

BAB IV

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam bab ini lebih difokuskan pada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data serta pengolahannya dalam perancangan motif batik tulis ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam meningkatkan industri kreatif.

4.1 Hasil dan Analisis Data

4.1.1 Hasil Observasi (Pengamatan)

Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu objek dan melakukan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang menjadi target pengamatan.

Observasi yang dilakukan pada tanggal 3 Februari 2016 dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai batik Kabupaten Ngawi, sehingga dapat menentukan apa yang sesuai untuk perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi. Berdasarkan hasil observasi dari beberapa buku, jurnal dan website resmi. Didapatkan berbagai macam data yang berhubungan dengan batik Ngawi. Hasil observasi peneliti, Ngawi memiliki potensi yang sangat menonjol, mulai dari potensi alam hingga potensi kepurbakalaan yang memiliki ciri khas berbeda dengan daerah lain. Potensi-potensi Kabupaten Ngawi tersebut seperti ribuan Pohon Jati yang tumbuh disekitar jalan menuju Jawa Tengah, peneliti telah mengobservasi Pohon Jati yang ada di Ngawi dengan mendokumentasi ciri-ciri dari Pohon Jati yang nantinya akan dituangkan sebagian pada motif batik Ngawi.

Peneliti bukan hanya meneliti Pohon Jati, tetapi juga meneliti potensi lainnya seperti Padi, 40% Kabupaten Ngawi adalah persawahan, ketika peneliti terjun lapangan di Ngawi, peneliti menjumpai persawahan luas juga mendokumentasi karakter dari tumbuhan padi yang nantinya sebagai bekal pembuatan motif batik Ngawi. Bukan hanya pohon jati dan padi saja, Kali Tempuk juga merupakan potensi unggulan Ngawi, dimana Ngawi tempat bertemunya sungai Bengawan Solo dengan Kali Madiun, peneliti mendapatkan dokumentasi kali tempuk dari sebuah aplikasi yaitu google maps, yang nantinya juga diperlukan sebagai bahan untuk membuat motif batik Ngawi.

Potensi Ngawi selanjutnya adalah Fosil Manusia Purba yang pertama kali di dunia ditemukan di Kabupaten Ngawi, ketika observasi di Ngawi peneliti mengunjungi museum yang bernama Trinil, disitulah tempat dimana Manusia Purba pertama kali ditemukan, disekitar tepi Sungai Bengawan Solo. Bukan hanya mengunjungi saja peneliti juga mendokumentasikan dikarenakan Manusia Purba adalah ikon dari Ngawi yang nantinya sangat memungkinkan untuk dijadikan motif batik Ngawi.

Ikon Ngawi selanjutnya yaitu Bambu yang menjadi ikon Ngawi berasal dari kata “Awi” bahasa sansekerta yang berarti bambu dengan imbuhan kata sengau “Ng”. Tumbuhan Bambu di Ngawi saat ini sudah habis dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kehidupan sehari-hari, namun peneliti berhasil mendokumentasikan patung bambu yang dibangun didepan alun-alun Kabupaten Ngawi. Potensi-potensi tersebut yang berhasil diobservasi oleh peneliti dan didokumentasikan yang nantinya sebagai contoh untuk dijadikan motif batik.

Potensi Ngawi sangat mendukung untuk dijadikan motif batik unggulan ikon Kabupaten Ngawi yang pernah mati suri tersebut, untuk mengembangkan batik Ngawi serta dapat menunjukkan atau mempromosikan kepada daerah lain bahwa Ngawi memiliki keunggulan yang berbeda dengan daerah lain.

4.1.2 Wawancara (Interview)

Analisis data adalah proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip observasi, wawancara, dan studi pustaka yang telah dikumpulkan berguna untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi-materi dan memungkinkan penyajian data yang sudah ditemukan. Pada penelitian ini objek yang diteliti adalah batik Ngawi yang dijadikan pembahasan utama sehingga dapat membantu dalam pembuatan analisa data, sebagai dasar perancangan yang akan dilakukan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Kepala Bidang Kebudayaan Ngawi yaitu Bapak Sukadi S.Pd, pada tanggal 18 September 2015 dapat disimpulkan bahwa batik Ngawi pernah mengalami mati suri karena kurangnya minat pembatik dan kurangnya pengembangan desain batik. Batik Ngawi mulai berkembang lagi sekitar tahun 2011 namun Ngawi belum memiliki motif batik ikon unggulan, Ngawi hanya memiliki motif batik yang mencirikhaskan daerah tersebut.

Berdasarkan wawancara terhadap salah satu UKM Batik yang pertama kali berdiri di Ngawi yaitu Batik Sido Mulyo oleh bapak Suwandi pada tanggal 03 Februari 2016 dapat disimpulkan, motif batik Ngawi diambil dari potensi-potensi yang dimiliki oleh Ngawi ada 5 (lima) yaitu Padi, Pohon Jati, Bambu, Kali Tempuk, dan Manusia Purba. Batik Ngawi saat ini sudah mulai berkembang,

memiliki macam-macam batik yaitu batik tulis, batik cap, batik printing dan batik print malam dingin. Batik tulis Ngawi melalui proses yang sama pada umumnya yaitu melalui proses pencantingan, pewarnaan dan pelorodan. Pewarnaannya selain menggunakan bahan tekstil, pewarna batik Ngawi juga dibuat dari warna alam. Batik Ngawi juga memiliki kelebihan, selain motif batiknya yang berbeda dengan batik daerah lain, batik Ngawi memiliki kelebihan pada warna batik yang mencolok, warna yang kuat tidak mudah pudar dan batik Ngawi lebih mengutamakan kualitas kainnya.

4.1.3 Literatur

Berdasarkan literatur buku yang diterbitkan oleh H. M. Soeharto (1997:41-42), ragam-ragam hias batik teramat banyak jumlahnya dan hadir dalam ungkapan seni rupa yang sangat beragam baik dalam variasi bentuk maupun warna. Hal ini terjadi karena perbedaan latar belakang yang mendasari kain batik seperti letak geografis, kepercayaan, adat istiadat, tatanan sosial, gaya hidup masyarakat serta lingkungan alam setempat. Hal-hal tersebut menjadikan setiap daerah pembatik tampil dalam ciri-ciri khasnya masing-masing, walaupun tidaklah seluruhnya demikian. Dengan banyaknya jumlah ragam hias batik pada setiap daerah, dapat meningkatkan industri kreatif terhadap daerah tersebut.

Sedangkan menurut departemen perdagangan republik Indonesia tentang industri kreatif bahwa pertumbuhan jumlah perusahaan terus menurun sejak tahun 2005-2006. Hal ini disebabkan oleh penurunan jumlah perusahaan disubsektor dari beberapa industri yaitu Kerajinan (-11,94%); Desain (-34,52%); Fesyen (-10,15%); Film, video dan fotografi (-9,99%); Penerbitan dan Percetakan(-

30,67%). Rata-rata pertumbuhan industry kreatif pada tahun 2002-2006 ini adalah 0,74%, hal ini menunjukkan bahwa industri ini belum tumbuh dengan kuat tetapi memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang secara optimal jika didukung oleh kondisi usaha dan lingkungan usaha yang kondusif.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan literature di lapangan, maka diperlukan solusi pemecahan yang tepat untuk masalah yang dihadapi oleh Batik Kabupaten Ngawi ini yaitu Perancangan motif batik tulis ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif. Dimana motif batik kabupaten Ngawi menggunakan teknik batik tulis, yang nantinya dijadikan motif batik yang berbeda dengan yang lain, dengan background 2 warna, serta memiliki gaya desain yang modern atau masa kini. Sehingga motif batik yang dirancang dapat menunjukkan keunggulan dari potensi Kabupaten Ngawi, dan dapat memudahkan motif batik diterima oleh masyarakat, serta motif yang mudah dipahami oleh masyarakat.

4.1.4 Hasil Studi Eksisting

Analisis studi eksisting ini mengacu pada observasi yang telah dilakukan terhadap obyek yang telah diteliti, yaitu motif batik Ngawi terhadulu. Observasi yang dilakukan mendapatkan motif batik Ngawi dari sentra batik Sido Mulyo milik bapak Suwandi.

Menurut Bapak Suwandi ciri khas Ngawi ada 5 yaitu, Padi, Manusia Purba, Padi, Pohon Jati, dan kali Tempuk. Bapak Suwandi ini sangat kreatif beliau yang pertama kali mendirikan UKM Batik di Ngawi, alasan beliau mendirikan UKM Batik karena beliau merasa bahwa Kabupaten Ngawi ini masih minim

ketertarikan pada batik, Ngawi belum memiliki ciri khas batik serta minimnya peminat pembatik, oleh karena itu dengan keahlian bapak Suwandi dalam membatik, beliau memberanikan diri untuk membuat motif batik bercirikhas Ngawi dengan bermacam-macam batik, mulai dari batik tulis, batik cap, hingga batik printing. Beliau juga membuka jasa belajar membatik secara gratis, bertujuan agar Ngawi memiliki generasi penerus peminat batik yang tinggi serta dapat mengembangkan motif batiknya.



Gambar 4.1 Motif Batik Ngawi dari UKM Batik Sido Mulyo
Sumber : Dokumentasi Peneliti.

1. Keunggulan Motif Batik Ngawi

Motif yang dibuat oleh bapak Suwandi ini memiliki ciri khas dari Ngawi, yang membedakan dengan motif batik yang lain, memiliki warna yang

mencolok dan awet tidak mudah pudar, serta lebih mengutamakan kualitas kain.

2. Kelemahan Motif Batik Ngawi

Batik yang diciptakan oleh UKM Batik Sido Mulyo ini belum memiliki motif batik ikon Kabupaten Ngawi yang menjadi unggulan, masih menggunakan motif klasik, dan motif sulit dipahami.

4.2 Konsep atau Keyword

Berdasarkan data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, studi literatur, dan beberapa data penunjang lainnya yang nantinya akan dijadikan sebuah keyword atau konsep desain batik.

4.2.1 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

1. Segmentasi

Dalam perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif, khalayak sasaran atau target yang dituju adalah :

a. Demografis

Usia : Dewasa (18 – 40 Tahun)

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Kelas Sosial : Kelas menengah

b. Geografis

Wilayah : Kabupaten Ngawi

c. *Psikografis*

- | | |
|-------------|---|
| Gaya Hidup | : Suka atau konsumtif terhadap batik |
| Kepribadian | : Masyarakat yang menyukai atau bangga terhadap produk lokal yaitu batik. |
| Value | : Memiliki kebiasaan menggunakan batik. |

2. *Targeting*

Target yang dituju dari Perancangan motif batik ikon Ngawi adalah seluruh masyarakat yang berusia dewasa atau usia antara 18 sampai 40 tahun. Khususnya pada masyarakat yang menyukai atau bangga pada produk lokal batik

3. *Positioning*

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu (Morissan, 2010:72). Motif batik ikon kabupaten Ngawi memposisikan dirinya sebagai motif batik unggulan dengan desain motif batik yang berbeda, dan menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh kabupaten Ngawi, sehingga target audience dapat mengetahui dan memahami makna dari motif batik tersebut, serta dapat dengan mudah diingat atau diterima oleh masyarakat.

4.2.2 *Unique Selling Preposition (USP)*

Penting bagi suatu produk untuk memiliki keunikan tersendiri didalam sebuah persaingan bisnis. Hal tersebut dapat membedakan suatu produk dengan kompetitornya sehingga dapat memiliki kekuatan untuk menarik pasar. Dalam hal

ini *Unique Selling Preposition* yang dimiliki oleh batik Ngawi adalah dimana motif batik kabupaten Ngawi menggunakan teknik batik tulis, yang nantinya dijadikan motif batik yang berbeda dengan yang lain, dengan background 2 warna, serta memiliki gaya desain yang modern atau masa kini. Sehingga motif batik yang dirancang dapat menunjukkan keunggulan dari potensi Kabupaten Ngawi, dan dapat memudahkan motif batik diterima oleh masyarakat, serta motif yang mudah dipahami oleh masyarakat.

4.2.3 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

SWOT adalah dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono dan Lubis 2007:18). Dinilai dari segi kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang dikandung oleh sebuah obyek, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor dari segi eksternal. Hasil dari kajian keempat segi internal dan eksternal tersebut dapat disimpulkan melalui trategi pemecahan masalah, perbaikan, pengembangan, dan optimalisasi. Hal-hal yang dikandung oleh empat faktor tersebut disimpulkan menjadi sesuatu kesimpulan yang positif, netral atau dipahami. Penyusunan kesimpulan ini ditampung dalam Matriks Pakal yang terdiri dari:

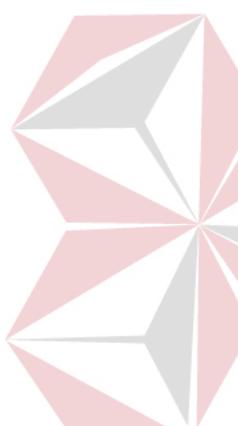
- a. Strategi PE-KU (S-O)/ Peluang dan Kekuatan: Mengembangkan peluang menjadi kekuatan.

- b. Strategi PE-LEM (W-O)/ Peluang dan Kelemahan: Mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
- c. Strategi A-KU (S-T)/ Ancaman dan Kekuatan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan.
- d. Strategi A-LEM (W-T)/ Ancaman dan Kelemahan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan. (Sarwono dan Lubis, 2007:18-19).

4.2.4 Tabel Analisis SWOT (Motif Batik Ikon Kabupaten Ngawi)

Hasil dari wawancara, observasi, literatur, studi eksisting dan studi kompetitor dapat mengetahui Strengt, Weaknes, Opportunities, dan Strengt atau SWOT pada objek yang akan dirancang. Berikut tabel dari SWOT tersebut.

Tabel 4.1 SWOT (Motif Batik Ikon Kabupaten Ngawi)



INTERNAL	STRENGT	WEAKNES
EKSTERNAL	<p>1. Batik yang memiliki motif ikon unggulan dari Kabupaten Ngawi</p> <p>2. Motif batik yang memiliki background 2 warna</p> <p>3. Batik yang menggunakan desain modern atau masa kini atau berbeda dengan motif batik yang sudah ada</p>	<p>1. Mempertimbangkan proses produksi batik tulis yang masih tradisional sebagai media untuk mempromosikan potensi Kabupaten Ngawi</p>
OPPORTUNITIES	S-O	W-O
<p>1. Memperkenalkan potensi batik Ngawi melalui batik tulis guna mengembangkan batik Ngawi yang pernah mati suri</p> <p>2. Kabupaten Ngawi memiliki ikon batik unggulan</p> <p>3. Batik Ngawi berkembang pesat</p>	<p>Motif batik yang dirancang dari ikon atau potensi unggulan Kabupaten Ngawi yang memiliki background 2 warna dengan gaya desain modern atau masa kini atau berbeda dengan motif batik yang sudah ada, guna untuk mempromosikan atau mengenalkan potensi Ngawi melalui media batik tulis</p>	<p>Batik tulis yang memiliki motif ikon atau potensi unggulan Kabupaten Ngawi yang dijadikan sebuah media batik unggulan untuk memperkenalkan potensi Ngawi yang menonjol</p>
STRENGT	S-T	W-T
<p>1. Kurangnya minat pembeli karena proses pembuatannya yang masih tradisional</p> <p>2. Motif batik ikon Kabupaten Ngawi tidak dapat diterima oleh masyarakat</p>	<p>Untuk mengatasi masalah tersebut, motif batik ikon Kabupaten Ngawi dirancang dengan menggabungkan potensi-potensi yang menonjol di Ngawi, dan dengan memunculkan motif yang berbeda, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat</p>	<p>Kurangnya minat pembeli karena prosesnya yang masih tradisional dan motif batik yang dibuat tidak dapat diterima oleh masyarakat</p>
<p>Strategi Utama : Dengan merancang motif batik ikon Kabupaten Ngawi sesuai dengan potensi-potensi Kabupaten Ngawi yang menonjol ini diharapkan dapat dengan mudah memperkenalkan atau mempromosikan Kabupaten Ngawi serta dapat menunjang atau meningkatkan industri kreatif</p>		

Sumber : Hasil olahan peneliti, 2016

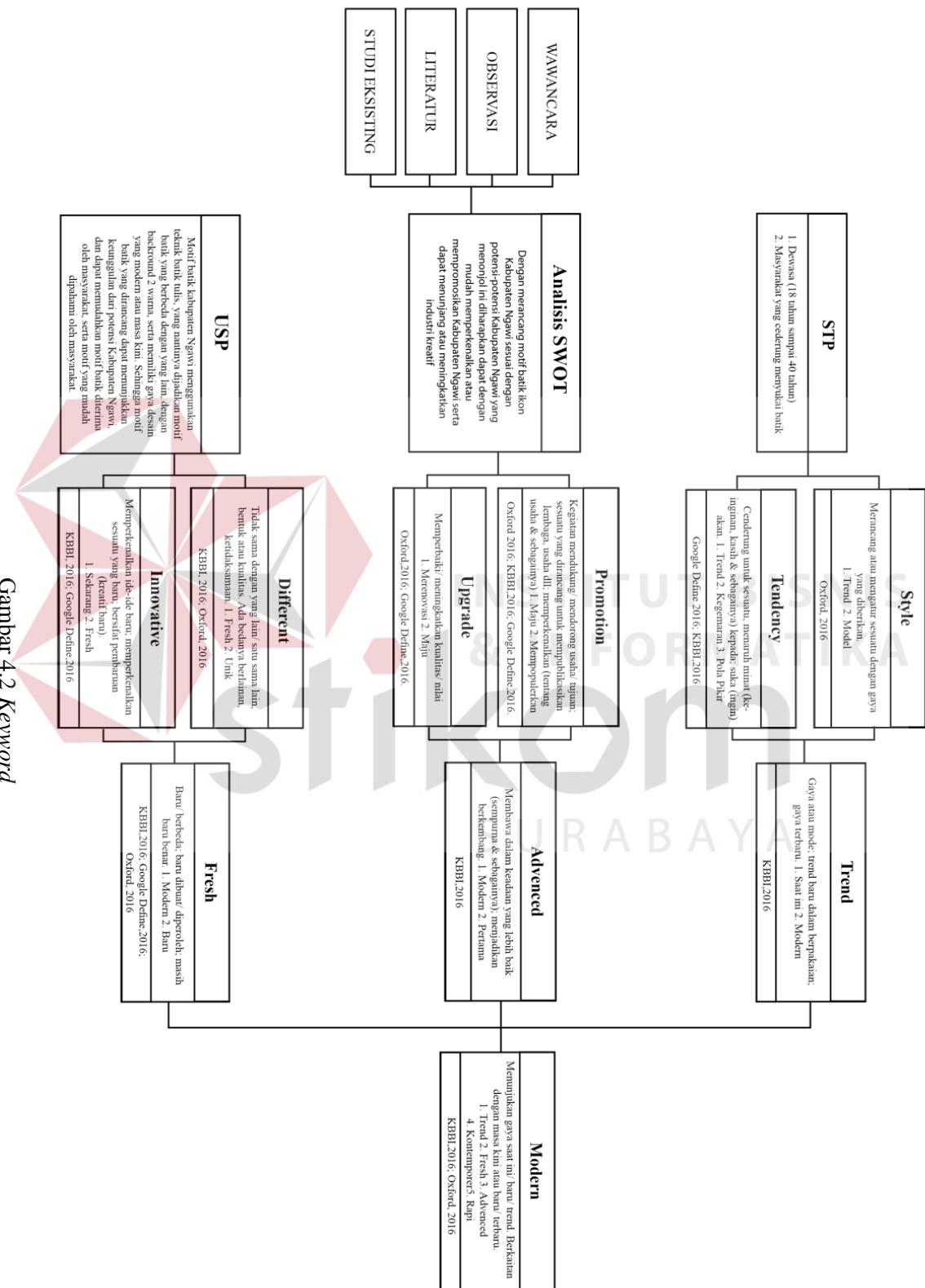
4.2.5 Keyword

Pemilihan kata kunci atau keyword dari perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi ini sudah dipilih melalui penggunaan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan keyword diambil berdasarkan data

yang sudah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, literatur, STP, dan beberapa data penunjang lainnya. Bagan keyword dapat dilihat pada gambar 4.7.

4.2.6 Deskripsi Konsep

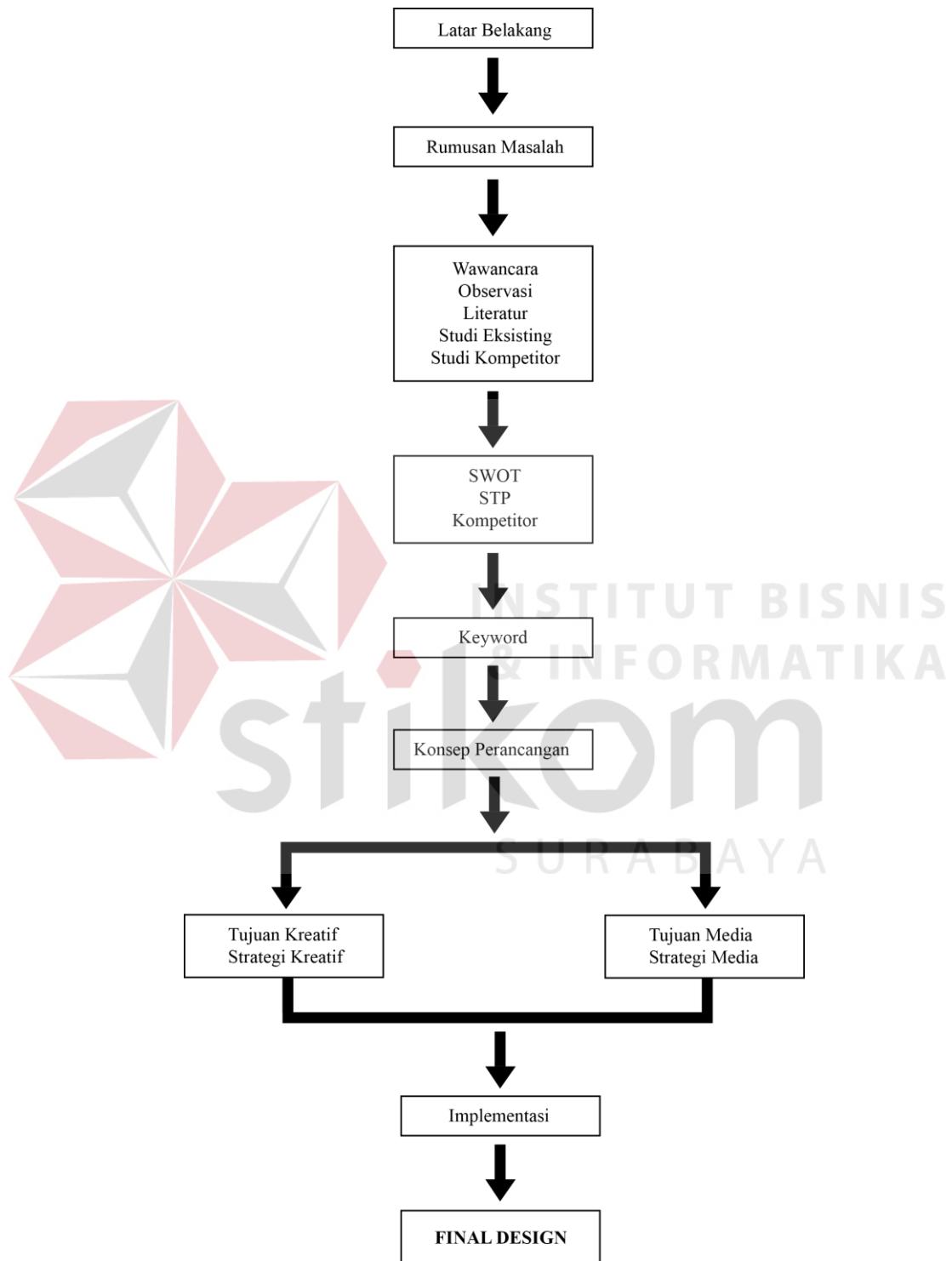
Konsep untuk perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi adalah “*Modern*”. Diskripsi dari kata “*Modern*” yang diambil dari KBBI dan Oxford adalah menunjukkan gaya saat ini/ baru/ trend. Berkaitan dengan masa kini atau baru/ terbaru. Trend yang memiliki makna gaya mode baru dalam berpakaian atau gaya mode baru dalam berpenampilan. Fresh atau sifat yang memiliki tujuan memperbarui agar lebih berkembang atau lebih maju (Advenced), membawa kabupaten Ngawi lebih maju melalui media batik. Kontemporer atau masa kini, menggunakan desain yang kontemporer atau masa kini, yang berbeda dengan motif yang sudah ada. Dikembangkan menjadi desain yang masa kini atau kekinian, yang sangat mudah menarik perhatian dewasa dini. Rapi, ikon kabupaten Ngawi yang disusun dengan rapi sehingga motif dapat terlihat jelas dan mudah dipahami dalam media batik. Mengandung kata Dengan konsep “*Modern*”, diharapkan Kabupaten Ngawi memiliki motif batik unggulan dengan teknik tradisional yang dikemas dengan tampilan “*Modern*” yang dapat menarik perhatian masyarakat, dan dapat membantu pertumbuhan industri kreatif serta dapat mempromosikan Kabupaten Ngawi.



Gambar 4.2 *Keyword*

Sumber : Olahan Peneliti, 2016

4.3 Perancangan Karya



Gambar 4.3 Alur Perancangan Karya
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

4.3.1 Perancangan Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Perancangan motif batik merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mempromosikan ikon atau keunggulan Kabupaten Ngawi melalui batik, bukan hanya untuk mengembangkan batik di daerah Ngawi yang pernah mati suri menjadi sebuah potensi yang diunggulkan, tetapi juga sebagai melestarikan produk unggulan Indonesia yang sudah diakui oleh UNESCO. Perancangan motif batik ini melalui media utama Guidebook Batik, dan media didukung seperti kain batik, Web Site, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, Poster, dan Video Pendek. Maka hal ini dibutuhkan sebuah konsep yang matang. Dengan ditetapkan sebuah *keyword* atau konsep, diharapkan dapat memberi visualisasi yang sesuai dengan motif batik Kabupaten Ngawi agar mampu dipahami dan menarik perhatian serta berdampak positif terhadap masyarakat. Keyword atau konsep yang digunakan adalah “*Modern*” yang merupakan hasil dari penggabungan antara data wawancara, observasi, USP, STP, studi literatur, dan studi eksisting, sehingga menghasilkan sebuah konsep yaitu “*Modern*” sebagai dasar acuan dalam perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi sebagai media promosi dalam menunjang industri kreatif.

Konsep “*Modern*” memiliki tujuan kreatif visual yang disajikan dengan motif batik yang menunjukkan potensi unggulan dari Kabupaten Ngawi. sehingga masyarakat paham dan dapat menerima motif batik tersebut.

2. Strategi Kreatif

Perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi diperlukan adanya strategi kreatif untuk mempermudah mempromosikan Kabupaten Ngawi. Pesan visual merupakan salah satu hal yang penting dari motif batik agar mampu menunjukkan potensi unggulan Kabupaten Ngawi yang sesuai dengan konsep “*Modern*”. Ada beberapa proses perancanaan strategi kreatif motif batik ikon Kabupaten Ngawi yang meliputi :

- a. Jenis Buku : Guidebook Batik
 - 1. Dimensi Buku : 20 cm x 20 cm
 - 2. Jumlah Halaman : 55 halaman
 - 3. Gramatur isi Buku : 160 gr
 - 4. Gramareur Cover : 260 gr
 - 5. Finishing : Softcover
- b. Ikon motif batik dan ukuran kain

Ikon motif batik yang nantinya divisualkan pada media kain melalui proses membatik, berdasarkan pengujian peneliti kain yang digunakan berukuran panjang 2,4 meter dan lebar 1,15 meter. Dengan ukuran ini batik dapat digunakan sesuai keinginan.

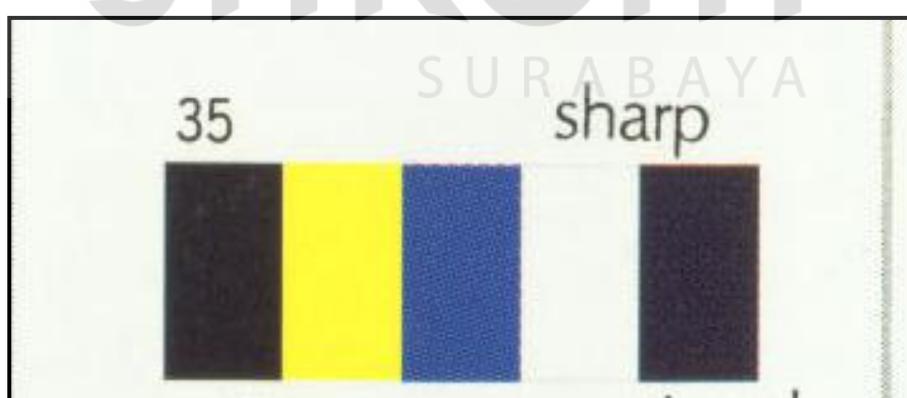
- c. Visualisasi
 - 1) Visual Ikon Motif Batik

Visual dari motif batik yang mengacu pada hasil keyword atau konsep yaitu “*Modern*” dimana potensi unggulan Kabupaten Ngawi divisualakan pada kain batik dan dikemas dengan tampilan “*Modern*”.

Motif batik yang divisualkan menggambarkan potensi Manusia Purba yang menjadi ciri khas ikon dan potensi yang lain seperti padi, pohon jati, kali tempuk, dan bambu serta aroma teh yang nantinya menjadi ikon pendukung.

2) Warna

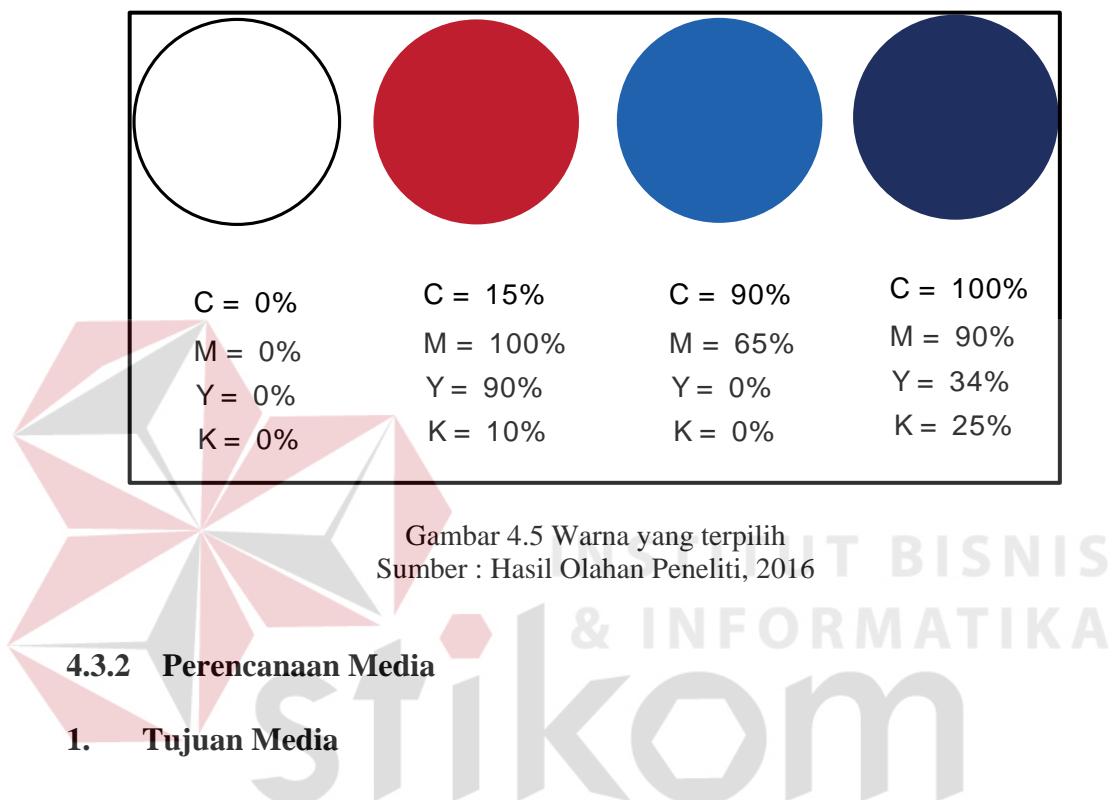
Penggunaan warna pada media batik atau pun media pendukung menggunakan warna sesuai dengan konsep “*Modern*”. Maka psikologi warna yang akan diterapkan dan mampu menunjukkan karakter “*Modern*” atau ciri khas dari Kabupaten Ngawi diambil dari buku Colorist Shigenobu Kobayashi, menurut buku tersebut warna “*Modern*” yang sesuai dengan karakteristik yang terkandung didalamnya memiliki karakter Rapi atau lebih keformal sehingga warna yang ditampilkan adalah warna “*Sharp*”, warna tersebut padat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 4.4 Warna *Modern*
Sumber : Shigenobu Kobayashi

Warna yang dipilih untuk perancangan motif batik ini adalah warna biru. Warna yang akan dirancang tidak menggunakan asli dari buku tersebut, tetapi menggunakan warna monochrome dari warna biru. Dan dikombinasi dengan warna merah, warna merah

merupakan warna karakteristik kabupaten Ngawi. Warna merah yang dirancang juga menggunakan monochrome dari warna merah. Warna-warna tersebut dapat dilihat pada gambar 4.10.



4.3.2 Perencanaan Media

1. Tujuan Media

Menurut Morissan, (2010:189) tujuan media sesuai dengan Hasil analisis data merupakan gambaran apa yang ingin dicapai suatu perusahaan berkenaan dengan penyampaian pesan suatu merek produk. Maka dibutuhkan media untuk mempromosikan Kabupaten Ngawi melalui media utama yaitu kain batik guna menunjang industri kreatif.

2. Strategi Media

Perancangan motif batik ini menggunakan 2 (dua) media, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah GuideBook Batik, sedangkan media pendukung digunakan untuk membantu publikasi media utama yang sudah dirancang. Berikut media-media yang digunakan :

a. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah Guidebook batik ikon Kabupaten Ngawi. Media ini dipilih karena biaya produksi yang murah. Guidebook adalah buku panduan, jadi media ini menjelaskan tentang motif-motif, warna, serta makna dari desain pada kain batik ikon Kabupaten Ngawi. Guidebook batik ini dirancang dengan konsep sesuai dengan *keyword* yang sudah diperoleh yaitu “*Modern*”.

b. Media Pendukung

1) Kain Batik

Rancangan motif batik dituangkan pada kain batik. Desain dari batik ini menunjukkan keunggulan potensi yang ada di Ngawi, yaitu Manusia Purba, Bambu, Padi, Pohon Jati dan Kali Tempuk. Selain itu desain yang digunakan adalah desain batik “*Modern*”, kontemporer atau masa kini.

2) Website

Menurut Greenlaw dan Hepp (2002 : 18), web adalah suatu aplikasi software yang memungkinkan setiap pengguna atau user untuk menerbitkan atau mencari dokumen hypertext di internet. Sehingga media website sangat efektif untuk dijadikan media penunjang pada rancangan ini.

3) Sosial Media

Sosial media yang digunakan untuk media promosi adalah Twitter, Facebook, dan Instagram. Menurut lembaga survei

GlobalWebIndex (Hidayat, 2013) Facebook mendudukin posisi kedua dengan 44% pengguna, Twitter dengan 22% pengguna dan Instagram berada diposisi kesepuluh dalam daftar sepuluh aplikasi yang paling banyak dipakai oleh para pengguna *smartphone*. Oleh karena itu media instagram masih memungkinkan untuk dijadikan media pendukung batik Ngawi.

4) Poster



Poster adalah media BTL (Below The Line), media ini merupakan media yang tidak memerlukan budget besar. Media poster dalam perancangan ini berukuran A2 dan dicetak menggunakan digital printing dengan bahan artpaper yang memiliki ketebalan 180gr.

5) Video

Azhar Arsyad (2011 : 49) menyatakan bahwa video merupakan gambar-gambar dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

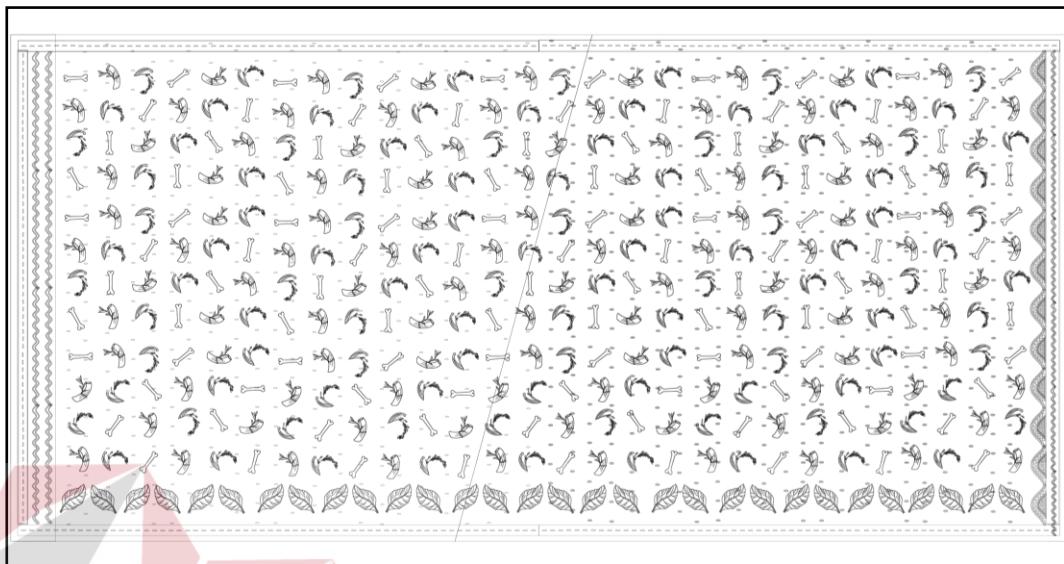
4.3.3 Perancangan Karya

1. Perancangan motif batik ikon Kabupaten Ngawi

Perancangan motif batik ini berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, literatur, dan studi eksisting. Peneliti merancang motif batik dengan 4 alternatif yang memiliki makna yang sama yaitu batik isuk sore atau pagi sore, yang memiliki arti bahwa keindahan potensi Ngawi dapat dinikmati dipagi hari maupun disore hari. Dengan memuat motif Manusia Purba, Bambu, Padi, Pohon Jati, dan Kali Tempuk, yang dijadikan satu pada satu kain batik, yang nantinya seragam dinas kebudayaan kabupaten Ngawi.

Ilustrasi motif batik batik yang dirancang memunculkan ilustrasi yang jelas dan mudah dipahami, dimana fosil Manusia Purba, Bambu, Padi diletakkan atau disusun di bagian tengah kain, karena 3 motif ini lebih mendominasi. Motif Daun Jati diletakkan dibagian bawah sendiri karena pohon Jati tumbuh disebagian dari daerah Ngawi. Kali tempuk di ilustrasikan dengan gelombang besar atau Sungai Bengawan Solo dan gelombang kecil Sungai Madiun. Serta terdapan penyederhanaan dari persawahan yang diletakkan pada bagian atas, bawah dan bagian kanan kain, dimana ada persegi panjang yang menggambarkan sketsa sawah dan penyederhanaan padi didalamnya. Terdapat pula penyederhanaan padi pada background motif batik yang memiliki makna isen-isen.

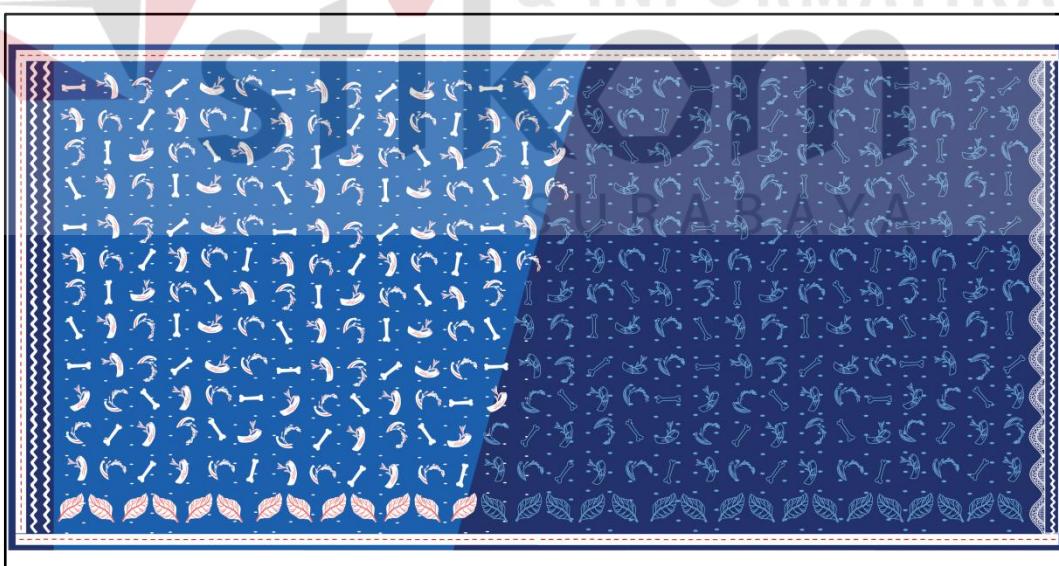
a. Desain alternatif batik 1



Gambar 4.6 Alternatif Desain Motif Batik 1

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

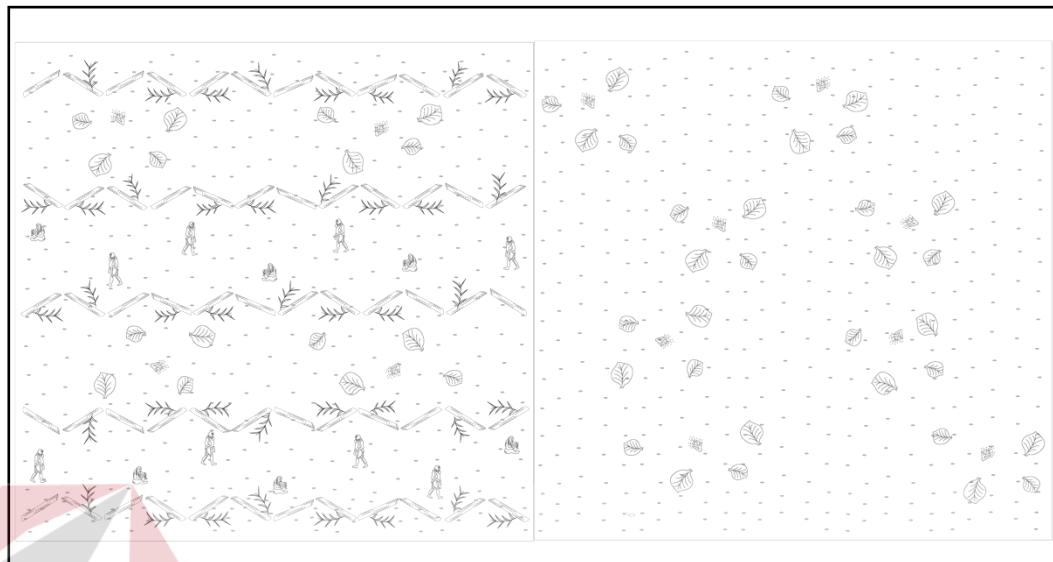
b. Desain alternatif 1 berwarna.



Gambar 4.7 Alternatif Desain Motif Batik Warna 1

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

c. Desain alternatif 2



Gambar 4.8 Alternatif Desain Motif Batik 2

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

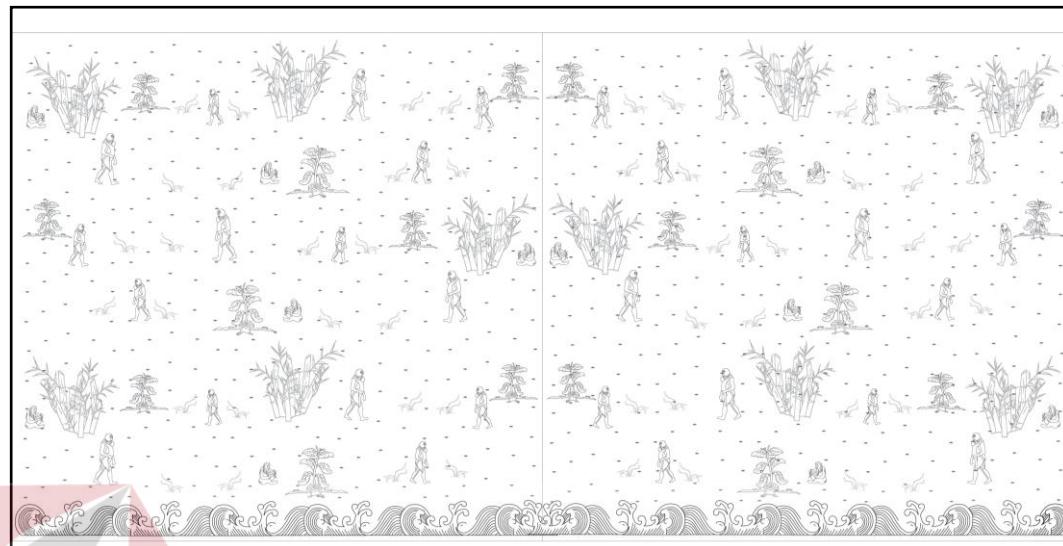
d. Desain alternatif 2 berwarna.



Gambar 4.9 Alternatif Desain Motif Batik Warna 2

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

e. Desain alternatif 3



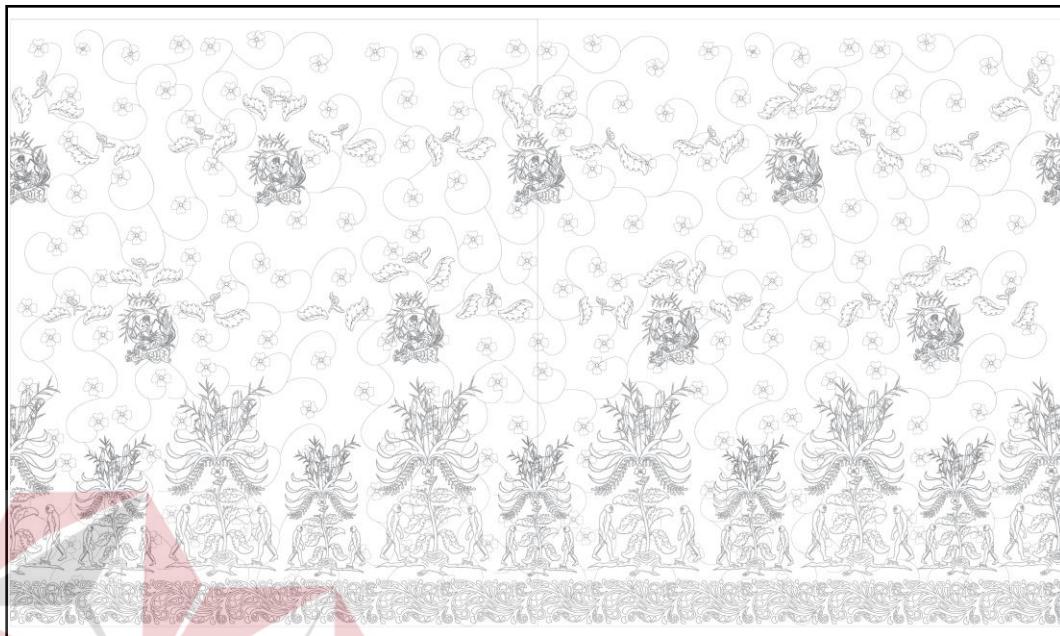
Gambar 4.10 Alternatif Desain Motif Batik 3
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

f. Desain alternatif 3 berwarna



Gambar 4.11 Alternatif Desain Motif Batik Warna 3
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

g. Desain alternative 4



Gambar 4.12 Alternatif Desain Motif Batik 4

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

h. Desain alternative 4 berwarna.



Gambar 4.13 Alternatif Desain Motif Batik Warna 4

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016

Menurut hasil survey, dari keempat motif tersebut lebih banyak yang memilih desain motif batik yang pertama. Terlihat lebih Kontemporer, Fres atau pembaruan, Trend masa kini dengan menampilkan desain yang berbeda dengan yang sudah ada, dan terlihat Rapi sehingga motif mudah dipahami oleh masyarakat.

2. Perancangan Media Promosi motif batik ikon Kabupaten Ngawi

Perancangan media promosi motif batik unggulan ini lebih mengarah pada foto batik tersebut karena dengan foto asli motif batik tersebut dapat marik perhatian masyarakat dibanding dengan media promosi motif batik bentuk vector atau bentuk yang lain. Pada media promosi poster, Guidebook batik, dan media sosial ini menggunakan foto batik unggulan dengan full, terdapat logo Ngawi dibagian bawah dan menggunakan tipografi yang memiliki karakter “*Modern*”. Menurut buku Tipografi oleh Danton Sihombing MFA font Futura memiliki karakter yang menampilkan kesan Modern. Font Futura termasuk font San Serif dapat dilihat pada gambar 4.24.

ABCDEFGHIJKL
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

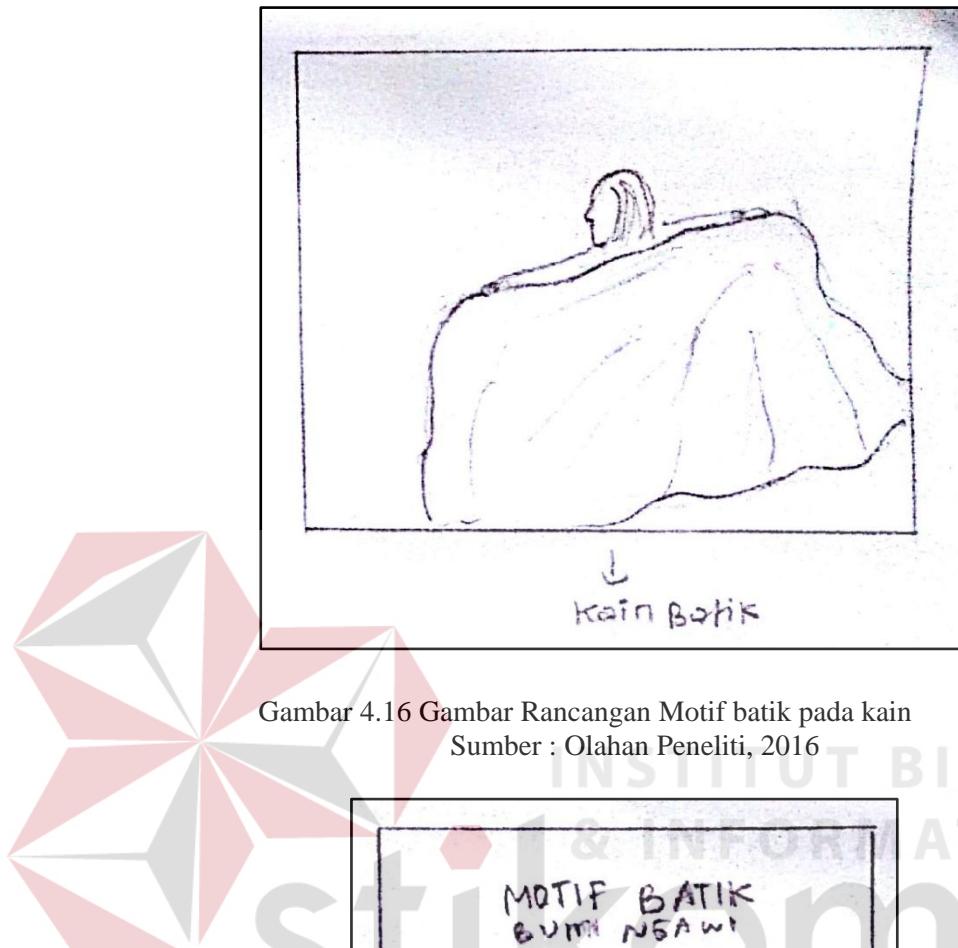
Gambar 4.14 Gambar Tipografi Futura
Sumber : google

Menggunakan gaya layout “*Mondrian Layout*” Mengacu pada konsep seorang pelukis Belanda bernama Piet Mondrian, yaitu penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk *square* / *landscape* / *por/ai/*, dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar / copy yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.

Selain itu didukung dengan gaya layout “*Type Specimen Layout*” dimana Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf, dengan point size yang besar Pada umumnya hanya berupa Head Line saja. Dengan adanya font atau tipografi dan gaya layout yang sudah terpilih, akan dengan mudah mendesain media yang akan digunakan. Berikut perancangan media yang digunakan. Berikut perancangan media yang digunakan.



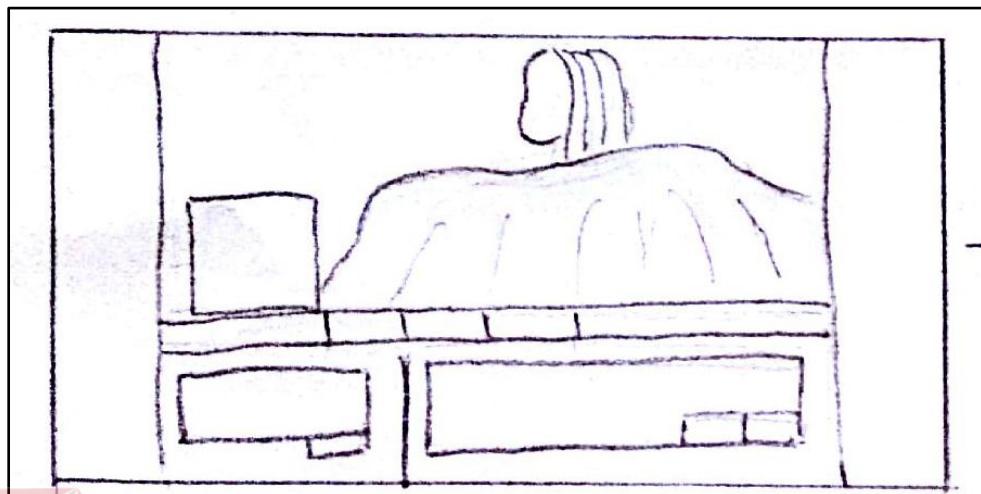
Gambar 4.15 Gambar Rancangan Buku Skala Motif
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.16 Gambar Rancangan Motif batik pada kain
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

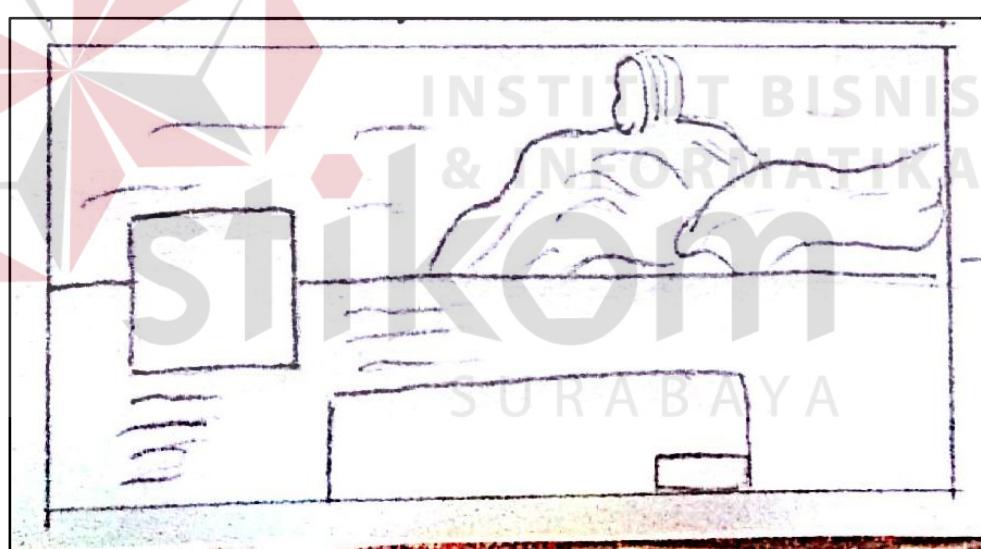


Gambar 4.17 Gambar Rancangan Media Promosi Poster
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



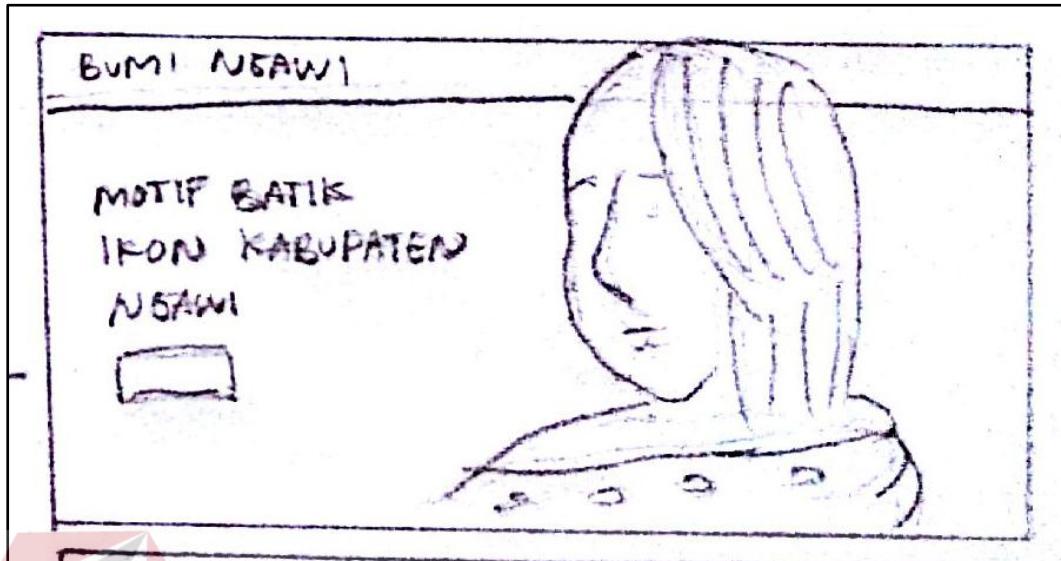
Gambar 4.18 Gambar Rancangan Sosial Media Facebook

Sumber : Olahan Peneliti, 2016



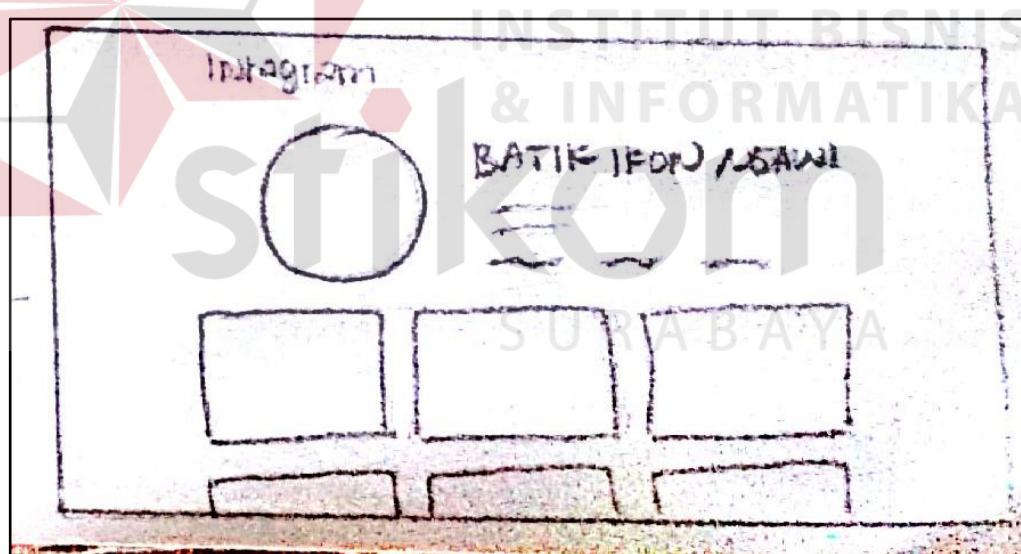
Gambar 4.19 Gambar Rancangan Sosial Media Twitter.

Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.20 Gambar Rancangan Sosial Media Website.

Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.21 Gambar Rancangan Sosial Media Instgram.

Sumber : Olahan Peneliti, 2016

4.4 Biaya Produksi

Data biaya produksi ini didapat dari salah satu pengrajin batik. Berikut rincian biaya dibutuhkan untuk membuat satu lembar kain batik untuk kategori kelas menengah.

4.4.1 Biaya Produksi Batik :

No	Bahan dan Lain-Lain	Harga	Jumlah
1	Kain Mori ukuran 2.5 meter	Rp. 60.000	Rp. 125.000
2	Pewarna (3 warna)	Rp. 20.000	Rp. 100.000
3	Minyak Tanah 1 liter	Rp. 20.000	Rp. 40.000
4	Tenaga Desain Pola Kain	Rp. 50.000	Rp. 50.000
5	Tenaga Pembatik	Rp. 60.000	Rp. 60.000
6	Tenaga Ngelorot dan Sebagainya	Rp. 40.000	Rp. 40.000
7	Lilin/Malam ½ Kg	Rp. 100.000	Rp. 100.000
Total			Rp. 515.000

Kesimpulannya dari produksi diatas semakin bagus bahan yang dipakai dan kerumitan serta kerapian dalam teknik pembatikannya, maka nilai jualnya pun bisa mencapai juataan rupiah.

4.5 Implementasi

Perancangan yang telah fix, baik dari segi sketsa, maupun warna yang sesuai dengan keyword atau konsep. Perancangan yang diimplementasikan dapat dilihat pada gambar berikut.

4.5.1 Media Utama

Buku Skala motif batik yang diimplementasikan pada buku ukuran 20cm x 20cm. ukurannya yang kecil membuat buku mudah dibawa.



Gambar 4.22 Gambar Implementasi Buku Skala Motif Batik
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

4.5.2 Media Pendukung

1. Media pendukung yang pertama adalah kain batik, dimana perancangan yang sudah dibuat diimplementasikan pada kain batik.



Gambar 4.23 Gambar Implementasi Kain Batik

Sumber : Olahan Peneliti, 2016

2. Media pendukung yang kedua adalah poster. Menggunakan media poster karena biaya produksi yang murah, dan dapat menunjang pameran batik yang biasanya dilakukan oleh dinas Ngawi diluar kota Ngawi.



Gambar 4.24 Gambar Implementasi Poster

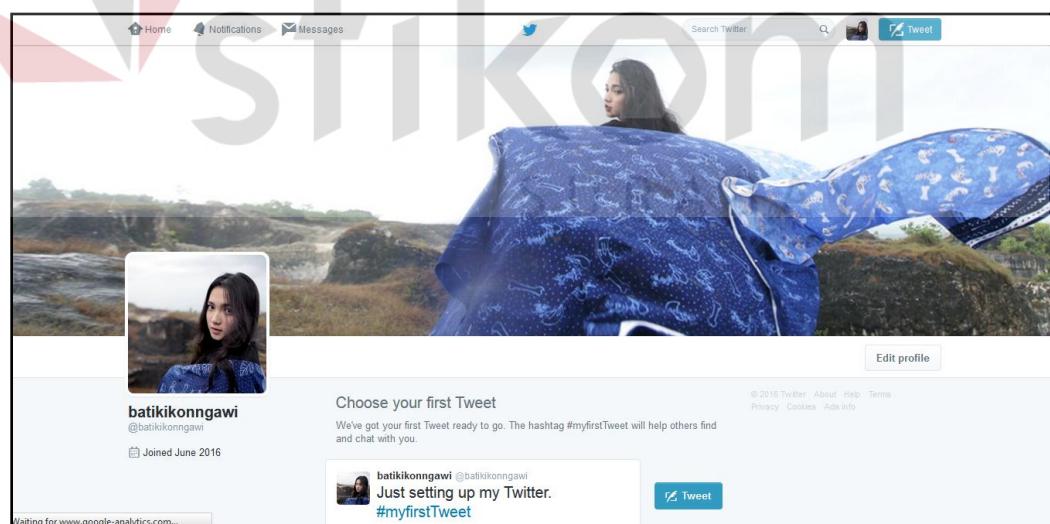
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

3. Media pendukung yang ketiga ini adalah media sosial facebook, twitter, instagram dan web dengan alamat Batikikonngawi.com. Menggunakan media tersebut karena biaya sitemnya online, akan dengan mudah memperkenalkan batik Ngawi ke masyarakat luas.



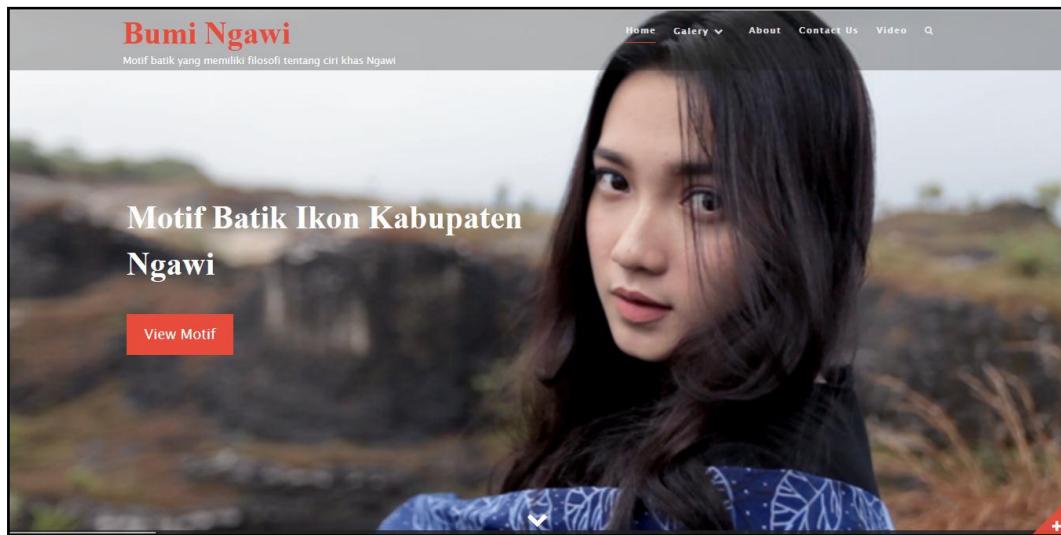
Gambar 4.25 Gambar Implementasi Facebook

Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.26 Gambar Implementasi Twitter

Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.27 Gambar Implementasi Website
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.28 Gambar Implementasi Instagram
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

4. Media pendukung yang kelima adalah video pendek. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video ini diletakkan di youtube dan di website. Berikut salah satu scene dari video tersebut.



Gambar 4.30 Gambar Implementasi Scene Video Pendek 2
Sumber : Olahan Peneliti, 2016



Gambar 4.31 Gambar Implementasi Scene Video Pendek 3
Sumber : Olahan Peneliti, 2016

