

PERANCANGAN “BATIK EDUCATION KIT” UNTUK KAMPUNG BATIK OKRA SURABAYA

Moch. Nashrullah Arifin¹, Ika Anggun Camelia²

¹Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: mocharifin.22018@mhs.unesa.ac.id

²Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: ikacamelia@unesa.ac.id

Abstrak

Kampung Batik Okra Surabaya memiliki banyak karya yang bersaing dan inovatif. Melalui pelatihan batik, kampung batik okra berupaya untuk melestarikan budaya. Namun, kampung Batik Okra belum memiliki set edukasi yang praktis serta belum memiliki identitas visual yang konsisten dan profesional untuk dikenal secara luas. Karena itu perlu dirancang pembaruan strategi *branding* dan perancangan “*Batik Education Kit*” sebagai solusi kebutuhan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konsep, proses, dan hasil perancangan “*Batik Education Kit*” untuk Kampung Batik Okra Surabaya. Penelitian dilakukan dengan metode *R&D* menggunakan model *4D* yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Tahap *define* yang mencakup penentuan konsep Media Kit Edukasi Membatik yang didasarkan pada hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap *design* mencakup pembuatan sketsa (*Thumbnail*) elemen visual, penyatuan desain (*Tight Tissue*), dan penerapan desain ke media Kit Edukasi serta identitas visual. Pada tahap *develop*, perancangan divalidasi oleh validator ahli materi dan media. Didapatkan keseluruhan skor hasil validasi ≥ 4 . Dari hasil tersebut, maka media yang dirancang layak digunakan untuk keperluan pelatihan maupun sebagai media promosi Kampung Batik Okra Surabaya. Pada tahap *disseminate*, media yang dikembangkan dikenalkan pada masyarakat secara terbatas sebagai sosialisasi awal.

Kata kunci: Perancangan, Kit Edukasi, Batik Okra, Identitas Visual

Abstract

Kampung Batik Okra Surabaya produces many competitive and innovative works. Through batik training, Kampung Batik Okra strives to preserve its culture. However, Kampung Batik Okra does not yet have a practical educational kit, nor does it have a consistent and professional visual identity that would make it widely recognizable. Therefore, it is necessary to develop an updated branding strategy and design a “*Batik Education Kit*” as a solution to these needs. This study aims to describe the concept, process, and results of the “*Batik Education Kit*” design for Kampung Batik Okra Surabaya. The research was conducted using an *R&D* method based on the *4D* model, adapted to the community’s needs. The “*define*” phase involved determining the concept of the “*Batik Education Kit*” based on the results of interviews, observations, and documentation. The “*design*” phase included creating thumbnails of visual elements, refining the design (*Tight Tissue*), and applying the design to the Education Kit and visual identity. In the “*Develop*” phase, the design was validated by subject matter and media experts. The overall validation score was ≥ 4 . Based on these results, the designed materials are suitable for use in training as well as for promoting Kampung Batik Okra Surabaya. In the “*Disseminate*” phase, the developed materials were introduced to a limited audience as an initial outreach effort..

Keywords: Design, Educational Kit, Batik Okra, Visual Identity

1

PENDAHULUAN

Batik adalah salah satu warisan budaya yang menjadi bagian penting dari jati diri bangsa. Setelah batik diakui oleh Unesco sebagai sebuah warisan budaya internasional khas Ide, industri batik telah berkembang pesat (Pratiwi & Sulistyowati, 2020). Di Indonesia, batik memiliki berbagai macam motif yang berbeda-beda di setiap daerahnya. Saat ini, ada kurang lebih 76 jenis Batik yang berasal dari kurang lebih 25 kabupaten di Jawa Timur. Penggunaan latar warna yang cerah seperti hijau dan merah adalah ciri khas batik Jawa Timur (Larasati et al., 2018).

Kota Surabaya memiliki sebuah komunitas perajin batik yang menyebut tempat mereka sebagai Kampung Batik Okra. Kampung batik Okra terletak di Rukun Warga 01 kampung Kraggan, Surabaya. Kampung Batik Okra adalah salah satu tempat di Surabaya yang memiliki motif batik khas mereka sendiri yaitu Okra (Mukti Azhar et al., 2023). Nama Batik Okra tercetus pada 12 Februari 2022 sebagai akronim dari “Orang Kraggan”. Kampung Batik Okra terbentuk ketika masa akhir dari pandemi Covid 19 yang mana merupakan suatu gagasan untuk mengangkat perekonomian warga kampung kraggan pada saat itu.

Kampung Batik Okra telah resmi menjadi Kampung Wisata yang karya-karyanya tidak hanya menarik perhatian dari wisatawan lokal namun juga wisatawan dari berbagai negara. Dengan banyaknya prestasi dan sorotan dari berbagai media, Branding identitas adalah hal yang sangat penting untuk ditambahkan. Branding adalah istilah yang mengacu pada upaya seseorang untuk mengidentifikasi, membangun, dan mengelola citra diri mereka sendiri dengan cara yang memengaruhi cara orang lain melihat mereka (Novita et al., 2024). Menurut (Hasan, 2013). Branding yang tepat membantu mempertahankan eksistensi merek dan menarik pelanggan untuk menggunakan barang yang ditawarkan. Di Batik Okra hanya memiliki identitas berupa logo yang dinilai kurang efektif dalam meningkatkan *awarness* dimasyarakat sekitar. Maka dari itu perancangan branding identitas akan sangat membantu Batik Okra untuk bisa dikenal luas oleh masyarakat.

Identitas perusahaan tidak hanya mencerminkan citra perusahaannya, namun juga menunjukkan sebuah karakter yang secara langsung mampu dijadikan sebagai alat edukatif yang bisa digunakan di masyarakat. Memiliki identitas kuat yang mampu digunakan sebagai alat edukatif tidak hanya mampu meningkatkan citra perusahaan tetapi juga mampu berdampak pada perkembangan pengetahuan warga sekitar mengenai Kampung wisata Batik Okra. Penerapan Identitas Visual yang seragam dan konsisten membangun kepercayaan publik agar identitas Kampung Batik Okra bisa diingat oleh para Wisatawan asing serta lokal. Memiliki identitas atau branding yang kuat memberikan manfaat seperti 1) Visibilitas dan Pengenalan, 2) Peningkatan Kredibilitas, 3) Diferensiasi dari Pes konkurensi, 4) Peningkatan Peluang Karir, 5) Pengaruh dan Otoritas, 6) Memperluas Jaringan dan Koneksi, 7) Pengembangan Profesional dan Pribadi, 8) *Resilience* dan Manajemen Reputasi (Novita et al., 2024).

Sehubungan dengan hal di atas, diperlukan adanya branding identitas dari batik okra yang dapat digunakan untuk meningkatkan *awareness* dan pengetahuan masyarakat terkait kampung batik okra. Oleh sebab itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Perancangan ‘Batik *Education Kit*’ untuk Kampung Batik Okra Surabaya. Pada penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan “Batik *Education Kit*”. Sehingga nantinya kampung batik okra akan mendapatkan visual *brand* mereka sendiri yang mampu memberikan dampak bertambahnya pengetahuan mengenai batik okra kepada masyarakat maupun wisatawan.

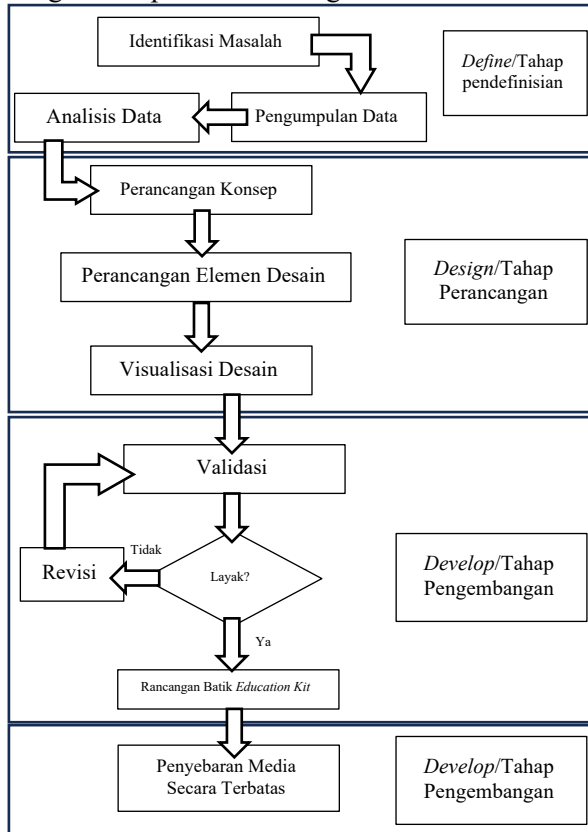
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konsep, proses, dan hasil dari perancangan “Batik *Education Kit*” untuk Kampung Batik Okra Surabaya yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN (PERANCANGAN)

Perancangan *Education Kit* ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model penelitian 4D yang yakni terdiri dari tahap *Define* (pendefinisian), *Design* (perancangan), *Develop*

(pengembangan), dan *Disseminate* (Penyebaran) yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. (Thaagarajan et al., 1974).

Penelitian ini menggunakan metode 4D dengan alur penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Penelitian
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

Tahap awal yaitu *Define* (Pendefinisian) adalah tahap dimana peneliti mengidentifikasi masalah dari objek penelitian yang mencakup data perusahaan, produk, strategi perusahaan dan *visual branding* mereka. Setelah pengidentifikasian masalah kemudian peneliti melanjutkan merumuskan masalah yang selanjutnya dilakukan pengumpulan data yang relevan dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan kuisioner. Setelah data didapatkan kemudian dilakukan analisis data dan diperoleh konsep untuk persiapan tahap selanjutnya.

Tahap kedua merupakan *Design* (Perancangan). di tahapan ini peneliti melakukan proses kreatif berdasarkan tahap sebelumnya. Setelah mendapatkan data yang lebih akurat dari tahap analisis data, peneliti mulai melakukan

perancangan konsep yang berisi hal-hal yang menyangkut *visual branding* mulai dari membuat rancangan sketsa desain yang dapat menunjukkan citra visual Kampung Batik Okra seperti perancangan *thumbnail* yang memiliki keunikan dan ciri khas Kampung Batik Okra, warna yang seharmonis hingga jenis *typography* yang akan digunakan. Kemudian elemen desain yang telah dibuat, diterapkan pada media-media yang sudah ditentukan.

Pada tahap *design* (Pengembangan). “*Batik Education Kit*” dan segala hal *visual identity* yang telah divisualisasikan secara digital akan dilakukan validasi dari dosen ahli materi dan ahli media. Selanjutnya dilakukan perbaikan sesuai dengan saran dan masukan dari dosen ahli materi dan ahli media. Kemudian, dilakukan cetak media *Education Kit* serta beberapa *merch* pelengkap sebagai hasil realisasi media *Education Kit* Batik Okra.

Tahap terakhir adalah *disseminate* (Penyebaran). Semua media yang sudah dicetak kemudian disebar secara terbatas untuk meningkatkan *awareness* masyarakat dan sosialisasi awal. Penyebaran dilakukan pada acara pameran yang di adakan di Prodi Seni rupa, Unesa.

Pada penelitian ini, tahap *define* dilakukan di Kampung Wisata Batik Okra, Kelurahan Bubutan, Kota Surabaya, yang dilaksanakan pada Bulan Oktober 2025 – Bulan Januari 2026. Tahap *design* dan *develop* dilaksanakan di Prodi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya, yang mana dilakukan pada Bulan Februari – Bulan Mei 2026.

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, yaitu di Kampung Wisata Batik Okra, Surabaya. Peneliti akan melakukan observasi secara menyeluruh dari mulai logo hingga *Business Stationery* perusahaan dan juga observasi dilakukan terhadap buku dan catatan yang sudah ada. Kemudian, peneliti akan mewawancarai narasumber di Kampung Batik Okra Surabaya yaitu pemilik sekaligus pengrajin Batik Okra di Kampung Batik Okra, yakni Bapak Ridi Sulaksono. Selanjutnya, untuk dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara datang di Kampung Batik Okra Surabaya. Dokumentasi dilakukan secara menyeluruh terhadap identitas

visual yang dimiliki oleh Kampung Batik Okra Surabaya. Data yang diperoleh kemudian di analisis menggunakan metode *Existing*. Disini peneliti menggali permasalahan dan mengidentifikasi mengenai apa hal yang dibutuhkan oleh Kampung Wisata Batik Okra Surabaya ini sebagai pertimbangan untuk memperkuat kepercayaan pengunjung dan meningkatkan citra perusahaan yang dapat memperkuat tujuan perancangan.

KERANGKA TEORETIK

1. Media Kit

Menurut KBBI KIT adalah perangkat atau perlengkapan untuk keperluan tertentu. Selain itu KIT Menurut Widayanto dalam (Abdjul & Uloli, 2020), KIT merupakan seperangkat alat bantu mengajar yang dirancang untuk meningkatkan hasil belajar siswa. Dengan menggunakan KIT, guru dapat memfasilitasi proses pembelajaran yang lebih kreatif dan dinamis, serta memastikan tujuan pengajaran yang sejalan dengan kurikulum bisa tercapai. *Education Kit* adalah sekumpulan alat yang berada dalam suatu tempat tertentu yang dapat digunakan untuk keperluan belajar maupun kebutuhan lainnya. *Education Kit* umumnya memiliki banyak hal dalam 1 perangkat dimana masing masing hal bisa mendukung sebuah tujuan dari *Kit* itu sendiri.

Pada perancangan Batik *Education Kit* ini, pembuatan media *Education Kit* akan berisikan berbagai macam keperluan dalam membuat sebuah batik dengan motif okra seperti, modul membatik, kain mori berukuran 30 cm, pensil, pewarna dan canting. Dalam lingkup seni rupa, *Kit* bertujuan untuk membantu membuat sebuah karya dan memberikan pengetahuan terhadap sebuah karya.

2. Edukasi

Menurut Edward Humrey dalam (Bintank & Maunah, 2022) “*Education mean increase of skill of development of knowlodge and understanding as a result of training, study or experience*”. Pendidikan berarti peningkatan keterampilan pengembangan pengetahuan dan pemahaman sebagai hasil dari pelatihan, studi atau pengalaman. Pendidikan memiliki arti penting bagi individu dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kemajuan suatu bangsa

(Sulfasyah & Arifin, 2016). Sedangkan menurut (Cokro et al., 2022), Edukasi adalah pengetahuan, keterampilan, pengetahuan, dan kebiasaan yang ditransfer dari generasi ke generasi melalui proses pelatihan, pelatihan, dan penelitian.

Merujuk pada pandangan para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa edukasi merupakan sebuah proses terstruktur yang bertujuan untuk mengembangkan serta mewariskan ilmu pengetahuan, kapabilitas, dan tradisi dari generasi pendahulu kepada generasi penerus. Mengubah orang dari keadaan tidak tahu menjadi tahu adalah proses yang dilakukan melalui berbagai cara, termasuk instruksi, pelatihan, dan praktik belajar. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri sendiri, bukan hanya mengingat fakta. Pada akhirnya, edukasi adalah kebutuhan vital yang memiliki dampak besar pada kemajuan bangsa dan pengembangan individu.

3. Identitas Visual

Identitas visual adalah wajah dari sebuah merek yang membuatnya dapat dikenali oleh publik. Di dalamnya terkandung makna mendalam yang membangun kepribadian produk atau perusahaan, dan hal inilah yang membuatnya mudah diingat dan dibedakan oleh masyarakat di antara yang lainnya. (Nuansa de Riandra & Ariffudin Islam, 2021).

Menurut (Rosyida, 2015), Brand umumnya dianggap sama dengan logo, merek, atau nama perusahaan. Semuanya hanya bersifat fisik. Sebenarnya, merek jauh lebih dalam dari merek fisik karena lebih merupakan kumpulan pengalaman dan ikatan dengan suatu entitas. Namun, branding adalah proses membangun sebuah brand. Membangun identitas, termasuk logo sebagai salah satu contohnya.

Pada penelitian ini, perancangan Batik *Education Kit* membutuhkan identitas visual yang baik agar media yang telah dibuat dapat dengan mudah dikenali sebagai produk dari Batik Okra. Dimana pada saat ini Kampung Batik Okra belum memiliki Identitas Visual yang menarik dan *Harmony*

4. Unsur-unsur Desain

Unsur unsur desain yang terdapat pada proses pembuatan *Batik Education Kit* adalah sebagai berikut:

a. Garis

Sebuah elemen desain yang menyambungkan beberapa titik sehingga membentuk jalur lurus (*straight*) atau melengkung (*curve*) (Rochmawati, 2020). Garis memiliki sifat yang berbeda-beda sesuai dengan kesan yang ditampilkan. Seperti, garis horizontal yang memberikan kesan tenang damai namun pasif, garis vertikal memberikan kesan stabil yang kuat, garis diagonal yang stabil namun bergerak, garis lengkung memberikan kesan perluasan dan pengembangan, dan garis zig-zag yang memberikan kesan tajam dan berani.

b. Bentuk

segala hal yang mempunyai diameter lebar dan tinggi. Segitiga, Lingkaran, dan persegi merupakan bentuk dasar yang umumnya dikenal (Rochmawati, 2020). Bentuk memiliki dua jenis, yaitu bentuk geometris/bentuk datar yang memiliki keteraturan dan bentuk organik yang bebas.

c. Tekstur

corak atau rupa permukaan suatu benda, yang bisa kita kenali lewat sentuhan tangan atau dengan melihatnya (Rochmawati, 2020). Sedangkan menurut (Wardaya, 2023), Tekstur merupakan kualitas permukaan suatu objek yang dapat dipersepsikan baik secara visual (dilihat) maupun secara taktil (diraba).

d. Ruang

Ruang dapat diartikan sebagai bidang kosong yang ada di sekitar, di belakang, atau bahkan di antara objek-objek utama pada sebuah gambar (Wardaya, 2023). Sementara itu menurut (Rochmawati, 2020), Ruang dapat diartikan sebagai jarak yang memisahkan satu bentuk dengan bentuk lainnya.

e. Ukuran

elemen yang dipakai untuk menunjukkan besar atau kecilnya sebuah objek (Rochmawati, 2020). Penggunaan unsur ini memungkinkan perancang untuk membangun kontras dan penekanan (*emphasis*), yang tujuannya adalah untuk membuat urutan visual agar audiens dapat mengikuti alur informasi secara teratur.

f. Warna

Warna sangatlah penting dalam desain karena bisa digunakan untuk menunjukkan sebuah identitas, menyampaikan suatu pesan, atau sekadar membuat satu bentuk terlihat berbeda dari yang lainnya (Rochmawati, 2020). Menurut (Wardaya, 2023), Secara praktiknya warna dibedakan menjadi 2 yaitu, warna RGB yang berarti *Red Green Blue* dan CMYK yang berarti *Cyan Magenta Yellow Black*.

1) RGB (*Additive Color*)

Merupakan warna-warna yang bersumber dari cahaya warna alam. Warna RGB meliputi warna merah, hijau dan biru. Dimana umumnya warna digunakan pada media elektronik seperti TV, Monitor, Lampu.

2) CMYK (*Subtractive color*)

merupakan warna-warna yang asalnya dari bahan (pigmen). Warna CMYK terdiri dari warna *Cyan* (biru kobalt), *Magenta* (magenta), *Yellow* (kuning) dan *Black* (hitam). Dimana penggunaannya secara umum meliputi proses ke media cetak seperti koran, kain, plastik, logam, kertas.

5. Prinsip Desain

Secara umum prinsip desain merupakan pedoman yang digunakan para desainer dalam menata elemen-elemen dasar agar komposisi desain secara keseluruhan menjadi menarik (Negoro et al., 2024). Prinsip desain yang terdapat pada proses pembuatan *Batik Education Kit* adalah sebagai berikut:

a. *Unity (Kesatuan)*

Penyatuan dari banyak bagian menjadi sebuah bentuk yang serasi dan sepadan pada hakikatnya adalah esensi dari sebuah komposisi (Widya & Darmawan, 2019). Dengan mengombinasikan beberapa prinsip desain, seperti pengulangan, keseimbangan, kedekatan, dan penggunaan *white space* yang baik, maka prinsip kesatuan dapat tercapai (Negoro et al., 2024). Dalam prinsip kesatuan, kombinasi dari prinsip lain sangat diperlukan sehingga mampu menciptakan sebuah desain yang menarik, unik, baru dan berbeda.

b. *Balance (Keseimbangan)*

Tujuan penggunaan prinsip yang sama dalam desain adalah untuk menyeimbangkan

bobot atau gravitasi visual dari seluruh komponen pada sebuah komposisi (Negoro et al., 2024). (Widya & Darmawan, 2019) menambahkan agar tercipta komposisi yang serasi, sepadan, dan terasa pas, Keseimbangan bisa terwujud melalui pengaturan berbagai elemen desain, yang meliputi bentuk, ukuran, warna, maupun tekstur. Berdasarkan penggunaan prinsip keseimbangan pada sebuah desain bisa menciptakan kesan unik dan membuat sebuah ciri khas terhadap suatu desain. Selain itu, penerapan prinsip keseimbangan juga sangat penting untuk menjaga agar sebuah desain enak untuk dipandang.

c. Proportion (Proporsi)

Prinsip proporsi adalah tentang perbandingan yang tepat untuk menentukan bagus atau tidaknya suatu susunan bentuk. Hal ini dilakukan dengan membandingkan ukuran, letak, atau jarak satu bagian dengan bagian lainnya menggunakan acuan seperti panjang, lebar, dan tinggi. (Widya & Darmawan, 2019). Proporsi membantu sebuah desain agar bisa dilihat dengan nyaman dengan cara mengatur ukuran atau skala dari setiap elemen yang ada apada desain maupun rasionya. Ide sesuaian proporsi pada sebuah desain akan menyebabkan kebingungan dan bisa menciptakan kesan tidak profesional.

d. Rhythm (Irama)

Menurut (Widya & Darmawan, 2019), Irama (*Rhythm*) adalah prinsip desain untuk menciptakan kesan bergerak pada karya visual, yang berfungsi untuk menghasilkan komposisi dinamis sekaligus sebagai elemen penekanan. Sementara itu menurut (Negoro et al., 2024), irama merupakan prinsip desain yang didasarkan pada repetisi elemen secara berpola untuk menciptakan kesan visual yang dinamis. Prinsip irama dibuat dengan cara membuat pola yang memiliki repetisi.

e. Emphasis (Penekanan)

Prinsip penekanan dalam desain berfungsi untuk menciptakan titik fokus yang bertujuan mengarahkan perhatian audiens kepada elemen-elemen penting di dalamnya (Negoro et al., 2024). Untuk menyampaikan sebuah pesan pada desain diperlukan prinsip penekanan untuk membedakan sebuah desain utama dan elemen desainnya.

f. Harmony (Harmoni)

Harmoni adalah prinsip penggunaan elemen-elemen yang serupa, seperti kedekatan warna, bentuk, maupun tekstur, yang bertujuan untuk menghasilkan kesan visual yang utuh, enak dipandang, dan memiliki suasana atau tema yang sama (Negoro et al., 2024). Prinsip harmoni diterapkan pada sebuah desain untuk menciptakan sebuah kesan keseimbangan antara desain dan tujuan dari sebuah desain.

g. Hierarchy (Hirarki)

Hirarki adalah prinsip untuk menata elemen visual pada komposisi sesuai dengan urutan prioritas dan mana yang perlu diberi penekanan (Negoro et al., 2024). Dengan adanya Hierarki, visual dalam sebuah desain akan memiliki urutan yang teratur.

h. Alignment (Penyelarasan)

Penyelarasan adalah prinsip untuk menyusun berbagai elemen dalam desain agar memberikan struktur yang baik dan membentuk garis yang lurus (Negoro et al., 2024). Prinsip penelarasan digunakan untuk mengatur susunan dari sebuah teks maupun elemen desain sehingga karya desain menjadi lebih rapi dan profesional.

6. Tipografi

Tipografi adalah perwujudan visual dari komunikasi verbal, yang menjadikannya salah satu elemen desain yang paling fundamental dan efektif. (Zainudin, 2021). Sementara itu menurut Roy Brewer (1971) dalam (Sudiana, 2001), Tipografi dapat diartikan secara luas sebagai seni menata keseluruhan halaman pada materi cetak. Akan tetapi, definisinya bisa dipersempit menjadi lebih spesifik, yaitu hanya pada seni memilih dan menata huruf, serta mengatur susunan baris-baris teksnya (*Tupeset*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Perancangan

Perancangan Media Kit Edukasi di Kampung Batik Okra Surabaya, telah didapatkan hasil melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Konsep perancangan merupakan bagian tahap pendefinisian pada penelitian ini.

a. Data Kampung Wisata Batik Okra

Kampung Wisata Batik Okra adalah sebuah UMKM Kelompok yang fokus utamanya

menjual produk batik yang dibuat oleh masyarakat Kampung Kranggan, Surabaya. Kampung Wisata Batik okra memiliki motif batik khas mereka sendiri yaitu Okra (Mukti Azhar et al., 2023). Kampung Batik Okra terbentuk ketika masa akhir pandemi Covid 19 dengan tujuan untuk mengangkat perekonomian warga kampung kranggan pada saat itu. Kemudian, warga mendapat pelatihan dari pemerintah pusat yang dipimpin oleh Ibu Maryam pada 1 Desember 2021. Pelatihan ini mencakup seluruh proses, mulai dari desain motif hingga pewarnaan. Dalam proses ini nama Batik Okra tercetus sebagai akronim dari “Orang Kranggan” pada 12 Februari 2022. Setelah pelatihan, warga mengembangkan motif batik okra yang mampu bersaing di Surabaya. Pelatihan umum pertama kemudian diselenggarakan pada 23-26 Agustus 2022. Pada 28 Desember 2022 Kampung Wisata Batik Okra diresmikan oleh Walikota Surabaya, Eri Cahyadi. Saat ini Kampung Wisata Batik Okra memiliki 15 perajin aktif dengan 3 perajin laki-laki dan 12 perajin perempuan.

b. Data Produk Kampung Wisata Batik Okra

kampung batik okra utamanya menjual kain batik dan busana batik dengan desain modern dan unik. Motif yang digunakan, para perajin batik okra membuat seluruh motif batik berdasarkan tanaman okra yang sudah menjadi khas dari Kampung Kranggan. Kampung Batik Okra juga menyediakan pelatihan membatik yang bisa diikuti semua kalangan. Pengunjung bisa merasakan pengalaman membatik di tempat dengan mendapatkan kain berukuran 30x30 cm lengkap dengan lilin, pewarna dan *waterglass* untuk fiksasi dengan harga Rp 50.000.

c. Strategi Pemasaran Kampung Batik Okra Surabaya

Kampung Wisata Batik Okra memiliki beberapa strategi branding, promosi *online* melalui *platform* media sosial seperti instagram dan youtube, mengikuti event-event kebudayaan dan bekerja sama dengan universitas dan sekolah di surabaya. Kolaborasi yang di lakukan sangat bervariasi seperti pelatihan batik, magang, sampai program kuliah kerja nyata.

d. Visual Branding Kampung Batik Okra Surabaya

Batik Okra memiliki *output visual branding* berupa *banner*, stiker, kartu nama, kemasan, strip kemasan, paper bag, kemasan kardus. Logo Okra pada saat itu juga bukan beruliskan Batik Okra Surabaya seperti saat ini, melainkan Batik Okra Bubutan sesuai dengan kecamatan tempat Kampung Wisata Batik Okra. kekurangan dalam *visual branding* mereka terletak pada pengaplikasian warna yang tidak harmoni dan penggunaan elemen visual yang tidak konsisten secara bentuk. Selain itu, *output visual branding* yang sudah ada tidak pernah digunakan secara berkala dan sering di ganti sehingga sampai saat ini Batik Okra memiliki banyak *output visual* yang berbeda-beda.

e. Analisis Existing

Analisis data yang sudah dikumpulkan, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis *existing*. Proses mendesain ulang dilakukan pada seluruh hal kecuali pada logo karena sudah di patenkan dan menambahkan beberapa media promosi pelengkap. Adapun *visual identity* yang ada katalog, kartu nama, *x-banner*, *hang tag*, dan *totebag*.

2. Proses Perancangan

Setelah mengetahui segala informasi yang dibutuhkan, dimulailah tahap awal perancangan desain dengan merancang konsep visual branding untuk menentukan hasil akhir desain.

a. Perancangan Konsep Visual Branding.

Pada konsep visual lama, elemen yang digunakan masih belum konsisten dan jelas serta kurang sesuai dengan identitas okra yang melekat pada kampung batik okra. Sedangkan konsep *visual branding* Batik Okra yang baru didominasi oleh sulur-sulur dengan daun yang tidak ada hubungannya dengan okra. Maka dari itu, konsep *visual branding* yang dirancang akan menekankan tanaman okra sebagai elemen visual yang kuat dan konsisten.

b. Warna

Pemilihan warna pada perancangan berfokus pada warna yang mampu menimbulkan kesan profesional dan eksklusif. Warna yang

dipilih adalah warna putih dengan kode warna #EAEAEA, warna emas dengan kode warna #BFA159 dan warna hitam dengan kode warna #202126. Pemilihan warna ini kemudian digunakan secara konsisten pada berbagai media termasuk logo.



Gambar 2. Warna
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

c. Tipografi

Pemilihan tipografi pada media kit menggunakan 3 font yang berbeda untuk menjaga kesan profesional. Font yg dipilih merupakan font dengan jenis serif, sans serif dan dekoratif.

d. Perancangan Elemen Desain

Perancangan elemen desain diawali dengan mensimplifikasi bentuk dari bagian bagian tanaman okra. Kemudian, bentuk yang diperoleh di susun menjadi sebuah *pattern* yang bisa digunakan secara fleksibel ke seluruh media.

1) Referensi Visual

Perancangan Elemen Visual menggunakan referensi tanaman okra sebagai fokus utama. Perancangan dilakukan dengan mengambil bagian-bagian tanaman okra seperti, daun okra, buah okra, bunga okra, dan okra yang sudah dipotong



Gambar 3. Tanaman Okra
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

2) Thumbnail

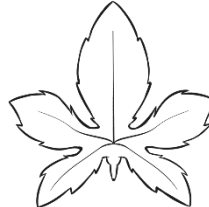
referensi visual yang sudah ditentukan kemudian dibuatkan sketsa kasarnya. Sketsa kasar dibuat secara digital dengan *software*

Adobe Illustrator dan didapatkan hasil seperti berikut.

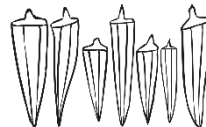
a) Bunga Okra



b) Daun Okra



c) Buah Okra



d) Buah Okra Potong



3) Tight Tissue

Tahap selanjutnya adalah menyatukan *thumbnail* agar menjadi satu kesatuan elemen yang utuh. Penyatuan *thumbnail* masih dilakukan dengan *software Adobe Illustrator* dengan hasil berikut.



Gambar 4. Tight Tissue
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

4) Finalisasi Elemen Visual

Setelah mendapatkan layout yang jelas, elemen kemudian di rapikan lagi dan diberikan elemen tambahan untuk memperpadat keseluruhan elemen serta diberi warna sesuai dengan warna yang telah ditentukan. Penyuntingan lanjutan dan pemberian warna dilakukan menggunakan *Figma* dengan hasil sebagai berikut.



Gambar 5. Elemen Desain Final
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

e. Visualisasi Desain

Elemen visual yang telah dibuat selanjutnya diterapkan pada desain media-media dengan hasil seperti berikut:

1) Box Kit Edukasi Membatik

Kemasan berukuran 18x21 cm. Dalam box ditambahkan wadah panggung untuk bagian kain dan canting untuk membuat box tampak profesional. Box terbuat dari bahan kertas Ivory 300 gsm yang tahan air sehingga mampu melindungi produk dengan baik. Harga satuan Box mencapai Rp. 24.000.



Gambar 6. Box Kit Edukasi Membatik
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

2) Modul Membatik

Modul dicetak menggunakan ukuran a5 Landscape (14.8 x 21 cm) dengan bahan Art Paper 260 gsm untuk cover dan 150 gsm untuk isi. Modul membatik memiliki total 50 halaman dan jilid soft cover. Harga satuan modul Rp. 83.000. Berikut adalah hasil perbaikan modul.



Gambar 7. Buku Modul Membatik dan QR Code Modul
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

3) Katalog Digital

Pembuatan katalog digital menggunakan fitur *prototype figma*. Katalog yang memiliki resolusi 1080 x 1920 px berisi 4 kategori produk yaitu, busana pria, busana wanita, koleksi kain, dan merchandise.



Gambar 8. Katalog Digital dan *QR Code* Katalog
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

4) Identitas Visual Keseluruhan

Perancangan Identitas Visual disesuaikan dengan kebutuhan batik okra. secara keseluruhan, mencakup kartu nama *id card*, *lanyard*, *mini x-banner*, sertifikat, *strip* kain, stiker wadah pewarna dan remasol, kartu ucapan terimakasih, gantungan kunci, pin, *hang tag*, kipas, *tumbler*, *totebag*, topi dan kaos.



Gambar 9. Identitas Visual
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

3. Hasil Perancang

Pada tahap ini dilakukan validasi dan realisasi hasil Batik Education Kit Kampung Batik Okra Surabaya. Validasi yang dilakukan adalah validasi ahli materi dan validasi ahli desain dengan hasil sebagai berikut:

a. Hasil Validasi Ahli Materi

Validasi ahli materi dilakukan oleh Ibu Utari Anggita Shanti, M.Pd. yang merupakan Dosen Universitas Negeri Surabaya, Prodi Pendidikan Seni Rupa. Validasi dilakukan pada tanggal 25 Mei 2026 dan didapatkan skor 19 dengan persentase penilaian 95%.

Tabel 1. Hasil validasi materi

Hasil Validasi Ahli Materi		
No.	Aspek Penilaian	Skor
1.	Bahasa pada modul mudah dipahami	5
2.	Kejelasan runtutan intruksi pada modul	5

3.	Penjelasan di setiap produk pada katalog	5
4.	Penggunaan contoh gambar relevan yang menambah pemahaman dalam modul membuat	4

b. Hasil Validasi Ahli Media

Validasi ahli materi dilakukan oleh Bapak Pungki Siregar, S.Pd., M.Pd. yang merupakan Dosen Universitas Negeri Surabaya, Prodi Pendidikan Seni Rupa. Validasi dilakukan pada tanggal 26 Mei 2026 dan didapatkan peningkatan hasil skor 37 dengan persentase penilaian 92,5%.

Tabel 2. Hasil Validasi Media

Hasil Validasi Ahli Media		
No.	Aspek Penilaian	Skor
1.	Kesesuaian tampilan desain dengan tema	5
2.	Kesesuaian ukuran media sebagai media Kit Edukasi	4
3.	<i>Legibility</i> / Kejelasan tipografi	4
4.	<i>Readability</i> / Keterbacaan tipografi	4
5.	Penggunaan warna pada desain	5
6.	Layout desain pada media Kit Edukasi berdasarkan prinsip desain	5
7.	Kontinuitas dan keselarasan desain	5
8.	Penggunaan gambar/foto pada desain	5

Berdasarkan hasil validasi dosen ahli materi dan media dapat disimpulkan bahwa keseluruhan media Kit layak digunakan untuk keperluan Kampung Batik Okra Surabaya.

c. Perbandingan Media

Tabel 3. Perbandingan Media

Media Lama	Media Baru
(Tidak Ada)	

“Perancang “Batik Education Kit” Untuk Kampung Batik Okra Surabaya”

Media Lama	Media Baru	Media Lama	Media Baru
(Tidak Ada)	   	 	
(Tidak Ada)		(Tidak Ada)	 
(Tidak Ada)		(Tidak Ada)	
(Tidak Ada)		(Tidak Ada)	
(Tidak Ada)		(Tidak Ada)	
		(Tidak Ada)	



Gambar 10. Penyebaran Keseluruhan Media
"Batik Education Kit"
(Sumber: Moch. Nashrullah, 2026)

SIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Konsep perancangan media Kit Edukasi Membatik untuk Kampung Wisata Batik Okra didasari oleh kurangnya visual identity dan penggunaan elemen desain yang tidak konsisten. Selain itu, kampung wisata yang terkenal karena batik dan pelatihan batik belum mempunyai modul membatik yang komunikatif dan lengkap. Perancangan dilakukan dengan membuat sebuah kit yang berisi satu set alat membatik yang dapat digunakan sebagai media pendukung pada kegiatan pelatihan dan juga sebagai sarana media promosi melalui identitas visual. Sementara itu modul membatik yang dirancang memiliki seluruh aspek yang dibutuhkan meliputi informasi kampung, informasi produk, hingga cara membatik dari awal. Modul dirancang semenarik mungkin dengan membawa visual yang profesional dengan menekankan elemen okra.

Proses perancangan "Batik Education Kit" mencakup pembuatan sketsa (*Thumbnail*) elemen visual, pembuatan desain yang utuh (*Tight Tissue*), dan penerapan desain ke media Kit Edukasi serta identitas visual. Desain yang digunakan menekankan tanaman okra sebagai elemen visual dengan penggunaan warna dan tipografi yang profesional dan konsisten. Media yang telah dirancang selanjutnya dilakukan validasi ahli materi dan ahli media untuk mengetahui kelayakannya. Validasi dilakukan dua kali dengan hasil akhir mendapatkan nilai pada validitas ahli materi 95% sehingga media yang dirancang dapat dikatakan layak untuk tahap *disseminate* (Penyebaran) ke Masyarakat secara terbatas.

4. Penyebaran Media

Di tahap *Disseminate* (Penyebaran), media "Batik Education Kit" yang sudah dicetak kemudian sebarakan dimasyarakat secara terbatas melalui pameran di Prodi Seni rupa Unesa sebagai sosialisasi awal dan meningkatkan *awareness*. Media diberi *layout* yang bisa memungkinkan bagi keseluruhan media terlihat dengan baik.

Hasil dari perancangan "*Batik Education Kit*" untuk Kampung Batik Okra Surabaya adalah box kit edukasi Batik Okra yang didalamnya berisikan modul membatik, kartu ucapan, kain berukuran 30x30 cm, strip kain, dua buah canting, satu buah pensil, satu buah kuas, tiga wadah pewarna, tiga bubuk pewarna remasol, satu wadah waterglass, 100 ml waterglass, dan sepasang sarung tangan latex. Selain itu juga dihasilkan perancangan identitas visual yang diharapkan mampu meningkatkan *awareness* dari pengunjung Kampung Batik Okra Surabaya. Rancangan identitas visual yang dihasilkan diantaranya kartu nama, *id card*, lanyard, mini x-banner, sertifikat, *hang tag*, *tumbler*, *totebag*, kipas, topi, kaos, gantungan kunci dan pin

Perancangan ini memiliki beberapa implikasi bagi pihak Kampung Wisata Batik Okra. Bagi Kampung Wisata Perancangan media Kit Edukasi membatik beserta media identitas visual lainnya mampu membantu penyampaian informasi mengenai kampung wisata dan meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, Perancangan media juga bisa digunakan sebagai strategi pemasaran yang baru untuk Kampung Wisata Batik Okra. Bagi Perajin atau pemateri pelatihan batik, Media Kit Edukasi dapat digunakan sebagai media pelatihan membatik yang lebih praktis dan baru. Penggunaan modul membatik juga dapat membantu perajin dalam menyampaikan materi terkait batik okra. Bagi pengunjung, media Kit Edukasi dapat digunakan sebagai sumber informasi mengenai Batik Okra serta menjadi pegangan untuk kegiatan pelatihan.

2. Saran

Berdasarkan perancangan yang telah dibuat, berikut beberapa saran dari peneliti yang bisa diberikan.

a. Bagi Perajin atau Pemateri Pelatihan Batik

Disarankan untuk perajin maupun pemateri pelatihan dapat memanfaatkan modul yang telah dirancang spesifik untuk membuat batik dengan motif okra sebagai media penunjang dalam menyampaikan materi pelatihan yang lebih terstruktur. Modul ini dirancang untuk dapat digunakan oleh semua kalangan sehingga untuk peserta yang tidak memiliki pengalaman

membatik bisa memudahkan mereka dalam belajar.

b. Bagi Pengunjung

Modul telah dirancang supaya bisa digunakan oleh peserta secara mandiri sehingga pengunjung bisa melakukan praktek mandiri tanpa harus berada di lokasi kampung wisata. Disarankan untuk mengikuti setiap langkah-langkah yang ada pada modul demi keselamatan bersama.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Perancangan ini masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknik batik, teknik pewarnaan dan uji coba langsung karena keterbatasan penelitian. Oleh sebab itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan modul baru yang dapat mengeksplor hal-hal yang belum tercakup pada modul ini.

d. Bagi Lembaga Pemerintah

Disarankan bagi lembaga pemerintah di Kota Surabaya untuk membantu dalam rangka mendukung penyebaran media Kit Edukasi Membatik yang berguna bukan hanya dalam ranah pendidikan maupun ekonomi kreatif. Media Kit membatik dapat dijadikan sarana untuk melestarikan budaya dan sebagai pemantik untuk mengembangkan produk lokal yang baru di Kota Surabaya.

REFERENSI

Sumber dari buku:

- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (T. Admojo, Ed.; Cet.1, Vol. 33). Yogyakarta Caps 2013.
- Negoro, A. T., Murni, E. S., Saptaputra, E. H., Setiyoko, N., Yusa, I. M. M., Nurhadi, N., Siska, S., & Sutarwiyasa, I. K. (2024). *Buku Ajar Desain Grafis* (N. Safitri & E. Efitra, Eds.). Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Thaagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructional Development For Training Teachers Of Exceptional Children: A Sourcebook* (Illustrated). Leadership Training Institute/Special Education, University Of Minnesota, 1974.

- Wardaya, M. (2023). *Buku Ajar Mengenal Dasar Desain* (S. Megawati, Ed.). Universitas Ciputra.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis* (B. Trim & I. I. Mujib, Eds.). Direktorat Pembinaan Kursus Dan Pelatihan, Direktorat Jendral Paud Dan Dikmas, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
<https://Repository.Kemendikdasmen.Go.Id/26631/>
- Zainudin, A. (2021). *Buku A Jar Tipografi* (A. P. Hadi & A. Priyadi, Eds.). Yayasan Prima Agus Teknik.
<https://Penerbit.Stekom.Ac.Id/Index.Php/Yayasanpat/Article/View/312>
- Sumber Dari Jurnal:
- Abdjul, T., & Uloli, R. (2020). Peningkatkan Kreativitas Siswa Melalui Penggunaan Kit Ipa Pada Pembelajaran Fisika. *Jambura Physics Journal*, 1(2), 65–77.
<https://doi.org/10.34312/Jp.V1i2.5382>
- Bintank, B., & Maunah, B. (2022). Pendidikan Dalam Berbagai Pendekatan Dan Teori Pendidikan. *Cendekia: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 16(1), 40–53.
<https://doi.org/10.30957/Cendekia.V16i1.717>
- Cokro, J. T., Sihombing, S. B., Ivena, V., & Aritonang, L. (2022). 6758 Jurnal Ruang Luar Dan Dalam Ftsp | 44 Perancangan Dunia Peran Profesi Untuk Edukasi Anak Dengan Pendekatan Tema Simbolis. In *Jurnal Ruang Luar Dan Dalam Ftsp* (Vol. 04).
- Larasati, P., Wiyancoko, D., & Winata, G. (2018). Eksplorasi Dan Penerapan Ragam Hias Batik Jawa Timur Pada Kerajinan Sulam Tangan. *Artika*, 3(1), 1–17.
- Mukti Azhar, R., Rosyanti, D. M., Evanthy, A., Hardi, I., Aulia, S., Zahra, A., Manajemen,), Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). *Mestaka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Wisata Budaya Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Sustainable Tourism Di Kampung Batik Okra Surabaya Creative Economy Based Culture Tour Through Sustainable Tourism In Okra Batik Village, Surabaya*. 2(4), 182–188.
- Novita, D., Aerwanto, Arfian, M. H., Hanifah, Susanto, Purwati, S., & Rusmana, H. (2024). Personal Branding Strategi Untuk Memenangkan Pasar. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 4(2), 953–960.
- Nuansa De Riandra, C., & Ariffudin Islam, M. (2021). Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry. *Jurnal Barik*, 2(2), 43–56.
<https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jd kv/>
- Pratiwi, W. A., & Sulistyowati, R. (2020). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(1), 681–687.
- Rochmawati, I. (2020). *Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis*.
<https://Repository.Unikom.Ac.Id/63038/1/04-Unsur%20unsur%20desain.Pdf>
- Rosyida, K. (2015). *Perancangan Branding Laxmi Cake And Bakery Sebagai Upaya Peningkatan Brand Loyalty Tugas Akhir Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual*.
<https://doi.org/10.42010.0065>
- Sudiana, D. (2001). Tipografi: Sebuah Pengantar. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 325–335.
<https://doi.org/10.29313/Mediator.V2i2.740>
- Sulfasyah, A. A., & Arifin, J. (2016). Implikasi Pendidikan Nonformal Pada Remaja. *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*, 4(2), 1–8.