

BAB II DATA DAN ANALISIS

A. Data Objek

Profil Singkat Batik Teko Solo



Gambar 2 1 Rumah produksi

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

Batik Teko Solo adalah perusahaan batik di Indonesia yang bergerak dalam bidang industri pembuatan dan perdagangan batik yang berfokus pada batik cap. Perusahaan ini didirikan di Solo, tepatnya di jalan Sidomukti Timur, Kampung Jl. Kelengkeng No.3 RT.02/RW.09, kab. Pajang, kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah oleh Bapak Sri Heno Teko yang awalnya merupakan perusahaan keluarga. Ciri khas dari perusahaan Batik Teko Solo adalah pada proses produksinya yaitu keseluruhan tahapan prosesnya masih bersifat manual atau *home industry*.

Nama “Batik Teko Solo” merupakan nama yang diambil dari nama pemilik atau pendiri perusahaan yaitu Bapak Sri Heno Teko. Kata Teko,

merupakan bagian dari nama beliau yang diharapkan dengan memasukkan nama tersebut dapat mengidentitaskan produknya dengan yang lain. Selain itu, beliau juga berharap kelak jika produk yang dibuat menjadi terkenal, nama beliau akan selalu dikenang. Sedangkan kata Solo diambil dari tempat tinggal atau domisili dari Bapak Sri Heno Teko dibesarkan. Bapak Sri Heno Teko juga sangat menyukai budaya batik nusantara dan memiliki cita-cita untuk tetap melestarikan budaya batik yang menjadi identitas bangsa kita Indonesia. Namun, pada tahun 2015 Bapak Sri Heno Teko memutuskan untuk melanjutkan perusahaannya ke generasi berikutnya yaitu anak satu-satunya yang bernama *Roi Fandi Ardiyanto* yang menjadi pemilik Batik Teko Solo hingga saat ini.



Gambar 2. 2 Sdr . Roi Fandi Ardiyan

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

Berawal dari sebuah hobi beliau yang gemar menggambar pada sebuah media kertas atau kanvas pada akhirnya menciptakan suatu motif maupun corak batik yang menarik dan memiliki ciri khas tersendiri. Batik cap yang menjadi ciri khas perusahaan ini kebanyakan menggunakan motif tumbuhan, hewan, dan pattern atau pengulangan motif seperti parang dan kawung. Motif ini sudah digunakan sejak awal berdirinya perusahaan dan menjadikan ciri khas yang kuat untuk perusahaan Batik Teko Solo yang identik dengan motif parang tersebut.



Gambar 2. 3 foto Motif Burung Batik Teko

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



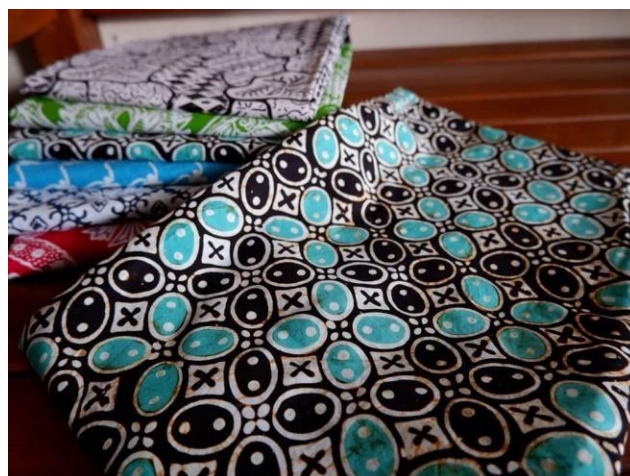
Gambar 2. 4 foto Motif Tanaman Batik Teko Solo

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



Gambar 2. 5 foto Motif Pattern Batik Teko Solo

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



Gambar 2. 6 Motif Pattern kawung Batik Teko Solo

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

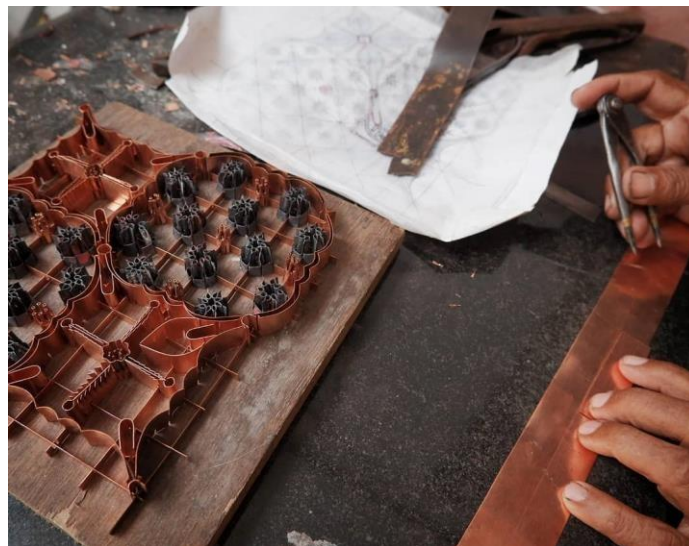
Seiring berjalannya waktu perusahaan Batik Teko Solo terus melebarkan sayap usahanya sehingga saat ini sudah memiliki lebih dari 15 orang karyawan. Dengan proses yang semakin modern namun tetap mengacu dalam kualitas yang sama seperti dulu batik Teko Solo sudah memiliki beberapa alat yang memadahi untuk pemesanan dengan jumlah besar dan dengan hasil yang sama, tanpa mengurangi kualitas yang di miliki sejak dulu. Keunggulan dari batik teko solo yaitu tidak mudah luntur, handmade, dan juga tidak mudah susut.

4. Proses Pembuatan Batik Teko Solo

Batik teko Solo berfokus pada batik cap yang ditekuni sejak dulu dan menjadi ciri khas perusahaan, namun Batik Teko Solo juga mengembangkan batik tulis yang tidak kalah kualitasnya. Semua produk yang dibuat oleh perusahaan Batik Teko Solo merupakan buatan tangan tanpa adanya mesin dan juga cara pewarnaan yang masih dengan cara lama yaitu dengan teknik celup. Berikut merupakan tahap – tahap membuat batik cap dan produk produk yang dibuat oleh perusahaan Batik Teko Solo:

a. Proses Pembuatan Mal Kuningan

Proses awal membuat batik cap Teko Solo, yang berawal dari pembuatan mal untuk motif yang akan dibuat dengan menggunakan kuningan tembaga yang bentuk menurut mal yang sudah disiapkan sebelumnya. Bagian ini sangat membutuhkan konsentrasi yang tinggi karena setiap jarak yang di bentuk akan menentukan nantinya gambar yang di cap ke kain mori.



Gambar 2. 7 foto pembuatan motif mal kuningan batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



Gambar 2. 8 foto hasil pembuatan mal kuningan batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



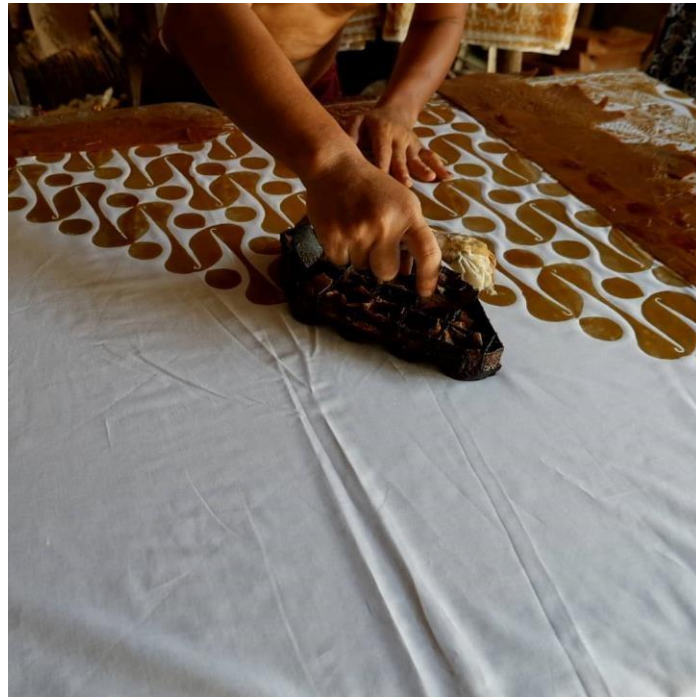
Gambar 2. 9 foto hasil pembuatan mal kuningan batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

b. Proses Cap

Selanjutnya Mulai membentangkan kain yang cukup lebar di atas meja tatakan. Kain yang digunakan adalah kain mori, kain ini

merupakan tempat melukis batik. Kain yang biasa digunakan untuk membatik biasanya kain yang berasal dari serat alam. Selain kain dalam proses batik cap kita juga membutuhkan bantalan sebagai alas, bantalan ini terbuat dari kapas atau juga bisa menggunakan kain blacu yang di susun setebal 10 cm. Canting cap sebagai alat terpenting dalam batik cap. Canting cap terbuat dari tembaga yang di lekuk sesuai dengan motif yang diinginkan dan memiliki pegangan untuk menekan disaat menempelkan ke kain mori. malam sebagai bahan dasar dalam batik dan juga kompor untuk membuat malam tetap panas.



Gambar 2. 10 foto proses batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



Gambar 2. 11 foto proses batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

c. Proses Pewarnaan

Dalam proses pewarnaan kain batik yang sudah di cap akan di bentangkan agar dalam proses pewarnaan warna satu sama lain tidak tercampur. Prose pewarnaan dilakukan dengan system manual yaitu dengan cara di totol maupun di celup sesuai dengan motif yang sedang dibuat.



Gambar 2. 12 foto proses pewarnaan batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



Gambar 2. 13 foto proses pewarnaan batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

d. Proses Ngolorot Malam

Dalam proses ini dinamakan proses *Ngolorot* atau bisa di bilang melunturkan atau melarutkan malam pada bahan dasar membuat batik. Batik yang sudah selesai dicap kan direbus menggunakan air panas dalam sebuah tong yang diberi obat kimia pelarut batik, batik akan di rebus beberapa saat agar malam yang menempel dapat lunak dan larut pada air yang mendidih. Jika sudah merata batik yang sudah di larutkan malamnya akan tampak seperti pada foto di atas.

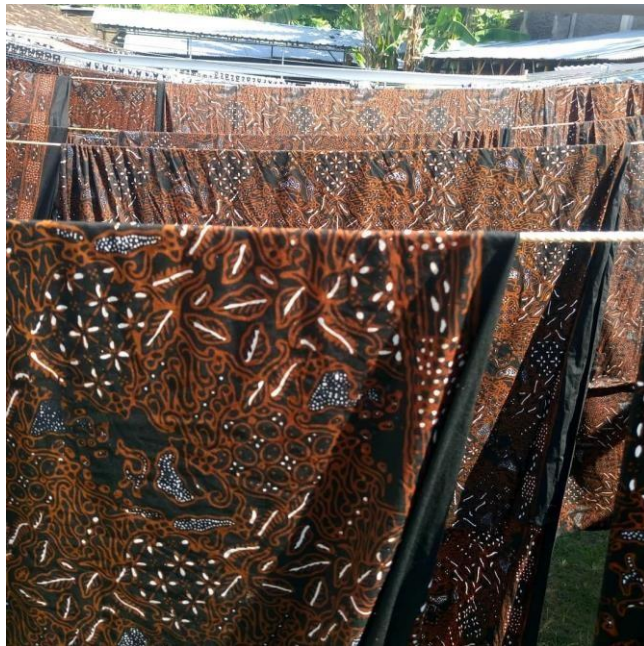


Gambar 2. 14 foto proses nglorot batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

e. Proses Penjemuran Kain

Di gambar ini merupakan proses dimana batik cap sudah melalui proses ngolorot dan masuk ke bilas agar tidak ada sisa bahan malam yang masih menempel ke kain yang akan masuk tahap penjemuran. Di tahan ini penjemuran harus menggunakan lahan yang cukup luas agar kita bisa membentangkan kain batik dengan sempurna dan dapat terkena sinar matahari yang merata



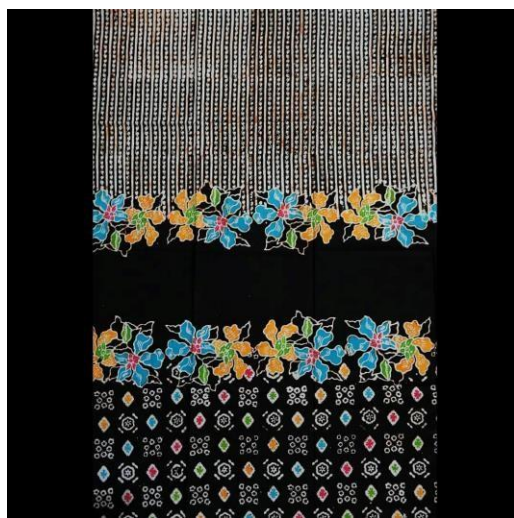
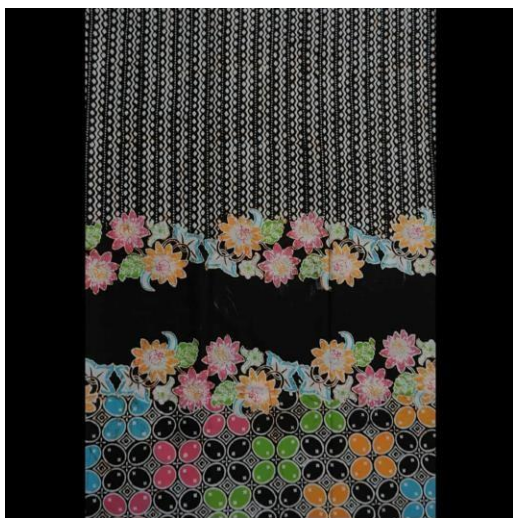
Gambar 2. 15 foto proses penjemuran kain batik cap

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo



Gambar 2. 16 foto produk

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo





Gambar 2. 17 foto produk

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

Berikut merupakan daftar harga dari Batik Teko Solo menurut jenis – jenis batik yang diproduksinya



PRODUSEN KAIN BATIK CAP

**BATIK
TEKO**

SOLO INDONESIA

**200X 115 CM
KATUN PRIMA
HALUS**

Kelengan	78000
Lasem	83000
pecahan	83000
toletan	88000
Tolet pecah	93000
dobel proses	88000
Cap kombi tulis	98000
Cap kombi tulis tolet	103000
Shibori	78000
Tiedye	78000

UNTUK PENGIRIMAN,
HUBUNGI +6281327106029

Gambar 2. 18 foto list harga batik teko solo

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

B. Analisa Objek dan Target Audiens

Setelah tahap pengumpulan data dan informasi terkumpul, langkah yang diperlukan adalah pengolahan data dan informasi melalui metode menganalisa dan meninjau lebih jauh serta lebih teliti mengenai permasalahan yang diangkat.

1. Analisis SWOT

a. *Strenght* (Kekuatan)

- 1) Memiliki motif batik cap yang unik seperti burung, bunga, pattern dan sudah berdiri sejak 2002.
- 2) Konsumen bisa pesan motif sesuai yang di inginkan.

b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Belum mempunyai kemasan yang menarik.
- 2) Belum mempunyai kartu nama sebagai media informasi.
- 3) Belum mempunyai *company profile*.
- 4) Sosial media yang sangat kurang.

c. *Opportunity* (Peluang)

- 1) Peminat batik tidak akan hilang.
- 2) Berbagai motif yang semakin modern semakin berkembangnya batik.
- 3) Batik tidak hanya digunakan di acara formal saja melainkan dapat digunakan dalam sehari-hari.
- 4) Sedikit pesaing batik tradisional.

d. *Threat* (Ancaman)

- 1) Pengusaha batik modern yang menggunakan mesin semakin menjamur demi produksi yang massal.
- 2) Harga produsen batik modern jauh lebih murah.
- 3) Semakin banyak competitor batik *modern*.

2. Target Audiens

a. Demografis

- 1) Kelamin: Pria dan Wanita
- 2) Usia: 25 – 45 tahun
- 3) Pendidikan: SMA – S1
- 4) Pekerjaan: A – B
- 5) Gaji: Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000

b. Geografis

- 1) Primer
Masyarakat Surakarta yang menyukai batik, kebudayaan dan seni
- 2) Sekunder
Seluruh masyarakat Indonesia

c. Psikologi

- 1) *Behaviour* (Tingkah laku)
 - a) Suka bersosialisasi dan berkumpul / mengikuti kegiatan
 - b) Senang dengan seni dan kebudayaan
- 2) *Habit* (Kebiasaan)
 - a) Mempunyai rutinitas yang formal
 - b) Tertarik dalam bidang seni
- 3) *Emotion* (Emosi)
 - a) Aktif
 - b) Ketertarik yang tinggi

3. Kesimpulan Analisis

Setelah melakukan analisa objek dan analisa target audiens pada Batik Teko Solo, penulis menarik kesimpulan bahwa Batik Teko Solo adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang batik cap yang beralamat di Jalan Sidomukti Timur, Kampung Jl. Kelengkeng no.3 rt 02/rw 09, Pajang, kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah.. Dengan produk batik cap yang bermacam – macam dengan harga kisaran mulai

Rp.75.000 – Rp.150.000 tergantung dari jenis kain batik cap dan prosesnya.

Batik Teko Solo memiliki target audiens masyarakat luas yang berumur mulai dari 25 – 45 tahun. Kelebihan yang dimiliki oleh Batik Teko Solo yaitu memiliki banyak varian motif yang diproduksi, memiliki ciri khas motif flora, fauna, dan juga pattern. Untuk kelemahannya yaitu belum mempunyai *company profile* yang menarik untuk customer, informasi yang masih kurang efektif.

C. Referensi Perancangan

Untuk lebih memaksimalkan perancangan pada Batik Teko Solo, maka diperlukan referensi dari berbagai sumber. Hal ini diperlukan untuk menunjang hasil penelitian dan untuk dipelajari. Bahkan bisa menjadi acuan dalam perancangan.

Beberapa referensi perancangan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 19 Referensi 1 Perancangan Company Profile

Sumber: <https://www.soocadesign.com/en/blog/ciri-dan-model-company-profile-perusahaan-perhutanan/>



Gambar 2. 20 Referensi 2 Perancangan Company Profile

Sumber: https://image.freepik.com/free-vector/corporate-company-brochure-template_71805-51.jpg/



Gambar 2. 21 Referensi 3 Perancangan Company Profile

Sumber: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6280455/company-profile-adalah-contoh-susunan-dan-cara-membuat-yang-benar>



Gambar 2. 22 Referensi 4 Perancangan Company Profile

Sumber: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6280455/company-profile-adalah-contoh-susunan-dan-cara-membuat-yang-benar>



Gambar 2. 23 Referensi 5 Perancangan Company Profile

Sumber: <https://www.freepik.com/vectors/company-profile-design/>

D. Landasan Teori

1. Teori Desain Komunikasi Visual

Menurut Tinarbuko (2015), Desain komunikasi visual adalah suatu ilmu yang mempelajari sebuah konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang bisa diaplikasikan diberbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), warna, huruf, komposisi dan tata letak. Semuanya dilakukan untuk menyampaikan pesan secara lahiriah, sehat dan lahiriah kepada kelompok kepentingan yang diharapkan. Ekskursi inventifnya dimulai dari mengamati masalah komunikasi visual, mencari informasi verbal dan visual, mengumpulkan ide-ide imajinatif yang bergantung pada atribut kelompok minat yang ideal, hingga membangun rencana visual untuk membantu pencapaian praktik verbal dan visual yang praktis, berpengaruh, kreatif, berselera tinggi, dan terbuka. Dalam hal ini menyiratkan bahwa konfigurasi komunikasi visual dapat dicapai sebagai salah satu upaya berpikir kritis (komunikasi visual, atau komunikasi) untuk menyampaikan rencana lain dan bisa menghasilkan desain terbaru.

2. Teori Branding

Menurut Wirani Swasty dalam bukunya yang berjudul Branding memahami dan merancang strategi merek terbitan tahun 2016 di halaman 15 mengatakan bahwa branding adalah suatu program yang mengkhususkan atau memfokuskan dan memproyeksikan nilai-nilai merek. Program ini meliputi penciptaan perbedaan antara produk dan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan pembeli serta pemberian nilai-nilai pada perusahaan. Jadi branding merupakan keseluruhan proses dalam memilih unsur, nilai hingga janji apa yang dimiliki oleh suatu entitas (produk, jasa, perusahaan). Branding adalah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan (Wirani Swasty, 2016).

3. Teori Layout

Layout adalah sebuah susunan yang dibuat untuk memperlihatkan semua elemen desain untuk menciptakan suatu bentuk grafis yang ideal. Menurut Smith (1985) dalam Sutopo (2002), mengatakan bahwa proses yang mengatur hal atau pembuatan *layout* adalah merangkaikan unsur tertentu agar menjadi susunan yang baik, mudah dibaca ataupun dilihat, sehingga bisa mencapai tujuan (Feraldy, 2015). Dalam *layout* ada beberapa prinsip untuk penerapannya, yaitu:

a. *Sequence* (Urutan perhatian pandang)

Yang dapat diartikan sebagai flow atau hirarki yang bisa ditunjukkan untuk mengatur prioritas informasi yang harus utama dibaca dan dibaca diakhir.

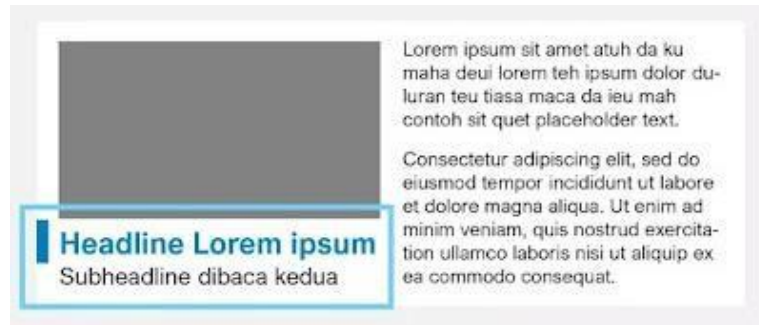


Gambar 2. 24 *Emphasis e Layout*

Sumber: <https://www.portaldekave.com>

b. *Emphasis* (Penekanan pada tata letak)

Emphasis adalah suatu yang mendukung *sequence* yang merupakan penekanan ukuran, warna, letak posisi dan bentuk.

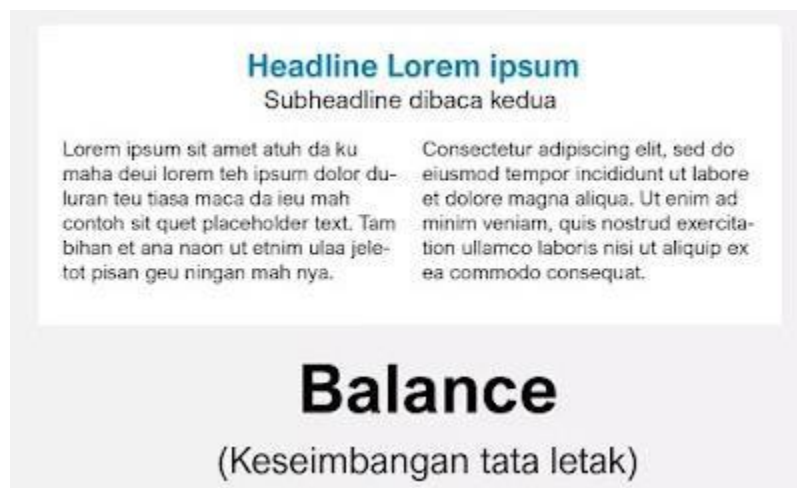


Gambar 2. 25 Emphasis e Layout

Sumber: <https://www.portaldekave.com>

c. Balance (Keseimbangan tata letak)

Balance merupakan suatu keseimbangan didalam tata letak layout yang dapat memeberikan kesan kerapihan pada visualnya.



Gambar 2. 26 Balance Layout

Sumber: <https://www.portaldekave.com>

d. Unity (Kesatuan tata letak; serasi)

Unity dalam *layout* yang memberikan keseluruhan unsur bentuk, grafis dan warna dalam informasi yang ingin disampaikan pada konsepnya.



Gambar 2. 27 Unity Layout

Sumber: <https://www.portaldekave.com>

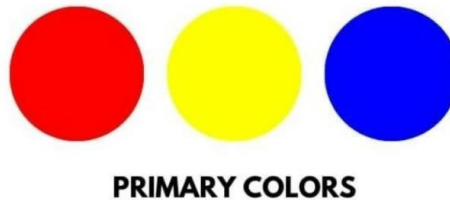
4. Teori Warna

Warna adalah estetika yang paling penting, karena dari warna itulah kita dapat membedakan secara jelas suatu objek yang kita lihat, Warna dapat didefinisikan secara subjektif atau psikologis yang bisa dipahami langsung oleh mata kita sebagai perasaan penglihatan kita dan secara objektif maupun fisik tentang cahaya yang dipancarkan. (Meilani, 2013)

Warna dapat berperan dalam disuatu arti ataupun makna, Warna bukan hanya untuk sekedar estetika namun suatu warna bisa mewakili *mood* atau suasana. Seperti yang diuraikan oleh J. Lincshoten dan Drs Mansyur tentang warna sebagai berikut: Warna-warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya untuk diamati saja, warna itu bisa mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting di dalam penilaian estetis dan turut serta menentukan suka tidaknya kita ke bermacam-macam benda (Meilani,2013). Warna juga memiliki beberapa jenis, berikut ialah jenis-jenis warna berdasarkan letaknya dalam Color Wheel:

a. Warna Primer

Warna primer adalah suatu warna utama yang terdiri dari 3 warna yaitu warna merah, kuning dan biru yang biasanya disebut juga dengan Hue. Ketiga warna dasar ini ialah warna yang bisa dikombinasikan yang bisa menghasilkan warna-warna turunan lainnya. (Meilani, 2013)

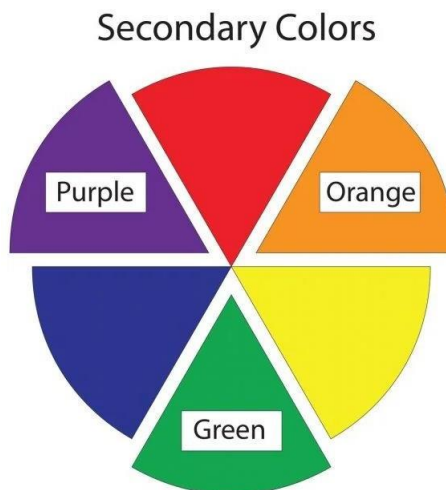


Gambar 2. 28 warna primer

Sumber: <https://salamadian.com/warna-primer-adalah/>

b. Warna Sekunder

Beberapa warna yang dihasilkan dari pencampuran antara warnawarna primer (warna merah, kuning dan biru) dalam satu warna. (Meilani, 2013)

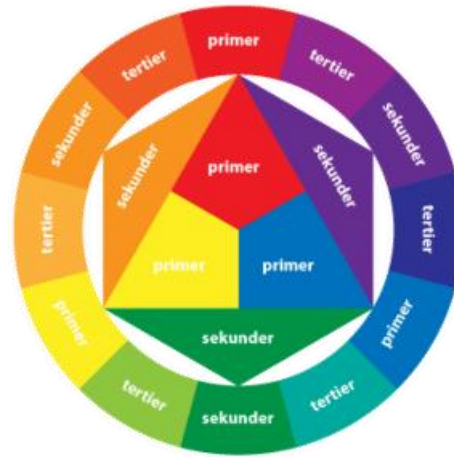


Gambar 2. 29 warna sekunder

Sumber: : <https://id.pinterest.com>

c. Warna Tersier

Sebuah warna yang dihasilkan atau diambil dari percampuran antara satu warna primer dengan salah satu warna sekunder didalam sebuah warna. (Meilani, 2013)



Gambar 2. 30 warna tersier

Sumber: <https://asaslukisankulim.weebly.com/roda-warna.html>

d. Warna Hangat & Dingin

Color Wheel bisa dibagi menjadi dua, yaitu warna hangat dan warna dingin. Warna hangat merupakan sebuah warna yang energik, terang dan bisa menarik perhatian. Sedangkan untuk warna dingin ialah suatu warna yang memberikan kesan tenang dan mempuenggnyai efek menenangkan. (Meilani, 2013)



Gambar 2. 31 Warna Hangat & Dingin

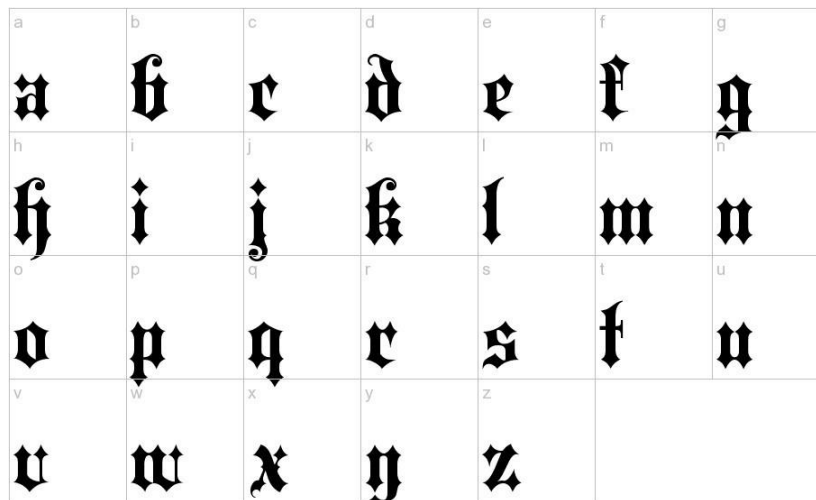
Sumber: <https://www.froyonion.com/news/potensi-diri/pahami-kombinasi-color-wheel-agar-warna-desainmu-lebih-eye-catching>

5. Teori Font & Typograp

Typography kini berkembang menjadi unsur yang penting untuk komunikasi verbal maupun visual, Menurut Dendi Sudiana (2001) di dalam buku “Pengantar *Tipografi*” Gambar adalah suatu elemen grafis yang paling mudah dibaca. Akan tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari beberapa huruflah yang memandu pemahaman pembaca pesan ataupun ide. *Typography* mempunyai beberapa jenis font, untuk membedakan jenis – jenis font dapat diklasifikasikan dengan jenis berikut:

a. Blackletter

Namanya adalah *Blackletter* tapi sering juga disebut dengan nama *Old English*. *Blackletter* memiliki gaya gothic dan juga unik. Pasalnya, setiap hurufnya seperti mempunyai aksesoris yang bentuknya menyerupai topi.



Gambar 2. 32 font Blacklettera

Sumber: https://www.urbanfonts.com/fonts/Blackletter_ExtraBold.font

b. Serif

Bentuk font yang memiliki bentuk kaki di bagian sudut bawah huruf.

This is a
serif
font.

Gambar 2. 33 Font Serif

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serif-adalah/>

c. Sans Serif

Berbanding terbalik dengan font *serif*, font *sans serif* tidak memiliki bentuk kaki di bagian sudut bawah huruf.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()

Gambar 2. 34 Font Serif

Sumber: <https://pt.cooltext.com/Download-Font-Microsoft+Sans+Serif>

d. Slab Serif

Font yang memiliki bentuk kaki di bagian sudut font yang mirip dengan font serif, akan tetapi *slab serif* memiliki bentuk yang seperti blok tebal.



Gambar 2. 35 font slab serif

Sumber: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/slab-serif-font-001-vector-33290035>

e. Script

Jenis font script sendiri sering dipakai untuk menyebut font yang bentuknya mirip dengan tulisan tangan, jadi font script ini identic dengan bentuk-bentuk tulisan manual yang ditulis langsung dari tangan.



Gambar 2. 36 Font Script

Sumber: <https://fontmeme.com/fonts/meow-script-font/>

f. Comic

Font jenis comic ini memiliki ciri khas dan bentuk huruf yang sering kita lihat di buku komik



Gambar 2. 37 Font Comic

Sumber: <https://www.dafont.com/brick-comic.font>

g. Display

Font display ini terkadang diperuntukkan untuk membuat sebuah iklan agar lebih menarik. Dengan begitu pembaca akan membaca dengan teliti iklan tersebut.



Gambar 2. 38 Font Display

Sumber:
<https://design.tutsplus.com/articles/what-is-a-display-font--cms-41955>