Art Batik
02:42		untuk memperkenalkan Batik Khas Probolinggo kepada masyarakat luas
02:47		Tak jarang Day Art Batik mendapat kunjungan dari berbagai lembaga

02:54		dan aktif dalam kegiatan pameran untuk memperkenalkan produk batik khas Probolinggo
03:05		Day Art Batik....., Batik Khas Probolinggo



Gambar 20.

Desain Brosur Bagian Dalam
(Sumber: Penulis, 2019)

3) Brosur

Desain brosur dicetak pada media kertas *Artpaper*, dengan ukuran kertas A4 dengan tambahan laminasi doft.

a) Bagian Luar

Ditampilkan beberapa informasi pokok serta beberapa desain motif batik khas Probolinggo. *Headline* di tampilkan dengan ukuran *font* yang besar agar menjadi *interest*. Warna yang digunakan disesuaikan dengan media promosi lainnya.



Gambar 19.

Desain Brosur Bagian Luar
(Sumber: Penulis, 2019)

b) Bagian Dalam

Pada bagian dalam brosur menampilkan beragam informasi mulai dari penjelasan tentang Day Art Batik, beberapa keterangan motif desain batik, deskripsi cara memesan, serta deskripsi kegunaan produk. Bagian bagian atas brosur terdapat motif daun mangga agar lebih menunjukkan Day Art Batik sebagai produsen batik khas Probolinggo. Informasi kegunaan produk disertai dengan ilustrasi model menggunakan baju batik.

4) X Banner

Isi informasi, warna, dan objek gambar disesuaikan dengan media promosi lainnya, agar terbentuk keselarasan. Informasi dan gambar di tampilkan hanya bagian bagian terpenting saja. Dicitak menggunakan bahan *Fronlitejerman*, memiliki panjang 160 cm dan lebar 60 cm.



Gambar 21.

Desain X Banner
(Sumber: Penulis, 2019)

Visualisasi Penerapan Final Desain

1) Video Animasi Ilustrasi



Gambar 22.

Penyajian Video Animasi Ilustrasi
(Sumber: Penulis, 2019)

2) **Video Profil**



Gambar 23.
Penyajian Video Profil
(Sumber: Penulis, 2019)

3) **Brosur**



Gambar 24.
Penyajian Brosur
(Sumber: Penulis, 2019)

4) **X Banner**



Gambar 25.
Penyajian X Banner
(Sumber: Penulis, 2019)

Estimasi Pembuatan Media

Biaya pembuatan media promosi hanya digunakan pada media cetak, yaitu brosur dan x banner, berikut ini adalah uraiannya:

1) **Brosur**

Dicetak di percetakan Bless dengan harga satuan.

Biaya Cetak Artpaper	= Rp. 2.250,-	
Biaya Laminasi Doft	= Rp. 1.000,-	
<hr/>		+
Total Biaya	= Rp. 3.250,-	

Jadi setiap satu brosur memerlukan biaya sebesar Rp. 3.250,-

2) **X Banner**

Dicetak di percetakan TPS (Titip Ngeprint Store) Lontar dengan harga satuan Rp. 80.000,- dengan panjang 160 cm dan lebar 60 cm.

PENUTUP

Kesimpulan

Tahap demi tahap telah dilakukan, maka bisa ditarik kesimpulan berdasarkan hasil pengumpulan data dari perancangan desain grafis periklanan Day Art Batik Kota Probolinggo.

Perancangan desain grafis periklanan dibuat untuk memperkenalkan perusahaan Day Art Batik sebagai produsen batik khas Probolinggo kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat Probolinggo Sendiri. Rancangan desain dibuat semenarik mungkin, namun tetap mengutamakan keefektifan dalam menyampaikan informasi tentang Day Art Batik dengan dibuatnya desain ini diharapkan nama Day Art Batik sendiri semakin dikenal oleh para calon konsumen maupun konsumennya baik yang ada di sekitar Probolinggo maupun yang dari luar daerah serta dapat menjaga dan menambah konsumen sehingga akan menambah hasil dari penjualan produk Day Art Batik.

Untuk membuat suatu rancangan desain grafis periklanan Day Art Batik dilakukan beberapa proses secara bertahap, yaitu: a) Proses pengumpulan data perusahaan meliputi informasi tentang data promosi dan pemasaran yang pernah dilakukan oleh Day Art Batik. b) Proses analisis data yang telah dikumpulkan mengenai SWOT dan USP. d) Proses penentuan dan pembuatan tema dan konsep perancangan yang sesuai dengan kebutuhan Day Art Batik mengacu pada data yang sudah dianalisis, sehingga visual desain lebih efektif dan informatif. e) Proses visualisasi desain digunakan beberapa software yang mudah dalam pengkolaborasiannya yaitu *Adobe Photoshop CS6*, *Adobe Illustrator CC2015*, *Adobe After Effects CC2015*, *Adobe Premiere Pro CC2015*. f) Proses produksi dilakukan setelah visualisasi desain selesai serta dinyatakan layak untuk digunakan.

Setelah dilakukan pengumpulan dan analisis data, maka media promosi yang dibuat berupa video animasi ilustrasi (*explainer video*), video profil perusahaan (*company profile*) Brosur, dan x banner. Desain seluruh media dibuat dengan dominan warna merah dan coklat muda, *font*, objek-objek yang sama, hal ini bertujuan agar tercipta keselarasan ketika semua media ditempatkan di tempat yang sama dalam waktu yang sama.

Dalam merancang sebuah desain media promosi diperlukan waktu yang tidak sedikit, hal ini bisa dilihat dari berbagai analisis data terkait tentang hal yang akan di promosikan. Salah satu contohnya yaitu pada proses *tight tissue*, pada proses ini memerlukan waktu yang cukup lama pada bagian pembuatan animasi ilustrasi karena mengatur *keyframe motion* setiap objek yang bergerak tanpa menggunakan *plug-in*.

Saran

1) Saran bagi mahasiswa

Penelitian skripsi ini bisa dijadikan sebagai bahan pembelajaran di masa depan. Dalam memilih objek penelitian hendaknya mengutamakan manfaat dari hasil penelitian, baik itu manfaat bagi peneliti maupun bagi masyarakat. Salah satu contoh dengan mengangkat tentang IKM-IKM yang ada di sekitarnya.

2) Saran bagi desainer

Perancangan desain grafis periklanan ini bisa dijadikan pembelajaran untuk menjadi desainer profesional yang handal yang mencakup audio dan visual. Selain itu, media hasil desainnya lebih baik di arsipkan dan bisa dijadikan sebagai portofolio bagi dirinya, sehingga ketika orang lain ingin tau tentang riwayat karya desain yang pernah dibuat, tak perlu susah dalam menjelaskannya dan cukup menunjukkan. Dalam membuat suatu desain perlu diutamakan ke efektifan bukan ego sesuai selera desainer, namun tetap mengikuti perkembangan dari waktu ke waktu. Teruslah mengasah kemampuan dan berlatih penggunaan dalam mengoperasikan *software-software* desain.

3) Saran bagi lembaga

Lembaga merupakan bagian pemberi akses untuk memberikan referensi kepada mahasiswa seharusnya memberikan kemudahan, akses yang diberikan memang sudah mempermudah mahasiswa, namun masih ada kekurangan seperti jam buka perpustakaan jurusan yang terlalu cepat dan beberapa kali tutup karena kekurangan tenaga penjaga. Sebaiknya ini menjadi sebuah perhatian untuk kedepannya.

4) Saran bagi produsen Day Art Batik

Day Art Batik merupakan salah satu produsen batik khas Probolinggo di Kota Probolinggo sebaiknya meningkatkan daya promosi dengan media promosi yang telah dirancang. Dengan sering melakukan promosi lewat media sosial seperti Youtube, Whatsapp, serta Instagram diharapkan semakin banyak peminat produk Day Art Batik. Day Art Batik bisa juga memberikan pelatihan kepada masyarakat sekitar atau para pelajar probolinggo yang ingin tau tentang batik Khas Probolinggo, dengan begitu eksistensi batik khas Probolinggo akan semakin kuat dan banyak dikenal, selain itu Day Art Batik bisa menjadikan kegiatan tersebut untuk mencari pekerja untuk meningkatkan jumlah dan mempercepat produksi Day Art Batik.

Laurie, M. 1986. *Pengantar kepada Arsitektur Pertamanan*. Bandung: Intermatra.

Oemar, Eko AB. 2003. *Desain Komunikasi Visual*. Surabaya: Unesa University Press.

Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.

Sudikan, Setya Yuana. 2001. *Metode Penelitian Kebudayaan*. Surabaya: Citra Wacana.

Syamsuri, Ahmad. 2016. *Jurnal Desain*. Jakarta: Pusat Penelitian Bidang Bahasa dan Seni Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Indra PRASTA.

Suhanding, Kustadi. 2010. *Periklanan Management Kiat dan Strategi*. Bandung: Nuansa Cindekia.

Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Setiadarma, Wayan. 2016. *Audio Visual*. Surabaya: Unesa University Press.

Smithies K.W. 1982. *Prinsip-prinsip Perancangan dalam Arsitektur*.

Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset: Yogyakarta.

Wulandari, Ari. 2011. *Batik Nusantara*. Yogyakarta: Andi.

<http://desainbrostur12.blogspot.com/2013/01/pengertian-brosur.html>

<http://kelasdesain.com/pengertian-layout/>

<http://sniperdigital.blogspot.com/2012/02/x-banner.html>

<https://www.creohouse.co.id/jasa-design-kartu-nama-di-kota-medan/#more-521>

http://www.eastjava.com/tourism/probolinggo/city-tour/ina/batik_probolinggo.html

<http://www.lumi-one.com/newsfeed/kelebihan-dan-kegunaan-video-company-profile>

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-Storyboard.html>

DAFTAR PUSTAKA

- Bull, Stephen (2010) *Photography* New York: Routledge
 Ching, Francis D.K. 1994. *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya*. : Erlangga.
 Doerjanto, Dody. 2016. *Eksplorasi Fotografi Digital*. Surabaya: Unesa University Press.
 Labuz, Ronald. 1991. *Contemporary Graphic Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.