

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE***

**” BATIK TEKSO SOLO ”**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**DIONYSIUS OCTARIO IVAN ALDITYA**

**11171013**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
STRATA 1  
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE***

**” BATIK TEKSO SOLO ”**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**DIONYSIUS OCTARIO IVAN ALDITYA**

**11171013**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**STRATA 1**

**SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE***  
**” BATIK TEKO SOLO ”**



**Disusun Oleh:**

**DIONYSIUS OCTARIO IVAN ALDITYA**  
**11171013**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**STRATA 1**  
**SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**  
**2023**

Menyetujui  
Dosen Pembimbing  
Tanggal:

A handwritten signature in black ink, appearing to read "R. Hadapiningrani K.", written over a horizontal line.

**R. Hadapiningrani K., M.Ds**  
NIK. 16083120

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE***  
**” BATIK TEKSO SOLO ”**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan  
di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia  
Pada tanggal \_\_\_\_\_ di STSRD Visi Yogyakarta


**Dewan Penguji**

Pembimbing



**R. Hadlaningrani K., M.Ds**  
NIP. 16083120

Ketua Penguji



**Drs. Mohammad Danang Syamsi, M. Sn**  
NIDN. 0531016401

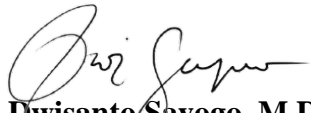
Mengetahui,

Ketua STSRD VISI



**Wahyu Tri Widadijo, M.Sn**  
NIK. 98093052

Ketua Jurusan



**Dwisanto Savogo, M.Ds**  
NIK. 09123113

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus yang selalu melindungi dan menyertaiiku setiap saat.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyusun laporan perancangan Tugas Akhir/SKRIPSI ini yang berjudul “PERANCANGAN COMPANY PROFILE BATIK TEKSO SOLO”

Tugas akhir ini merupakan tugas akhir perkuliahan penulis sebagai syarat guna mencapai gelar sarjana pendidikan Strata Satu (S1) pada program studi Desain Komunikasi Visual. Tentunya tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan gagasan baru, serta saran yang membangun demi perbaikan kedepan. Dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak tanpa itu semua kemungkinan tugas akhir ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang

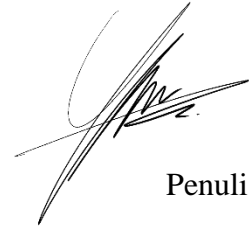
sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orang Tua saya yang selama ini menjadi terbaik sepanjang masa karena sudah selalu memberikan dukungan kepada saya.
2. Pak R. Hadapiningrani K., M.Ds selaku dosen pembimbing perancangan Tugas Akhir.
3. Wahyu Tri Widadijo, M.Sn\_ selaku ketua STSRD VISI Indonesia.
4. Bapak Dwisanto Sayogo, M. Sn selaku ketua jurusan Desain Komunikasi Visual.
5. Para dosen STSRD VISI yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Kelompok Pemuda Pemudi dari CEMARA SUGISTA yang selalu memberikan semangat.
7. Kelompok pemuda dari Squadra Athena yang selalu memberikan yel yel buat saya untuk semangat.
8. Teman - teman semasa perkuliahan di STSRD VISI yang senantiasa memberikan ide ide, semangat dan motivasi.

9. Pihak Perusahaan Batik Teko Solo yang telah bersedia bekerja sama atas perancangan Tugas akhir ini.
10. Kepada Seorang Wanita Tangguh yang mampu merubah hidup saya menjadi lebih baik Licya Rahadian

Penulis menyadari banyak kekurangan didalam perancangan tugas akhir ini yang jauh dari kata sempurna dan jauh dari harapan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran guna membangun perancangan yang lebih baik.

Sleman, 10 Juli 2023



Penulis  
Dionysius Octario Ivan Alditya

11171013

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>2</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>3</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>4</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>6</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>8</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>10</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>12</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>12</b>
A. Latar Belakang .....	12
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Batasan Masalah .....	14
D. Tujuan Perancangan .....	15
E. Manfaat Perancangan .....	15
F. Skema Perancangan .....	17
<b>BAB II</b> .....	<b>18</b>
<b>DATA DAN ANALISIS</b> .....	<b>18</b>
A. Data Objek .....	18
3. Profil Singkat Batik Teko Solo.....	18
4. Proses Pembuatan Batik Teko Solo.....	22
B. Analisa Objek dan Target Audiens .....	30
1. Analisis SWOT.....	30
2. Target Audiens .....	31
3. Kesimpulan Analisis.....	31
C. Referensi Perancangan .....	32
D. Landasan Teori.....	36
1. Teori Desain Komunikasi Visual .....	36
2. Teori Branding.....	36



3.	Teori Layout .....	37
4.	Teori Warna.....	39
5.	Teori Font & Typograp .....	45
<b>BAB III .....</b>		<b>46</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN.....</b>		<b>46</b>
A.	Konsep Verbal dan Visual.....	46
1.	Konsep Verbal .....	46
2.	Konsep Visual .....	46
<b>BAB IV.....</b>		<b>59</b>
<b>PENGAPLIKASIAN .....</b>		<b>59</b>
1.	Buku Company profile .....	59
<b>KESIMPULAN .....</b>		<b>63</b>
A.	Kesimpulan .....	63
B.	Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>65</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Logo Batik Teko Solo .....	14
Gambar 2. 1 Rumah produksi .....	18
Gambar 2. 2 Sdr . Roi Fandi Ardiyan .....	19
Gambar 2. 3 foto Motif Burung Batik Teko .....	21
Gambar 2. 4 foto Motif Tanaman Batik Teko Solo .....	21
Gambar 2. 5 foto Motif Pattern Batik Teko Solo .....	22
Gambar 2. 6 Motif Pattern kawung Batik Teko Solo .....	22
Gambar 2. 7 foto pembuatan motif mal kuningan batik cap.....	23
Gambar 2. 8 foto hasil pembuatan mal kuningan batik cap.....	24
Gambar 2. 9 foto hasil pembuatan mal kuningan batik cap.....	24
Gambar 2. 10 foto proses batik cap .....	25
Gambar 2. 11 foto proses batik cap .....	26
Gambar 2. 12 foto proses pewarnaan batik cap .....	26
Gambar 2. 13 foto proses pewarnaan batik cap .....	27
Gambar 2. 14 foto proses nglorot batik cap.....	27
Gambar 2. 15 foto proses penjemuran kain batik cap.....	28
Gambar 2. 16 foto hasil batik cap .....	<b>29</b>
Gambar 2. 17 foto list harga batik .....	<b>30</b>
Gambar 2. 18 Referensi 1 Perancangan Company Profile .....	33
Gambar 2. 19 Referensi 2 Perancangan Company Profile .....	34
Gambar 2. 20 Referensi 3 Perancangan Company Profile .....	34
Gambar 2. 21 Referensi 4 Perancangan Company Profile .....	35
Gambar 2. 22 Referensi 5 Perancangan Company Profile .....	35
Gambar 2. 23 Squence Layout.....	<b>37</b>
Gambar 2. 24 Emphasis e Layout.....	37
Gambar 2. 25 Balance Layout .....	38
Gambar 2. 26 Unity Layout .....	39
Gambar 2. 27 warna primer .....	<b>40</b>
Gambar 2. 28 warna sekunder .....	<b>40</b>
Gambar 2. 29 warna tersier.....	41
Gambar 2. 30 Warna Hangat & Dingin .....	41
Gambar 2. 31 Font Blacklattera.....	42
Gambar 2. 32 Font Serif .....	43
Gambar 2. 33 Font Sans Serif.....	43
Gambar 2. 34 font slab serif.....	44
Gambar 2. 35 Font Script.....	44
Gambar 2. 36 Font Comic.....	45
Gambar 2. 37 Font Display.....	45

Gambar 3. 1 Braindstorming .....	47
Gambar 3. 2 Prajurit Kraton Surakarta .....	47
Gambar 3. 3 Motif Batik Parang.....	48
Gambar 3. 4 Motif Batik Kawung .....	48
Gambar 3. 5 Pallet Warna Yang Digunakan.....	49
<u>Gambar 3. 7 Font Minion Pro.....</u>	<u>50</u>
<u>Gambar 3. 7 Font Swis721 Blk Black .....</u>	<u>51</u>
<u>Gambar 3. 8 Alternatif Desain Sketsa 1 .....</u>	<u>51</u>
<u>Gambar 3. 9 Alternatif Desain Sketsa 2 .....</u>	<u>52</u>
<u>Gambar 3. 10 Alternatif Desain Sketsa 3 .....</u>	<u>53</u>
<u>Gambar 3. 11 Digitalisasi Buku Company Profile .....</u>	<u>54</u>
<u>Gambar 3. 12 Digitalisasi Buku Company Profile .....</u>	<u>55</u>
<u>Gambar 3. 13 Digitalisasi Buku Company Profile .....</u>	<u>56</u>
<u>Gambar 3. 14 Digitalisasi Buku Company Profile .....</u>	<u>57</u>
<u>Gambar 3. 15 Digitalisasi Buku Company Profile .....</u>	<u>58</u>
<u>Gambar 4. 1 Hasil Buku Company Profile .....</u>	<u>59</u>
<u>Gambar 4. 2 Totebag Batik Teko Solo .....</u>	<u>60</u>
<u>Gambar 4. 3 Kartu Nama Batik Teko Solo.....</u>	<u>61</u>
<u>Gambar 4. 4 Hangtag Batik Teko Solo.....</u>	<u>62</u>

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE***

**” BATIK TEKSO SOLO ”**

Oleh:

**Dionysius Octario Ivan Alditya**

**11171013**

Kota Solo merupakan salah satu kota dengan kawasan industri batik yang tersebar di beberapa kawasan dengan penghasil batik yang cukup dikenal masyarakat. Salah satunya adalah perusahaan Batik Teko Solo. Perusahaan Batik Teko Solo bergerak dalam bidang batik cap. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2002. Namun perusahaan Batik Teko Solo belum memiliki desain *company profile* baik dalam bentuk kartu nama, desain logo pada packaging, dan booklet seperti perusahaan lainnya. Permasalahan yang dapat muncul jika perusahaan Batik Teko Solo tidak mengikuti perkembangan yang ada, ditakutkan akan kurang mampu bersaing dengan perusahaan sejenis yang mampu menawarkan produknya melalui *company profile* untuk mengenalkan produk-produk yang dijual. Perancangan ini hanya akan fokus membahas proses perancangan *company profile* sebagai media gambaran dari perusahaan batik Teko Solo, membangun citra perusahaan melalui desain atau perancangan *company profile* pada perusahaan Batik Teko Solo yang dapat memberikan informasi kepada konsumen secara atraktif dan menarik.

Kata Kunci: *Company Profile*, Profil Perusahaan, Batik Cap, Batik Teko Solo

**ABSTRACT**  
**PERANCANGAN COMPANY PROFILE**

**” BATIK TEKSO SOLO ”**

Oleh:

**Dionysius Octario Ivan Alditya**

**11171013**

*The city of Solo is one of the cities with a batik industrial area spread across several areas with batik producers that are well known to the public. One of them is the Batik Teko Solo company. Batik Teko Solo Company is engaged in printed batik. This company is a company that was founded in 2002. However, the Batik Teko Solo company does not yet have a company profile design in the form of business cards, logo designs on packaging, and booklets like other companies. Problems that can arise if the Batik Teko Solo company does not keep up with existing developments, it is feared that it will be less able to compete with similar companies that are able to offer their products through a company profile to introduce the products being sold. This design will only focus on discussing the company profile design process as a media image of the Teko Solo batik company, building a corporate image through the design or design of the company profile at the Teko Solo Batik company which can provide information to consumers in an attractive and attractive way.*

Keywords: *Company Profile*, Batik Cap, Batik Teko Solo

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Batik merupakan salah satu karya bangsa Indonesia yang dianggap sebagai seni dan warisan dari para leluhur bangsa Indonesia kepada kita sebagai generasi penerus bangsa, seperti yang telah ditetapkan pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh UNESCO. Pemerintah Indonesia juga mendukung hal ini dengan menerbitkan Kepres No. 33 Tahun 2009 tentang ditetapkannya hari batik nasional untuk meningkatkan kesadaran dan kecintaan masyarakat Indonesia kepada batik.

Batik di Indonesia sendiri, diperkirakan sudah ada sejak zaman Majapahit dan mulai populer pada awal abad ke-XI. Batik merupakan gambar yang bermediakan pada suatu kain dengan berbagai macam teknik pembuatan. Batik sendiri juga dianggap menjadi sebuah refleksi keberagaman budaya yang dapat dilihat dari berbagai macam motif maupun corak yang terus berkembang. Motif maupun corak batik pada setiap daerah mengandung penuh makna dan filosofi yang mengacu ke berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif adalah corak atau pola. Motif adalah suatu corak yang dibentuk sedemikian rupa hingga menghasilkan suatu bentuk yang beraneka ragam. Selain itu, motif batik merupakan corak atau pola yang menjadi kerangka gambar pada batik berupa perpaduan antara garis, bentuk dan isen menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan. Motif-motif batik itu antara lain adalah motif hewan, manusia, geometris, dan motif lain.

Motif batik di Indonesia juga dapat dipengaruhi oleh budaya setempat, seperti letak geografis menjadi faktor yang dapat mempengaruhi lahirnya motif-motif batik. Orang yang tinggal di daerah pesisir cenderung akan menghasilkan batik dengan motif yang berhubungan dengan laut. Begitu pula dengan yang tinggal di daerah pegunungan, motif yang diciptakan akan terinspirasi oleh alam, sifat dan tata kehidupan daerah,

kepercayaan dan adat di suatu daerah serta keadaan alam sekitar termasuk flora dan fauna.

Dari sekian banyak perusahaan dan provinsi di Indonesia, kota Solo merupakan salah satu kota dengan kawasan industri batik yang tersebar di beberapa kawasan dengan penghasil batik yang cukup dikenal masyarakat. Salah satunya adalah perusahaan Batik Teko Solo. Perusahaan Batik Teko Solo bergerak dalam bidang batik cap. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2002.

Seiring berkembangnya dunia bisnis, sebuah perusahaan membutuhkan *company profile*. *Company profile* yaitu gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku (Agus Trijanto, 2001). *Company profile* sendiri memiliki peranan yang cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dijadikan sebagai media berpromosi atau dijadikan sebagai media pengenalan atau mempresentasikan perusahaan kepada konsumen yang dapat mempersingkat waktu. Dengan adanya *company profile* yang di desain dengan menarik akan menjadi daya tarik dan nilai tambah bagi perusahaan. Namun sejak berdirinya perusahaan pada tahun 2002 hingga saat ini, perusahaan Batik Teko Solo belum memiliki desain *company profile*. Namun perusahaan Batik Teko Solo sudah mempunyai kartu nama, desain logo pada packaging seperti perusahaan lainnya tetapi kurang menarik

Permasalahan yang dapat muncul jika perusahaan Batik Teko Solo tidak mengikuti perkembangan yang ada, ditakutkan akan kurang mampu bersaing dengan perusahaan sejenis yang mampu menawarkan produknya melalui *company profile* untuk mengenalkan produk-produk yang dijual. Untuk itu, dalam konsep karya yang diambil dari dalam skripsi ini adalah membangun citra perusahaan melalui desain atau perancangan *company profile* pada Perusahaan Batik Teko Solo yang dapat memberikan informasi kepada konsumen secara atraktif dan menarik.



*Gambar 1 1 Logo Batik Teko Solo*

*Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo*

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana merancang *company profile* yang menarik, informatif & komunikatif untuk membangun citra perusahaan Batik Teko Solo?

## **C. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah dalam sebuah perancangan dilakukan untuk menghindari adanya penyimpangan dan juga pelebaran pembahasan suatu masalah, agar perancangan tersusun secara sistematis. Maka penulis membuat batasan masalah yaitu perancangan ini hanya akan fokus membahas proses perancangan *company profile* sebagai media gambaran dari perusahaan batik Teko Solo.



## **D. Tujuan Perancangan**

Berdasarkan pada uraian diatas, tujuan yang hendak dicapai penulis dari perancangan ini yaitu merancang *company profile* sebagai gambaran dari perusahaan Batik Teko Solo yang memuat informasi perusahaan secara menarik, informatif dan komunikatif sehingga menjadi daya tarik untuk mempromosikan perusahaan kepada konsumen.

## **E. Manfaat Perancangan**

### **1. Bagi Batik Teko Solo**

Diharapkan dengan adanya *company profile* dapat menjadikan wajah baru perusahaan dan dapat membantu Perusahaan Batik Teko Solo dalam mempromosikan produknya. Serta diharapkan *company profile* dapat meningkatkan produksi dan antusias dalam pembelian produk.

### **2. Bagi Masyarakat**

Diharapkan perancangan *company profile* ini mampu untuk memperkenalkan produk handmade batik kepada masyarakat luas yang lebih cinta kepada produk batik.

### **3. Bagi Penulis**

Perancangan *company profile* Batik Teko Solo, membuat penulis lebih mengetahui tentang tata cara pembuatan perancangan sampai penggunaan media yang tepat untuk Batik Teko Solo.

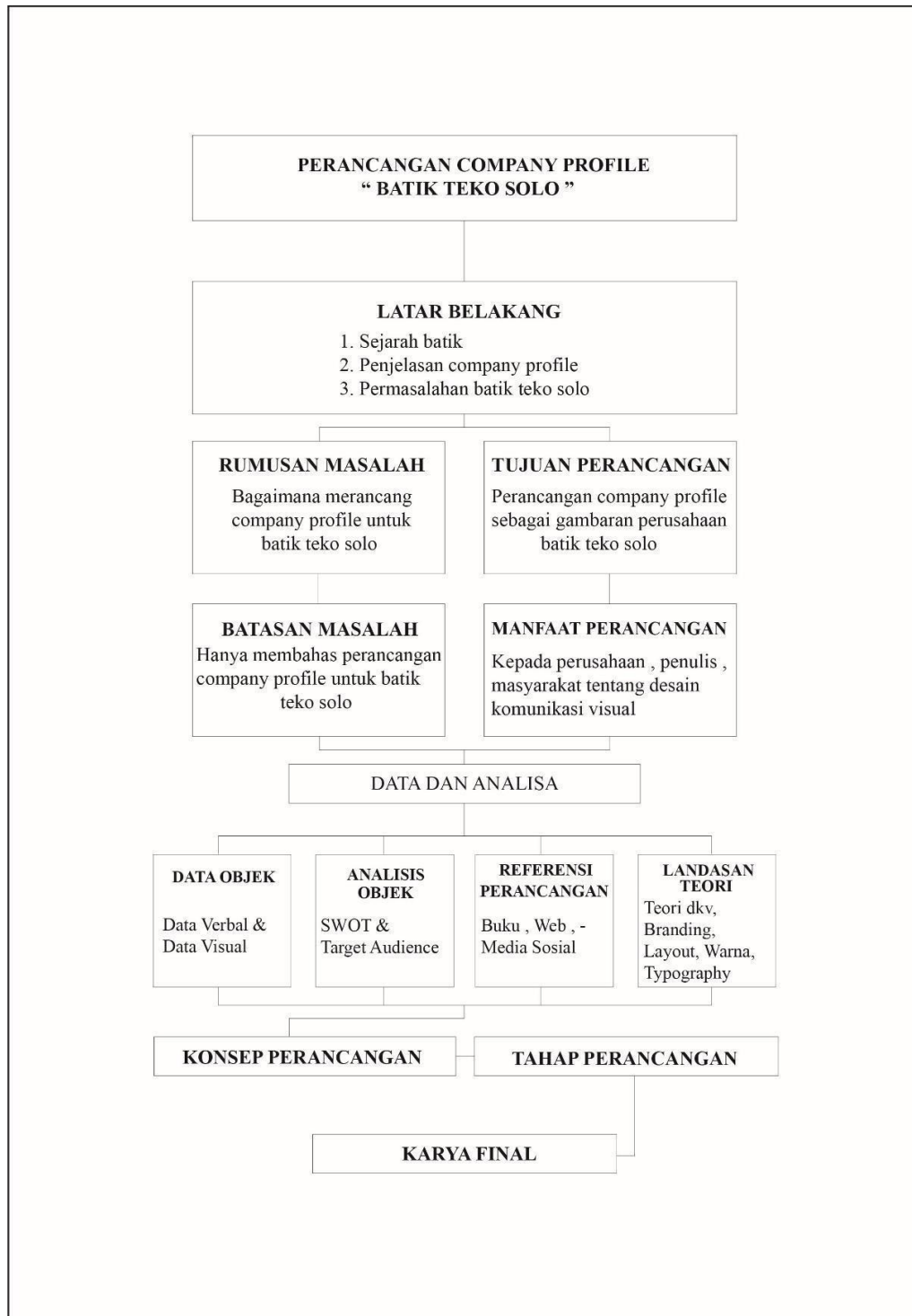
### **4. Bagi Bidang Keilmuan DKV**

Untuk menambah wawasan tentang *company profile*, serta menjadi referensi untuk karya perancangan identitas visual pada bidang DKV.

## **5. Bagi STSRD VISI**

Diharapkan menjadi referensi dan acuan dalam mengembangkan wawasan dan keilmuan khususnya bagi yang akan merancang suatu *company profile*.

## F. Skema Perancangan



## 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*



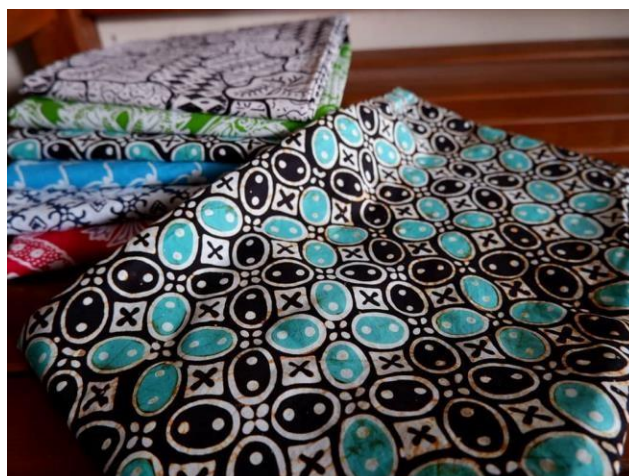
*Gambar 2. 4 foto Motif Tanaman Batik Teko Solo*

*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.

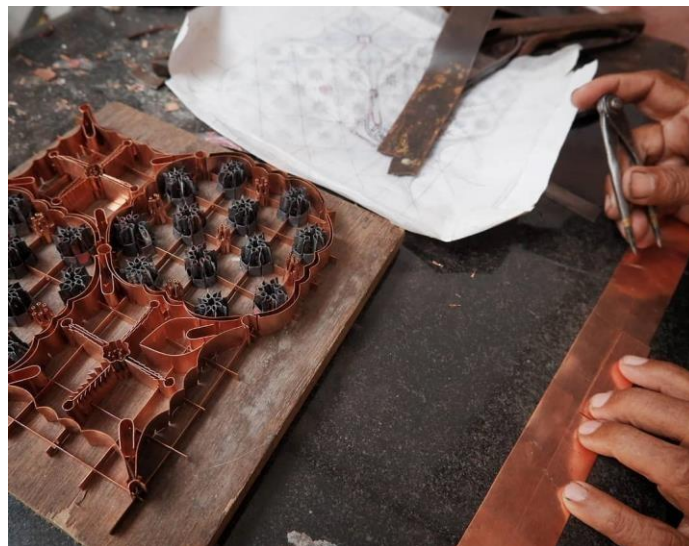


#### **4. Proses Pembuatan Batik Teko Solo**

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 bantal sebagai alas, bantal 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.

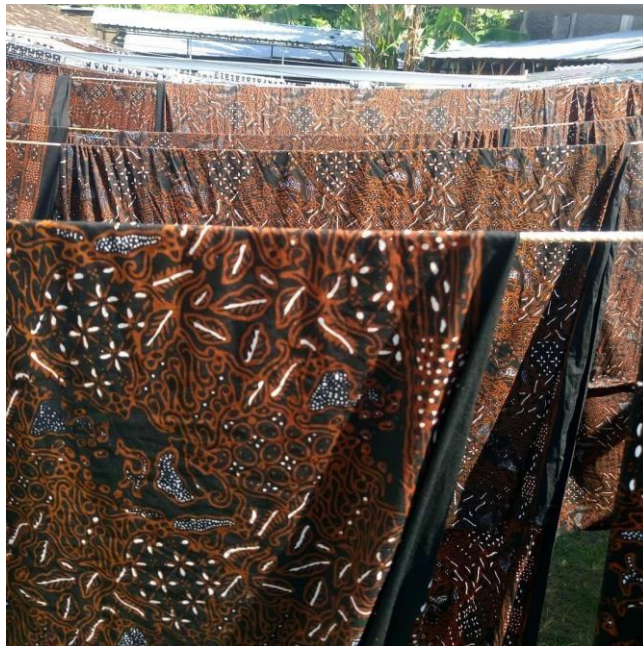


*Gambar 2. 14 foto proses nglorot batik cap*

*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



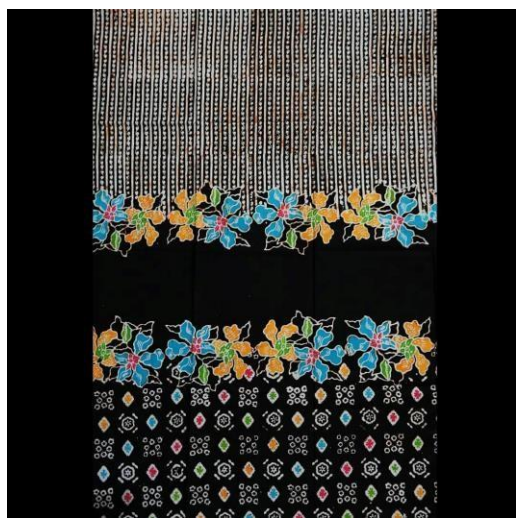
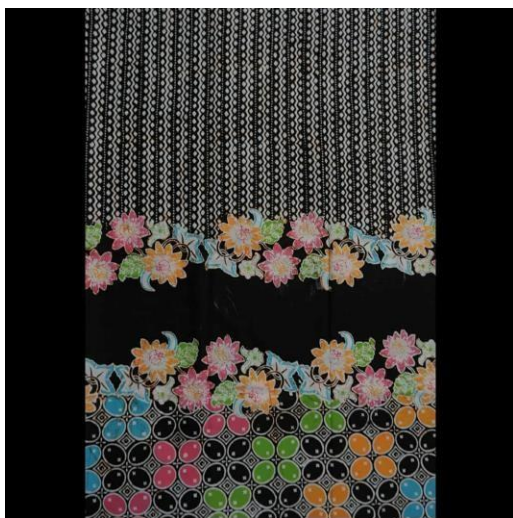
*Gambar 2. 15 foto proses penjemuran kain batik cap*

*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/](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**

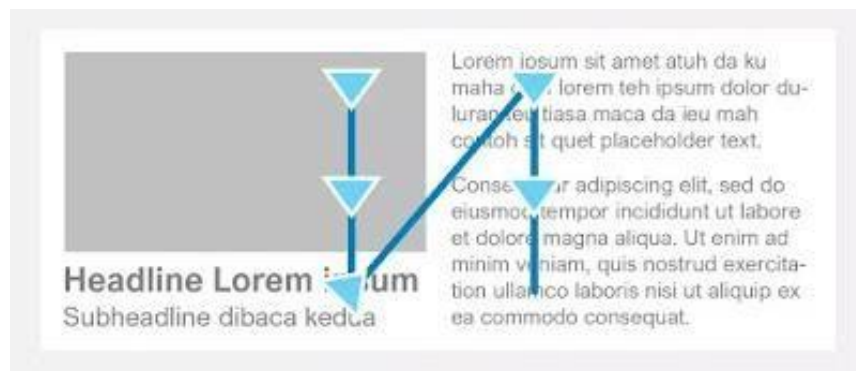
Menurut Wirani Swasty dalam bukunya yang berjudul Branding memahami dan merancang strategi merek terbitan tahun 2016 di halaman 15 mengatakan bahwa branding adalah suatu program yang mengkhususkan atau memfokuskan dan memproyeksikan nilai-nilai merek. Program ini meliputi penciptaan perbedaan antara 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.

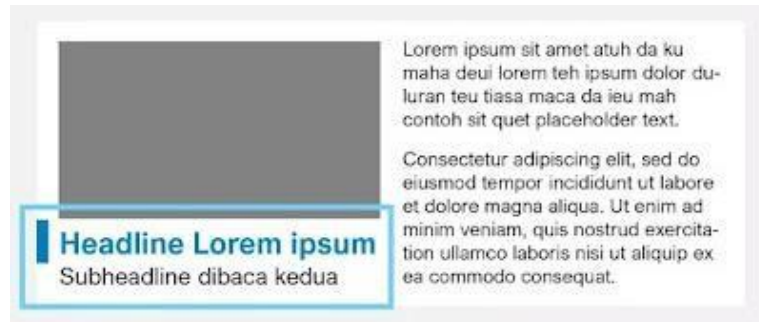


Gambar 2. 24 *Emphasis e Layout*

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.

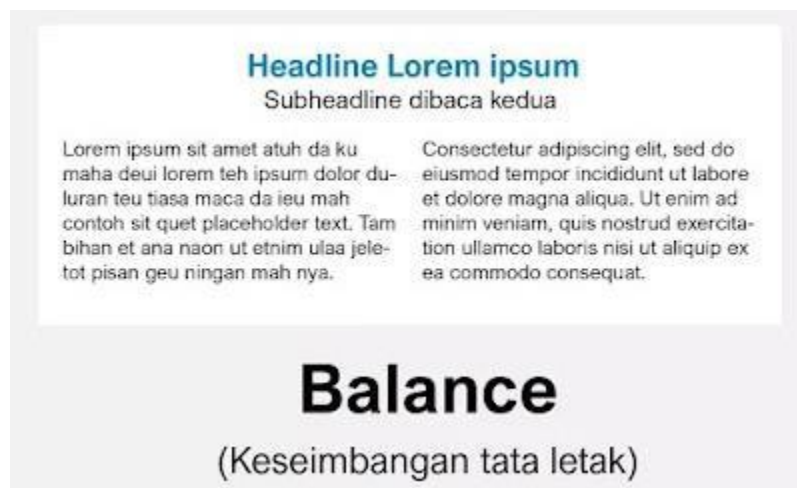


Gambar 2. 25 Emphasis e Layout

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>

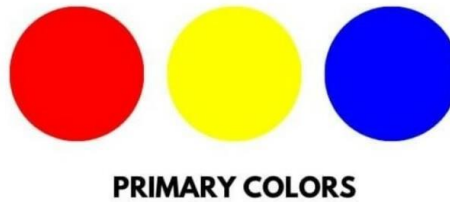
#### 4. Teori Warna

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)

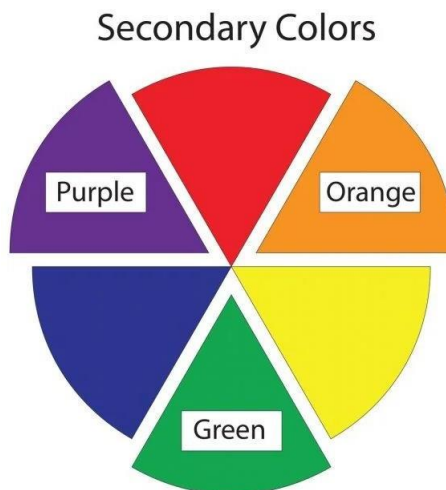


*Gambar 2. 28 warna primer*

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)

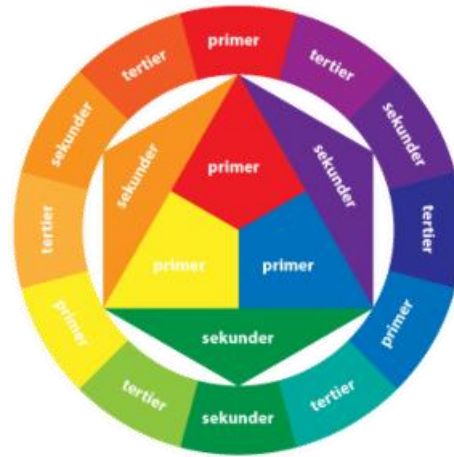


*Gambar 2. 29 warna sekunder*

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

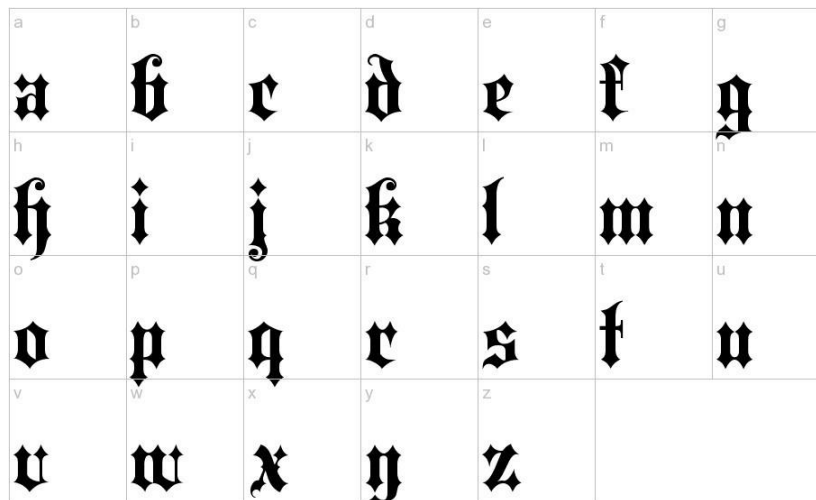
Sumber: <https://www.froyonion.com/news/potensi-diri/pahami-kombinasi-color-wheel-agar-warna-desainmu-lebih-eye-catching>

## 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](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>

## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Konsep Verbal dan Visual**

##### **1. Konsep Verbal**

Dalam perancangan *company profile* batik teko solo, penulis memilih jenis layout *Sequence* dikombinasikan dengan *Emphasis* karena jika diaplikasikan di media buku akan terlihat menarik dan tertata. Dengan kombinasi itu membuat pembaca lebih nyaman dalam melihat alur dari *company profile* tersebut. Di dalam isi *company profile* ini akan terdiri dari cover depan, sejarah batik teko selo, visi misi perusahaan, produk yang di tawarkan, informasi media sosial, *contact person* dan ilustrasi sebagai background.

Gaya desain layout yang *minimalism* adalah sebuah gagasan desain yang menghapus bagian-bagian yang tidak perlu, hingga hanya meninggalkan elemen-elemen pentingnya saja. Dengan menggunakan elemen-elemen yang perlu atau penting membuat gaya desain *minimalism* memiliki kesan yang simple, santai dan enak dipandang.

##### **2. Konsep Visual**

Agar memudahkan untuk untuk merancang, penulis membuat *brainstorming* untuk mencari elemen-elemen simbol yang akan digunakan, berikut ialah *brainstorming* yang sudah di *scan* oleh penulis:





Gambar 3. 1 Brainstorming

Sumber: Koleksi Pribadi

### a. Elemen Background

Berikut merupakan beberapa elemen yang akan digunakan di dalam buku *company profile* batik teko solo:

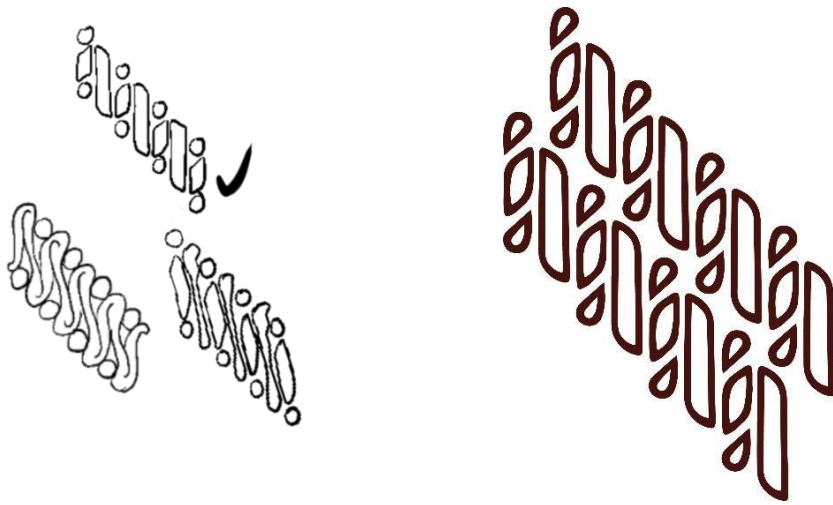
- 1) Background
  - a) Keraton Surakarta, merupakan *icon* dari kota Solo yang sangat kental dengan kerajaannya. Batik Teko Solo yang berasal dari solo maka penulis mengambil *icon* prajurit dari kraton Surakarta ini dengan sketsa sebagai berikut:



Gambar 3.2 Prajurit Keraton Surakarta

( Sumber Pribadi )

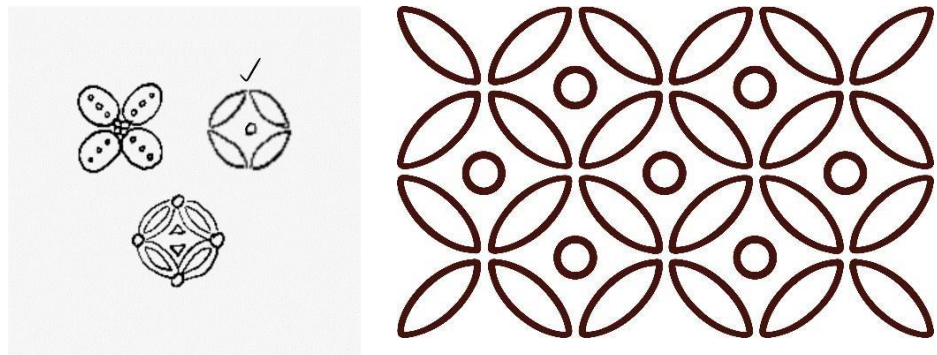
b) Parang



Gambar 3. 3 Motif Batik Parang

( Sumber pribadi )

c) Kawung

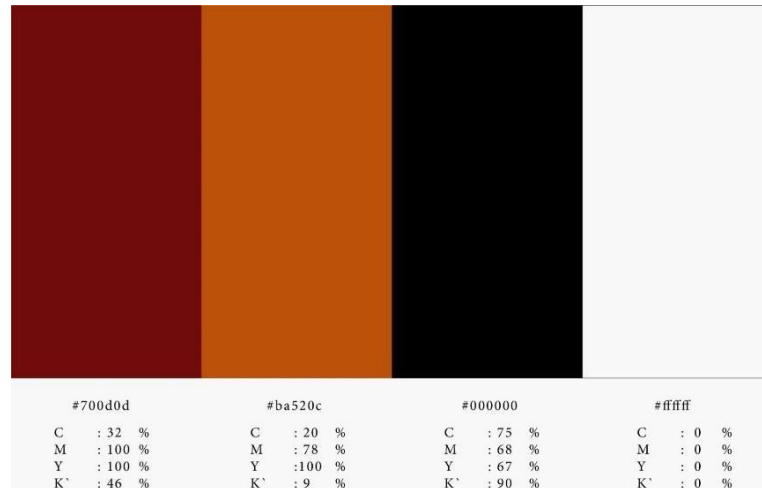


Gambar 3. 4 Motif Batik Kawung

( Sumber pribadi )

**b. Warna**

Pemilihan warna mengambil dari *tone* warna-warna *nature* atau warna-warna alam, berikut adalah beberapa pilihan warna:



Gambar 3. 5 Pallet Warna Yang Digunakan

( Sumber pribadi )

Warna-warna diatas merupakan warna yang identik dengan logo perusahaan dan beberapa warna diatas juga memiliki arti dalam ilmu psikologi, diantaranya:

a) Warna merah maroon

Warna merah maroon ialah suatu warna menyimbolkan stabilitas, bijaksana, ketertarikan, kehangatan dan juga bisa menciptakan suatu rasa nyaman, keakraban.

b) *Warna orange*

Warna orang memiliki arti kegembiraan, kreativitas

c) Warna Hitam

Warna hitam ialah suatu warna menyimbolkan misteri, dingin, anggun dan juga bisa menciptakan suatu rasa nyaman.

d) *Warna Putih*

Warna putih erat kaitannya dengan kesan suci,bersih, ringan dan terang. Dan warna putih juga dapat memberi kesan keterbukaan dan kebebasan. Dengan memadukan warna-warna.

### c. Font / Typography

Pemilihan font menggunakan font serif dan sans serif agar memiliki tingkat keterbacaan yang jelas, berikut ialah font yang dipilih oleh penulis:



Gambar 3.6 Font Minion Pro

( Sumber pribadi )

Font diatas bernama *Minion pro* dengan jenis font serif, font serif mempunyai garis-garis kecil yang memiliki bentuk berdiri tegak atau horizontal pada tiap bentuk hurufnya yang bernama *counterstroke*, *counterstoke* inilah yang membuat jenis huruf serif lebih mudah dibaca. Font serif memiliki kesan intelektual, anggun, klasik dan bisa mengekspresikan.

**ABCDEFGHIJKLMN  
abcdefghijklmno  
1234567890 (!@#**

Gambar 3.7 Font Swis721 Blk Black

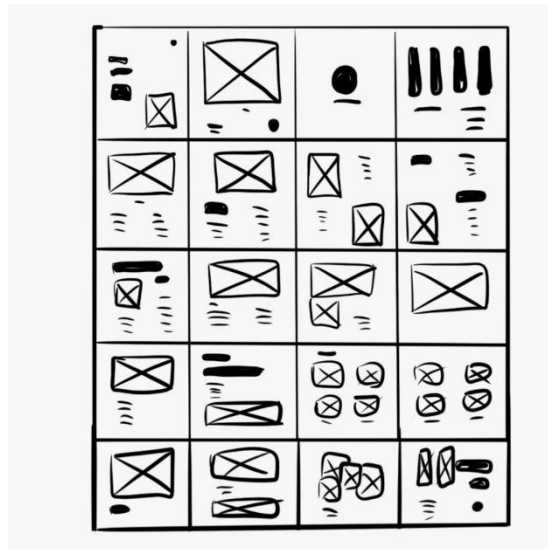
( Sumber pribadi )

Font diatas bernama *Swis721 Blk BT Black* dengan jenis font sans serif, font sans serif mempunyai garis-garis kokoh yang memiliki bentuk berdiri tegak inilah yang membuat jenis huruf sans serif lebih mudah dibaca. Font sans serif memiliki kesan tegas, keberanian dan keyakinan.

**d. Sketsa Layout Buku *Company profile***

Sebelum membuat perancangan buku *company profile*, penulis membuat sketsa perancangan layout buku *company profile* terlebih dahulu. Berikut ialah beberapa sketsa yang dibuat oleh penulis:

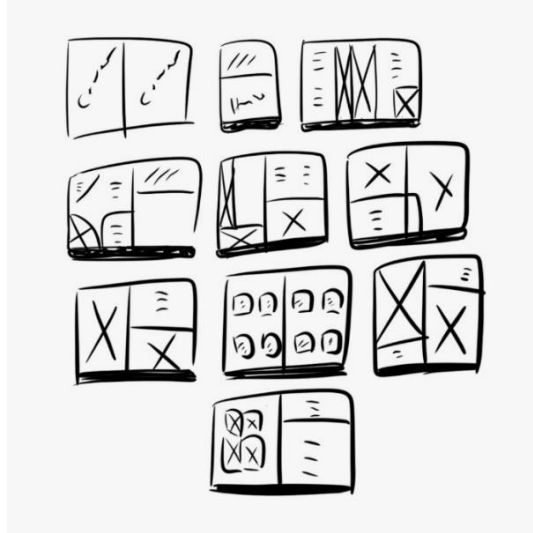
- 1) Alternatif desain / sketsa 1



Gambar 3.8 Alternatif Desain Sketsa 1

( Sumber pribadi )

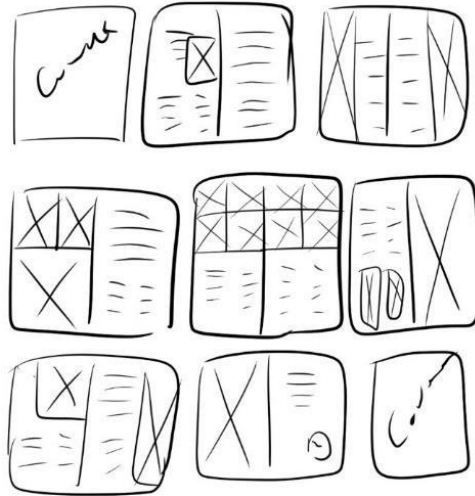
2) Alternatif desain / sketsa 2



Gambar 3.9 Alternatif Desain Sketsa 2

( Sumber pribadi )

### 3) Alternatif desain / sketsa 3



Gambar 3. 10 Alternatif Desain Sketsa 3

( Sumber pribadi )

Gambar diatas ialah beberapa sketsa layout buku yang dibuat oleh penulis, tujuan untuk membuat sketsa layout buku terlebih dahulu adalah agar memudahkan penulis untuk mendigitalisasikan buku *company profile* yang ingin dibuat.

#### **Digitalisasi Layout Buku *Company profile***

Setelah melakukan pemilihan sketsa, berikut merupakan hasil perancangan *company profile* Batik Teko Solo yang meliputi cover buku, sejarah perusahaan, visi-misi, produk yang di produksi serta informasi bagi konsumen



Gambar 3. 10 *Digitalisasi Buku Company Profile*

( Sumber pribadi )



Company Profile Batik Teko Solo

Daftar isi



Daftar isi

1	Profil Singkat Perusahaan	9	Proses Penjemuran
2	Profil Owner Perusahaan	10	Produk Batik Teko Solo
3	Visi Misi Batik Teko Solo	11	Produk Batik Teko Solo
4	Unggulan Produk	12	Produk Batik Teko Solo
5	Proses Cap	13	Produk Batik Teko Solo
6	Proses Pewarnaan	14	Testimoni Pelanggan
7	Proses Pewarnaan	15	Contact Person
8	Proses Nglorot		



Batik


# TEKO SOLO

Profil

Perusahaan Batik Teko Solo merupakan salah satu pengembang batik di Indonesia. Batik Teko Solo merupakan sebuah perusahaan yang berada di Jalan Sidomukti Timur, Kampung II, Kelengkeng no.3 rt02 rw 09, Pajang, kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Batik Teko Solo merupakan sebuah perusahaan rumahan yang berfokus pada batik, awal mula Batik Teko Solo berdiri pada tahun 2002


dengan pendiri yang bernama Sri Heno Teko. Batik Teko Solo berfokus pada model batik cap. Batik cap yang menjadi ciri khas perusahaan ini adalah tumbuhan, hewan, dan pattern atau pengulangan motif seperti parang dan kawung. Motif ini digunakan sejak awal berdiri, dan menjadi ciri khas yang kuat dan menjadi motif paling identik untuk Batik Teko Solo. Perusahaan ini memiliki keunggulan lain yaitu bisa menerima konsumen yang akan request motif batik yang beda dari yang lain. Tidak semua perusahaan batik cap traditional mau melayani konsumen yang akan request motif

Company Profile Batik Teko Solo



Pada tahun 2015 Bpk. Sri Heno Teko memutuskan untuk melanjutkan perusahaan nya ke generasi berikutnya yaitu anaknya yang Bernama **Roi Fandi Ardiyanto** hingga saat ini. Seiring berjalannya waktu Fabrik teko solo sudah menjadi lebih maju dan sudah memiliki lebih dari 15 karyawan yang masing - masing sudah memiliki tugas dan bagian nya masing-masing.

Dengan proses yang semakin modern namun tetap mengacu dalam kualitas yang sama seperti dulu, Batik Teko Solo sudah memiliki beberapa alat yang memudahhi untuk pemesanan dengan jumlah besar dan dengan hasil yang sama, tanpa mengurangi kualitas yang di miliki sejak dulu.



Roi Fandi Ardiyanto  
Owner

Company Profile Batik Teko Solo

# Visi

Batik Teko Solo merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang batik cap yang berkualitas, berupaya menjadi perusahaan yang berskala nasional dan internasional, berdaya saing, serta senantiasa mengutamakan kepuasan pelanggan.

# Misi


- Meningkatkan mutu hasil produksi sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan
- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan dan kreatifitas
- Meningkatkan volume penjualan (market share) melalui kegiatan pemasaran yang lebih proaktif dan optimal
- Berusaha memperbaiki tingkat kegagalan produk seminimal mungkin. Meningkatkan efisiensi dan produktifitas di semua lini perusahaan

Gambar 3. Digitalisasi Buku Company Profile

( Sumber pribadi )

Company Profile Batik Teko Solo

# UNGGULAN



## Cara Perawatan

### Keunggulan Produk

- Tidak Mudah Luntur
- Tidak Susut Lagi
- Produksi Original Batik Teko Solo
- Konsumen bisa request motif yang di inginkan

- Cuci Dengan Sedikit Deterjen
- Jemur Di Tempat Yang Teduh,
- Tidak Langsung Terkena Sinar Matahari
- Supaya Awet Di atas 5 Tahun

4


Company Profile Batik Teko Solo



## PROSES CAP

Prose cap merupakan proses dimana canting cap yang terbuat dari kuningan tembaga yang sudah dibentuk sesuai gambar yang diinginkan lalu di beri cairan malam yang panas dalam wajan yang telah di beri bantalan kain goni sebagai alat untuk meniriskan malam yang berlebihan pada canting cap.

Setelah kain di mori di bentangkan lalu di cap dengan canting cap yang di tekan sehingga cairan malam yang menempel pada canting turun ke kain mori yang sudah di bentangkan sesuai motif pada canting cap. Gerakan itu dilakukan berulang hingga kain sudah tercap motif yang di inginkan



5

Company Profile Batik Teko Solo






## PROSES PEWARNAAN

Dalam proses pewarnaan batik terdapat 2 cara yaitu dengan cara celup dan juga perwarna bertahap sesuai desain yang full color yang harus dilakukan dengan perwarna satu persatu agar bagian lain tidak terkena warna lainnya.

6

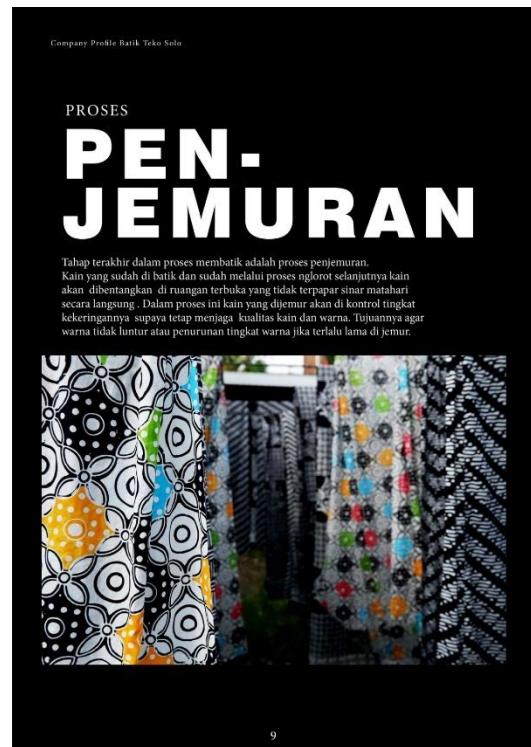
Company Profile Batik Teko Solo



7

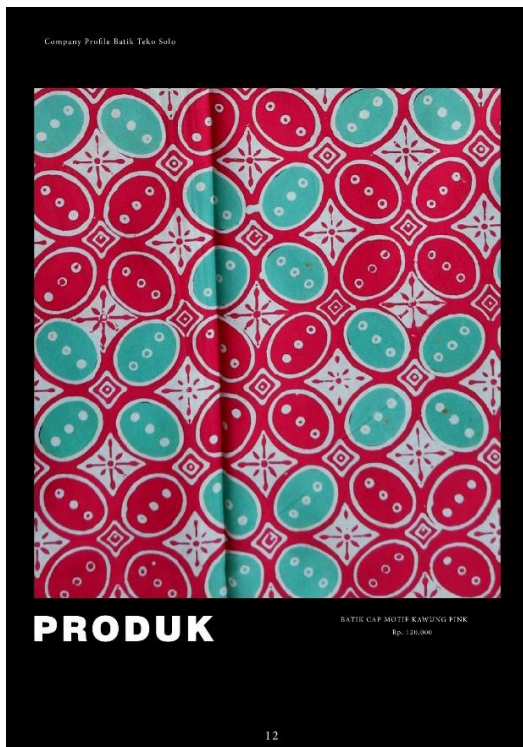
Gambar 3. 12 *Digitalisasi Buku Company Profile*

( Sumber pribadi )



Gambar 3.13 *Digitalisasi Buku Company Profile*

( Sumber pribadi )



Company Profile Batik Teko Solo

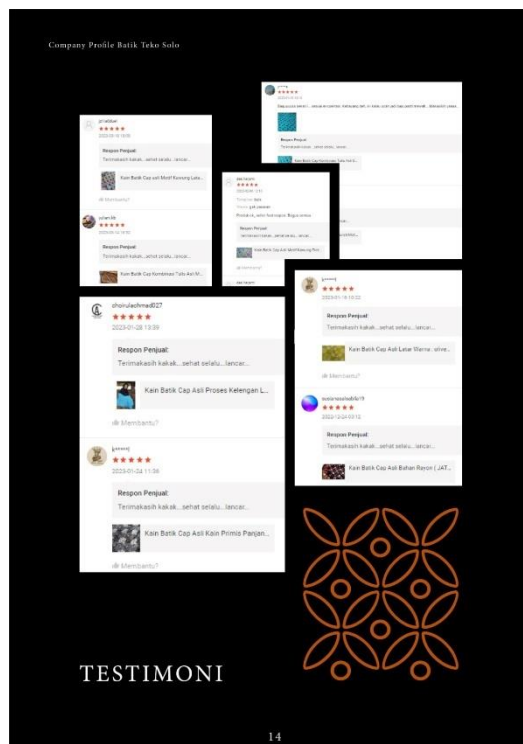


**PRODUK**

BATIK CAP MOTIF TUMBUHAN HIJAU  
Rp. 120.000



13

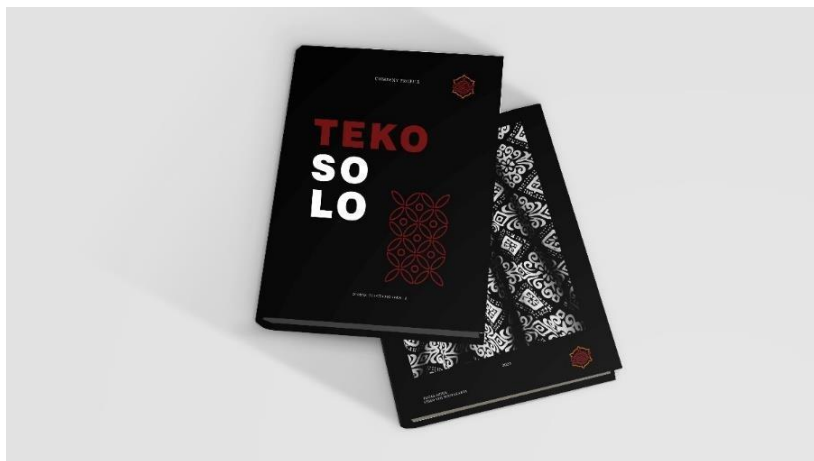


Gambar 3. 14 *Digitalisasi Buku Company Profile*

( Sumber pribadi )

## BAB IV PENGAPLIKASIAN

### 1. Buku Company profile



*Gambar 4.1 Hasil Final buku company profile*

( Sumber pribadi )

## 1. Packaging



*Gambar 4. 2 Totebag Batik Teko Solo*

( Sumber pribadi )

## 2. Kartu Nama



*Gambar 4.3 Kartu Nama Batik Teko Solo*

( Sumber pribadi )

### 3. Hangtag



*Gambar 4. 4 Hangtag Batik Teko Solo*

( Sumber pribadi )



## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan Perancangan *buku company profile batik teko Solo* dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan ini perusahaan ini membutuhkan buku *company profile* sebagai media promosi untuk menunjang produk yang diproduksi oleh Batik Teko Solo serta mempermudah konsumen dalam menjangkau atau memperkenalkan perusahaan ini, yang di dalam buku *company profile* Batik Teko Solo berisikan sejarah perusahaan, visi misi, produk yang di hasilkan Batik Teko Solo, serta informasi *contact person* yang dibutuhkan konsumen.

### **B. Saran**

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya pada perancangan *company profile* maka saran penulis yang dapat disampaikan untuk pengembangan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Masih memungkinkan pembuatan jenis *company profile* seperti video yang nantinya bisa diunggah ke dalam website.
2. Akan lebih menarik customer jika menggunakan sarana media di era perkembangan zaman sekarang lebih menyukai media promosi dalam bentuk video singkat, baik melalui media sosial media seperti *Instagram*, *Tik-Tok*, maupun *YouTube* yang sekarang sedang naik daun.
3. Harus selalu berkembang dalam promosi baik dalam bentuk media sosial maupun media cetak.

## DAFTAR PUSTAKA

### *Buku/E-book*

A. Trijanto, *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002.

Brima, Ferlady. 2015. *Jurnal Perancangan Ilustrasi dan Layout Buku Ensiklopedia Jet Tempur Terbaik Dunia. eJournal*. Universitas Negeri Padang.

Sudiana, Dendi. (2001). *Pengantar Tipografi*. Bandung: Rumah Produksi Dendi Sudiana.

Sutopo, Ariesto Hadi. 2002. *Analisis dan Desain Beorientasi Objek*. Yogyakarta: J&J Learning

Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Wirania Swasty, *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Meilani, *Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna Dalam Berbusana*. Humaniora, 2013.

### **Sumber lainnya**

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/55430/keppres-no-33-tahun-2009>

<https://himaindustri.unpam.ac.id/?p=902>

## LAMPIRAN



*foto Bpk. Sri Heno Teko Pendiri Batik Teko Solo*

### Foto Pelaksanaan Sidang



# Lembar konsultasi



F.STSRD VISI/B.5

## SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

### LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI S1 PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : DIONYSIUS OCTARIO IVAN . A NIM 11171013  
 SEMESTER : ..... TAHUN AKADEMIK : .....  
 JUDUL SKRIPSI : PERANCANGAN COMPANY PROFILE  
"BATIK TERO SOLO"  
 PEMBIMBING : R. HADAPINING RANI K., M.D.S

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
13/03/23	Konsul Bab I	memasukkan penjelasan company profile	
20/03/23	Konsultasi penulisan latar belakang		
28/03/23	membawa hasil bab I	Bab I sudah bagus	
07/04/23	Konsultasi data perusahaan	Perbanyak data	
15/04/23	Konsultasi bab II	bagi	
8/6/23	Konsul bab III	melakukan analisis	
21/06/23	Konsul bab III & 4	swot ke kompetitor dan target audiens	
		<del>Revisi dan pengisian</del>	
29/06/23	Konsul bab 5	tambahkan alasan evolusi	
01/07/23	Konsul semua penulisan	kesimpulan terlalu pendek	
5/07/23	Konsultasi terakhir	Daftar pustaka <del>di</del> dibenerkan sedikit + isi	
10/07/23	ACC lanjut Sidang	okelah gas	
		Gasss.	

Ketua Jurusan :

( Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing,

( R. Hadapining Rani K., M.D.S )