

## PEMBUATAN IDENTITAS MEREK PADA PRODUK BATIK RBS DENGAN MEDIA APLIKASI CETAK SABLON

**Toto Mujio Mukmin**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara  
Surel: totom@fsrd.untar.ac.id

### **ABSTRACT**

*The prolonged impact of the pandemic has disrupted various business sectors, ranging from large-scale businesses to SMEs, SME product exhibition events are not held, many bazaars and stalls are closed. As a result, affect the decrease in the number of sales and orders for goods. This also happened at Rumah Batik Setu in South Tangerang. As a batik production house with the level of SMEs, of course it does not have large capital and limitations in promoting. In fact, if viewed from the side of the quality of batik products that have been produced have entered the category of quite good. However, if viewed from the side of "brand image", Rumah Batik Setu does not have a brand identity or brand identity on its products and this will affect the existence of RBS batik as a product that must be recognizable, remember the lovers of original batik / batik tulis. For that, in order to help raise the brand image of RBS batik, we from a group of lecturers and students of the DKV study program will provide training on the importance of building a brand image at Rumah Batik Setu. The brand image learning material will be provided in the form of brand logo making activities on RBS batik products and its application to products with easy and cheap screen printing techniques, so that when Rumah Batik Setu for example will produce batik t-shirts, they can provide brand logo on the product. In addition, the brand logo will continue to be used on business cards, nameplates, and promotional materials.*

**Keywords:** *Brand Identity, Visual Identity, Brand Image, Screen Printing*

### **ABSTRAK**

Dampak pandemi yang berkepanjangan mengakibatkan berbagai sector usaha terganggu, mulai dari usaha berskala besar hingga pada usaha UMKM, event-event pameran produk UMKM tidak diadakan, bazar dan kios-kios pun banyak yang tutup. Akibatnya, berpengaruh pada turunnya jumlah penjualan dan pesanan barang. Hal ini juga terjadi pada Rumah Batik Setu di Tangerang Selatan. Sebagai sebuah rumah produksi batik dengan level UMKM tentu saja tidak memiliki modal besar dan keterbatasan dalam berpromosi. Padahal kalau dilihat dari sisi kualitas produk batik yang sudah dihasilkan sudah masuk dalam kategori cukup baik. Namun memang jika dilihat dari sisi "brand image", Rumah Batik Setu belum memiliki *brand identity* atau identitas merek pada produknya dan hal ini akan mempengaruhi eksistensi batik RBS sebagai produk yang harus dapat dikenal, diingat para pecinta batik asli / batik tulis. Untuk itulah dalam rangka membantu menaikkan *brand image* batik RBS tersebut kami dari kelompok dosen dan mahasiswa program studi DKV akan memberikan pelatihan pentingnya membangun brand image pada Rumah Batik Setu. Materi pembelajaran brand image tersebut akan diberikan dalam bentuk kegiatan pembuatan logo merek pada produk batik RBS dan penerapannya pada produk dengan Teknik cetak sablon yang mudah dan murah, sehingga ketika Rumah Batik Setu misalnya akan memproduksi batik kaos, mereka dapat memberikan logo merek pada produknya. Selain itu logo merek itu akan terus dipakai pada kartu nama, papan nama, dan promotion material.

**Kata Kunci:** *Logo merek, identitas visual, brand image, cetak sablon*

## **1. PENDAHULUAN**

### **Analisis Situasi**

Komoditi produk batik hingga saat ini masih menjadi pakaian wajib orang Indonesia, khususnya untuk acara-acara resmi terkait hari besar, resepsi, upacara, hingga pada momen-momen dianggap sakral. Kain batik memiliki nilai dan harga sangat beragam tergantung dengan kualitas motif, proses pembuatan, hingga merek / brand pun turut mempengaruhi nilai jual di pasaran. Batik Keris, Batik Danarhadi, Batik Iwan Tirta, dan sederet merek-merek terkenal lainnya adalah contoh bagaimana brand image sangat besar pengaruhnya dalam membentuk citra dalam pikiran konsumen. Padahal banyak juga batik yang diproduksi merek-merek terkenal tersebut yang bukan batik asli melainkan tekstil bermotif batik. Sebaliknya banyak juga batik-batik yang asli dikerjakan secara manual / batik tulis oleh para perajin batik daerah dijual dengan harga murah karena tidak

memiliki merek / brand. Jadi sangat jelas betapa pentingnya membangun merek / brand image yang kuat, selain membuat produk batik yang berkualitas juga agar sukses di pasaran. Walaupun tentu saja masih banyak faktor lain yang juga berperan dalam membuat sebuah produk sukses di pasar selain faktor brand image tersebut.

Kondisi Rumah Batik Setu saat ini belum menjadi sentra produksi batik industri dikarenakan banyak faktor selain faktor pandemi, di antaranya adalah rumah produksi yang masih menumpang pada fasilitas milik kelurahan dan ukuran bangunan yang kurang ideal untuk produksi batik berskala besar. Keberadaan kelompok Rumah Batik Setu (RBS) Tangerang untuk menjadi pusat penghasil batik yang profesional, produktif dan kreatif masih terus memerlukan bantuan pendampingan, salah satunya adalah dari sisi branding. Branding dan promosi merupakan salah satu bentuk usaha untuk meningkatkan kesadaran konsumen batik di pasaran. Salah syarat agar produk dapat dengan mudah diingat dan dikenal adalah dengan adanya identitas merek dan nama merek. Upaya tim PKM Untar kali ini akan membantu dalam hal perancangan logo merek dan aplikasinya dengan media cetak sablon. Usaha ini dilakukan mengingat faktor teknis dan biaya yang relative mudah dan murah. Walaupun demikian perlu pembiasaan proses penggunaan alat sablon dan teknis pencetakannya. Jika mereka sudah terbiasa dengan produksi cetak sablon tersebut maka paling tidak sudah mengurangi biaya cetak yang relative mahal dan dapat memberikan value pada tampilan produk batiknya di pasaran.

### **Permasalahan Mitra**

Setelah berkegiatan mendampingi kelompok pembatik Rumah Batik Setu dalam beberapa periode sebelumnya yang lebih banyak pada bimbingan kreativitas dan teknis produksi, kali ini akan difokuskan pada permasalahan perancangan identitas visual merek dan teknis aplikasinya seperti tersebut di bawah ini :

- 1). Perlu perancangan identitas visual sebagai logo brand produk batik Rumah Batik Setu
- 2). Perlu adanya penerapan desain logo yang dapat diaplikasikan pada produk sebagai identitas merek produk
- 3). Perlu pelatihan teknis cetak sablon kepada bagian produksi Rumah Batik Setu

### **Uraian Hasil PKM Terkait**

Pada kegiatan PKM periode sebelumnya 2020/2021 Rumah Batik Setu sudah mendapatkan beberapa bimbingan pelatihan teknis dan kreatifitas dalam pembuatan batik. Mulai dari kreativitas membuat desain pra produksi, lalu pembuatan batik dengan teknis lilin dingin/malam dingin, hingga teknis membuat motif batik abstrak menggunakan berbagai barang bekas. Artinya sebagian dari pelatihan teknis pembatikan sudah dilakukan pembimbingan dan sudah menghasilkan produk batik tanpa motif-motif yang dirancang sebelumnya. Produk batik yang dihasilkan pun tidak hanya berupa kain bahan pakaian namun juga untuk hijab yang bermotif abstrak kontemporer. Bisa dikatakan kemampuan ibu-ibu para anggota RBS sudah relatif lebih berkembang dibanding sebelumnya. Dalam proses produksi batik pun selanjutnya dilakukan lebih variatif untuk mengerjakan beberapa pesanan dan sebagian untuk ikut pada acara-acara pameran produk UMKM yang sejak masa pandemi tidak pernah diadakan.

Berikut ini adalah dokumentasi pelatihan dalam membuat batik motif kontemporer yang termasuk dalam kategori motif batik modern yang sudah dilakukan pada periode 2019/2020 lalu.



Gambar 1. Suasana evaluasi pasca produksi



Gambar 2. Pasca finishing produk batik desain abstrak

Ada beberapa catatan penting yang perlu diperhatikan terkait dengan aspek branding dan desain produk batik agar dapat bersaing di pasaran. Beberapa hal penting tersebut antara lain seperti :

1. Perlu memperhatikan aspek konsistensi kualitas produk yang dihasilkan
2. Perlu memperhatikan aspek identitas /logo merek yang diaplikasikan pada produk batik jadi seperti kaos / t-shirt
3. Perlu memperhatikan juga aspek kemasan / packaging
4. Perlu memperhatikan aspek promosi sebagai unsur penting pemasaran, atau berafiliasi dengan online market seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan sebagainya.

Selain itu pula sebagai tambahan akan diberikan pendampingan sedikit tentang trik-trik kreatif dalam memberi nilai tambah pada produk batik RBS ini. Misalnya membuat batik pada kaos / t'shirt yang sesuai pasar anak muda / remaja. Atau juga membuat kaos yang diberi aksentuasi berupa batik yang diambil dari batik tua atau karya RBS, dengan batik yang dibuat ukuran kecil dan dijahitkan pada kaos. Atau membuat batik dengan desain motif simple dan cukup satu warna bernada lembut / pastel. Selain itu mereka dapat juga membuat mukena batik dengan target ibu-ibu muda dan remaja perempuan.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

### Tahapan/langkah-langkah Pelaksanaan Perancangan Logo Merek RBS

- a. Survey dan menggali data terkait dengan apa visi dan misi kelompok RBS yang menjadi jiwa pada logo RBS
- b. Persiapan aplikasi desain logo merek pada media cetak sablon

### Tahapan/langkah-langkah Perancangan Logo RBS dan Aplikasi

#### A. Persiapan Data :

- Interview dengan pengurus dan anggota RBS
- Mencari referensi pendukung perancangan

#### B. Proses perancangan :

- Dimulai dengan proses pencarian kata kunci terkait nama merek
- Proses sketsa pensil kasar dalam berbagai alternatif
- Proses digitalisasi juga masih dengan berbagai alternative desain
- Tahap penyelesaian / finishing desain logo
- Logo yang sudah jadi kemudian disosialisasikan kepada anggota RBS untuk dipilih

#### C. Tahap implementasi logo :

- Setelah logo ditentukan dan sudah final maka dibuatkan film untuk screen cetakan
- Film logo diafdruk ke permukaan screen sablon
- Proses pencetakan pada permukaan kaos

### Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM

Partisipasi mitra dalam kegiatan pelatihan ini berperan aktif langsung mengerjakan mengikuti arahan dari instruktur / Tim dosen. Mempraktekkan cara mencetak sablon ke permukaan kaos batik produksi RBS.

### Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.

Tim yang bekerja dalam kegiatan PKM ini terdiri dari Toto Mujio Mukmin dari program studi Desain Komunikasi Visual yang bertanggung pada pendampingan pelatihan teknis pembuatan logo merek dan pelatihan cetak sablon. Sedangkan mahasiswa bertanggung jawab dalam dokumentasi dan membantu penyiapan teknis dan materi pelatihan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pada kelompok penggiat batik Rumah Batik Setu kali ini difokuskan pada pengembangan identitas visual berupa logo Rumah Batik Setu yang diperlukan dalam rangka peningkatan value pada produk batik yang dipasarkan. Logo sekaligus merek produk dirancang berdasarkan diskusi jarak jauh dengan pengurus Rumah Batik Setu. Tim PKM Untar memberikan beberapa alternative desain sebelum dipilih salah satu yang sesuai dengan konsep dan visi Rumah Batik Setu.



## RUMAH BATIK SETU

Pelestari Batik Budaya Asli Indonesia



Lingkaran : simbol mimpi Rumah Batik Setu sebagai bagian dari batik yang diakui dunia.  
Initial RBS dengan stilasi berbentuk organik, bagai tanaman yang terus tumbuh berkembang  
Warna hijau merupakan identik dengan sesuatu yang alami, eco design, berharap menjadi produsen batik berbasis alam.

C75, M0, Y100, K0

### RUMAH BATIK SETU

Pelestari Batik Budaya Asli Indonesia

Font :  
Backcountry Regular (Logotype)  
Myriad Pro Regular (Tagline)

Gambar 01. Hasil rancangan logo Rumah Batik Setu setelah beberapa alternatif



Gambar 02. Memberikan penjelasan tentang identitas visual/logo RBS



Gambar 03. Memberikan penjelasan tentang identitas visual/logo RBS



Gambar 04. Hasil pencetakan sablon pada kaos yang dilakukan ibu-ibu RBS

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melewati semua tahapan proses perancangan identitas visual berupa logo identitas mulai dari tahap interviu, penyusunan data organisasi, hingga tahap visualisasi dengan urutan sebagai berikut.

1. Interviuw atau berbincang menggali data terkait visi dan misi Rumah Batik Setu dengan para pengurus hingga mendapatkan insight yang penting sebagai brand essence.
2. Proses perancangan logo identitas merek rumah produksi batik Rumah Batik Setu yang sekaligus sebagai identitas produk dengan mengambil intisari / dasar pendirian Rumah Batik Setu
3. Proses implementasi atau penerapan identitas logo pada berbagai media seperti kop surat, kartu nama, paper bag, hang tag, dan papan nama.

### **Saran**

Ada pun saran yang perlu diperhatikan terkait prinsip pelestarian batik adalah:

1. Dalam rangka untuk melestarikan batik tradisi maka teknis sablon jangan digunakan mencetak untuk motif batik pada kain
2. Cetak sablon sebaiknya digunakan hanya untuk mencetak logo / brand pada produk pakaian atau pun pada produk kain batik dengan hang tag.

### **Ucapan Terima Kasih**

Mengucapkan terima kasih kepada Ketua LPPM dan Koordinator PKM Universitas Tarumanagara yang telah memberikan fasilitas untuk penyelenggaraan kegiatan PKM, terima kasih juga untuk Ibu Mayunih ketua Koperasi Rumah Batik Setu, serta terima kasih untuk tim PKM yang telah membantu program PKM hingga dapat diseenggarakan dengan baik.

5.3.

### **REFERENSI**

Brooking, Catharine Slade (2016). *Creating Brand Identity*. Laurence King Ltd: London  
Kusrianto, Adi (2013). *Batik, Filosofi, Motif dan Kegunaan*. Penerbit ANDI: Yogyakarta  
Kudiya, Komarudin. (2011). *Batik Eksistensi untuk Tradisi*. Penerbit Dian Rakyat: Jakarta  
Trijoto, DKK. (2010). *Mengenal dan Membuat Motif Batik*. Penerbit GAMA Media: Yogyakarta

---

*(halaman kosong)*