

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
BATIK TULIS GEDOG H.M. SHOLEH TUBAN**

Setiyorini

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
seetiyorini@gmail.com

Muhamad Ro'is Abidin, S.Pd., M.Pd.

Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
creactiveroom@gmail.com

ABSTRAK

Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh adalah produsen Batik Tulis Gedog Tuban yang berdirisejak Tahun 1991, memproduksi berbagai jenis produk Batik Gedog Tuban seperti Batik Tulis Kain Bahan Katun dan Sutra. Batik tulis kaintenun. Pakaian jadi, seragam kantor, seragam Sekolah partai dan eceran. Batik Kaos mulai ukuran anak-anak hingga model dewasa. Batik busana muslim, jarit / jarik, daster. Batik taplak meja, bed cover, sarung, Tempat tissue dan sebagainya. Dengan merek "Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh Tuban" dibawah naungan UD Budi Karya, mayoritas berbagai produk Batik Tulis Gedog Tuban diproduksi secara *handmade* (tulis) dan sebagian lainnya diproduksi dengan cara modern. Melihat kualitas produksi yang baik dari Batik Tulis Gedog Tuban H.M. Sholeh dan masih belum dikenal di daerah luar Kabupaten Tuban, maka diperlukan media promosi yang menarik dan tepat sasaran untuk mempromosikan produk Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh kepada masyarakat luar Kabupaten Tuban. Berdasarkan latar belakang, dapat diperoleh rumusan masalah yaitu: (1) Bagaimana konsep Perancangan Media Promosi Batik Tulis "H.M. Sholeh" Tuban; (2) Bagaimana proses perancangan media promosi Batik Tulis Gedog "H.M. Sholeh" Tuban; (3) Bagaimana penerapan perancangan Media Promosi Batik Tulis Gedog "H.M. Sholeh" Tuban. Tujuan dari perancangan media promosi H.M. Sholeh adalah (1) Mendeskripsikan konsep perancangan media promosi batik "H.M. Sholeh" Tuban (2) Mendeskripsikan proses perancangan media promosi Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh (3) Menerapkan perancangan Media Promosi Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh Tuban. Tahap awal yang dilakukan adalah survei lokasi penelitian di rumah produksi H.M. Sholeh Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Sumber data yang diperoleh diambil dengan wawancara pada narasumber dan data tertulis dari narasumber. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi; Metode analisis data menggunakan teknik *review* desain untuk mengetahui kelayakan desain yang akan dibuat. Hasil karya desain meliputi katalog, brosur dan kemasan dengan tema tradisional elegan. Pada awal proses perancangan desain, yaitu terlebih dahulu membuat *Thumbnail* kemudian dilanjutkan dengan proses visualisasi *Tight tissue* dengan menggunakan *software Adobe Illustrator CS6 2016*. Setelah proses *Tight tissue* selesai maka dilakukan *review* desain oleh validator untuk perbaikan desain dan dilanjutkan dengan proses akhir yaitu produksi atau final desain yang dibuat dalam skala kecil atau *mock up*. Perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan karya desain promosi yang kreatif dan komunikatif dan dapat mendukung tercapainya tujuan kepada masyarakat.

Kata Kunci: Perancangan, Promosi, Batik, Gedog Tuban

ABSTRACT

Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh is a manufacturer of Gedog Tuban Batik which was established in 1991, producing various types of Batik Gedog Tuban products such as Batik Tulis, Cotton and Silk Fabrics. Batik written woven fabric. Apparel, office uniforms, party and retail School uniforms. Batik Kaos starts from the size of children to adult models. Muslim fashion batik, jarit / jarik, negligee. Batik tablecloths, bed covers, sarongs, tissue holders and so on. With the brand "Batik Gedog HM Sholeh Tuban" under the auspices of UD Budi Karya, the majority of various Batik Tulis Gedog Tuban products are handmade (written) and some are produced by way of modern. Seeing the good quality of production from Batik Tulis Gedog Tuban H.M. Sholeh and still unknown in areas outside of Tuban Regency, it is necessary to design attractive promotional media and on target to promote Batik Tulis Gedog H.M. Observe the community outside of Tuban Regency. Based on the background, problem formulation can be obtained, namely: (1) How is the concept of Batik Writing Promotion Media Design "H.M. Sholeh "Tuban; (2) How is the process of designing a promotional media for Batik Tulis Gedog "H.M. Sholeh "Tuban; (3) How is the application of the Batik Write Gedog Media Promotion design "H.M. Sholeh "Tuban. The

purpose of designing promotional media H.M. Sholeh is (1) Describing the design concept of batik promotion media "H.M. Sholeh "Tuban (2) Describes the process of designing promotional media for Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh (3) Applying the design of Gedog H.M. Batik Promotional Media. Sholeh Tuban. The initial stage is a survey of the research site in the production house of H.M. Sholeh Kerek District, Tuban Regency. The source of the data obtained was taken by interviewing the informant and written data from the informant. Data collection techniques include interviews, observation and documentation; Data analysis method uses design review techniques to determine the feasibility of the design to be made. The design work includes catalogs, brochures and packaging with elegant traditional themes. At the beginning of the design design process, which is to make Thumbnail first then proceed with the Tightissue visualization process using Adobe Illustrator CS6 2016. After the Tightissue process is complete, a design review is carried out by the validator for design improvements and followed by the final process of production or final design made on a small scale or mock up. This design is expected to produce creative and communicative promotional design works and can support the achievement of promotional goals for the community.

Keywords: Designing, Promotion, Batik, Gedog Tuban

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ragam budaya yang begitu banyak, mulai dari budaya sandang sampai budaya pangan. Salah satu bentuk budaya sandang yang dimiliki oleh Indonesia adalah batik. Batik Indonesia memiliki corak yang beragam mulai dari motif flora hingga fauna. Tiap daerah di Indonesia memiliki motif batik daerah yang berbeda-beda. Batik budaya asli Indonesia yang menjadi busana khas dari negara Indonesia tidak hanya sekedar kain tradisional dengan beragam corak. Didalam batik juga mengandung sejarah dan nilai – nilai tradisi dari bangsa Indonesia yang sangat berharga.

Corak dan motif batik yang sangat beragam, menunjukkan ke khasan masing-masing daerah. Motif-motif tersebut tidak hanya menjadi ciri khas daerah, tetapi juga menjadi simbol budaya daerah tersebut. Di Jawa Timur saja, misalnya, motif dan warnanya dasar batik Surabaya, berbedanya dengan batik Makasar. Motif-motif batik Jawa Timur mewakili budaya Jawa Timur sebagai daerah pesisir, sementara batik Sulawesi tentu saja menggambarkan budaya masyarakat Sulawesi (Corak dan Motif Batik ejournal.umm.ac.id, 2018).

Salah satu daerah yang dikenal sebagai penghasil Batik di Provinsi Jawa Timur adalah Kabupaten Tuban, di daerah ini model Batik yang dimiliki berbeda dengan daerah-daerah lainnya. Batik Gedog Tuban dikenal dengan batiknya yang langsung dibuat secara alami, misalnya untuk kainnya langsung membuat sendiri kapas dengan pembuatan yang tradisional akan tetapi sebagian juga ada yang menggunakan alat-alat modern.

Batik Gedog merupakan batik kuno yang hanya dibuat di daerah pedalaman kota Tuban, Jawa Timur. Prosesnya dibuat dari bunga kapas yang dipintal menjadi benang, dan dianyam menjadi kain menggunakan alat manual yang mengeluarkan bunyi “dog...dog.” sehingga disebut kain Gedog. Kain Gedog yang bertekstur kasar itu pun dibatik dengan tangan sehingga tercipta suatu karya yaitu Batik Tulis Gedog.

Pada waktu dulu Batik Gedog hanya digunakan sebagai bahan sandang, namun seiring perkembangan zaman Batik Gedog di kembangkan sebagai oleh-oleh khas Kabupaten Tuban ataupun untuk cinderamata bagi wisatawan. Kondisi yang seperti itu menjadikan masyarakat Kabupaten Tuban membuka usaha sebagai produsen Batik Gedog. Di Tuban banyak produsen Batik Gedog yang memiliki jenis produksi batik gedog yang beragam, Di antara produsen Batik Gedog Tuban adalah Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh.

Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh adalah produsen Batik Tulis Gedog Tuban yang berdiri sejak Tahun 1991, memproduksi beragam jenis produk Batik Gedog Tuban seperti Batik Tulis Kain Bahan Katun dan Sutera. Batik tulis kain tenun. Pakaian jadi, seragam kantor, seragam Sekolah partai dan eceran. Batik Kaos mulai ukuran anak-anak hingga model dewasa. Batik busana muslim, jarit / jarik, daster. Batik taplak meja, bed cover, sarung, Tempat tissue dan sebagainya. Dengan merek "Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh Tuban" dibawah naungan UD Budi Karya, mayoritas beragam produk Batik Tulis Gedog Tuban produksi secara *handmade* (tulis) dan sebagian lainnya diproduksi dengan cara modern (Kain Gedog Batik Tuban www.batikhmsholehtuban.com).

Dalam proses pemasaran Batik Gedog H.M. Sholeh sejauh ini telah menggunakan metode pemasaran yang cukup baik, contohnya adalah penggunaan website www.batikhmsholehtuban.com dalam pemasaran online. Adanya beberapa penunjang pemasaran yang telah digunakan oleh Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh sudah merupakan kemajuan, melihat pesaing Batik Tulis Gedog Tuban yang masih jarang menggunakan media promosi dengan baik. Walaupun Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh sudah tergolong sebagai merek yang maju dari segi pemasaran, dari segi promosi yang digunakan masih belum efektif, setelah melakukan riset sebagian besar konsumen Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh merupakan masyarakat daerah setempat, mulai dari pemesanan batik sebagai seragam sekolah, dan letak dari sekolah tersebut tidak jauh dari rumah produksi.

Melihat kualitas produksi yang baik dari Batik Tulis Gedog Tuban H.M. Sholeh dan masih belum

dikenal di daerah luar Kabupaten Tuban, maka perlu dirancang media promosi yang menarik dan tepat sasaran untuk mempromosikan produk Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh kepada masyarakat luar Kabupaten Tuban. Dengan membuat media promosi yang menarik, komunikatif, relevan dengan produknya dan sesuai dengan penerapannya. Untuk menentukan media yang akan digunakan peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik. Diharapkan hasil dari perancangan media promosi itu nanti dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Batik Tulis Gedog Tuban H.M. Sholeh. Sehingga berdampak pada meningkatnya omset penjualan dari batik gedog.

Tujuan Perancangan dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Mendiskripsikan konsep Perancangan Media Promosi Batik Tulis Gedog "H.M. Sholeh" Tuban.
- 2) Mendiskripsikan proses Perancangan Promosi Batik Tulis Gedog "H.M. Sholeh" Tuban.
- 3) Penerapan Perancangan Promosi Batik Tulis Gedog "H.M. Sholeh" Tuban.

METODE PERANCANGAN

Tahap awal yang dilakukan adalah survei lokasi penelitian di rumah produksi H.M. Sholeh Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Sumber data yang diperoleh diambil dengan wawancara pada narasumber dan data tertulis dari narasumber. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi; Metode analisis data menggunakan teknik *review* desain untuk mengetahui kelayakan desain yang akan dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT (*strength*, *weakness*, *opportunity*, *threat*) adalah pendekatan terorganisasi dalam menilai kekuatan dan kelemahan internal sebuah perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternalnya (Thomson, 2007: 390)

Kekuatan (*Strength*), merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa sumber daya, keahlian, atau kelebihan lain yang mungkin diperoleh berkat sumber keuangan, citra, keunggulan di pasar, serta hubungan baik antara buyer dan supplier.

Kelemahan (*Weakness*) merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor penghambat dapat berupa keahlian pemasaran dan citra perusahaan.

Peluang (*opportunity*) merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang mendukung dalam pencapaian tujuannya dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan persaingan, perubahan teknologi dan perkembangan *supplier* dan *buyer*.

Ancaman (*treath*) merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang menghambat perusahaan dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat,

meningkatnya *bergaining power* dari pada *supplier* dan pembeli utama, perubahan teknologi dan kebijakan baru.

Kesimpulan analisis data H.M. Sholeh adalah mempunyai keunggulan dari harganya yang sangat bersaing di pasar karena tidak terlalu mahal dan juga menjadi impian bagi para konsumen yang sudah berkeluarga, merupakan target utama pasar. Proses produksi batik di H.M. Sholeh diproduksi secara manual, yang menjadikan kualitas batik menjadi lebih baik dari pada batik lainnya positioning yang diterapkan yaitu menonjolkan harga dengan kualitas.

STRATEGI PERANCANGAN

Tema Desain

Temadesain menggunakan tema Elegan Tradisional dengan menonjolkan motif batik gedog agar masyarakat sebagai pengunjung/konsumen tertarik dan membeli produk H.M. Sholeh.

Konsep Desain

Gaya desain tampilan yang mendukung pendekatan komunikasi kepada calon konsumen dan keseluruhan karya desain grafis media promosi H. M. Sholeh adalah gaya desain eksklusif yaitu dengan gaya Elegan Tradisional, terlihat dari penggunaan motif batik gedog sebagai background dari media promosi, memperlihatkan budaya lokal tradisional.

Warna

Warna merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai Bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan. Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk tersebut yang selanjutnya akan dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan (Supriyono, 2010: 57).

PROSES PERANCANGAN

Tahap awal perancangan penentuan tema perancangan Media Promosi adalah dengan membuat konsep desain dan menentukan gaya desain yang akan digunakan. Pada konsep desain akan memperhitungkan *layout*, Tipografi, dan warna pada perancangan media. Sedangkan gaya desain akan menggunakan gaya desain minimalis elegan dengan memperhitungkan efektifitas media kepada konsumen atau calon konsumen.

Setelah terbentuknya konsep dan gaya desain, mulailah memasuki proses visualisasi desain. Proses visualisasi desain diawali dengan proses *Thumbnail*, yaitu tahap pengerjaan desain secara manual di atas kertas. Tahap selanjutnya adalah *tight issue*, dalam tahap ini desain akan melalui proses editing dengan menggunakan software *Adobe Illustrator*.

VISUALISASI DESAIN

Validasi Desain

Proses validasi dilakukan oleh dua ahli, yang pertama yaitu ahli pada bidang promosi dan yang kedua ahli pada bidang desain. Validasi I ditujukan pada Bapak Drs. Eko Agus Basuki Oemar, M.Pd. selaku validator ahli pada

bidang desain, Proses validasi II ditujukan pada Ibu Rina S.Sn. merupakan *Event Organizer* dan Pengelola akun Instagram ZIG Kuretake, Artline dan Leeven & Co. Kedua validator memberikan beberapa masukan secara lisan mengenai materi maupun desain yang disajikan pada media promosi.

Menurut Bapak Drs. Eko Agus Basuki Oemar, M.Pd. Secara keseluruhan media layak di produksi sebagai media promosi Batik Gedog H.M. Sholeh Tuban. Namun perlu adanya revisi mengenai *Headline* pada semua media, dan penambahan alamat beserta social media dari brand pada kemasan. Validator juga memberi saran untuk brosur pada bagian *cutting* agar lebih disederhanakan. Berikut hasil validasi Desain Bapak Eko.

Pendapat dari kedua validator dan penilaian secara tertulis, media telah layak digunakan tetapi dengan beberapa revisi yang perlu dilakukan. Hal ini terlihat dari penilaian yang diperoleh dari validator 1 yaitu 89,6. Sedangkan dari validator 2 memperoleh nilai 95,3 mengenai desain yang telah dibuat untuk mewakili informasi yang disampaikan.

Final Desain

1. Katalog

a. Cover Luar

Pada tampilan cover luar diambil dari ilustrasi salah satu motif batik gedog dari H.M. Sholeh. Pada *headline* cover menggunakan *Font Beauty* untuk *Subheadline* menggunakan font *Century Ghotic*. Kemudian pada tampilan cover belakang terdapat Logo H.M. Sholeh, tepat di bawah logo terdapat keterangan Alamat, email dan nomer telfon yang ditulis menggunakan font *Century Ghotic* agar para konsumen mudah mengetahui informasi tentang H.M. Sholeh dari berbagai sosial media.

Dicetak diatas kertas Art Paper 150 gsm dengan ukuran 20cm x 20cm dan teknik cetak *digital printing*. Dengan penempatan *Headline* ditengah-tengah cover berupaya mendapatkan point interest ditambah penekanan tulisan menggunakan warna yang mencolok diharapkan para konsumen dan calon konsumen tertarik untuk melihat. Dalam penjiilidan katalog menggunakan jilid hard cover, agar terlihat lebih kokoh dan elegan.



Tampilan Cover Luar Katalog
(Sumber: Penulis, 2018)

b. Cover Dalam

Cover dalam hanya menggunakan siluet dari cover luar, yang diambil dari *headline* dan *subheadline*. Ditambahkan pula siluet batik gedog

sebagai identitas produk, sebagai penambah daya ingat tentang gambaran motif batik gedog. Cover dalam dicetak diatas kertas copenhagen natural berukuran 20cm x 20cm, dengan teknik cetak *digital printing*.



Tampilan Cover Dalam Katalog
(Sumber: Penulis, 2018)

c. Isi Katalog

Berisi tentang keterangan batik, mulai dari nama produk, kode produk, material produk dan panjang lebar produk, keterangan yang ditulis diharapkan mempermudah para konsumen untuk mengetahui informasi produk. Disertai Ilustrasi atau gambar detail motif dari produk hal tersebut dirancang agar para calon pembeli mengetahui detail produk lebih mudah.

Halaman isi katalog dicetak diatas kertas copenhagen natural berukuran 20 cm x 20 cm, dengan menggunakan teknik cetak *digital printing*.



Tampilan Halaman 2 dan 3
(Sumber: Penulis, 2018)

1) Sampel Produk

Merupakan contoh kain/produk, dengan keterangan kode produk dan media. Dengan adanya sampel produk diharapkan mempermudah para konsumen mengetahui bagaimana tekstur kain pada batik.



Visualisasi Sampel Produk pada Katalog
(Sumber: Penulis, 2018)

2. Brosur

a. Bagian Luar Brosur



Tampilan Bagian Luar Brosur
(Sumber: Penulis, 2018)

Pada tampilan luar brosur memiliki tiga bagian. Bagian sisi kanan sebagai cover brosur dengan gambar batik seperti pada katalog. Bagian tengah menggunakan siluet batik gedog sebagai background terdapat logo dan keterangan alamat, nomor *telephone*, email dan website dibagian bawah. Sedangkan bagian kiri terdapat *cutting* dengan bentuk motif dari batik gedog, diharapkan dapat menarik minat para konsumen dengan melihat sampel produk yang diperlihatkan.

Brosur dicetak pada kertas Art Paper dengan ukuran 20cm x 36cm, menggunakan teknik cetak *digital printing* dengan finishing laminasi Doff.

b. Bagian Dalam Brosur

Memiliki tiga bagian, pada bagian kanan berisi keterangan cara order dan kunjungan ke H.M. Sholeh, diantara keterangan ada bagian *cutting* dengan bentuk motif batik.



Tampilan Bagian Dalam Brosur
(Sumber: Penulis, 2018)

Untuk bagian tengah terdapat slogan “dengan membeli produk kami, anda turut serta dalam pelestarian khazanah budaya batik indonesia khususnya batik tulis gedog Tuban, ada bagian *cutting* berbentuk lingkaran yang dapat memperlihatkan bagian sampel kain. Sedangkan bagian kiri berisi penjelasan merek dan jenis produk yang diproduksi. Hal demikian untuk membuat para konsumen dan calon konsumen penasaran seperti apa full motif dari batik, yang kemudian tertatik untuk melihat.

c. Sampel Batik Pada Brosur

Pada bagian depan *full* dengan ilustrasi motif batik, sedangkan pada bagian belakang berisi keterangan tentang sampel batik mulai dari kode produk, harga, bahan, warna, jenis produk dan

ukuran. Untuk bentuk dari sampel produk berukuran 20 cm x 11,5cm. pada bagian atas terdapat bagian berbentuk persegi sebagai sisi yang dapat ditarik. Bagian sisi yang dapat ditarik memiliki posisi yang berbeda dari setiap sampel, didesain demikian agar posisi tidak tumpang tindih, setelah ditarik dan dikembalikan seperti semula. Untuk memberikan informasi kepada Konsumen dan calon konsumen dengan cara yang lebih komunikatif.

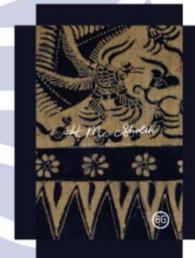


Tampilan Sampel Produk Pada Brosur
(Sumber: Penulis, 2018)

3. Kemasan

1) Bagian Tutup Kemasan

Tampilan pada kemasan menggunakan *background* yang sama seperti cover katalog dan brosur. Agar terlihat senada, pada bagian bawah sebelah kanan terdapat logo dan bagian atas bawah penutup berisi keterangan sosial media H.M. Sholeh.



Tampilan Bagian Tutup Kemasan
(Sumber: Penulis, 2018)

Berukuran 17cm x 25cm x 2,5cm pada kerangka duplek kemudian dilapisi stiker bontak yang dicetak dengan teknik *digital printing* dengan finishing laminasi *doff*. Tidak Sekadar untuk menjaga produk namun juga memberikan sentuhan estetik pada kemasan.

2) Bagian Badan Kemasan

Berwarna hitam polos berukuran 17cm x 25cm x 4,5cm pada kerangka duplek, dan dilapisi stiker bontak.



Gambar 5.57 Tampilan Badan Kemasan
(Sumber: Penulis, 2018)

MEDIA PENDUKUNG

1. Kontent Facebook

Pembuatan kontent untuk facebook disesuaikan dengan media yang lainnya seperti katalog, brosur dan kemasan.

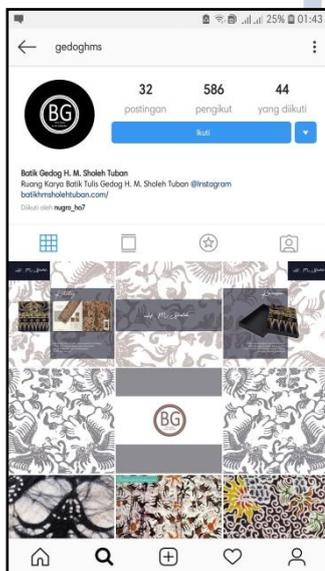


Gambar 5.63 Kontent Facebook (Sumber: Penulis, 2018)

Mulai dari penggunaan warna dominan hitam dan coklat. Kontent Facebook dibuat untuk para konsumen yang sudah mengikuti H.M. Sholeh di Facebook. Kontent berisi tentang informasi produk dan harga dari produk. Kontent dibuat melalui *Software Adobe Illustrator* dengan menyertakan foto produk dan keterangan tentang produk. Untuk *layout* menggunakan ukuran 9:16 pada sebelah kanan dan kiri menunjukkan detail produk, kemudian pada bagian tengah berisi tentang informasi produk.

2. Kontent Instagram

Tema yang digunakan untuk kontent Instagram sama seperti media promosi yang lain yaitu Tradisional Elegan.



Gambar 5.64 Mockup Kontent Pada Instagram Sumber: Penulis, 2018

Kontent Instagram berguna untuk memberikan informasi terupdate dalam media sosial bagi para pengikut akun Instagram H.M. Sholeh. Untuk konten *background feeds* menggunakan layout yang senada agar terlihat lebih estetik dan kekinian. Pembuatan kontent Instagram melalui *Software Adobe Illustrator* dengan ukuran tiap kontent 1000 pixel x 1000 pixel.

KESIMPULAN

Konsep Perancangan Media Promosi Batik Tulis Gedog H.M. Sholeh adalah memperkenalkan batik khas Kabupaten Tuban terutama H.M. Sholeh kepada masyarakat luar Kabupaten Tuban dan diharapkan dengan adanya media yang komunikatif serta informatif bagi konsumen dan calon konsumen, mampu menarik konsumen dari luar daerah Kabupaten Tuban.

DAFTAR PUSTAKA

- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Erlangga.
- Thomson. 2007. *Pengantar Bisnis Kontemporer Edisi 11*. Jakarta: Sakraba.
- Mu'azim, Abidin. 2014. Kain Gedog Batik Tuban (<http://www.batikhmsholehtuban.com/2014/11/kain-gedog-batik-tuban-2911g.html>) diakses 06 Maret 2018 (01:48)
- Motif dan Corak Batik. 2014. (<https://ejournal.umm.ac.id/index.php/bestari/article/view/91/103>) diakses: 06 maret 2018 (01:23)