

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BATIK CIPRAT SEBAGAI KARYA UNGGULAN SISWA SISWI SLB NEGERI SEMARANG

Desi Purwita Sari, Godham Eko Saputro S.Sn., M.Ds, Toto Haryadi M.Ds
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261
E-mail : desipurwita73@yahoo.com, godham.eko@gmail.com, hary.totok@gmail.com

Abstrak

Objek yang akan dipromosikan dalam Media Promosi ini adalah Batik Ciprat SLB Negeri Semarang. Batik Ciprat merupakan penemuan baru cara membatik, yang diajarkan untuk anak-anak berkebutuhan khusus agar dapat membuat karya batik dengan mudah dan menyenangkan. Produksi Batik sudah dilakukan SLB Negeri Semarang sejak tahun 2011. Batik ciprat banyak diminati sampai luar Jawa Tengah bahkan wisatawan dari Brunei Darusalam dan Eropa. Namun masyarakat di Semarang belum terlalu mengetahui keberadaan Batik Ciprat ini, sehingga perlu adanya promosi di daerah kota asal batik itu sendiri. Perancangan media promosi ini menggunakan metode analisis SWOT untuk menentukan strategi kreatif dan marketing yang tepat sebagai sarana untuk merancang media promosi Batik Ciprat agar efektif dan tepat sasaran. Kegiatan promosi akan menggunakan website sebagai media utama, karena website dianggap mampu dan efektif untuk menjangkau semua target sasaran. Terdapat juga beberapa media pendukung yang digunakan untuk mempromosikan batik ciprat secara langsung, seperti poster, x banner, banner, brosur, kartu nama dan stiker. Perancangan media promosi ini menempatkan bahwa batik ciprat merupakan produk unggulan yang dibuat oleh anak anak berkebutuhan khusus SLB N Semarang yang berkualitas unik dan berbeda.

Kata kunci : batik ciprat, SLB Negeri Semarang, perancangan, media promosi

Abstract

Object which will be promoted in this promotional media is Batik Ciprat of SLB Negeri Semarang. Batik Ciprat is the latest way to create batik, which is thought for students who have special needs so they will able to make batik easily and happily. Batik production have been produced by SLB Negeri Semarang since 2011. Batik Ciprat have big demand go up to central java, even from Brunei Darussalam and European tourism. Unfortunately most of Semarang resident do not know about this Batik Ciprat yet, therefore it needs promotional program in it's own home town. This promotional using SWOT analysis method to determine the best creative and marketing strategy as a promotional media of Batik Ciprat in order to get an effective and accurate target. This promotion will use website for the primary media, because website is considered to be able and effective to reach all of the targets. There are also support media which are used to promote Batik Ciprat directly, such as poster, x banner, brochure, name card and sticker. This promotional media will set that Batik Ciprat is prior product which is made by SLB Negeri Semarang who have unique and different quality.

Keywords: Batik Ciprat, SLB Negeri Semarang, Design, Promotion Media

1. PENDAHULUAN

Manusia di dunia ini diciptakan dengan kekurangan dan kelebihan, tidak ada manusia yang sempurna. Banyak orang-orang yang mempunyai kekurangan seperti keterbelakangan mental dan autis. Namun penanganan untuk anak-anak berkebutuhan khusus tersebut belum ditangani secara serius khususnya di Semarang. Dengan rasa keprihatinan karena belum adanya SLB Negeri di Semarang maka di buatlah SLB Negeri yang pertama di Semarang yang dipelopori oleh Drs. Ciptono, yang merupakan kepala sekolah dari SLB Negeri Semarang.

Selain pelajaran akademik, para siswa di SLB Negeri Semarang juga diberi bekal agar mampu berkarya ditengah masyarakat melalui kelas keterampilan. Berbagai keterampilan diajarkan, seperti membatik, musik, menjahit, otomotif, dan tataboga. Keterampilan membatik diajarkan disini dan menjadi salah satu kreatifitas unggulan, Batik yang di buat adalah Batik Ciprat. Motif batik yang pertama kali dibuat oleh anak-anak berkebutuhan khusus di SLB Negeri Semarang.

Latar belakang dari pembuatan Batik Ciprat ini adalah kemauan kuat dari para siswa SLB Negeri Semarang untuk hidup mandiri dan produktif. Siswa siswi ingin menunjukkan bahwa dengan kondisi yang *terbatas* mampu menghasilkan sesuatu yang bernilai ekonomi tinggi sehingga nantinya bisa menopang kehidupannya. Terbukti Batik Ciprat ini dapat dijual dipasar dan banyak diminati oleh kalangan umum bukan karena faktor kasihan tetapi karena kualitas produknya yang baik. Sudah ribuan potong kain Batik Ciprat dihasilkan oleh siswa siswi dan semuanya dapat terserap pasar dengan mudah. Produksi batik ini sudah dilakukan SLB Negeri Semarang sejak tahun 2011. Karya batik para siswa siswi SLB Negeri Semarang banyak diminati sampai luar Jawa Tengah bahkan wisatawan dari Brunei Darusalam dan Eropa. Ini salah satu bukti bahwa keberadaan siswa siswi tidak untuk dikasihani karena sudah terbukti siswa siswi bisa produktif seperti orang normal padahal dalam situasi yang tidak normal.

Batik corak ciprat yang siswa siswi buat diberi nama lokal tentang suatu daerah di Semarang, seperti batik ciprat Lawang Sewu, Kota Lama, Pecinan dan

Sigar Bencah. Pemberian nama pada motif tersebut supaya masyarakat di Semarang bisa lebih mencintai batik buatan Semarang, dan orang luar yang membelinya juga tahu nama wilayah di ibukota Jawa Tengah tersebut.

Namun masyarakat di Semarang sendiri belum terlalu mengetahui keberadaan batik ciprat ini, sehingga perlu adanya promosi di daerah kota asal batik itu sendiri. Dari permasalahan tersebut perancang akan merancang media promosi yang memberikan informasi tentang batik ciprat yang diproduksi oleh siswa siswi SLB Negeri Semarang. Perancangan ini diharapkan dapat memperkenalkan batik ciprat yang diproduksi oleh anak berkebutuhan khusus di SLB Negeri Semarang kepada masyarakat di kota Semarang.

2. URAIAN PENELITIAN

2.1 Tujuan

Menghasilkan perancangan media promosi batik ciprat produk unggulan karya siswa-siswi SLB Negeri Semarang agar masyarakat di Semarang dapat mengenal batik ciprat yang diproduksi oleh SLB Negeri Semarang.

2.2 Masalah

Bagaimana merancang media promosi batik ciprat sebagai produk unggulan karya siswa-siswi SLB Negeri Semarang ?

2.3 Metode

Metode penelitian dalam perancangan tugas akhir ini penulis menggunakan pendekatan metode kualitatif, karena metode kualitatif didasarkan pada adanya hubungan pemaknaan antara promosi batik ciprat dengan pendidikan.

Metode Pengumpulan Data, data primer melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder dari kepustakaan dan internet.

Metode analisis data yang digunakan penulis menggunakan metode SWOT (*strength, weakness, opportunities, threat*).

2.4 Tinjauan Teori

1. Media promosi menurut Heinich (1982) dalam Azhar Arsyad (2002: 4) media adalah perantara yang mengantar informasi antara sumber dan penerima. Media juga diartikan sebagai alat, teknik, dan metode yang

digunakan dalam rangka lebih mengolektifkan komunikasi dan interaksi antara pemberi dan penerima pesan.

2. Shim Terence A (2003:375) Periklanan memiliki tujuan yaitu pernyataan spesifik tentang eksekusi periklanan yang direncanakan dalam pengertian tentang apa yang khususnya hendak dicapai oleh iklan tersebut. Tujuan ini didasarkan pada situasi persaingan terkini, atau situasi yang akan diantisipasi dalam kategori produk dan dalam masalah-masalah yang harus dihadapi oleh merek atau peluang-peluang yang tersedia untuk diraih.
3. Kata "batik" berasal dari gabungan dua kata bahasa Jawa: "amba", yang bermakna "menulis" dan "titik" yang bermakna "titik".
Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Balai Pustaka, 2007), batik dijelaskan sebagai kain bergambar yang dibuat secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam (lilin) pada kain, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu atau biasa dikenal dengan kain batik.
4. Tipografi menurut Eka Sofyan Rizal, dalam sebuah rubrik dimajalah Concept (vol01, edisi5, 2005), Tipografi adalah hal yang secara special memperlakukan tentang huruf. Tipografi merupakan lingkup dan wujud dari segala perlakuan terhadap huruf sehingga huruf bisa menampilkan fungsi keterbacaan dan fungsi kesan visual.
5. Anne Damera (2007), sebuah warna sangat berkaitan dengan sisi psikologis. Contohnya ialah warna biru yang melambangkan kedamaian, dan warna hitam yang berpotensi kuat untuk menimbulkan kesan magis.
6. Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan atau percetakan yang dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan kata-kata. Ilustrasi dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan berhasil dari pada teks.
7. Menurut Surianto Rustan (2008), pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Warna

Warna yang digunakan adalah berbagai macam warna seperti merah, kuning, hijau, biru, orange dan ungu. Warna-warna tersebut digunakan sesuai dengan realitas dari motif dan corak batik ciprat yang mempunyai banyak warna dalam pembuatannya.

Merah



C : 1
M : 99
Y : 97
K : 0

Biru



C : 82
M : 61
Y : 0
K : 0

Hijau



C : 86
M : 17
Y : 100
K : 4

Orange



C : 0
M : 51
Y : 99
K : 0

Kuning



C : 2
M : 5
Y : 96
K : 0

Ungu



C : 75
M : 99
Y : 2
K : 0

Tipografi

Font yang digunakan pada setiap media dibuat berbeda beda namun masih dalam satu keluarga huruf yang sama yaitu font latin. Semua font dibuat dengan simpel dan elegan.

Font yang digunakan adalah dancing script

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Untuk memudahkan keterbacaan menggunakan font Imprint MT Shadow

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

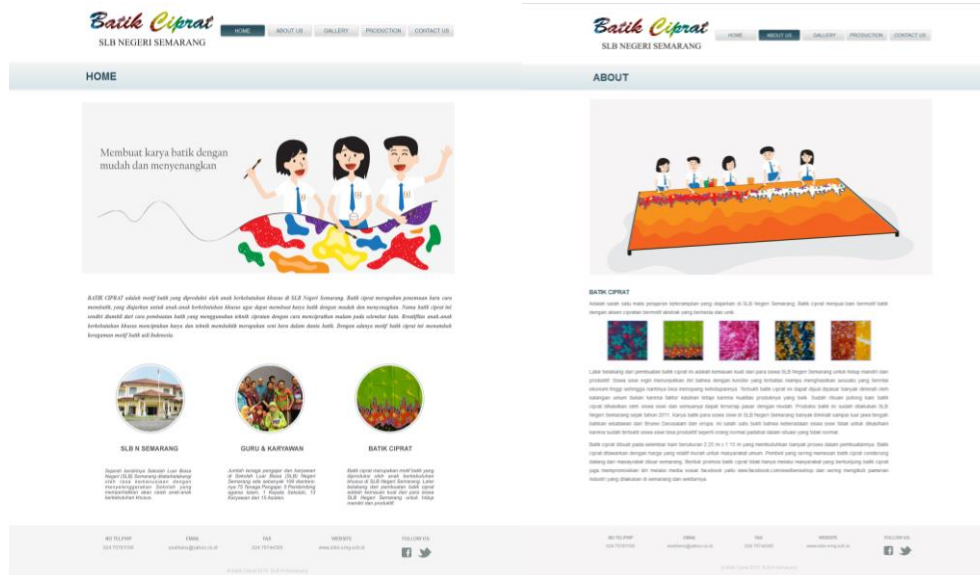
Dan untuk bagian isi seperti website, brosur menggunakan font yang standar Times New Roman agar mudah dibaca oleh *target audience*.

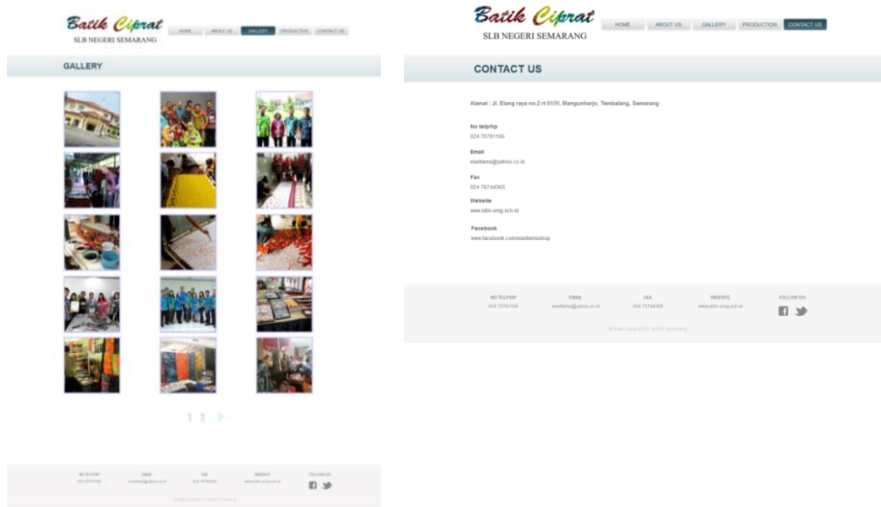
Website

Website merupakan media utama dalam perancangan ini

1. Font : Menggunakan font Imprint MT Shadow font yang simpel agar mudah dipahami.
2. Warna : Warna yang digunakan adalah warna-warna cerah seperti merah, kuning, hijau, dan biru.
3. Visual : Anak-anak yang sedang membuat dengan wajah yang senang.
4. Verbal :
 - a. Headline : Batik ciprat SLB Negeri Semarang
 - b. Bodycopy : Membuat karya batik dengan mudah dan menyenangkan
 - c. Keterangan : Website akan diisi dengan keterangan info-info seputar batik ciprat, mulai dari proses pembuatan, sejarah, portofolio dan kontak akan dijelaskan secara rinci.

Desain website





Gambar 1 desain website

Poster

1. Font : Menggunakan huruf yang sederhana simpel agar mudah dipahami.
2. Warna : Warna yang digunakan berasal dari warna asli yang diproduksi batik ciprat.
3. Visual : Berupa ilustrasi gambar garuda yang dibentuk menggunakan motif batik ciprat.
4. Fotografi : Menggunakan teknik fotografi untuk membuat tangan yang sedang membatik agar gambar terkesan lebih nyata.
5. Verbal :
 - a. Headline : Membuat karya batik dengan mudah dan menyenangkan.
 - b. Bodycopy : Kami bukan produk tuhan yang gagal, kami bisa karena kami luar biasa.
 - c. Keterangan: Alamat website, facebook, dan alamat batik ciprat.

Desain Poster



Gambar 2 Sketsa poster

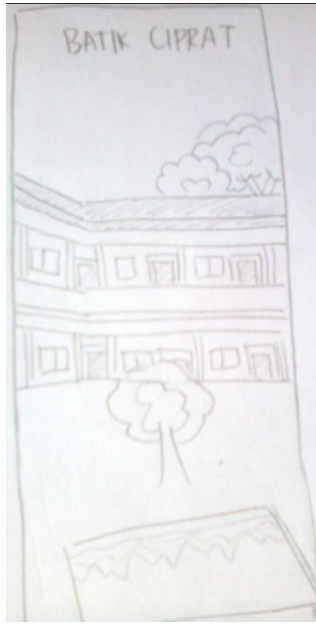


Gambar 3 desain Poster

X Banner

1. Font : Menggunakan huruf yang simpel agar mudah dipahami.
2. Warna : Menggunakan warna biru untuk langit, hijau rumput, dan kuning untuk warna sekolah.
3. Visual : Ilustrasi gambar sekolah dan gambar anak-anak yang sedang membatik.
4. Verbal :
 - a. Headline : Batik ciprat produk unggulan karya siswa siswi SLB Negeri Semarang.
 - b. Bodycopy : Kami bukan produk tuhan yang gagal, kami bisa karena kami luar biasa dari keterbatasan ciptakan karya yang luar biasa.
 - c. Keterangan: Alamat website, facebook, dan alamat batik ciprat.

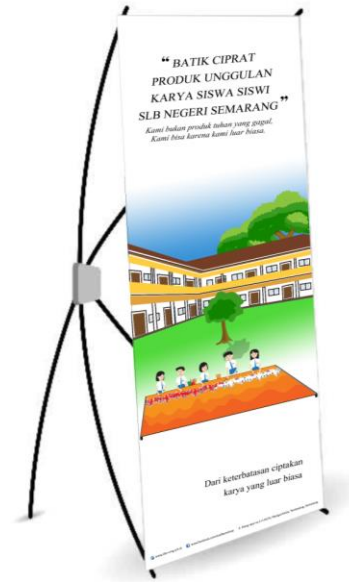
Desain x banner



Gambar 4 sketsa x banner



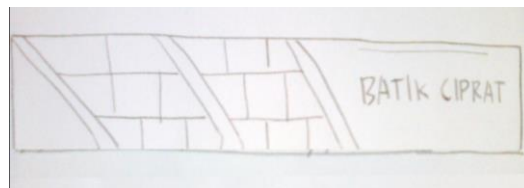
Gambar 5 desain x banner



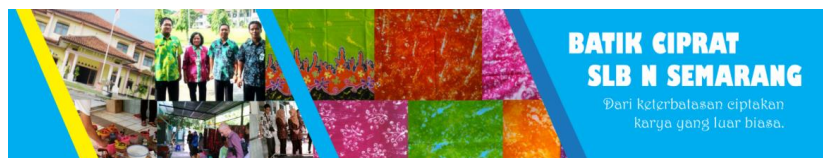
Banner

1. Font : Menggunakan huruf yang simpel agar mudah dipahami.
2. Warna : Warna background didominasi warna biru.
3. Visual : Berupa foto-foto tentang batik ciprat, foto sekolah orang membatik, dan foto motif batik ciprat yang dilayout rapi.
4. Verbal : Berisi keterangan nama batik ciprat dan bodycopy “dari keterbatasan ciptakan karya yang luar biasa.”

Desain Banner



Gambar 6 sketsa banner



Gambar 7 desain banner

Brosur

1. Font : Menggunakan font latin yang simpel.
2. Warna : Warna dibuat berbeda beda setiap lembarnya.
3. Visual : Motif batik ciprat yang unik dengan warna-warna cerah disertai cipratan cipratan, dan diberi foto-foto seputar batik ciprat.
4. Verbal : Berisi keterangan singkat tentang SLB Negeri Semarang dan visi misi. Kemudian juga diisi keterangan tentang batik ciprat dan produksi batik.

Desain Desain Brosur



Gambar 8 desain brosur

Kartu Nama

1. Font : Menggunakan font latin yang simpel.

2. Warna : Menggunakan kombinasi warna-warna yang cerah.
3. Visual : Berupa ilustrasi motif abstrak batik ciprat.
4. Verbal : Berisi identitas batik ciprat
 - a. Alamat : Jl. Elang raya no.2 rt 01/IV, Mangunharjo, Tembalang, Semarang.
 - b. No telp/hp : 024 70781106
 - c. Email : eselbens@yahoo.co.id
 - d. Fax : 024 76744365
 - e. Website : www.slbn-smg.sch.id
 - f. Facebook : www.facebook.com/eselbensshop

Kartu Nama



Gambar 9 desain kartu nama

Stiker

1. Font : Menggunakan font latin yang simpel dan font times new roman.
2. Warna : Menggunakan banyak warna-warna yang cerah.
3. Visual : Menggunakan ilustrasi motif abstrak batik ciprat.

Desain Stiker



Gambar 10 desain stiker

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil akhir perancangan media promosi batik ciprat SLB Negeri Semarang disimpulkan bahwa :

1. Media promosi yang dibuat dirasa mampu menjadi media yang tepat untuk memperkenalkan batik ciprat yang dibuat anak-anak berkebutuhan khusus SLB Negeri Semarang kepada masyarakat dikota semarang.
2. Diharapkan dengan perancangan media promosi ini dapat menjadikan batik ciprat sebagai produk unggulan yang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga dapat menopang kehidupan siswa siswi setelah lulus dari SLB Negeri Semarang.

Saran

Dari hasil akhir penelitian perancangan media promosi batik ciprat sebagai pengenalan batik ciprat kepada masyarakat dikota semarang, meskipun media promosi yang dibuat sudah dirasa cukup mewakili pesan yang ingin disampaikan, namun terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan penulis terkait dengan perancangan, akan lebih baik jika kedepannya batik ciprat melakukan workshop

bertemakan batik ciprat yang memuat pameran dan fashion show batik ciprat SLB Negeri Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. (2007). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Concept. (2007). *Majalah Desain Grafis. Edisi: 20, Vol: 04*. Jakarta: PT. Concept Media.
- Dameria, Anne. (2007). *Color Basic-Panduan Dasar Warna Untuk Desainer dan Industri Grafika*. Jakarta: Link and Match Graphic.
- Holland, Brad. (2005). *Illustration Now!*. New York: New York Society of Illustrators.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*. Pustaka Grafiti, Jakarta.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Layout*. Jakarta Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton, MFA. (2003). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Terence A, Shrimp. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Tim Penyusun kamus pusat bahasa. (2007). *Kamus Besar bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.