

ABSTRAK

PERANCANGAN *REBRANDING* BATIK BANYUMAS HADIPRIYANTO

**Oleh
Shintani Gunadi
NRP 1064105**

Nasionalisme di Indonesia saat ini masih kurang dilestarikan, Salah satu produk seni dan budaya Indonesia yaitu batik. Batik merupakan ciri khas Bangsa Indonesia yang membawa nama Indonesia di Negara-negara lain. Batik Banyumas merupakan salah satu contoh Batik Indonesia. Batik Hadipriyanto merupakan salah satu produsen batik terbesar di Kota Banyumas. Produksi Batik Hadipriyanto kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia yang melatarbelakangi perancangan karya tugas akhir ini. Rebranding Batik Hadipriyanto dirancang dengan cara kreatif sesuai dengan target pasar yaitu wanita usia dewasa muda yang hidup di kota – kota besar di Indonesia.

Perancangan ini menggunakan sebuah strategi rebranding dengan perancangan brand lama menjadi brand baru yang lebih berciri khas produsen batik dan merupakan asli kota Banyumas. Rebranding ini bertujuan untuk memperluas penjualan di kota-kota lain, agar target lebih mengenal dan dapat membedakan batik Banyumas dengan batik yang lain dan juga tertarik untuk membeli dan berkunjung ke produsen batik Hadipriyanto. Media yang digunakan untuk rebranding yaitu stasionery, hang tag, woven label, care label, nota penjualan, packaging, paper bag, website, print add majalah (untuk memberi info perubahan logo), sign system (di depan toko), baju karyawan, mini katalog, Xbanner (diletakkan di dalam toko), sticker logo (untuk depan toko).

Kata kunci: Rebranding, Batik Banyumas, Nasionalisme

ABSTRACT

THE REBRANDING DESIGN OF BANYUMAS HADIPRIYANTO BATIK

**Submitted by
Shintani Gunadi
NRP 1064105**

The Indonesians are lacking in nationalism. Batik is actually part of the Indonesian culture renowned internationally. Hadipriyanto Batik is one of the biggest batik producers in Banyumas and yet still yet unknown among the Indonesians. That is what initiates this design, specifically Hadipriyanto batik needs to be rebranded creatively to cater to the needs of adult women living in big cities in Indonesia.

This design makes use of rebranding strategy to exhibit even newer brand with local Banyumas identities still attached to it. This rebrand is also meant to expand the sale of Hadipriyanto Batik and be able to tell the difference between this kind of batik and the others so as to finally come and purchase the batik.

The media used are stationery, hang tag, woven label, care label, sale notes, packaging, paper bag, websites, print ad of magazines to inform the change of logo, sign system at the store, employees' uniforms, mini catalogues, Xbanner placed in front of the store, logo stickers also displayed in front of the store.

Keywords: branding, Banyumas Batik, nationalism

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1 Permasalahan.....	3
1.2.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.4.1 Sumber Data.....	4
1.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.4.2.1 Wawancara.....	4
1.4.2.2 Studi Pustaka.....	4
1.4.2.3 Kuesioner.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Teori Nasionalisme.....	7
2.2 Landasan Teori batik.....	8
2.3 Teori Warna.....	9

2.3.1	Warna di sekitar Yogyakarta dan Solo.....	9
2.3.2	Warna di daerah Pekalongan.....	11
2.4	Teori <i>Brand</i>	12
2.4.1	Pengertian <i>Brand</i>	12
2.4.2	<i>Brand str</i>	13
2.4.3	Logo.....	13
2.5	Tipografi.....	14
2.6	Landasan teori packaging.....	14
2.7	Kepribadian Dewasa Dini Secara Psikologis.....	16
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		17
3.1	Data dan Fakta.....	17
3.1.1a	Sejarah Batik Banyumas.....	17
3.1.1b	Sejarah Batik Banyumas Hadi Priyanto.....	18
3.1.1c	DEKRANAS.....	24
3.1.2	Data Tentang Gejala.....	24
3.1.2a	Hasil Wawancara Batik Hadi Priyanto.....	25
3.1.2b	Hasil Kuisisioner.....	26
3.1.3	Tinjauan Karya Terhadap Proyek Sejenis.....	33
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan.....	36
3.2.1	Analisis SWOT.....	36
3.2.1a	SWOT Batik Hadi Priyanto.....	36
3.2.1b	SWOT Batik Banyumas.....	37
3.2.2	<i>Segmentasi, Targeting, & Positioning</i>	38
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....		39
4.1	Konsep Komunikasi.....	39
4.2	Konsep Kreatif.....	39
4.3	Konsep Media.....	41
4.4	Hasil Karya.....	45
4.4.1	logo.....	45
4.4.2	<i>Stasionery</i>	47

4.4.3 <i>Packaging</i>	48
4.4.4 <i>Paper bag</i>	50
4.4.5 <i>Hangtag, Woven label & Care label</i>	51
4.4.6 <i>Print ad</i>	53
4.4.7 <i>Website</i>	54
4.4.8 <i>Mini katalog</i>	55
4.4.9 <i>Xbanner</i>	56
4.4.10 <i>Sign System</i>	57
4.4.11 <i>Seragam Karyawan</i>	58
4.4.12 <i>News Letter</i>	59
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran bagi sesama peneliti desainer komunikasi visual.....	60
5.2.2 Saran yang ditujukan bagi Batik Hadipriyanto.....	60
5.2.3 Saran dari pembimbing dan penguji.....	61
 DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	63
DATA PENULIS.....	78
UCAPAN TERIMA KASIH.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	6
Gambar 3.1	Peta Jawa Tengah.....	17
Gambar 3.2	Logo lama Batik Hadipriyanto.....	18
Gambar 3.3	Rumah perusahaan Batik HP di Banyumas.....	19
Gambar 3.4	Ibu-ibu yang sedang membuat batik tulis	20
Gambar 3.5	Ibu-ibu yang sedang membuat batik tulis	20
Gambar 3.6	Ibu-ibu yang sedang membuat batik tulis	20
Gambar 3.7	Bagian dalam toko Batik HP.....	21
Gambar 3.8	Bagian dalam toko Batik HP.....	21
Gambar 3.9	Contoh penataan batik tulis di Batik Hp	22
Gambar 3.10	Foto keluarga Bapak Slamet dengan model.....	23
Gambar 3.11	Logo DEKRANAS.....	24
Gambar 3.12	Diagram usia responden.....	26
Gambar 3.13	Diagram pendapatan responden	26
Gambar 3.14	Diagram pakaian batik.....	27
Gambar 3.15	Diagram hobi responden	27
Gambar 3.16	Diagram batik yang paling sering dibeli.....	28
Gambar 3.17	Diagram batik yang diketahui responden	28
Gambar 3.18	Diagram responden yang mengetahui kain tenun	29
Gambar 3.19	Diagram responden yang mengetaui Batik Banyumas	29
Gambar 3.20	Diagram responden yang pernah melihat Batik Banyumas	30
Gambar 3.21	Diagram responden menggunakan pakaian batik	30
Gambar 3.22	Diagram majalah yang sering dibeli responden	31
Gambar 3.23	Diagram responden suka mengikuti acara resmi	31
Gambar 3.24	Diagram yang mengetahui Batik HP.....	32
Gambar 3.25	Diagram responden menghabiskan waktu luang.....	32
Gambar 3.26	Diagram media yang sering digunakan responden	33
Gambar 3.27	Logo awal Batik Drajat	34
Gambar 3.28	Logo warna awal Batik Drajat.....	34
Gambar 3.29	Logo yang dipilih oleh klien.....	35

Gambar 3.30	Aplikasi Logo kedalam stasionery	35
Gambar 4.1	Warna utama yang digunakan logo.....	40
Gambar 4.2	Timeline media.....	43
Gambar 4.3	Logo rebranding	45
Gambar 4.4	Motif Gandasubrata.....	45
Gambar 4.5	Penjelasan logo.....	46
Gambar 4.6	Aplikasi stasionery.....	47
Gambar 4.7	Bentuk packaging	48
Gambar 4.8	Layout packaging bagian depan	49
Gambar 4.9	Layout Packaging bagian belakang.....	49
Gambar 4.10	Layout paper bag.....	50
Gambar 4.11	Layout ukuran paper bag.....	51
Gambar 4.12	Hangtag.....	51
Gambar 4.13	Woven Label	52
Gambar 4.14	Care Label	52
Gambar 4.15	Print ad.....	53
Gambar 4.16	Penerapan di dalam majalah.....	53
Gambar 4.17	Layout website.....	54
Gambar 4.18	Bagian dalam website.....	54
Gambar 4.19	Mini katalog cover.....	55
Gambar 4.20	Bagian dalam mini katalog	55
Gambar 4.21	Layout xbanner.....	56
Gambar 4.22	Sign system depan toko.....	57
Gambar 4.23	Penampakan dari samping.....	57
Gambar 4.24	Penerapan sign system di depan pintu masuk toko.....	58
Gambar 4.25	Seragam karyawan.....	58
Gambar 4.26	News letter.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Budgeting.....	44
-----------	----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner.....	63
Lampiran B	Rangkuman wawancara.....	66
Lampiran C	Sketsa.....	68