

## PERANCANGAN VISUAL BRANDING CINTA BATIK SEMARANGAN

**NOVI DWI SULISTYARINI**

(Pembimbing : ARIPIN, M.Kom, BERNARDUS ANDANG PRASETYA ADIWIBAWA, ST, M.Si)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201325@mhs.dinus.ac.id*

### ABSTRAK

Cinta Batik Semarang adalah butik yang didirikan oleh Pak Eko. Pengrajin Pak Eko menunjukkan satu-satunya pengrajin yang masih bertahan di era modern saat ini di kampung bubakan yang masih berkembang dan peduli akan batik Semarang. Di butik tersebut selain menjual batik Semarang, Pak Eko juga menampilkan proses pembatikan ditempat. Pada butik Pak Eko, visual branding belum kuat dalam pasar pengrajin batik dikota Semarang maupun luar Semarang, selain itu identitas visual brand produk Pak Eko belum diterapkan secara konsisten dalam banyak media di tempat usahanya, padahal di bidang persaingan batik dengan usaha sejenis di dalam maupun luar kota, ini terbukti dalam beberapa wawancara belum mengenal butik ini. Agar hal-hal tersebut dapat terlihat oleh masyarakat luas khususnya para pecinta batik Semarang. Visual Branding dilakukakn dengan cara mengumpulkan data melalui proses wawancara dengan pihak-pihak terkait dan observasi non- partisipatif guna memperoleh data- data yang valid sebagai informasi sebuah iklan serta mencari data edukatif melalui buk dan internet. Sebagai informasi tambahan yang kemudian dianalisis dengan metode analisi Deskripsi. Hasil dari analisis tersebut adalah sebuah media untuk dijadikan dalam visual branding Dengan adanya perancangan ini diharapkan mampu untuk membantu meningkatkan citra atau nama Cinta Btik Semarang ke daerah semarang dan indonesia serta luar negeri.

Kata Kunci : Perancangan Visual Branding, Pengrajin Batik, Batik Semarang, Cinta Batik Semarang

## **VISUAL BRANDING DESIGN OF CINTA BATIK SEMARANGAN**

**NOVI DWI SULISTYARINI**

(Lecturer : ARIPIN, M.Kom, BERNARDUS ANDANG PRASETYA ADIWIBAWA, ST, M.Si)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of  
Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201201325@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Cinta Batik Semarang is a boutique established by Mr. Eko. Craftsman Mr. Eko shows the only artisans who still survive in the modern era today in the village of bubakan still growing and care about batik Semarang. In the boutique in addition to selling batik Semarang, Mr. Eko also displays the process of batik on the spot. In boutique Pak Eko, visual branding is not strong in batik craftsmen market in Semarang city and outside of Semarang, in addition to the visual identity of Mr. Eko's product brand has not been applied consistently in many media in his place of business, whereas in the field of batik competition with similar businesses inside and outside City, this is evident in some interviews are not familiar with this boutique. Agar things can be seen by the wider community, especially batik lovers Semarang. Visual Branding is done by collecting data through interview process with related parties and non-participatory observation to obtain valid data as information of advertisement and searching educational data through book and internet. As additional information which then analyzed by Deskripsi analytical method . The result of the analysis is a media to be used in visual branding With this design is expected to be able to help improve the image or the name of Cinta Btik Semarang to Semarang and Indonesia and abroad.

Keyword : Visual Branding Design, Pengrajin Batik, Batik Semarang, Cinta Batik Semarang