

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “*Redesign Corporate Identity* Batik SeRu dengan Karakteristik Kota Surabaya”. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual Program Studi Multimedia Marketing di Institut Manajemen Telkom. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penyusunan tugas akhir ini, terutama kepada :

1. Twin Agus Pramonojati, S.Sos., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Djoko Wahjuadi, MM., selaku Dosen Pembimbing II penulis di Institut Manajemen Telkom.
2. Drs. Mohamad Tohir, S.ST., M.Ds., selaku Dosen Penguji Tugas Akhir I dan Dr. Alvanov Zpalanzani, ST., MM., selaku Dosen Penguji Tugas Akhir II penulis di Institut Manajemen Telkom.
3. Bambang Budiono, ST., MT., Dekan Sekolah Komunikasi Multimedia, serta sebagai Dosen Wali penulis di Institut Manajemen Telkom.
4. Sekretariat Sekolah Komunikasi Multimedia Institut Manajemen Telkom.
5. Dra. Lulut Sri Yuliani, MM., selaku pemilik dari UKM Griya Karya Tiara Kusuma beserta staf dari Batik Tulis “SeRu” Pewarna Alam (Mangrove).

Namun demikian penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Bandung, 23 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Cara Pengumpulan Data	4
1.6 Skema Perancangan	5
1.7 Pembabakan	6
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Desain Komunikasi Visual	9
2.1.1 Empat Fungsi Desain Komunikasi Visual	9
2.2 <i>Brand</i>	10
2.2.1 Mengapa <i>Brand</i> Penting	10
2.2.2 Identitas	10
2.2.3 <i>Brand Identity</i>	11
2.3 <i>Corporate Identity</i>	11
2.3.1 Pengertian <i>Corporate Identity</i>	12
2.3.2 Atribut <i>Corporate Identity</i>	12

2.4 <i>Brand Identity System</i>	13
2.4.1 <i>Brand as Product</i>	13
2.4.2 <i>Brand as Organization</i>	15
2.4.3 <i>Brand as Person</i>	17
2.4.4 <i>Brand as Symbol</i>	18
2.5 Teori Logo.....	18
2.5.1 Tujuan Logo.....	18
2.5.2 Elemen Logo.....	19
2.5.3 Kriteria Logo.....	21
2.5.4 Hubungan antara Logo dan <i>Brand</i>	23
2.6 Teori <i>Layout</i>	23
2.6.1 Elemen <i>Layout</i>	23
2.6.2 Komposisi <i>Layout</i>	23
2.7 <i>Graphic Standard Manual</i>	25
2.7.1 Ragam <i>Graphic Standard Manual</i>	25
2.7.2 Isi <i>Graphic Standard Manual</i>	26
2.8 Teori STP (<i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>).....	26
2.8.1 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	27
2.9 Teori Perilaku Konsumen.....	28
2.9.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

3.1 Data	32
3.1.1 Definisi Usaha Kecil dan Menengah.....	32
3.1.2 Usaha Kecil dan Menengah Griya Karya Tiara Kusuma	32
3.1.3 Definisi Batik.....	35
3.1.4 Batik SeRu.....	48
3.1.5 Data Khalayak Sasaran.....	53
3.1.6 Data Proyek sejenis yang dilakukan dan penilaiannya.....	56
3.2 Analisis Masalah	61
3.2.1 Diferensiasi Produk Menurut Motif dan Warna.....	61
3.2.2 Perbandingan Data Proyek Sejenis dengan Batik SeRu.....	65
3.2.3 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	67

3.2.4	<i>Brand as Product</i>	73
3.2.5	<i>Brand as Organization</i>	75
3.2.6	<i>Brand as Person</i>	78
3.2.7	<i>Brand as Symbol</i>	79
3.2.8	Hasil Analisis Masalah.....	81
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep Komunikasi	83
4.2	Konsep Kreatif	83
4.3	Konsep Media	86
4.4	Konsep Visual	87
4.5	Hasil Perancangan	93
4.6	<i>Budgeting</i> Atribut Produk	110
4.7	Penjadwalan Atribut Produk	113
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	114
5.2	Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Skema Perancangan	6
-----------------------------	---

BAB II DASAR PEMIKIRAN

2.1 <i>Brand Identity System</i>	13
2.2 Model Perilaku Konsumen.....	28

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

3.1 Suasana Kerja Lokasi Batik SeRu.....	33
3.2 Dra. Lulut Sri Yuliani, MM.	34
3.3 Suasana Lokasi Batik SeRu.....	34
3.4 Batik Keraton	35
3.5 Batik Sudagaran	36
3.6 Batik Petani	36
3.7 Batik Belanda	36
3.8 Batik Pecinan.....	37
3.9 Batik Jawa Hokokai	37
3.10 Batik Pesisiran.....	38
3.11 Mambatik dengan Canting Tulis	40
3.12 Mambatik dengan Teknik Cap	40
3.13 Mambatik dengan Teknik Ikat Celup pada Kaos	41
3.14 Mambatik dengan Teknik Coletan	41
3.15 Mambatik dengan Teknik Printing.....	42
3.16 Batik Motif Parang	43
3.17 Batik Motif Truntum	44
3.18 Batik Motif Sido Mukti	44
3.19 Batik Motif Sido Drajad	44
3.20 Batik Tulis Buketan Pekalongan	46
3.21 Batik Madura “Rumput Laut”	46
3.22 Batik Keris.....	47
3.23 Batik Tulis Mega Mendung.....	47
3.24 Batik Cap Purbalingga	47

3.25 Ragam Batik SeRu	48
3.26 Kulit buah dari tanaman mangrove yang sudah dikeringkan	49
3.27 Komposisi bahan pewarna	49
3.28 Bahan pewarna yang telah kering	49
3.29 Hutan Mangrove Wonorejo.....	49
3.30 Motif Batik Sitania	50
3.31 Ragam Motif Batik SeRu	50
3.32 Bagian Tanaman Mangrove Jenis <i>Bruguiera cylindrica</i>	51
3.33 Motif Mange Kasihan.....	51
3.34 Motif Tanjung Putih	52
3.35 Motif Suroboyo	52
3.36 Proses Membatik dengan Canting Listrik	53
3.37 <i>Logogram</i> Batik Teratai Indah	56
3.38 <i>Logotype</i> Batik Teratai Indah	57
3.39 <i>Supergraphic</i> Batik Teratai Indah	57
3.40 <i>Typeface</i> Batik Teratai Indah	58
3.41 <i>Typeface</i> Batik Teratai Indah	58
3.42 Logo Dua Canting	59
3.43 Supergrafis Dua Canting	59
3.44 Wisatawan Manca Negara.....	70
3.45 Atribut Batik SeRu berupa kemasan dan <i>shopping bag</i>	73
3.46 Atribut Batik SeRu berupa Sertifikat	74
3.47 Penyerahan Kalpataru 2011.....	77
3.48 Kalpataru Dra. Lulut Sri Yuliani, MM.....	78
3.49 Logo Kota Surabaya.....	80

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Pohon Mangrove	85
4.2 Logo Kota Surabaya.....	85
4.3 Inspirasi Logo.....	88
4.4 Sketsa Logo Batik Mangrove Lulut	89
4.5 Sketsa Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	90
4.6 Contoh <i>Packaging</i>	91

4.7 Contoh <i>Shopping Bag</i>	91
4.8 Sketsa <i>Shopping Bag</i>	91
4.9 Sketsa <i>Price Tag</i>	92
4.10 Sketsa Digital <i>Price Tag</i>	93
4.11 Desain Digital Logo	93
4.12 <i>Cover</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	94
4.13 <i>Cover</i> dalam Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	94
4.14 <i>Page 1</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	95
4.15 <i>Page 2</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	95
4.16 <i>Page 3</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	96
4.17 <i>Page 4</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	96
4.18 <i>Page 5</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	97
4.19 <i>Page 6</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	97
4.20 <i>Page 7</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	98
4.21 <i>Page 8</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	98
4.22 <i>Page 9</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	99
4.23 <i>Page 10</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	99
4.24 <i>Page 11</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	100
4.25 <i>Page 12</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	100
4.26 <i>Page 13</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	101
4.27 <i>Page 14</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	101
4.28 <i>Page 15</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	102
4.29 <i>Page 16</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	102
4.30 <i>Page 17</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	103
4.31 <i>Page 18</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	103
4.32 <i>Page 19</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	104
4.33 <i>Page 20</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	104
4.34 <i>Page 21</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	105
4.35 <i>Page 22</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	105
4.36 <i>Page 23</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	106
4.37 <i>Page 24</i> Desain Digital <i>Graphic Standard Manual</i>	106

4.38 Desain Digital <i>Packaging</i>	107
4.39 Desain Digital <i>Packaging</i> Berisi Kain Batik.....	108
4.40 Desain Digital <i>Shopping Bag</i>	109
4.41 Desain Digital <i>Price Tag</i> dan Gantungan Kunci.....	109

DAFTAR TABEL

BAB II DASAR PEMIKIRAN

2.1 Bentuk Logo	21
2.2 Warna	22

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

3.1 Diferensiasi Produk Menurut Motif dan Warna.....	61
3.2 Perbandingan Data Proyek Sejenis dengan Batik Seru	65
3.3 <i>Trend</i> Batik selama 5 Tahun	67

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 <i>Budgeting</i> Atribut Produk Total	110
4.2 <i>Budgeting</i> atribut produk dengan pembelian > Rp 500.000,00.....	112
4.3 <i>Budgeting</i> atribut produk dengan pembelian < Rp 500.000,00.....	112
4.4 Penjadwalan Atribut Produk	113