

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA INFORMASI KAMPUNG BATIK LAWEYAN

DESIGNING VISUAL IDENTITY AND INFORMATION MEDIA FOR KAMPUNG BATIK LAWEYAN

Rahadian Bima Saprilla¹, Syarip Hidayat S.Sn., M.Sn.²^{1,2}Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom¹bimasaprilla@icloud.com, ²syarip@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Surakarta adalah salah satu daerah penghasil batik dengan pola ragam hias yang memiliki ciri khas. Batik surakarta memiliki pola yang halus dalam *palette* warna yang khas dari biru sampai biru kehitaman, krem, dan cokelat kemerahan. Batik berkembang dan populer di Keraton Surakarta dan kebutuhan batik di luar Keraton juga ikut bertambah. Kegiatan membatik di luar Keraton dikelola para saudagar di wilayah kecamatan Surakarta seperti Kauman dan Laweyan. Laweyan adalah daerah pengrajin batik yang surut karena datangnya mesin *printing* dari Tiongkok pada tahun pada awal abad 20 dan berdampak hingga kini. Kampung Batik Laweyan merupakan daerah wisata yang memiliki sejarah serta menawarkan edukasi budaya yang harus dilestarikan. Masyarakat Kampung Batik Laweyan memiliki usaha hampir 80% sama, rata - rata sebagai pengrajin dan pedagang batik, masyarakat Kampung Batik Laweyan adalah masyarakat yang tertutup dari masyarakat sekitar di Surakarta. Lebih bergantung pada masyarakat di dalamnya sendiri. Oleh karena itu Kampung Batik Laweyan lebih menampakan diri kedalam daerah perdagangan dan pariwisata yang bersifat internal dan kurang disorot oleh masyarakat umum di sekitarnya. *Regional branding* seperti "Solo The Spirit of Java" hanya memiliki *point of view* atau memiliki pusat pada Keraton Surakarta Hadiningrat karena memang pengaruh Keraton sangat besar pada pembangunan dan kelangsungan di kota Surakarta sendiri dibanding dengan Laweyan. Hal tersebut adalah konsep dari Surakarta sebagai kota seni dan budaya. Oleh sebab itu kurangnya pengetahuan tentang hal ini pada masyarakat Surakarta dan sekitarnya tentu membuat Kampung Batik Laweyan harus diperhatikan. Metode pengumpulan data dan analisis SWOT dalam penelitian ini diharapkan dapat mencapai tujuan. Dengan adanya identitas visual sebagai media informasi Kampung Batik Laweyan diharapkan dapat memperkenalkan Kampung Batik Laweyan kepada masyarakat Surakarta dan sekitarnya sebagai tempat wisata yang menawarkan edukasi berupa *tour* dan *workshop* mem-batik.

Kata Kunci: Batik, Budaya, Identitas Visual, Surakarta, Indonesia

ABSTRACT

Surakarta is one of the producing regions of batik with decorative patterns that have distinctive characteristics. Surakarta batik has a subtle pattern in a typical color palette from blue to blackish blue, beige, and reddish brown. Batik developed and was popular in the Surakarta Palace and batik needs outside the Palace also increased. Batik activities outside the Palace are managed by merchants in Surakarta sub-districts such as Kauman and Laweyan. Laweyan was an area of batik craftsmen who receded due to the arrival of printing machines from China in the early 20th century and had an impact until now. Kampung Batik Laweyan is a tourist area that has a history and offers cultural education that must be preserved. The people of Kampung Batik Laweyan have almost 80% of the same business, on average as batik artisans and traders, the Kampung Batik Laweyan community is a closed society of surrounding communities in Surakarta. More dependent on the community in itself. Therefore Kampung Batik Laweyan reveals itself to the area of trade and tourism that is internal and less highlighted by the general public around it. Regional branding such as "Solo The Spirit of Java" only has a point of view or has a center on the Surakarta Hadiningrat Palace because indeed the influence of the Palace is very large on development and continuity in the city of Surakarta itself compared to Laweyan. This is the concept of Surakarta as a city of art and culture. Therefore the lack of knowledge about this matter in Surakarta and surrounding communities certainly makes Kampung Batik Laweyan a must be considered. The method of data collection and SWOT analysis in this study are expected to reach the goal. With the existence of a visual identity as an information medium, Kampung Batik Laweyan is expected to be able to introduce Batik Laweyan Village to Surakarta and surrounding communities as tourist attractions that offer education in the form of mem-batik tours and workshops

Key Words: Batik, Culture, Visual Identity, Surakarta, Indonesia

1. Pendahuluan

Kota Surakarta terletak di antara selatan Jawa dan jalur utara Jawa sehingga membuat wilayah kota Surakarta menjadi daerah strategis. Jalur kereta api dari wilayah selatan dan utara juga menjadi penghubung kota ini. Jarak antara kota Yogyakarta dan Surakarta hanya sekitar 60 menit jika menggunakan kereta api atau kendaraan pribadi. Berusia hampir 250 tahun kota Surakarta memiliki banyak warisan sejarah seperti berbagai wilayah yang memiliki bangunan kuno peninggalan penjajahan Belanda. Selain bangunan tua yang terpecah dan berbagai bangunan tua yang terletak diberbagai lokasi yang ada di Surakarta sehingga membentuk beberapa kawasan kota tua.

Surakarta, adalah salah satu penghasil batik dengan ragam hias yang khas. Kekhasan pola ragam hias batik di Surakarta terbentuk seiring dengan sejarah Kasunanan Surakarta. Setelah Perjanjian Palihan Nagari pada tahun 1755 di desa Giyanti yang berdampak pada pembagian pusaka di Desa Jatisari, berbagai pola ragam hias yang semula bersumber dari zaman Panembahan Senopati, kemudian berkembang secara terpisah di dua keraton, Yogyakarta dan Surakarta. Masing-masing keraton menampilkan keindahan dan gaya berbeda. Batik keraton Surakarta memiliki ciri khas *isen* yang halus dalam *palette* warna khas: dari biru sampai biru kehitaman, krem, dan cokelat kemerahan. Kepopuleran kain batik yang indah ini secara langsung menimbulkan terjadinya pembuatan batik untuk kebutuhan di luar keraton. Kemudian kegiatan membatik di luar keraton dikelola para saudagar di Kauman, Kratonan, dan Laweyan. Masyarakat luas yang sebelumnya mengenakan kain lurik yang ditunen, mulai mengenakan kain batik dengan pola ragam hias yang tidak sama dengan ragam hias keraton terutama untuk acara-acara resmi. Kain batik dari para saudagar ini kemudian dikenal dengan sebutan "batik *sudagaran*" (*Natanegara E.A, 2017: 100*)

Kampung batik laweyan merupakan salah satu warisan yang sudah ada dikota Solo sejak tahun kisaran tahun 1500. Kampung Batik Laweyan sudah menjadi tempat industri pengrajin batik yang sedang mengalami perkembangan, mesikipun terjadi pasang dan surut pada tahun 1970 hingga kirasran tahun 2000 awal, akibat datangnya metode *printing* dari Tiongkok, para pengusaha maupun pengrajin mulai menutup usaha mereka dan berdampak juga pada bangunan -bangunan kuno yang menjadi rusak dan kumuh karena sudah tidak ditempati lagi.

Menurut Alpha Fabela Priyatmono seorang pendiri Forum Pengembangan Kampung Batik Laweyan (FPKBL) Surakarta. FPKBL adalah forum yang beranggotakan para pengrajin dan pedagang batik di kluster Laweyan, Badan Perancangan Pembangunan Daerah Kota Surakarta mengeluarkan surat penugasan nomor: 050 / I 250 wisata cagar budaya industri batik terletak di wilayah Laweyan kota Surakarta. Dikutip dari Kompas.com Kampung Batik Laweyan berada di sepanjang JL. Dr. Rajiman, Kecamatan Laweyan, Surakarta, Jateng. Kampung Batik Laweyan memiliki luas sekitar 24 hektar dan 80% penduduk adalah pengusaha atau pengrajin batik. Jika melihat dari sejarah Kampung Batik Laweyan adalah cikal bakal daerah Serikat Dagang Islam yang didirikan pedagang batik K.H Samanhudi pada tahun kisaran tahun 1500. Pada masa Serikat Dagang Islam, K.H Samanhudi membuat industri di Kampung Batik Laweyan mencapai masa kejayaan dan dapat menyumbangkan dana untuk peperangan melawan Belanda dari hasil perdagangan batik.

Kauman merupakan salah satu dari wilayah yang menjadi produsen batik seperti halnya Laweyan, namun terdapat beberapa perbedaan dari kedua wilayah tersebut. Kauman adalah kampung yang terkenal karena termasuk salah satu budaya yang terdapat di dalam keraton dan termasuk aset dari keraton Surakarta, dimana para pengrajin adalah para pengabdian dari keraton Surakarta sendiri. Pada awal mula Kauman merupakan para pengrajin batik yang dikhususkan membuat batik untuk keluarga keraton Surakarta. Karena pengaruh tersebut pola batik adalah hal yang sangat membedakan antara Kauman dan Laweyan. Kauman memiliki pola tradisional yang masih mengarah pada pola yang asli dengan warna gelap seperti halnya batik yang dikenakan oleh para keluarga keraton. Sedangkan Laweyan memiliki pola yang lebih beragam dan memiliki banyak warna cerah, karena laweyan merupakan wilayah yang berkembang dalam menciptakan batik dan tidak terpacu pada dasar ketentuan batik pada awalnya.

Seiring dengan berkembangnya kota Surakarta popularitas Laweyan pun mulai surut. Kampung Batik Laweyan tumbuh dari masyarakat birokrat kerajaan dan rakyat biasa. Secara sosiologis masyarakat Laweyan adalah masyarakat *Inclave Society*. Dimana masyarakat yang keberadaannya berbeda dengan masyarakat yang lebih besar di sekitarnya, cenderung lebih tertutup. Karena cenderung lebih bergantung pada masyarakat di dalamnya sendiri. Profesi para pekerja di Kampung Batik Laweyan jelas berbeda dengan masyarakat sekitar di Surakarta pada umumnya. Lebih mengarah pada bidang kerajinan *heritage*, oleh sebab itu Laweyan lebih menampakan diri ke dalam ciri-ciri daerah perdagangan dan wisata. Secara tidak langsung Kampung Batik Laweyan merupakan daerah perdagangan dan pariwisata yang bersifat internal dan kurang disorot oleh masyarakat umum di sekitarnya. (Wahyono T.T, 2014:3)

2. Landasan Teori

Dalam perancangan yang dilakukan, terdapat teori-teori yang harus diimplementasikan pada proses yang dilakukan agar penyampaian pesan dapat dilakukan dengan baik. Teori yang dimaksud antara lain adalah sebagai berikut:

2.1 Desain Komunikasi Visual

Agus Sachari (2005:3) menyatakan bahwa akar dari istilah desain pada dasarnya sudah ada sejak zaman purba dengan kata yang sangat beragam. Istilah “*Arch*”, “*Techne*”, “*Kunst*”, “*Kagunan*”, “*Kabinangkitan*”, “*Anngitan*”, dan sebagainya merupakan bukti-bukti bahwa istilah-istilah yang berkesinambungan desain, hanya saja penggunaannya belum secara keseluruhan dan dinilai belum berdasarkan oleh aspek-aspek modern seperti yang dikenal sekarang pada umumnya. Di awal perkembangan, istilah “desain” masih sangat berkaitan dengan “seni” dan “kriya”.

2.2 Media

Darmastuti berpendapat media mempunyai peranan penting dalam masyarakat untuk menyampaikan pesan atau informasi dari masyarakat diberbagai belahan dunia. Media juga bisa mempunyai pengaruh positif dan negatif dalam menyampaikan informasi. Media juga menjadi sebuah kebutuhan manusia untuk berbagi pengetahuan, menyampaikan informasi dan untuk berkomunikasi (Darmastuti, 2012:22).

2.3 Brand

Menurut Alina Wheeler, *Brand* adalah bagaimana suatu merek melakukan pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada para konsumen secara emosional dan tergantikan atau selalu diingat serta bersifat *longlife relationship*. *Brand* yang kuat adalah yang dapat bersaing dan menonjol diantara kuatnya pasar. Konsumen akan percaya pada suatu *Brand* yang memiliki keunggulan tersendiri. (Wheeler, 2013:2)

2.4 Brand Identity

Brand Identity adalah suatu wujud nyata yang dapat menarik panca indera. Dapat dilihat, disentuh, dipegang, dilihat dan didengar. *Brand Identity* harus dapat diakui, memiliki diferensiasi serta dapat memunculkan ide-ide besar. (Wheeler, 2013:4).

2.5 Ilustrasi

Menurut Sigit Santoso, ilustrasi berasal dari bahasa latin *illustre* yang mempunyai arti ‘menerangkan’. Ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, atau musik yang bertujuan mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu. Menurut Jennings (1988 : 92), dalam bukunya yang berjudul “*The Complete Guide to Advanced Illustration and Design*”, ilustrasi memiliki tiga fungsi, yaitu ilustrasi sebagai informasi, ilustrasi sebagai dekorasi, dan ilustrasi sebagai komentar. Di dalam buku ini, ilustrasi yang digunakan sebagai informasi dan dekorasi.

2.6 Warna

Warna adalah kesan yang diterima oleh mata berdasarkan dari benda - benda yang dipantulkan oleh cahaya. Benda yang dipantulkan oleh cahaya menerima mengaborsi sebagian bahkan seluruh warna yang diterima dari cahaya. Sebagai contoh pada saat benda menerima cahaya warna merah yang dipantulkan, maka benda tersebut menjadi warna merah. Warna termasuk salah satu keindahan dalam desain selain unsur-unsur visual yang lain (Sulasmi Darma Prawira, 1989: 4).

2.7 Tipografi

Tipografi adalah sebuah seni dan teknik menyusun huruf dengan membuat pesan terlihat atau tersampaikan dan dapat menyajikan dalam struktur yang tepat (Benson, 1985).

Tipografi merupakan salah satu pengetahuan disiplin seni mengenai huruf. Huruf merupakan bagian terkecil dari struksur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun kata atau kalimat. Rangkaian huruf atau kalimat tidak hanya memberikan suatu makna yang mengacu pada sebuah objek maupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual (Danton Sihombing, 2001:13).

Menurut Ken Jeffery dalam buku *Graphic Design and Print Production Fundamentals* (2015). Tipografi adalah salah satu elemen terpenting dalam desain dimana tipografi tidak berfungsi sebagai media pembawa pesan namun juga memberi kesan representatif dalam pesan tersebut menggunakan karakter huruf dan konstruksi huruf yang harus dipahami.

2.8 Element Desain Komunikasi Visual

Titik, Garis, Bentuk adalah elemen dasar dalam desain. Dari elemen tersebut desainer grafis dapat menciptakan gambar, ikon, dan sistem tipografi (Lupton & Phillips, 2014:3)

3. Metode Penelitian

3.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari: buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll) (Nazir ,1998:112). Mencari data tentang Kampung Batik Laweyan melalui buku, blog, dan media elektronik dari internet.

2. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Supardi, 2006:88). Melakukan pengamatan kegiatan yang berlangsung dengan target yang dituju yaitu Forum Pengembangan Kampung Batik Laweyan (FPKBL).

3. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi (Sugiono, 2009:317). Wawancara dengan pihak narasumber yaitu FKBL, para pengrajin, dan pedagang batik di Kampung Batik Laweyan dan pihak terkait seperti target mengenai permasalahan yang diangkat.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Perancangan konsep visual media informasi Kampung Batik Laweyan memiliki pesan utama “Kampung Batik Laweyan sebagai destinasi wisata edukasi tentang batik “. Dalam wawancara dengan narasumber utama ada beberapa kata kunci yang ditemukan yaitu berupa: *Sub-Culture*, Kreatif, *Tourism*, Kontemporer dan Mandiri. Dari kelima kata kunci tersebut terdapat pesan yang kuat untuk merepresentasikan Kampung Batik Laweyan dengan tagline “*Destination Place That Collect Batik and Historical Value*” .

4.2 Konsep Kreatif

Dalam perancangan konsep kreatif media informasi Kampung Batik Laweyan mengangkat buku ilustrasi yang diberi judul “ The Laweyan ” yang mengarah pada makna tentang Kampung Batik Laweyan itu sendiri termasuk sejarah hingga tatanan yang ada dalam masyarakat Laweyan. Lebih ditekankan lagi tentang Laweyan dan isi yang didalamnya seperti sejarah berdiri, *landmark*, tatanan keluarga saudagar, hingga *fun-fact* yang dirangkum menjadi nama “ The Laweyan ”.Buku ilustrasi diangkat sebagai media utama karena memang dalam masyarakat Laweyan media informasi seperti *website* yang sudah dimiliki masih belum cukup untuk menarik wisatawan sehingga *website* dan sosial media akan menjadi tempat untuk menarik target untuk menjual media utama yaitu buku ilustrasi. Metode AISAS adalah metode yang efektif untuk pendekatan psikologis kepada target sasaran karena pada umur kisaran 20 - 25 tahun pasti sering sekali menggunakan media sosial. AISAS adalah singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Searching*, *Action* dan *Sharing*. Dimana pengambilan keputusan pembelian lebih kepada suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli, proses tersebut diawali dengan tahap menaruh perhatian (*Attention*) terhadap barang atau jasa yang kemudian jika berkesan dia akan melangkah ke tahap ketertarikan (*Interest*) untuk mengetahui lebih jauh tentang keistimewaan produk atau jasa tersebut yang jika intensitas ketertarikannya kuat berlanjut ketahap mencari tahu (*Searching*) karena barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan-kebutuhannya. Jika hasrat dan minatnya begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau rangsangan persuasif dari luar maka konsumen atau pembeli tersebut akan mengambil keputusan membeli (*Action*) barang atau jasa yang di tawarkan. Kemudian setelah memiliki produk yang ditawarkan target melakukan (*sharing*) tentang produk yang ditawarkan.

Metode	Pendekatan
1. <i>Attention</i>	Untuk menarik perhatian dari target yang dituju secara psikologis metode penyebaran informasi melalui poster melalui media sosial.
2. <i>Interest</i>	Membuat target terkesan dan tertarik dengan pendekatan <i>Attention</i> yang digunakan.
3. <i>Searching</i>	Target mencari tahu tentang produk yang ditawarkan menggunakan <i>search engine</i>
4. <i>Action</i>	Sehingga membuat target yang dituju mengambil keputusan untuk tertarik dengan media yang ditawarkan.
5. <i>Sharing</i>	Target merekomendasikan produk yang ditawarkan kepada teman dan kerabat melalui sosial media dan dari mulut kemulut.

4.3 Konsep Media

Penggunaan media buku Ilustrasi sebagai media utama dengan ukuran a4 digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target secara psikologis sesuai dengan kebutuhan sehingga pesan dan tujuan yang ingin ditjukan akan tersampaikan dengan baik.

4.4 Media Pendukung

Media ini digunakan untuk mendukung dan memperkuat media utama, media pendukung yang dipilih antara lain:

1. Poster

Poster digunakan untuk menarik perhatian target yang dituju selain poster juga akan dibuat *flyer*: Poster akan lebih mendukung penyebaran informasi sesuai dengan psikologis masyarakat Laweyan.

2. X-banner

Digunakan sebagai media promosi pada acara tertentu untuk menarik perhatian masa.

3. Postcard

Postcard digunakan untuk media pendukung yang dapat dikoleksi karena akan ada nilai tersendiri dalam wujud fisik seperti halnya *merchandise*.

4. Website

Website digunakan sebagai media penjualan buku secara *online* dan sebagai media penyalur untuk ditunjukan ke media sosial Instagram begitu juga sebaliknya.

5. Totebag

Totebag digunakan untuk media pendukung yang dapat dikoleksi sebagai *merchandise*.

4.5 Konsep Visual Identitas

Konsep visual perancangan media buku ilustrasi gambar manual dengan teknik gambar manual yang kemudian akan dilakukan pewarnaan dan layout secara digital. Ada beberapa kata kunci yang didapat yaitu : kontemporer, sub-kultur, kreatif, *Tourism*, dan Mandiri. Kata kunci tersebut membantu dalam pengaplikasian konsep visual seperti pemilihan teknik gambar manual yang dipadukan dengan penyelesaian digital yang diangkat merepresentasikan kata kunci kontemporer sendiri dimana hasil warna yang dipakai akan lebih kepada paduan warna gelap yang berkesan dewasa hingga warna terang yang berkesan muda. Tipografi yang dipilih juga berpengaruh pada konsep visual, pemilihan perpaduan huruf dari *blackletter* dan *san serif* karena kedua jenis huruf tersebut merupakan representasi dari kata kunci kultur dimana perjalanan jenis huruf juga berawal dari huruf yang berkesan klasik hingga huruf yang berkesan modern. Konsep logo yang diangkat adalah *logotype* yang diadaptasi dari "The Laweyan" sendiri dimana *logogram* dan *logotype* akan mudah terbaca dan tersampaikan pesan yang akan dibawa dengan mudah.

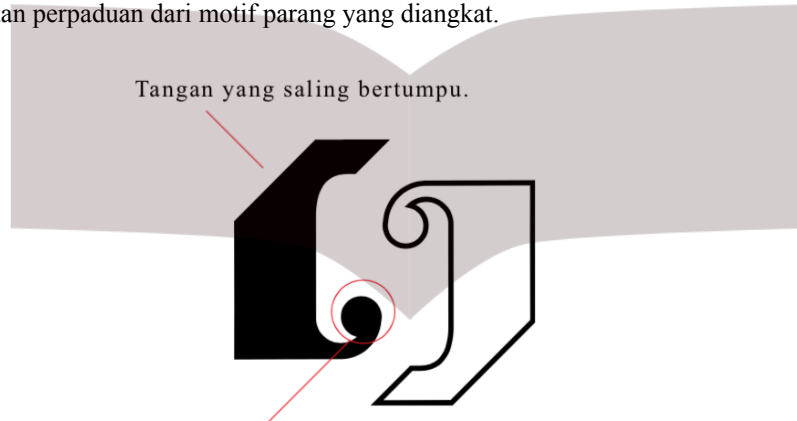
4.6 Konsep Visual Buku Ilustrasi

Pada media utama yang digunakan adalah sebuah buku ilustrasi yang mengangkat tentang sejarah, tatanan keluarga, hingga situs-situs bersejarah yang ada di Kampung Batik Laweyan. Penggunaan ilustrasi digital dengan garis yang tidak kaku lebih kearah luwes sehingga maksud yang disampaikan dapat dilihat secara indah, mudah dicerna, mudah berbaur, dengan harapan tertutupnya Kampung Batik Laweyan akan dapat dilihat secara objektif oleh masyarakat luar.

4.7 Hasil Perancangan

4.7.1 Identitas Visual Logo

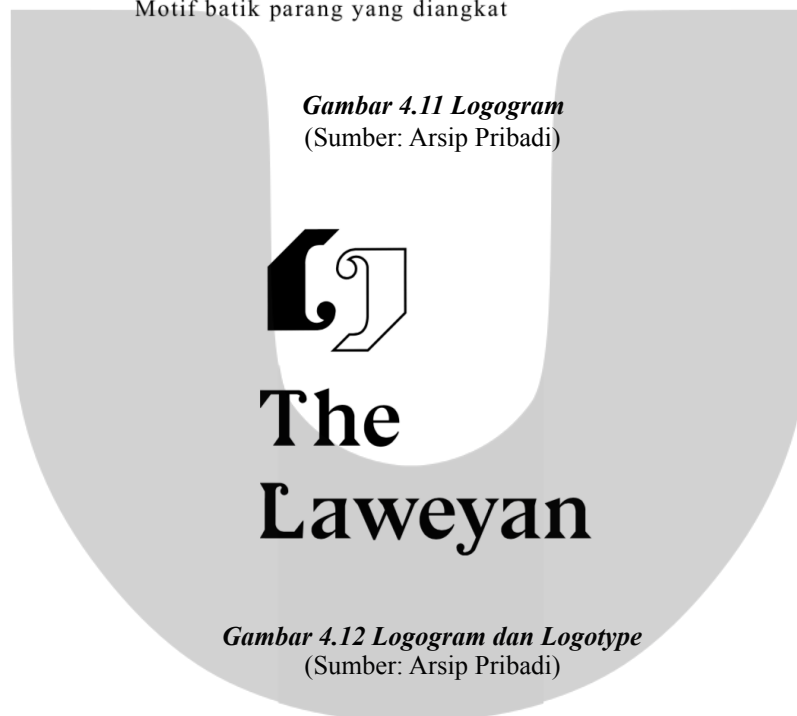
Konsep dari Laweyan dan dari kata kunci yang didapat seperti *heritage* hingga kontemporer, makna yang diangkat adalah tentang keseimbangan, kampung, *inner circle* (tertutup), dualitas, keseimbangan dan motif batik parang yang bermakna sesuai dengan sifat Laweyan yaitu tidak pernah menyerah, ibarat ombak laut yang tak pernah berhenti bergerak. Batik Parang juga menggambarkan jalinan yang tidak pernah putus, baik dalam arti upaya untuk memperbaiki diri, upaya memperjuangkan kesejahteraan. Seperti pada sketsa *logogram* diangkat dari tangan yang saling bertumpu dan perpaduan dari motif parang yang diangkat.



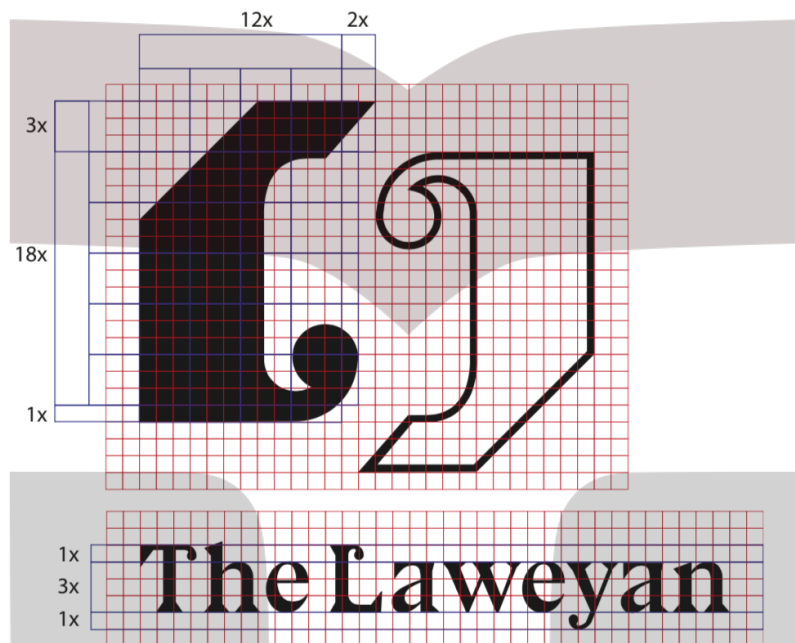
Tangan yang saling bertumpu.

Motif batik parang yang diangkat

Gambar 4.11 Logogram
(Sumber: Arsip Pribadi)



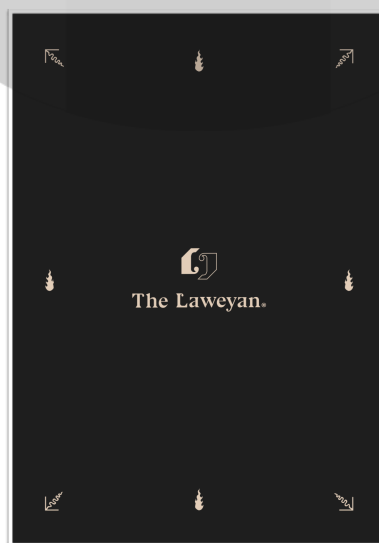
Gambar 4.12 Logogram dan Logotype
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.13 Grid system Logogram dan Logotype
(Sumber: Arsip Pribadi)

4.7.2 Buku Ilustrasi

Buku ilustrasi yang dirancang adalah media utama yang digunakan dalam memperkenalkan Kampung Batik Laweyan. Menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Buku ilustrasi dengan ukuran A4 dan menggunakan material kertas Woodstock 180 gsm untuk isi dan Hardcover dengan kertas Linmaster berwarna hitam dengan ukuran kertas 100 gsm.



Gambar 4.14 Cover Buku Ilustrasi
(Sumber: Arsip Pribadi)

DAFTAR ISI	Prolog	03
	Preface	
	Sejarah	07
	History	
	Saudagar	13
	Trader Family	
Situs Bersejarah	23	
Landmark		
Penutup	37	
Closure		
Indeks	39	
Index		

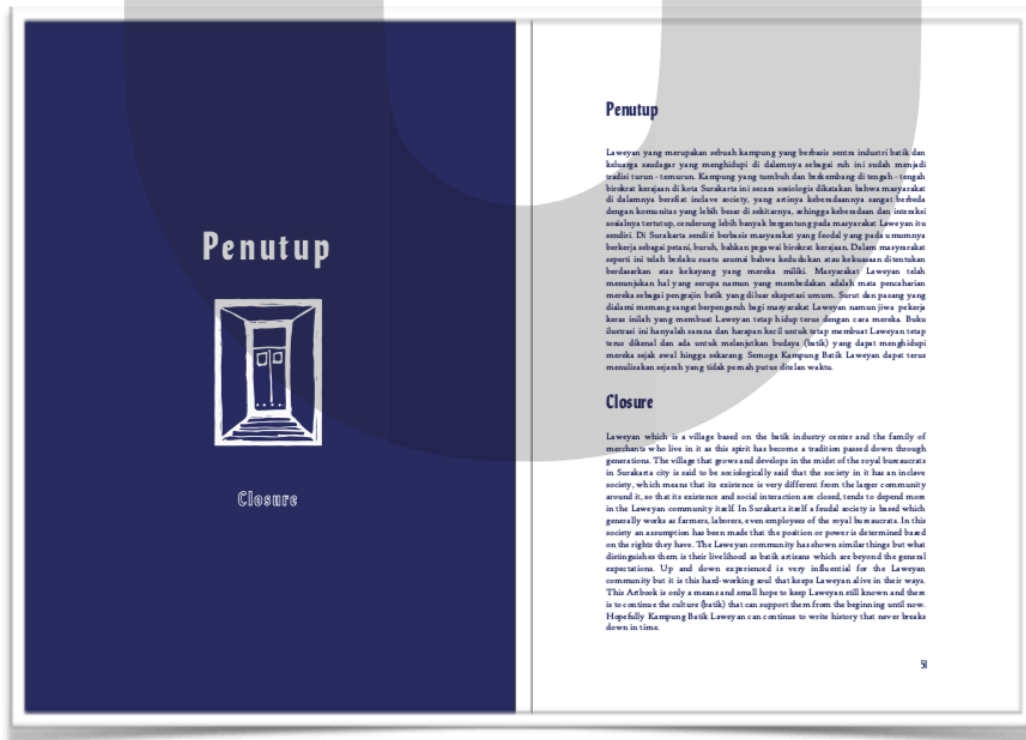
Gambar 4.15 Daftar Isi Buku Ilustrasi
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.16 Isi Buku Ilustrasi
(Sumber: Arsip Pribadi)



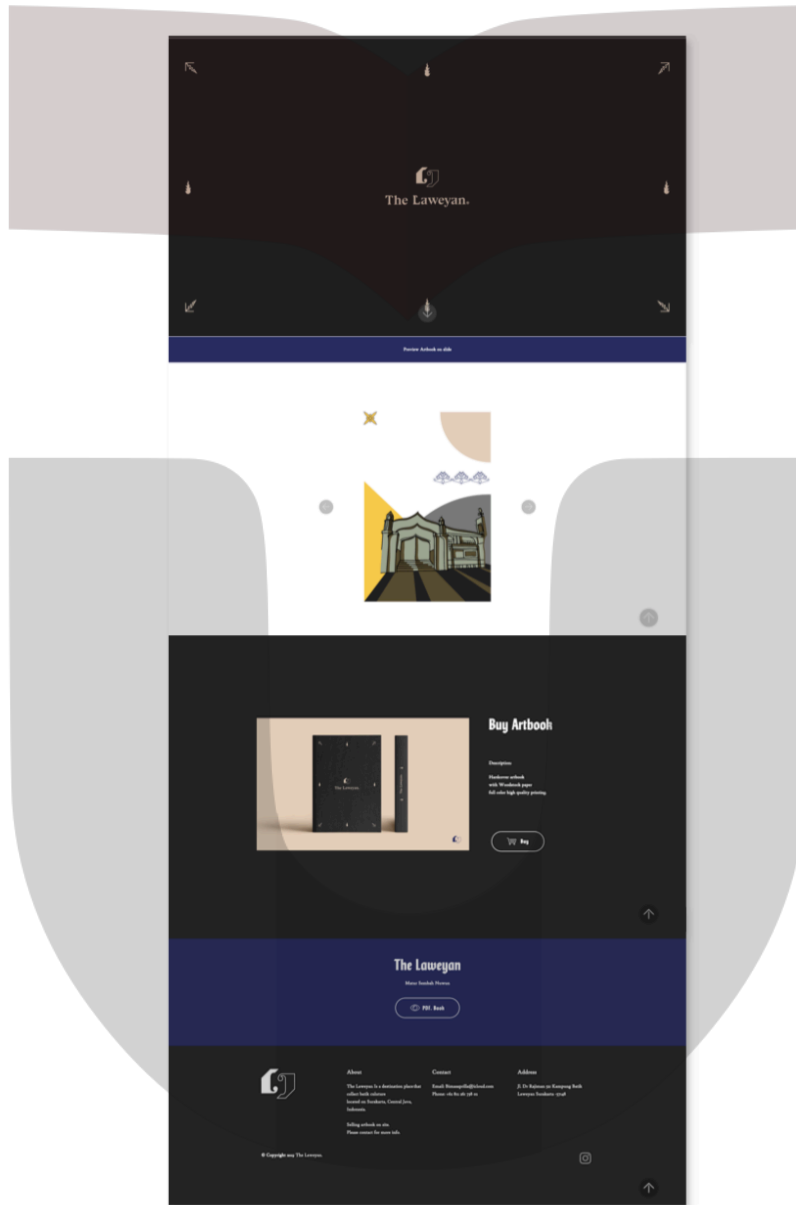
Gambar 4.17 Sub-Bab Buku Ilustrasi (Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.18 Penutup Buku Ilustrasi (Sumber: Arsip Pribadi)

4.7.3 Website

Website digunakan untuk menarik penjualan dari buku ilustrasi terdapat *preview* dalam bentuk format PDF untuk melihat gambaran dari media utama yaitu buku ilustrasi.



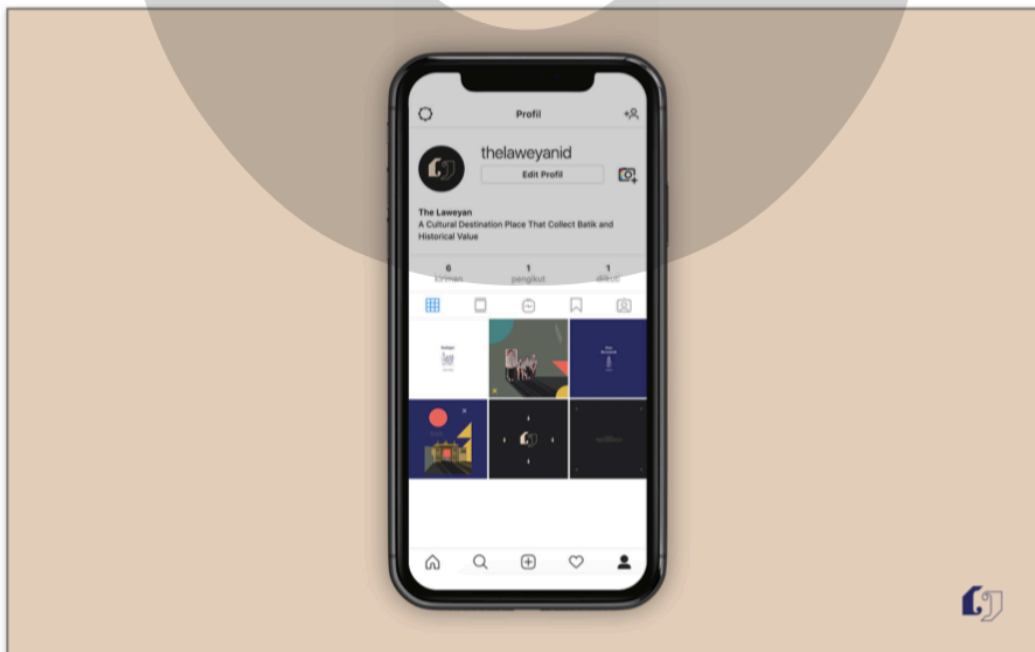
Gambar 4.19 Rancangan Website
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.20 Tampilan Website
(Sumber: Arsip Pribadi)

4.7.4 Media Pendukung

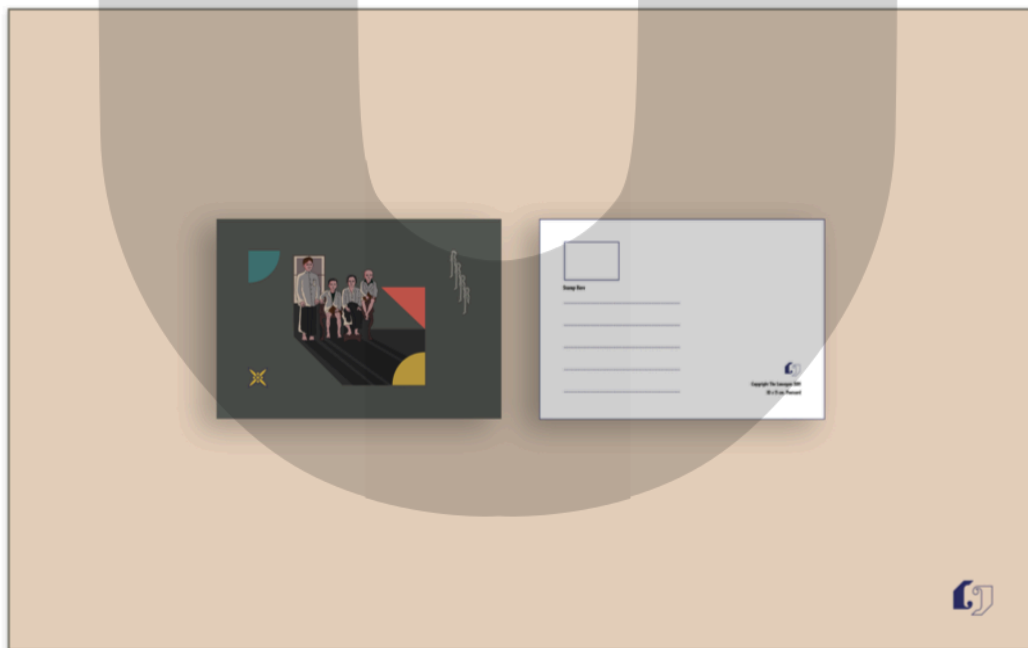
Media pendukung yang digunakan berupa instagram poster, postcard, totebag dan x-banner.



Tampilan Instagram
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.21 Poster
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.22 Postcard
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.23 Totebag
(Sumber: Arsip Pribadi)



Gambar 4.24 X-banner
(Sumber: Arsip Pribadi)

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Sebuah identitas visual dan media informasi yang menarik adalah salah satu cara untuk dapat membuat tempat seperti Laweyan dapat dilihat oleh masyarakat luar. Media informasi sebelumnya yang dimiliki oleh Laweyan masih sangat kurang membantu untuk memperkenalkan Kampung Batik Laweyan yang siftnya masih tertutup. Perancangan konsep yang baru untuk identitas visual dan media informasi ini bertujuan untuk lebih memperkenalkan Kampung Batik Laweyan kepada masyarakat luar dengan harapan dapat berkunjung ke Kampung Batik Laweyan. Buku ilustrasi ini adalah sarana dan harapan untuk tetap membuat Laweyan tetap terus dikenal dan ada untuk melanjutkan budaya (batik) yang dapat menghidupi mereka sejak awal hingga sekarang. Dibantu dengan *website* yang baru sesuai dengan konsep rancangan sebagai sarana promosi untuk media utama. Diharapkan Kampung Batik Laweyan dapat terus menuliskan sejarah yang tidak pernah putus ditelan waktu.

5.2 Saran

Kampung Batik Laweyan memiliki nilai budaya yang kuat mulai dari sejarah hingga masyarakat yang hidup di dalamnya. Sayang sekali rantai kehidupan yang sudah ada sejak lama ini terputus dan tidak dilestarikan. Saran yang dapat disampaikan untuk membuat Laweyana terus hidup dan dapat dikenal oleh masyarakat luas adalah:

1. Diharapkan kepada masyarakat Laweyan dapat terus berkembang mengikuti perkembangan zaman namun juga harus tetap menjaga dan meneruskan nilai sejarah yang telah lahir dari turun - temurun.
2. Diharapkan kepada masyarakat Laweyan untuk dapat terus meningkatkan dan mengembangkan media apapun yang dimiliki oleh Kampung Batik Laweyan untuk memperkuat citra yang sudah dimiliki namun tanpa menghilangkan sejarah maupun budaya yang sudah ada sejak lahir
3. Berdasarkan media informasi berupa buku ilustrasi yang bersifat benda fisik diharapkan masyarakat Laweyan lebih bisa menghargai dan ikut merawat tempat bersejarah maupun situs bersejarah yang dimiliki. Karena sejarah akan dikenal oleh masyarakat apabila peninggalan berupa benda fisik masih terus ada sebagai bukti nyata dan memiliki cerita untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas.

6. Daftar Pustaka

- Ambrose, G., & Harris, P. (2008). *The fundamentals of graphic design*. Bloomsbury Publishing.
- Cenadi, Christine Suharto. "Corporate Identity Sejarah Dan Aplikasinya." *Nirmana* 1, no. 2 (2004).
- Collins, W., Hass, A., Jeffery, K., Martin, A., Medeiros, R., & Tomljanovic, S. (2015). *Graphic Design and Print Production Fundamentals*. BCcampus, BC Open Textbook Project.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Andi Publisher
- Haiqal, M. K., & Hidayat, S. (2017). Perancangan Identitas Visual Wisata Kerajinan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. *eProceedings of Art & Design*, 4(3).
- Jennings, S. (1987). *The complete guide to advanced illustration and design*. Chartwell House.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Michael, (2016) Kauman Batik Village, Solo Heritage. Diakses pada <http://guideplanet.com/kauman-batik-village-solo-heritage/> (4 Oktober 2018, 17.10)
- Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Nugroho, Adi Ganung, (2012) Forum Pengembangan Kampung Batik Laweyan. Diakses pada <https://solografi.wordpress.com/> (25 September 2018, 10.00)
- Olthof, W. L., & Sumarsono, H. R. (2007). *Babad tanah Jawi mulai dari Nabi Adam sampai tahun 1647*. Narasi.
- Roojen, Pepin. (1998). *Indonesian Ornamental Design*. Pepin Press
- Sachari, Agus. (2005). *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga.
- Setianoe, Surkro, (2015) Solo The Spirit of Java. Diakses pada <https://www.kompasiana.com/> (24 September 2018, 18.30)
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu way: Secret of Cross Switch Marketing From the Worlds*.
- Urbanke Erlenweg, Reinhard. (2000) *Map design: graphic design basic*. German: Kommission aus - und weiterbildung.
- Wahyono, T. T., Suwarno, S., Nurwanti, Y. H., & Taryati, T. (2014). *Perempuan laweyan dalam industri batik di Surakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB).
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.