

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BATIK TULIS JARAK ARUM DI DOLLY SURABAYA

### Rany Ineke Dewi Tabrani D

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
Email: [ranyd@mhs.unesa.ac.id](mailto:ranyd@mhs.unesa.ac.id)

### Drs. Eko Agus Basuki Oemar, M.Pd

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
Email: [ekoaboemar@yahoo.co.id](mailto:ekoaboemar@yahoo.co.id)

#### Abstrak

Batik Tulis Jarak Arum merupakan UKM yang kali pertama berdiri di Dolly pada tahun 2014 semenjak penutupan lokalisasi tersebut. Setelah penutupan Dolly pemerintah membangun Rumah Batik sebagai pelatihan membatik sehingga banyak ukm yang mulai berdiri. Jarak Arum memiliki motif batik yang menggambarkan makna dan filosofi setempat. Melihat kualitas batik yang baik dan pemasaran yang cukup baik, namun dari segi promosi belum efektif karna banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan batik tulis Jarak Arum terutama masyarakat Surabaya. Berdasarkan latar belakang, dapat diperoleh rumusan masalah yaitu: (1) Bagaimana konsep Perancangan Media Promosi Jarak Arum. (2) Bagaimana proses Perancangan Media Promosi Jarak Arum. (3) Menerapkan Perancangan Media Promosi Batik Tulis Jarak Arum. Metode perancangan awal yaitu melakukan survey lokasi penelitian yang berada di Jl. Kupang Gunung Timur Gg V no. 27 Rt.004 Rw.06, Putat Jaya, Surabaya. Sumber data yang diperoleh diambil melalui wawancara dengan narasumber untuk data tertulis. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT, analisis USP dan Positioning serta prosedur membuat perancangan desain. Hasil karya desain meliputi katalog, kemasan dan brosur dengan tema tradisional elegan. Awal proses perancangan desain yakni membuat *Thumbnail* kemudian dilanjutkan proses visualisasi *tighttissu* menggunakan software Corel Draw X7. Setelah selesai, selanjutnya melakukan review desain dengan validator untuk perbaikan desain, sesudah validasi dilanjutkan dengan proses akhir yaitu produksi atau final desain. Perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan media promosi yang komunikatif agar dapat tercapai tujuan dan diterima oleh khalayak masyarakat.

**Kata Kunci:** Perancangan, Promosi, Batik, Jarak Arum

#### Abstract

*Batik Tulis Jarak Arum is the first UKM that built in Dolly on 2014 since localization had been closed. After the localization was closed, the government build a batik house as a training "membatik" so many new UKM start exist. Jarak arum has batik motif that describe local meaning and philosophy. This batik has good quality and marketing but the promotion way is not effective because many people that doesn't know the existence of Batik Jarak Arum especially surabaya society. According to these background, the problem formulation is : (1) How is the concept of Jarak Arum promotion media design (2) How is the process of designing Jarak Arum promotion media (3) Implementing promotion media design of Batik Tulis jarak Arum. The first design method is survey the location that located in kupang Gunung Timur Street, Gg V no. 27, Rt. 004 Rw. 06, Putat Jaya, Surabaya. Data source is taken from interview with informant for written data. Data collecting techniques are interview, observation, and documentation. Data analyse method use SWOT, USP and positioning and procedure of creating design. Design result includes catalog, packaging, and brochur with elegant traditional theme. The first proccess of design is create thumbnail, then tighttissu visualitation using software corel draw X7. After that, review the design by validator for design improvements, After validation is continued with the final process called production or final design. This design is expected to produce promotional media communicative in order to achieve goals and accepted by the public.*

**Keywords:** Design, Promotional, Batik, Jarak Arum

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dolly merupakan nama sebuah kawasan bekas lokalisasi Pekerja Seks Komersial (PSK) yang terletak di daerah Jarak, Pasar Kembang, kota Surabaya. Menurut Tim Liputan6 dalam situsnya <https://www.liputan6.com/regional/read/3868138/jejakka-mpung-dolly-dalam-bisnis-prostitusi-online-di-surabaya>, "Kawasan Dolly ini menjadi kawasan prostitusi terbesar se-Asia Tenggara dibandingkan Bangkok, Thailand dan Singapura". Pada tahun 2014, Pemerintah Kota Surabaya menutup kawasan Dolly yang terkenal sebagai bisnis prostitusi dan merubahnya sebagai sentra pelatihan Batik. Pemerintah Kota Surabaya mendirikan "Rumah Batik" serta pelatihan membuat batik untuk warga sekitar Putat Jaya sebagai penunjang ekonomi. Tidak itu saja, tempat ini berubah menjadi salah satu tempat kunjungan wisatawan mancanegara, dalam tiap kunjungan para wisatawan asing bisa berlatih membuat batik, mulai dari membuat pola hingga pewarnaan.

Setelah berdirinya Rumah Batik Pemerintah juga mendirikan Rumah Kreatif atau lebih dikenal Dolly Saiki (DS) Point. Batik Tulis Jarak Arum diproduksi oleh warga Jarak, ibu Fitria merupakan ketua pengelola Batik Jarak Arum. Beliau memulai usaha batik sekitar tahun 2014 hingga sekarang. Ibu Fitria sering mengikuti acara pameran dan festival untuk mengenalkan Batik Tulis Jarak Arum yang memiliki motif khas Surabaya dan Dolly.

Rumah produksi Batik Jarak Arum berada di Jl. Kupang Gunung Timur Gg V no. 27 Rt.004 Rw.06, Putat Jaya, Surabaya, yang merupakan tempat tinggal Ibu Fitria. Sedangkan Pusat penjualan berada di Dolly Saiki (DS Point) binaan Pemkot Surabaya yang berada di Jl. Putat Jaya Lebar B no. 27, Putat Jaya, Kec. Sawahan, Kota Surabaya. Batik Tulis Jarak Arum melayani pembelian dalam skala eceran maupun orderan besar (partai), bisa juga memesan produk batik sesuai dengan corak yang diminta. Jarak Arum menjual kain batik tulis berdasarkan motif khas Dolly sehingga pelanggan bisa memilih jenis motif dan corak yang ditawarkan dengan berbagai desain motif.

Telah banyak produk yang dihasilkan oleh Jarak Arum, namun belum dilengkapi dengan media promosi yang baik. Oleh karena itu Jarak Arum belum terekspos luas hanya diketahui warga terdekat dan selingkungnya yang mengetahui keberadaan Jarak Arum, sehingga produk yang dihasilkan sudah banyak namun penjualan masih belum meningkat. Adapun kendala lainnya yaitu media yang digunakan untuk mengikuti pameran belum adanya logo dan merek dari Jarak Arum yang mengenalkan batik khas Dolly tersebut. Sehingga perlu

dirancang beberapa media promosi yang dapat meningkatkan eksistensi perusahaan dengan memuat konten produk demi menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Untuk membatasi permasalahan dalam perancangan desain promosi diperlukan ruang lingkup, yang dimaksud adalah batasan jumlah media promosi yang dirancang. Setiap produk yang sudah jadi akan diabadikan melalui dokumentasi tersebut, jadi media yang dipilih adalah katalog produk sebagai media promosi utama yang dapat dipublikasikan secara offline maupun online. Sedangkan untuk menentukan media yang lain peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik UKM Batik Tulis Jarak Arum. Diharapkan hasil dari perancangan media promosi dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk serta memperkenalkan motif khas Batik tulis Jarak Arum kepada masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana konsep perancangan media promosi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya ?
- 2) Bagaimana proses perancangan media promosi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya ?
- 3) Bagaimana hasil perancangan media promosi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya?

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan perancangan sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan konsep perancangan media promosi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya.
- 2) Merancang karya desain media promosi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya.
- 3) Menerapkan hasil perancangan media promosi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya.

## METODE PERANCANGAN

### Metode Perancangan

Metode perancangan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Rumah Produksi Batik Tulis Jarak Arum Dolly yang beralamat Jl. Kupang Gunung Timur Gg V no. 27 Rt.004 Rw.06, Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya.

### Sumber Data

#### 1) Data primer

Sumber data primer penulis berupa lisan dan tindakan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada

narasumber. Wawancara dilakukan langsung di lokasi penelitian, yaitu di Rumah produksi Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya. Narasumbernya adalah pemilik UKM Batik Tulis Jarak Arum yaitu ibu Fitria. Kemudian hasil wawancara ditulis dengan detail pada buku catatan penulis.

## 2) Data sekunder

Selain data primer, sumber data juga diperoleh dari data sekunder untuk memperkuat informasi yang diberikan secara lisan. Sumber data tertulis diperoleh dari buku maupun sumber internet diantaranya buku dengan judul Desain Komunikasi Visual oleh Supriyono pada tahun 2010 dan Berita online di Liputan 6.

## Teknik Pengumpulan Data

### 1) Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan informan dari Batik tulis Jarak arum yaitu ibu Fitria selaku ketua UKM batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya. Masalah yang ditanyakan meliputi latar belakang usaha, identitas perusahaan, visi misi usaha, ciri khas usaha dan target perusahaan. Wawancara berikutnya dilakukan ketika penulis merasa perlu tambahan informasi atau masih kekurangan terkait apa yang diperlukan untuk membuat perancangan media promosi tersebut.

### 2) Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang meliputi melakukan pengamatan, pencatatan secara sistematis kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin (Iskandar, 2009:121).

Dalam observasi ini peneliti melihat secara langsung di lokasi Rumah produksi yang berada di Jl. Kupang Gunung Timur Gg V no. 27 Rt.004 Rw.06, Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. Observasi yang digali meliputi (1) motif-motif batik, yaitu motif kupu-kupu, daun jarak dan lainnya. (2) Dominasi warna-warna yang sering digunakan. (3) Promosi yang pernah dilakukan. (4) Target pasar produk Batik Tulis Jarak Arum. (5) Banyaknya minat terhadap produk Batik tulis Jarak Arum.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan sebagai data pendukung peneliti, yang merupakan kumpulan foto bukti UKM Jarak Arum, foto saat wawancara, saat pengumpulan data dalam bentuk foto ketika berada di lokasi.

## Analisis Data

### 1) SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2012:198).

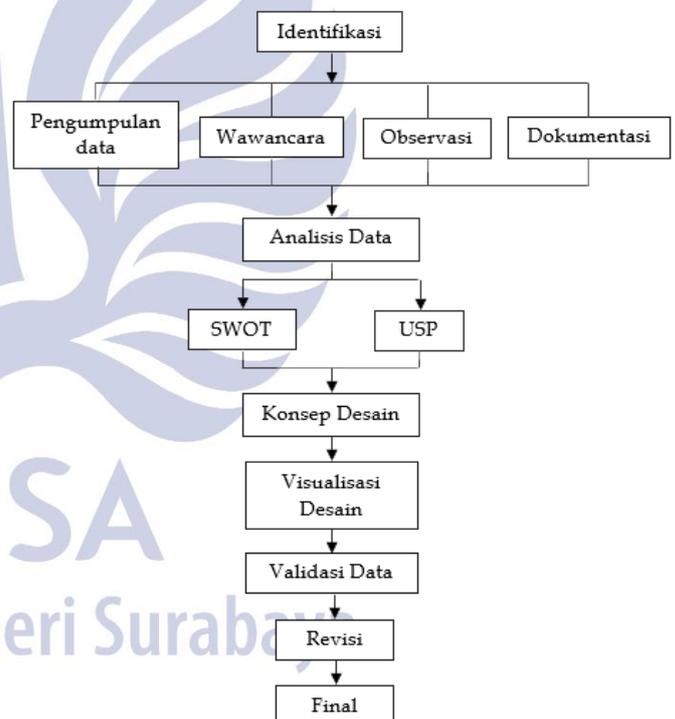
Analisis ini memfokuskan dari data yang telah didapatkan untuk memaksimalkan kekuatan, peluang, kelemahan, hingga ancaman dari berbagai aspek yang bersangkutan dengan Batik Tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya.

### 2) USP (*Unique Selling Proposition*)

Ciri utama USP adalah memperkenalkan perbedaan penting yang membuat suatu perusahaan/jasa itu unik.

## Tahap Perancangan

Bagan 1. Bagan Perancangan



## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Data Perusahaan

- Nama Perusahaan : Jarak Arum
- Pengelola Perusahaan: Fitria Anggraeni Lestari
- Produk yang dipasarkan : Batik Tulis khas Dolly dan Ecoprint
- Potensi Prusahaan:

Lokasi mudah dijangkau dengan adanya website Jarak Arum. Memproduksi kain Batik Tulis yang mempunyai ciri khas daerah Dolly dengan proses produksi secara tradisional agar kualitas produk Batik terjamin mutunya.

- Tujuan Perusahaan:

#### 1) Visi :

Melestarikan budaya batik tulis dan bersaing dalam bidang ekonomi kreatif

#### 2) Misi :

- (1) Meningkatkan perekonomian warga lingkungan sekitar.
- (2) Mengurangi tingkat pengangguran warga Dolly- Jarak.
- (3) Mengangkat kearifan lokal yaitu mengenalkan ciri khas dari daerah Dolly.

- Lokasi Perusahaan:

Jl. Kupang Gunung Timur Gg V no. 27 Rt.004 Rw.06, Putat Jaya, Kota Surabaya.



**Gambar 1**  
Peta Lokasi Jarak Arum

### Data Produk

- 1) Jenis Produk: Batik Tulis Jarak dan Ecoprint
- 2) Nama Merek Produk: Jarak Arum
- 3) Spesifikasi Produk: Batik Tulis khas Dolly berbahan kain katun primisima dan sutra didominasi varian warna-warna kontras khas dari Batik Tulis Jarak Arum. Dengan ukuran 125 x 200 cm.
- 4) Harga Produk: Harga yang dijual oleh Jarak Arum sangat beragam yaitu berkisar antara Rp. 250.000,00 s/d Rp. 2.000.000,00. Harga kain batik ini sangatlah mahal disesuaikan juga dengan tingkat kerumitan motif dan bahan kain batik.
- 5) Potensi Produk: Produk Produk ini diharapkan bisa dijadikan batik khas Dolly untuk menghilangkan kesan buruk Dolly dan bisa digunakan untuk busana

acara formal maupun informal, serta bisa juga untuk seragam.

- 6) Foto Produk:



**Gambar 2**

Produk Batik Tulis Jarak Arum dengan bahan Katun Primisima



**Gambar 3**

Produk Batik Tulis Jarak Arum dengan bahan Sutera

### Karakter Konsumen

#### 1) Aspek Demografis

- (1) Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan
  - (2) Umur : usia 22-55 tahun
  - (3) Pendidikan : Semua tingkat pendidikan
  - (4) Pekerjaan : Pegawai negeri maupun swasta
  - (5) Penghasilan : Rp 1.000.000,00 – Rp 8.000.000,00
- Kalangan menengah keatas, karena harga produk yang bervariasi dengan penghasilan target konsumen.

#### 2) Aspek Psikografis

Dari aspek psikografis, target konsumen dari batik jarak arum adalah masyarakat yang membutuhkan kain batik untuk busana di kantor maupun acara-acara resmi. Konsumen yang cenderung menyukai fashion dengan khas tradisional seperti batik.

#### 3) Aspek Geografis

Target audience berasal dari kota Surabaya khususnya dan seluruh wilayah Indonesia pada umumnya.

### Strategi Kreatif

#### 1) Tema

Tema yang diterapkan dalam media promosi yaitu "Tradisional dan Elegan" dengan maksud menonjolkan bahwa batik tulis dibuat secara tradisional yang merupakan warisan budaya. Sedangkan elegan sesuai dengan julukan Dolly yang dulunya dikenal sebagai

tempat wanita kupu-kupu malam kini berubah menjadi pelatihan membuat batik bagi wanita-wanita anggun (elegan). Tema yang diusung juga merupakan visualisasi tentang keindahan batik tulis yang dibuat secara tradisional dengan harga yang cukup mahal namun tidak meninggalkan ke khasan daerah masing-masing.

2) Pesan Verbal

Pesan verbal berfungsi memberi gambaran dan informasi yang melengkapi pesan visual pada gambar ilustrasi yang ditampilkan pada karya desain. Sesuai dengan tema “Tradisional dan Elegan” maka pada desain menggunakan bodytext “Esensi Batik khas Jarak-Dolly” yang merupakan inti dari motif batik Jarak Arum. Sehingga Dolly bisa dikatakan mempunyai cerita dibalik motif Batik Tulis.

3) Pesan Visual

Katalog, kemasan, dan brosur yang dirancang komunikatif untuk konsumen dengan penonjolan logo jarak arum yang tersusun sebagai background pada setiap media yang dirancang serta memberikan ilustrasi fotografi motif dari Jarak Arum, diharapkan memberi kesan visual yang tidak menonton dan menarik minat para konsumen dan calon konsumen.

4) Gaya Desain

Gaya desain tampilan yang mendukung pendekatan komunikasi kepada calon konsumen dan keseluruhan karya desain grafis media promosi Batik Tulis Jarak Arum adalah bergaya modern yang mempresentasikan kesan mewah pada motif batik. Walaupun di desain dengan gaya modern namun tidak meninggalkan kesan tradisional yang merupakan tema dari desain Jarak Arum. Dengan memberi warna gradasi hitam putih dan sentuhan warna kuning emas, desain akan terlihat lebih simple dan mewah.

**VISUALISASI KARYA DESAIN**

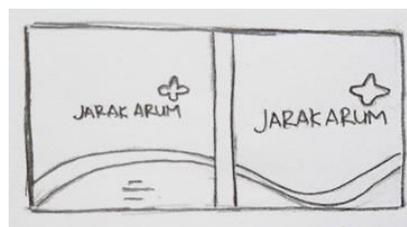
**Proses Perancangan**

Menentukan tema adalah tahap awal perancangan media promosi dengan membuat konsep dan menentukan gaya desain yang akan digunakan. Konsep desain akan memperhitungkan *layout*, *typografi* dan warna pada perancangan media. Gaya desain yang akan digunakan yaitu elegan dan tradisional dengan memperhitungkan efektifitas media kepada konsumen atau calon konsumen.

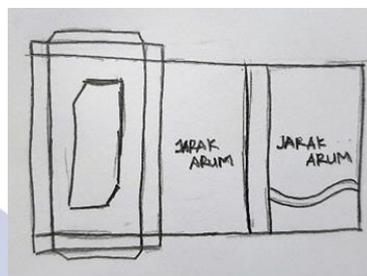
**Visualisasi Desain**

1) *Thumbnail*

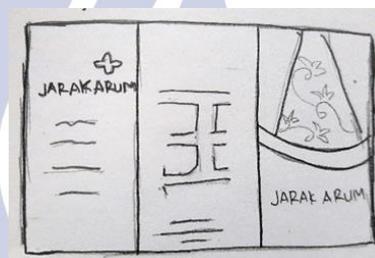
Merupakan pengembangan ide dalam bentuk visual, berupa konsep, icon dan sketsa-sketsa kasar menggunakan pensil atau bolpoin yang dilakukan secara manual.



**Gambar 4**  
Thumbnail cover katalog  
(Sumber: Penulis, 2019)



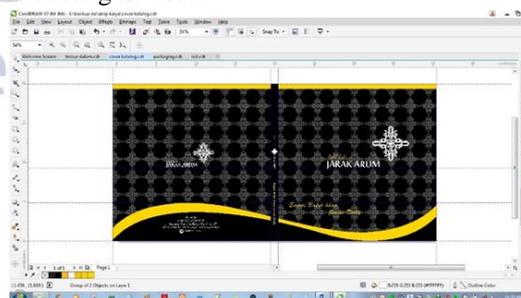
**Gambar 5**  
Thumbnail Kemasan  
(Sumber: Penulis, 2019)



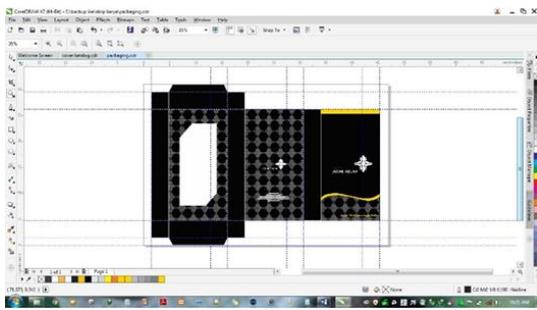
**Gambar 6**  
Thumbnail brosur bagian luar  
(Sumber: Penulis, 2019)

2) *Tight Tissue*

Tahap Tighttissue adalah tahap yang dikembangkan melalui computer menggunakan software CorelDraw x7. Dari sketsa Thumbnail akan dipindahkan kedalam software dengan cara scan atau digambar ulang agar bisa dibuat rancangan visual.

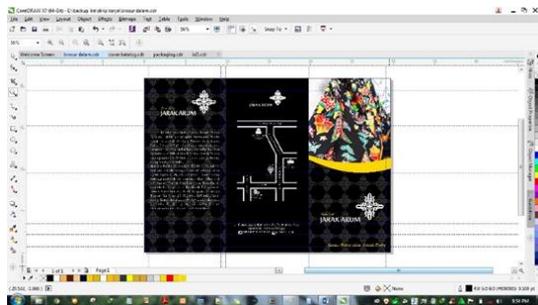


**Gambar 7**  
Proses editing Cover Katalog melalui CorelDraw x7  
(Sumber: Penulis, 2019)



**Gambar 8**

Proses Editing kemasan luar melalui *CorelDraw*  
(Sumber: Penulis, 2019)



**Gambar 9**

Proses editing brosur bagian luar melalui *CorelDraw*  
(Sumber: Penulis, 2019)

**Validasi Desain**

Proses validasi dilakukan oleh seorang yang ahli dibidang desain grafis yaitu, Ibu Asidigisianti SP, ST. M.Pd. Penilaian tabel validasi desain meliputi beberapa aspek yaitu : (1)tema, (2)warna, (3)tipografi, (4)layout, (5)ilustrasi, (6)fungsi. Validator memberikan beberapa masukan secara lisan maupun tulisan mengenai materi maupun desain yang disajikan pada media yang dibuat. Saran revisi pada layout brosur agar dibuat seirama sesuai dengan produk yang di produksi, serta revisi penataan letak logo dengan nama merek.

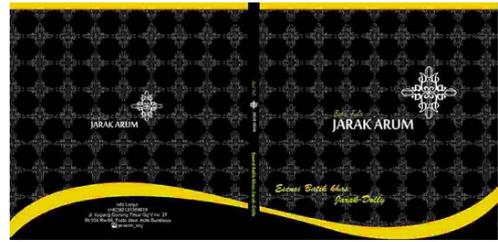
Hasil penilaian rancangan desain katalog mendapat nilai rata-rata 4.6 dengan tingkat validitas 92% dengan kriteria sangat baik. Sedangkan penilaian rancangan desain kemasan mendapat nilai rata-rata 4.65 dengan tingkat validitas 93% dengan kriteria sangat baik dan penilaian rancangan desain brosur mendapat nilai rata-rata 4.6 dengan tingkat validitas 92% dengan kriteria sangat baik yang artinya semua media layak digunakan untuk media promosi Jarak Arum.

**Final Desain**

**1) Katalog**

Katalog desain berukuran 20cmx20cm, menggunakan jilid hard cover agar terlihat kokoh dan elegan. Untuk isi katalog Berisi tentang spesifikasi batik, mulai dari nama motif produk,

kode produk, material produk, panjang produk dan harga produk. Di cetak kertas Art Paper 150gram.



**Gambar 10**

Tampilan Cover Luar Katalog  
(Sumber: Penulis, 2019)



**Gambar 11**

Tampilan isi katalog kain primisima  
(Sumber: Penulis, 2019)



**Gambar 12**

Tampilan isi katalog kain primisima  
(Sumber: Penulis, 2019)

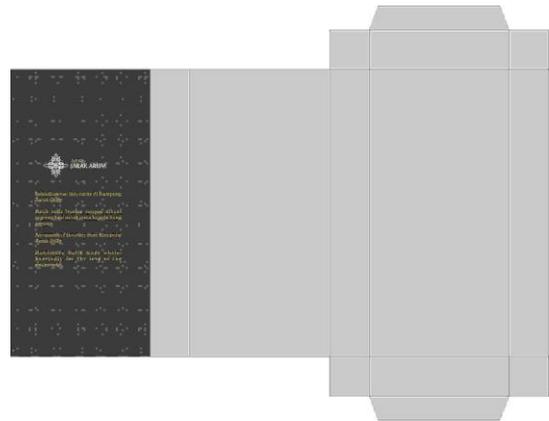


**Gambar 13**

Tampilan isi katalog kain sutra  
(Sumber: Penulis, 2019)



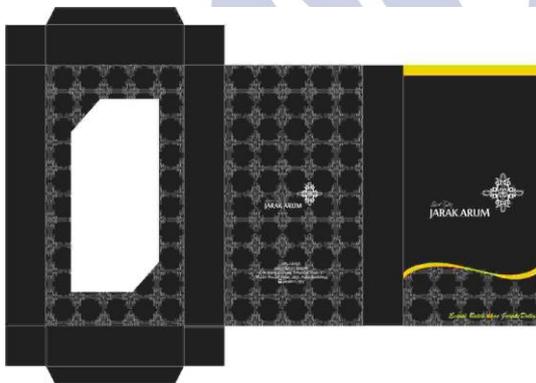
**Gambar 14**  
Tampilan isi katalog ecoprint  
(Sumber: Penulis, 2019)



**Gambar 16**  
Tampilan Bagian Dalam Kemasan  
(Sumber: Penulis, 2019)

2) **Kemasan**

Kemasan berukuran 43,8cm x 31cm x 3,3cm menggunakan kertas Art Paper. Tampilan kemasan bagian luar dengan menepakan Logo pada tengah untuk menjadi pont interest dan dibagian bawah diberi *subheadline*. Tengah kemasan bagian bawah diberi informasi kontak penjual.



**Gambar 15**  
Tampilan Bagian Luar Kemasan  
(Sumber: Penulis, 2019)

Sedangkan Tampilan bagian dalam kemasan yang terlihat hanya bagian sebelah kiri bagian tutup dengan ukuran 11cm x 21,4cm. Didalam kemasan terdapat penjelasan batik Jarak-Dolly yang menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sebagai terjemahan jika ada calon konsumen Asing.

3) **Brosur**

Desain Brosur dicetak ukuran 29,7cm x 21cm dengan kertas Art Paper 120gram menggunakan teknik *digital printing* dan finishing laminasi *doff*. Tampilan brosur dibagi menjadi tiga bagian. Brosur bagian luar sisi pertama terdapat foto batik Jarak Arum , sisi kedua terdapat peta lokasi outlite penjualan dan dibawahnya terdapat alamat outlit beserta website untuk mempermudah calon konsumen mencarinya. Sedangkan bagian sisi ketiga brosur ada logo Jarak Arum dan latar belakang awal mula berdirinya Jarak Arum.



**Gambar 17**  
Tampilan Bagian Luar Brosur  
(Sumber: Penulis, 2019)

Tampilan bagian dalam brosur pada bagian sisi kanan berisi beberapa gambar ilustrasi produk batik tulis dan penjelasan mengenai kain katun primisima. Lalu bagian tengah bawah terdapat gambar ilustrasi produk batik tulis yang menggunakan kain sutra beserta penjelasannya. Sedangkan bagian kiri juga terdapat gambar ilustrasi ecoprint yang menggunakan kain primisima dan sutra. Bagi calon konsumen yang kurang

paham mengenai ecoprint terdapat penjelasan mengenai ecoprint.



**Gambar 18**  
Tampilan Bagian Dalam Brosur  
(Sumber: Penulis, 2019)

**Visualiasasi Penerapan Final Desain**

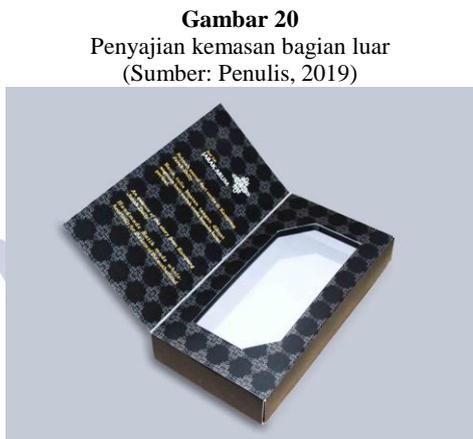
1) Katalog



**Gambar 19**  
Penyajian Katalog  
(Sumber: Penulis, 2019)



2) Kemasan



**Gambar 20**  
Penyajian kemasan bagian luar  
(Sumber: Penulis, 2019)



**Gambar 21**  
Penyajian kemasan bagian dalam  
(Sumber: Penulis, 2019)

3) Brosur



**Gambar 22**  
Penyajian Brosur  
(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) Katalog

Dicetak di percetakan Spectrum dengan harga satuan.

Biaya Cetak Artpaper	= Rp. 64.000,-
Biaya Jilid Hardcover	= Rp. 36.000,-
<hr/>	
Total Biaya	= Rp. 100.000,-

Estimasi biaya produksi satu katalog yakni Rp. 100.000,-

2) Kemasan

Dicetak di percetakan Magic Star dengan harga satuan.

Biaya Cetak Artpaper+Rid=	Rp. 14.000,-	
Biaya Laminasi 2 sisi	= Rp. 6.000,-	
<hr/>		
Total Biaya	= Rp. 20.000,-	+

Estimasi biaya produksi satu kemasan yakni Rp. 20.000,-



### 3) Brosur

Dicetak di percetakan Excellent dengan harga satuan.

Biaya Cetak Artpaper A3	= Rp. 4.500,-	
Biaya Laminasi	= Rp. 4.000,-	
<hr/>		+
Total Biaya	= Rp. 8.500,-	

Biaya brosur cetak di atas dalam ukuran A3, namun ukuran brosur yang diinginkan yaitu 29,7cm x 21cm jadi dalam ukuran A3 mendapat 2 brosur. Estimasi biaya produksi satu brosur yakni Rp. 4.250,-

### Media Pendukung

#### 1) Kartu Nama



**Gambar 23**  
Penyajian Brosur  
(Sumber: Penulis, 2019)

Kartu nama dibuat dengan ukuran 5,5cm x 9cm. Berisi tentang informasi pemilik Jarak Arum untuk mempermudah calon konsumen atau konsumen bertanya langsung ke pemilik agar lebih jelas.

#### 2) Paper Bag



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

Ukuran untuk Paper bag 23cm x 15cm x 6cm. Paper bag digunakan untuk membawa produk agar mudah dibawa dan terlindungi.

### 3) X Banner



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

X-Banner dicetak dengan ukuran 160cm x 60cm.

### PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari perancangan media promosi batik tulis Jarak Arum di Dolly Surabaya dapat di simpulkan bahwa tujuan Perancangan Media Promosi Batik Jarak Arum adalah untuk memperkenalkan batik khas Dolly Surabaya terutama Jarak Arum kepada masyarakat dalam maupun luar Surabaya. Dengan adanya media yang komunikatif serta informatif diharapkan dapat menarik konsumen dan calon konsumen serta menghilangkan kesan buruk Dolly di masa lalu.

Tahap proses perancangan Media Promosi Batik Tulis Jarak Arum adalah sebagai berikut. 1) Pengumpulan informasi mengenai data produk dan promosi yang pernah dilakukan. 2) Menganalisis informasi yang telah terkumpul menggunakan SWOT. 3) Merancang tema dan konsep sesuai dengan perancangan yang akan diwujudkan menjadi Media Promosi Batik Tulis Jarak Arum. 4) Visualisasi desain dilakukan dengan proses digital melalui software Corel Draw X7. 5) Setelah desain sudah final, barulah memasuki proses produksi dengan mencetak. Hasil final desain promosi berupa katalog, brosur dan kemasan diberi nilai oleh validator.

Hasil Perancangan Media promosi Jarak Arum ini diharapkan mampu menarik lebih banyak konsumen untuk datang dan membeli produk Batik Tulis Jarak Arum, serta membantu mengenalkan Batik khas Dolly kepada masyarakat luas.

## Saran

Dengan adanya Batik Tulis Jarak Arum yang merupakan salah satu UKM Batik Tulis tertua di Dolly, diharapkan nantinya masyarakat tidak lagi memandang sebelah mata daerah Dolly yang dulu terkenal sebagai tempat prostitusi. Diharapkan masyarakat juga lebih mengenal dan mencintai batik tulis khas Indonesia ini.

Saran untuk Jarak Arum agar lebih memperkenalkan Batik khas Dolly kepada masyarakat sekitar melalui media promosi ini dan membuka pelatihan atau workshop sebagai pengenalan tentang Batik Tulis Jarak Arum.

[https://ilmuseni.com/seni-rupa/seni-grafis/unsur-desain-grafis-diakses-pada-tanggal \(2 Maret\).](https://ilmuseni.com/seni-rupa/seni-grafis/unsur-desain-grafis-diakses-pada-tanggal-2-Maret)

[https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/4p-marketing-mix/ diakses pada tanggal \(15 April\).](https://catatanmarketing.wordpress.com/tag/4p-marketing-mix/)

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lia dan Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Effendi, Onong U. 2002. *Ilmu Teori Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti
- Iskandar. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada (GP Press)
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Keegan, Waren J. 2007. *Manajemen Pemasaran Global edisi ke-6 jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Klimchuk, Marianne Rosner & Krosaver, Sandra A. 2007. *Desain Kemasan*. Jakarta: PT. Erlangga
- Oemar, Eko AB. 2016. *Desain Komunikasi Visual Periklanan*. Surabaya: Unesa University Press
- Rustan, Suriyanto, 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto. 2014. *Layout*. Jakarta: Gramedia
- Rangkuti, Freddy. 2012. *SWOT Balance Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Regina, Maria. 2008. *Kamus Istilah Desain Grafis dan Periklanan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Riduwan. 2006. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan Penelitian untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan), Edisi ke 5*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi visual, Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Andi

## Website :

<https://www.liputan6.com/regional/read/3868138/jejak-kampung-dolly-dalam-bisnis-prostitusi-online-di-surabaya> diakses pada tanggal (22 Februari).