

PERANCANGAN *CORPORATE IDENTITY* BATIK TULIS TENGERAN KOTA PROBOLINGGO

Yunda Paramita

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : yundaparamita14@gmail.com

Tri Cahyo Kusumandyoko, S.Sn., M.Ds.

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : tricahyo@unesa.ac.id

Abstrak

Perancangan ini dilatarbelakangi oleh Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo yang merupakan salah satu tempat produksi batik tulis dengan motif khas kota Probolinggo. Dikelola oleh Ibu Sawali, Batik Tulis Tenggeran ini memiliki kualitas yang bagus dengan motif batik yang indah. Tempat ini merupakan salah satu tujuan para wisatawan mancanegara apabila berkunjung ke Probolinggo setiap bulannya. Batik Tulis Tenggeran mempunyai identitas visual berupa logo dan beberapa media promosi, namun media promosi yang ada kurang efektif untuk menarik minat masyarakat terhadap Batik Tulis Tenggeran. Selain itu, identitas adalah bagian terpenting dalam suatu perusahaan, sedangkan identitas dari perusahaan ini belum menunjukkan karakter dari Batik Tulis Tenggeran itu sendiri. Strategi khusus yang harus dimiliki oleh perusahaan ini adalah meningkatkan citra atau *image* yang meliputi keunggulan produk batik yang ditawarkan kepada konsumen. Maka dengan demikian penulis membuat rancangan *corporate identity* untuk memperkenalkan identitas visual secara lebih baik kepada konsumen serta membuat identitas tersebut menjadi lebih mudah diingat. Perancangan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif desain yang terdiri dari beberapa proses diantaranya pengumpulan data, analisis *existing*, *SWOT*, penentuan USP, dan *Positioning*. Perancangan ini juga meliputi pembuatan logo yang dibuat sesuai dengan karakter dan ikon dari Batik Tulis Tenggeran, dimulai dengan penentuan simbol atau ikon yang disederhanakan lalu pemilihan tipografi dan warna. Setelah logo selesai dibuat maka kemudian diaplikasikan terhadap beberapa media yang dibutuhkan seperti *stationary*, *promotion tools*, sosial media, dan *signage*. Kemudian membuat pedoman identitas visual guna mempermudah informasi penggunaan dan penerapan logo pada berbagai media dengan benar, dilanjutkan dengan validasi, proses revisi, dan final.

Kata Kunci : Corporate Identity, Logo, *stationary*, *promotion tools*, sosial media, *signage*, Batik, Identitas Visual.

Abstract

This design is motivated by Batik Tulis Tenggeran City of Probolinggo, which is one of the places to produce batik with a distinctive motif from Probolinggo city. Managed by Ms. Sawali, this Batik Tulis Tenggeran has good quality with beautiful motifs. This place is one of the destinations of foreign tourists when visiting Probolinggo every month. Batik Tulis Tenggeran has a visual identity in the form of a logo and several promotional media, but the existing promotional media are less effective to attract the public's interest in Batik Tulis Tenggeran. In addition, identity is the most important part of a company, while the identity of this company has not shown the character of Batik Tulis Tenggeran. The specific strategy that must be possessed by this company is to improve the image which includes the superiority of batik products offered to consumers. So author makes a corporate identity design to introduce a better visual identity to consumers and make it more easier to remember. This design uses descriptive qualitative design method which consists of several processes including data collection, existing analysis, SWOT, USP determination, and Positioning. This design also includes logo making that are made in accordance with the characters and icons of Batik Tulis Tenggeran, starting with the determination of simplified symbols or icons and then typography and color selection. After the logo is finished, then it is applied to several required media such as stationary, promotion tools, social media, and signage. Then lastly, make a visual identity guideline to facilitate information on the use and application of logos on various media correctly, followed by validation, revision process, and final.

Keywords : Corporate Identity, Logo, *stationary*, *promotion tools*, media sosial, *signage*, Batik, Visual Identity.

PENDAHULUAN

Kota Probolinggo dikenal sebagai Kota Bayuangga (Kota berangin) serta dikenal dengan kota yang berlimpah buah mangga dan buah anggur sehingga ikon utama dari kota Probolinggo yaitu mangga dan anggur. Dari ikon utama kota Probolinggo yaitu mangga dan anggur dikembangkan menjadi motif khas kota Probolinggo oleh pengrajin batik di kota Probolinggo, juga beberapa ikon dari kota Probolinggo lainnya.

Batik Tulis Tenggeran kota Probolinggo merupakan salah satu tempat yang memproduksi batik tulis dengan motif khas kota Probolinggo. Dikelola oleh Ibu Sawali yang memulai usaha batik sekitar tahun 2011 hingga sekarang. Batik Tulis Tenggeran milik Ibu Sawali ini mempunyai target konsisten dalam pembuatan batiknya, dimana beliau hanya memproduksi batik tulis sehingga tempat ini dikenal sebagai tempat yang menghasilkan batik tulis, dan konsumen dapat mengingat bahwa Batik Tulis Tenggeran merupakan penghasil batik tulis. Batik Tulis Tenggeran ini yang memiliki kualitas bagus dengan motif batik khas Probolinggo yang indah. Tempat ini menjadi salah satu tujuan para wisatawan mancanegara yang menuju kota Probolinggo setiap bulannya. Identitas perlu diperlakukan sepantasnya agar konsumen selalu membuat perbedaan-pembedaan tentang produk setiap perusahaan untuk membentuk citra perusahaan dan identitas menjadi pembeda yang semakin kuat. seperti yang (Argenti, 2010:81). Batik Tulis Tenggeran mempunyai identitas visual berupa logo dan beberapa media promosi namun media promosi yang ada belum efektif untuk mendorong masyarakat tertarik dengan Batik Tulis Tenggeran, selain itu identitas adalah bagian terpenting dalam suatu perusahaan. Identitas dari Batik Tulis Tenggeran sendiri belum menunjukkan karakter dari Batik Tulis Tenggeran dan tidak menampilkan *image* dari Batik Tulis Tenggeran sendiri, sehingga tidak mudah dikenali oleh konsumen.

METODE PERANCANGAN

Metode Perancangan

Metode perancangan ini adalah deskriptif kualitatif.

Lokasi penelitian

Lokasi penelitian untuk merancang *corporate identity* Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo ini di Surabaya.

Sumber data

1) Data primer

Sumber data primer penulis berupa lisan dan tindakan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada narasumber. Narasumbernya adalah pemilik dari Batik Tulis Tenggeran ini yaitu ibu Sawali dan *Tourist Guide* di pusat informasi Kota Probolinggo yaitu Bapak Kholid.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder penulis berupa data tertulis, baik dari buku yang berhubungan dengan *corporate identity* maupun sumber internet.

Metode Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2006:186).

2) Observasi

Observasi merupakan metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan, atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi, 2011:182).

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data sekunder yang berguna karena dapat melengkapi data yang bersifat tekstual. Data yang berupa gambar berguna untuk pembuktian-pembuktian dalam ilmu hukum, kepolisian, dan intelijen (Sarwono dan Lubis, 2007:104).

Metode Analisis data

1) Analisis Existing

Analisis kondisi existing merupakan kegiatan peninjauan kondisi perusahaan saat itu terutama yang berkaitan dengan aktivitas bisnis. Peninjauan dilakukan dua tujuan utama, yakni : pengumpulan data sebagai analisis identitas perusahaan, tujuannya untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan dengan teknik formalistik.

2) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan logo Batik Tulis Tenggeran kota Probolinggo. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2013:19-21)

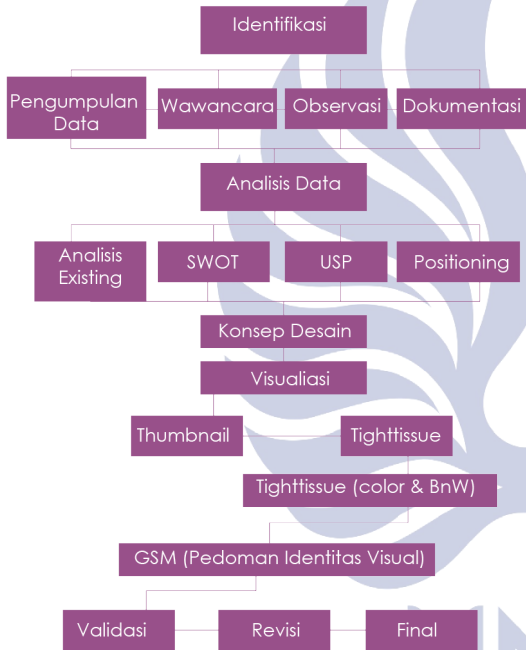
3) USP (Unique Selling Propotions)

USP (*Unique Selling Proposition*) adalah isi pesan, dimana komunikator harus memperhitungkan apa yang harus disampaikan kepada khalayak sasaran supaya mendapat tanggapan yang diinginkan, yang artinya himbauan, tema, ide atau usulan penjualan yang unik (Saladin, 2003:130).

4) Positioning

Positioning menurut Freddy Rangkuti (1997:102) merupakan penetapan posisi pasar untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing prosuk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

Pola Perancangan



Bagan 1. Pola Perancangan Logo

PENELITIAN DAN KONSEP

Hasil Penelitian

1) Batik Tulis Tenggeran

Batik Tulis Tenggeran milik Ibu Sawali ini berada di Jl. KH. Wahid Hasyim Delima III no. 5, Kanigaran, kota Probolinggo. Batik Tulis Tenggeran ini memproduksi berbagai macam motif khas probolinggo yaitu mangga dan anggur, diantaranya motif Pesisiran, Angin, Mega Mendung, Mangga Parang, Mangga Kawung dan banyak lagi lainnya. Harga Batik Tulis Tenggeran ini dimulai dari harga Rp. 200.000,- hingga Rp. 16.000.000,- dilihat dari kain dan motif serta warna yang digunakan.

2) Visi Misi Batik Tulis Tenggeran

a. Visi : Melestarikan budaya batik tulis.

b. Misi :

- Meningkatkan perekonomian lingkungan sekitar.
- Mengurangi tingkat pengangguran warga Kota Probolinggo.
- Mengangkat kearifan lokal yaitu mengenalkan ciri khas dari Kota Probolinggo.



Gambar 1. Foto Halaman Depan Batik Tulis Tenggeran



Gambar 2. Foto Karya dan Pemilik Batik Tulis Tenggeran



Gambar 3. "Godong Anggur Pelem" Batik Unggulan



Gambar 4. Suasana wisatawan mengunjungi Batik Tenggeran

Hasil Identifikasi Data

1) Logo Batik Tulis Tenggeran



Gambar 5. Logo 1 Batik Tulis Tenggeran

1. Ilustrasi gambar perempuan yang digunakan sama persis dengan logo kegiatan “Semipro pada tahun 2015” dengan kepanjangan Seminggu di Kota Probolinggo, kegiatan tersebut merupakan kegiatan besar yang dilakukan setahun sekali di Kota Probolinggo.
2. Gambar batik yang diterapkan di logo bukan gambar batik khas Kota Probolinggo, melainkan jenis motif batik Parang yang berasal dari Jawa Tengah dan biasanya dipakai raja-raja di Keraton. Seharusnya sebagai identitas Batik Tulis Tenggeran menggunakan jenis batik khas Kota Probolinggo yang hasil karya dari Batik Tulis Tenggeran.
3. *Font* yang digunakan pada logo selalu berubah-ubah dengan letak posisi yang berbeda-beda, jenis huruf pada tulisan “handmade batik” menggunakan jenis huruf *script serif*, yang jenis hurufnya feminim dengan tegak bersambung, sama dengan bentuk tulisan tangan. Sedangkan tulisan “Tenggeran” menggunakan jenis huruf dekoratif dengan *typeface* tebal.



Gambar 6. Logo 2 Batik Tulis Tenggeran

4. Pada logo kedua Batik Tulis Tenggeran menggunakan jenis logo yang berbeda lagi, namun bukan merupakan logo turunan dari logo awal. Tulisan Batik Tulis Tenggeran dibuat gabung dan jenis font yang digunakan pada tulisan “Batik Tulis Tenggeran” yaitu *script serif*, bentuk latin seperti tulisan tangan.
5. Penggunaan logo yang tidak benar pada saat menggunakan background yang cukup ramai.
6. *Font* tidak terlihat saat menerapkan pada background yang ramai, jenis huruf yang digunakan pada tulisan “Kota Probolinggo” yaitu jenis huruf

san serif, *typeface* tipis sehingga saat digunakan pada background ramai jenis huruf tidak begitu jelas terbaca.

7. Logo singkatan “TG” yang dimaksudkan untuk Batik Tulis Tenggeran tidak terlalu mewakili singkatan yang bisa dikenal oleh konsumen atau calon konsumen. namun tidak ada penjelasan kata Tenggeran dan membuat siapa saja yang melihat tidak mengerti akan maksud dari logo tersebut.

Media Promosi

Beberapa media promosi yang dimiliki Batik Tulis Tenggeran, diantaranya :

- 1) Papan Nama Toko
- 2) Kartu Nama
- 3) X Banner
- 4) Kemasan
- 5) Label Harga
- 6) Sosial Media (Facebook dan Instagram)

Kompetitor

- 1) Batik Larasati

Batik Larasati yang di kelola oleh Bapak Mujiono ini berdiri pada tahun 2012. Namun motif yang dibuat tidak fokus pada ikon Kota Probolinggo namun lebih nusantara mengikuti tren di pasar dengan distribusi langsung di surabaya biasanya sebulan sekali mengirim stok batik. Pkerjanya hanya 6 orang. Batik Larasati juga hanya menghasilkan batik tulis saja namun apabila ada yang memesan batik cap dalam jumlah banyak, Bapak Mujiono akan melayani pesanan tersebut, semisal orang kantor ataupun baju seragam untuk produksi banyak. Harga batiknya sendiri dimulai dari Rp. 200.000 hingga Rp. 2.500.000,-



Gambar 7. Foto Pemilik Batik Larasati

- 2) Batik Zahra

Batik Zahra Kota Probolinggo nama pemilik yaitu Ibu Rina yang terletak di jalan Dr. Wahidim no 34 Probolinggo. Batik Zahra berdiri sejak tahun 2012. Batik Zahra ini memproduksi batik tulis dan batik cap dengan berbagai macam motif khas Kota Probolinggo,

harga yang dibuat juga murah dimulai dari harga Rp. 80.000 hingga Rp. 1.000.000, harga yang relatif murah bagi konsumen.



Gambar 7. Foto Identitas Logo Batik Zahra

Karakteristik Konsumen Sasaran

Karakter konsumen sasaran meliputi 4 aspek, yaitu:

- 1) Aspek Demografis
 - a. Jenis kelamin : perempuan dan laki-laki
 - b. Usia : 25 – 70 thn
 - c. Pendidikan : sarjana
 - d. Pekerjaan : Pegawai swasta dan pegawai negeri, para pejabat.
 - e. Penghasilan : Rp.2 500.000 - Rp. 10.000.000
- 2) Aspek Psikografis
 - a. Kegiatan diluar pekerjaan : Ibu-ibu sosialita, pengertian sosialita yaitu. Biasanya para ibu-ibu sosialita senang menggunakan batik yang asli atau batik tulis yang menjadi khas suatu tempat/daerah, wisatawan asing
 - b. Interest/hobi : arisan, modeling, traveling.
- 3) Aspek Geografis

Masyarakat Kota Probolinggo ataupun diluar kota hingga wisatawan mancanegara. Menimbulkan kesadaran bahwa batik motif khas Probolinggo juga memiliki motif yang indah dengan kualitas bagus.
- 4) Aspek Behavioral

Pengenalan Batik Tulis Tenggeran melalui kerabat terdekat saat menggunakan pakaian dari kain Batik Tulis Tenggeran dan para wisatawan saat berkunjung, serta tim promosi pada travel diberbagai kota dengan berbagai media promosi yang tersebar dapat menjadi informasi dan motivasi bagi konsumen ataupun pembeli untuk memilih Batik Tulis Tenggeran dan merasa puas dengan hasil dan kualitasnya. Sehingga secara tidak langsung Batik Tulis Tenggeran dikenal dan dijadikan alternatif pilihan saat membeli batik tulis, yang diperoleh dari pengalaman orang lain eksternal maupun internal.

Hasil Analisis Data

Analisis Existing

Analisis Existing yang telah diperoleh dari Batik Tulis Tenggeran dengan pesaing batik lainnya. Bahwa identitas serta media promosi yang dimiliki pesaing lebih komunikatif dibanding dengan Batik Tulis Tenggeran yang identitasnya selalu berubah-ubah. Identitas pesaing sudah menggambarkan citra perusahaan. Identitas logo Batik Tulis Tenggeran kurang dibidang baik untuk menunjukkan citra dari Batik Tulis Tenggeran, seharusnya logo yang baik dapat mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus membedakannya dengan yang lain. Selanjutnya logo yang simpel, yang berarti logo mudah diingat dan dimengerti oleh masyarakat luas. Logo yang fleksibel, harus dapat mengakomodasi dinamika yang dialami entitasnya dalam jangka waktu selama mungkin.

Analisis SWOT

- 1) Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan yang dimiliki Batik Tulis Tenggeran: Tempat yang strategis, memiliki jalan yang lebar dan Halaman yang luas untuk memarkir bis wisatawan. Serta ruangan yang banyak untuk pengunjung. Konsisten mengasilkan Batik Tulis. Serta Promosi yang kuat mempunyai *link* kota Surabaya dan Bali.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang dimiliki Batik Tulis Tenggeran :
Terbatas kinerja karyawan yang cukup lama. Pelayanan online yang tidak maksimal, tidak memanfaatkan sosial media yang telah dibuat. Identitas visual yang tidak konsisten dan kurang efektif.
- 3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimiliki Batik Tulis Tenggeran :
Dijadikan tujuan *tour destination* saat wisatawan berkunjung di Kota Probolinggo. Diundang keluar negeri untuk mengikuti pameran, wadah mengenalkan Batik Tulis Tenggeran.
- 4) Ancaman (*Threat*)

Ancaman yang dimiliki Batik Tulis Tenggeran: Harga mahal bagi masyarakat Kota Probolinggo.

USP

Keunikan dari Batik Tulis Tenggeran ini menjadi tempat produksi batik khas Kota Probolinggo yang dikenal oleh wisatawan mancanegara melalui program *tour city* Kota Probolinggo. Batik Tulis Tenggeran ini mempunyai konsistensi dalam pembuatan batik yaitu hanya membuat batik tulis dengan berbagai macam motif batik ikon atau ciri khas Kota Probolinggo.

Positioning

Dalam mencapai tujuan pemasaran dengan menggunakan strategi positioning, Batik Tulis Tenggeran mempunyai keunikan dibanding dengan pesaing lainnya yaitu Batik Tulis Tenggeran konsisten hanya menghasilkan batik tulis dengan motif ikon atau khas kota Probolinggo.

Konsep Desain

Desain corporate identity yang akan dibuat meliputi :

- 1) Dalam *corporate identity* berupa logo merupakan hal utama dalam suatu identitas. Perancang akan meredesain logo Batik Tulis Tenggeran yang sudah ada, logo yang ada akan diubah menjadi logo yang representatif dan simple.
- 2) Pengaplikasian media *corporate identity*
Stationary : Kop surat, Kartu nama, Amplop, Kop surat, Nota, Stempel.
Promotion Tools : x banner, *paper bag*, *label tag*, kemasan, *intruction card*, katalog, dan brosur.
Sosial Media : *Instagram Feed*, *Facebook Profile*.
Signage : Spanduk, Umbul-umbul, *Billboard*.

Tema Desain

Tema yang diterapkan dalam media *corporate identity* yaitu "Elegan dan Modern". Tema pokok dari logo dan pengaplikasian pada media *corporate identity* mengikuti tema dari logo yang dibuat.

Pesan Verbal

Tipografi dalam identitas logotype yang digunakan yaitu menggunakan jenis huruf *script* dan sanserif untuk mendukung tema elegant. Alasan lain dalam penggunaan jenis huruf san serif karena nama toko yang sedikit panjang

tujuannya mempermudah konsumen membacanya dengan jelas dari jauh atau dekat untuk penggunaan huruf *script* untuk menonjolkan ke tradisonalnya yaitu bentuk huruf latin yang diterapkan pada corporate identity lainnya atau berbagai media pendukung.

Pesan Visual

Pesan visual yang diambil untuk identitas mengambil gambar dari ikon Kota Probolinggo terutama bagi pembuatan logogram. Logo yang dibuat menerapkan karakter bentuk logo yang sesuai dengan dasar dan sifat Batik Tulis Tenggeran.

Warna yang digunakan pada logo Batik Tulis Tenggeran yaitu warna yang menampilkan entitas ikon yang diambil, warna yang akan diterapkan warna soft yang menampilkan warna asli dari buah mangga dan anggur yaitu warna hijau dan ungu. Pengaplikasian desain *corporate color* menggunakan warna yang sama dengan warna logo.



Gambar 8. Moodboard Logo

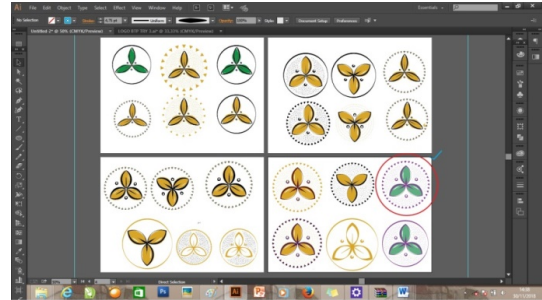
PERANCANGAN

Client Creative Brief

Client Creative Brief merupakan rangkuman keseluruhan hasil riset dan analisa dari wawancara khusus untuk mendapatkan *pesonality* dari *brand* batik tulis tenggeran.



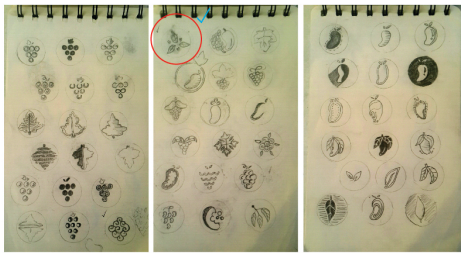
Gambar 9. Valuable keyword ikon Kota Probolinggo.



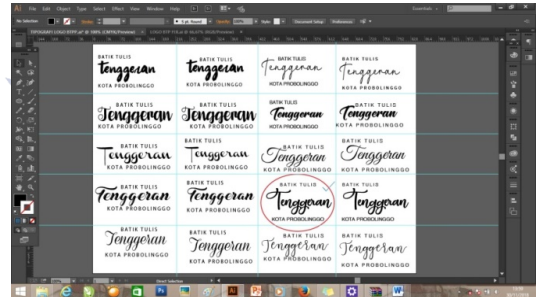
Gambar 12. Pemindahan sketsa pensil ke komputer

Thumbnails

Thumbnails merupakan visual brainstorming atau cara pengembangan ide lewat visual, berupa sketsa-sketsa kasar pensil atau bolpen yang dilakukan secara manual.



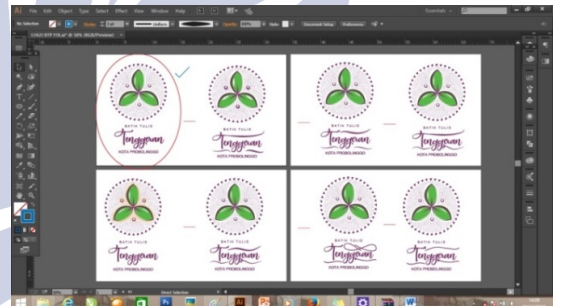
Gambar 10. Sketsa awal dari penyederhanaan ikon



Gambar 13. Membuat Pilihan tipografi yang dijadikan Logotypenya.



Gambar 11. Sketsa lanjutan setelah terpilihnya satu ikon



Gambar 14. Menyatukan logoram dengan logotype agar harmonis.

Tight tissue

Tahap selanjutnya pada tahap *tight tissue*, dimana pada tahap ini dikembangkan pada komputer dengan menggunakan software yang berbasis vektor. Dari sketsa *thumbnails* bisa dipindahkan ke komputer dengan cara menscan atau digambar ulang (*outline*).

Final Desain



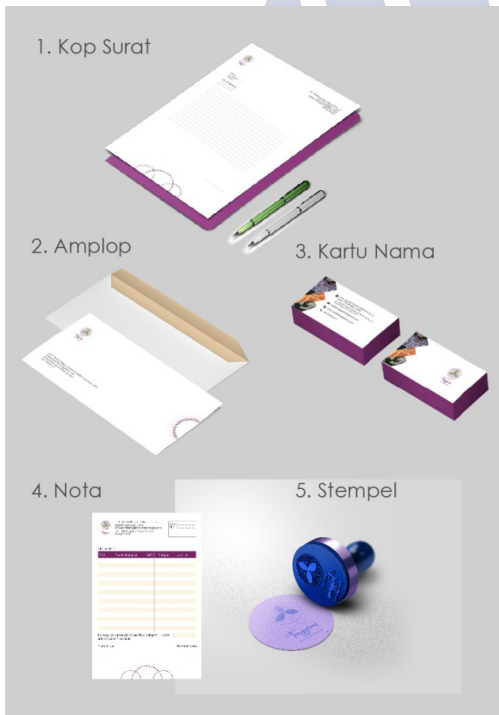
Gambar 15. Hasil Logo

Pada final desain gambar diatas dengan melalui pemilihan logotype dan warna pada tahap sebelumnya, logotype yang diambil sesuai

dengan karkater Batik Tulis Tenggeran yaitu batik tulis sendiri berhubungan dengan tangan membuat batik dikain sehingga nama "Tenggeran" sendiri dibuat menggunakan huruf *script/latin*/seperti tulisan tangan, agar sesuai dengan entitas batik tulisnya. Sedangkan untuk pewarnaan diambil dari warna asli ikon yang diambil yaitu ungu dan hijau. Ungu sebagai warna dari buah anggur, dan hijau sebagai warna buah mangga.

Visualisasi Penerapan Pada Media Aplikasi Stationary

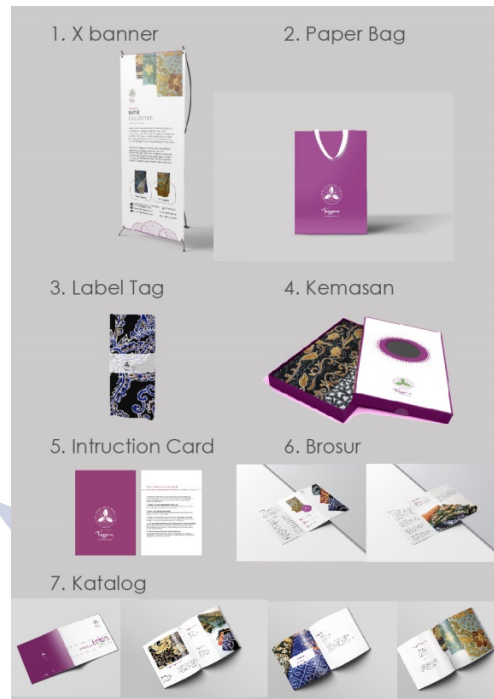
- 1) Kop Surat
- 2) Amplop
- 3) Kartu Nama
- 4) Nota
- 5) Stempel



Gambar 16. Stationary set

Promotion Tools

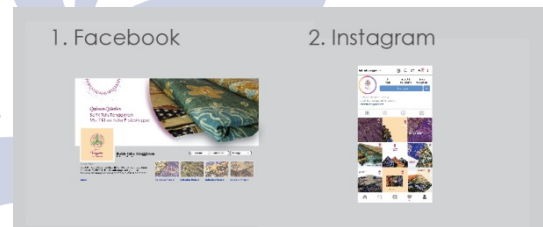
- 1) X banner
- 2) Paper Bag
- 3) Label Tag
- 4) Kemasan
- 5) Intruaction Card
- 6) Katalog
- 7) Brosur



Gambar 17. Promotion Tools

Sosial Media

- 1) Facebook Profile
- 2) Instagram feed



Gambar 18. Sosial Media

Signage

- 1) Spanduk
- 2) Umbul-umbul
- 3) Billboard



Gambar 19. Signage

Validasi

Proses validasi dilakukan oleh dua ahli, yaitu yang pertama ahli pada bidang desain mengenai dan yang kedua pemilik Batik Tulis Tenggeran. Validasi I ditujukan pada Asidigisianti Surya Patria, ST., M.Pd, selaku validator ahli pada bidang Desain. Ibu Asid merupakan Praktisi Desain Grafis. Proses validasi II ditujukan pada Hj. Sawali, selaku validator pemilik Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo. Selain secara tertulis pada saat bertemu, kedua validator memberikan beberapa masukan secara lisan mengenai materi maupun desain yang disajikan pada hasil pedoman identitas visual.

Menurut Asidigisianti Surya Patria, ST., M.Pd, secara umum desain logo dan penerapannya sudah sesuai dengan kaidah dan prinsip yang ada. Namun perlu adanya sedikit revisi mengenai background layout pedoman identitas visual sebaiknya tidak menggunakan warna putih karena desain sudah menggunakan warna putih disarankan background pedoman identitas visual berwarna abu-abu muda.

Sedangkan menurut Ibu Sawali selaku pemilik Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo, hasil dari pembuatan corporate identity Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo yang telah disajikan dalam Pedoman Sistem Identitas Visual estetikanya sudah bagus dengan warna yang sesuai dengan entitas batik Tenggeran dan mudah dipahami oleh pemiliknya buku panduannya.

Pedoman Sistem Identitas Visual.

Pedoman sistem identitas adalah pegangan bagi perusahaan atau entitas apapun, dalam menerapkan konsistensi identitas. Pedoman identitas visual ini dibuat untuk mempermudah pemilik Batik Tulis Tenggeran memahami penggunaan logo, serta penerapannya pada berbagai media aplikasinya yang sudah ada dalam pedoman identitas visual ini.



Gambar 20. Beberapa Halaman Depan Pedoman Identitas Visual

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengambilan data perancangan Corporate Identity Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo

Penulis membuat konsep perancangan corporate identity untuk memberi solusi Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo yaitu dengan membuat *corporate identity* berupa identitas logo yang representatif dan simpel. Batik Tulis Tenggeran memiliki motif batik yang bagus dan membuat identitas batik terlihat eksklusif, tema yang diambil untuk perancangan ini *elegant* dan *modern*, *elegant* diambil sesuai dari jenis batik yang dihasilkan merupakan jenis produk premium dengan harga yang cukup mahal sehingga menyesuaikan dengan target konsumen serta kualitas batik.

Merancang strategi perancangan desain dimulai dari membuat *thumbnail*, *tight tissue*, dan final desain.

Dengan perancangan yang sudah selesai ini dapat membuat identitas Batik Tulis Tenggeran dapat dikenal masyarakat dengan baik dan mudah dikenali dimana identitas sesuai dengan karakteristik Batik Tulis Tenggeran. Sedangkan kata *modern* sendiri untuk menunjukkan identitas Batik Tulis Tenggeran sebagai batik yang cocok untuk kalangan manapun yang desain logo maupun penerapannya pada media lebih simpel tujuannya memudahkan konsumen dan calon

konsumen mengingat identitas Batik Tulis Tenggeran. Perancangan desain final diwujudkan menjadi Pedoman identitas visual sebagai panduan dalam menggunakan logo beserta aplikasi media lainnya yang sudah tercantum dalam buku pedoman identitas visual.

Saran

1) Saran untuk mahasiswa

Harapan penulis untuk mahasiswa konsentrasi desain dapat melanjutkan skripsi ini dengan topik yang sama mengulas Batik Tulis Tenggeran, perancangan yang diambil yaitu mengenai perancangan buku/biografi sejarah Batik Tulis Tenggeran Kota Probolinggo. Tujuannya agar Batik Tulis Tenggeran dikenal dengan adanya perancangan buku biografi Batik Tulis Tenggeran.

2) Saran untuk client / Pemilik

Permasalahan mengenai identitas Batik Tulis Tenggeran sering terjadi di perusahaan manapun yang mungkin belum sadar akan adanya pentingnya suatu identitas perusahaan.

Semoga Batik Tulis Tenggeran akan terus ada dengan adanya regenerasi baru dari sanak keluarga pemilik Batik Tulis Tenggeran saat ini hingga nanti. Sehingga Batik Tulis Tenggeran terus berkarya dan mempunyai regenerasi agar tidak hilang Batik tulis khas Kota Probolinggo.

3) Saran untuk Pemerintah Kota Probolinggo

Diharapkan Pemerintah Kota Probolinggo terus mendukung, memantau, dan membantu UKM batik di Kota Probolinggo terutama Batik Tulis Tenggeran agar dipertahankan dan selalu dilestarikan karena kualitas Batik Tulis Tenggeran sangat bagus dan dapat membantu potensi perekonomian Batik Tulis Tenggeran serta melestarikan budaya batik di Kota Probolinggo.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Lia, dan Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika.

A, shimp Terence. 2013. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2001. Jakarta : Balai pustaka.

Kartika, Jessica Diana, dan Rudyant Siswanto Wijaya. 2015. *Logo Vsissual Asset Development*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Realtions : Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Lip, Evelyn. 1996. *Desain dan Feng Shui Logo, Merek Dagang dan Signboards*. Jakarta: Elex Media.

Maharsi, Indira. 2013. *TIPOGRAFI (Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti)*. Yogyakarta: CAPS.

Meleong, Lexy J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rosda Karya

Morioko, Adams. *Logo Design Workbook*. 2004. .USA: Rockport

Rangkuti, Freddy. 2013. *Taknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Rohidi, Tjetjep Rohendi. 2011. *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.