

BAB III

DESAIN DAN PERANCANGAN

3.1 Desain

3.1.1 Identifikasi Data

a. Profil Tenun Ikat Aflah Jepara

Kerajinan kain tenun ikat Aflah Jepara merupakan salah satu industri kain di Desa Troso Pecangaan Kabupaten Jepara yang beralamatkan di Ds. Troso RT.07/RW.01 Pecangaan Jepara Jawa Tengah. Tenun Ikat Aflah berdiri pada tahun 2018 bulan Maret. Hasil karya Tenun Ikat Aflah Jepara berupa kain tenun ikat tradisional dengan berbagai jenis dan motif, selain kain tenun ada kain yang sudah menjadi baju, tas, dan dompet.

Tenun Ikat Aflah Jepara dirintis oleh Mas Aflah Muzakka yang mengembangkan usaha tenunnya yang memang sudah menjadi usaha turun menurun dari keluarga. Nama Aflah diambil dari nama pimpinan yaitu “Aflah Muzakka”. Meski Tenun Aflah bukan yang pertama membuat kain tenun khas troso namun pemimpin Tenun Ikat Aflah tetap berusaha mengenalkan kain tenun khas jepara ini ke masyarakat luas tidak hanya masyarakat jepara saja yang kenal dan tau tentang adanya kain tenun Troso. Sampai saat ini sudah ada ratusan motif yang dapat dihasilkan penenun, konsumen bisa memilih kain tenun yang diinginkan bahkan bisa juga memesan motif baru sesuai keinginan konsumen. Kain Tenun Troso tidak hanya untuk kebutuhan fashion saja, namun juga dapat digunakan untuk jok kursi, hiasan dinding, gorden, sarung bantal dll.

Berikut ini adalah lokasi Tenun Ikat Aflah Jepara :



Gambar 3.1 Lokasi Tenun Ikat Aflah Jepara
(Sumber : Penulis, 2020)



Gambar 3.2 Tempat Produksi Tenun Ikat Aflah Jepara
(Sumber : Penulis, 2020)



Gambar 3.3 Cara membuat kain dengan alat ATBM Tenun Ikat Aflah Jepara

(Sumber : Penulis, 2020)



Gambar 3.4 Pakaian Tenun Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

Pemesanan dilakukan dengan cara datang langsung ke lokasi atau melalui media sosial instagram dan Whatsapp.

b. Visi dan Misi

a. Visi

1. Melestarikan dan menumbuhkan tenun troso sebagai salah satu upaya kesejahteraan para pengrajin tenun troso
2. Menyediakan kain tenun yang digunakan untuk kebutuhan sandang

b. Misi

1. Tenun Aflah bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Memperbanyak motif kain tenun troso.

3.1.2 Proses Produksi Kain Tenun Ikat Aflah Jepara

1. Memintal Benang

Dimulai dari penyusunan benang yang ditata rapi sejajar, Karena Tenun troso ada beberapa jenis benang juga menyesuaikan jenis kain tenun, benang tersebut benang katun, ada juga benang untuk kain baron, benang benang tersebut diikat sesuai kebutuhan.



Gambar 3.5 Benang
(Sumber : Penulis, 2020)

2. Benang Plangkan

Benang Polos yang diikat disebut Plangkan yang akan dijadikan bahan proses lanjutan untuk dipintal menjadi ketengan.



Gambar 3.6 Plangkan
(Sumber : Penulis, 2020)

1. Pengetengan

Pengetengan merupakan pemintalan benang yang ditata rapi menjadi beberapa bagian pada kotak kayu yang berfungsi untuk menata benang.



Gambar 3.7 Pengetengan

(Sumber : Penulis, 2020)

2. Menggambar Pola

Desain atau menggambar pola merupakan menggambar bentuk motif atau pola sesuai pesanan atau keinginan pada benang yang telah diketeng . Alat menggambar ini disebut ngemal dengan memakai tinta yang mengikuti bentuk mal yang telah dibuat sebelumnya.



Gambar 3.8 Menggambar Pola

(Sumber : Penulis, 2020)

3. Nali, Pewarnaan, dan Penjemuran

Proses penialian sering disebut nali merupakan mengikat benang dengan rafia, untuk membedakan motif dengan background supaya terpilah dengan baik pada bagian gambar motif. Selanjutnya proses pewarnaan ada dua tahapan yang harus dilakukan yang pertama pewarnaan bagian background benang polos dengan cara dicelupkan pada wenter yang telah disiapkan, tahapan kedua yaitu dengan cara menggosokkan pewarna kain pada bagian gambar pola atau motif yang sudah digambar sebelumnya, setelah itu kain dijemur hingga kering, setelah kering dilakukan Mbungkar adalah proses pemisahan benang menjadi bagian-bagian kain.



Gambar 3.9 Nali, Pewarnaan, dan Penjemuran

(Sumber : Penulis, 2020)

4. Tenun

Menenun adalah proses terakhir dalam pembuatan kain tetapi sebelum menenun dilakukan pemintalan benang terlebih dahulu menjadi bagian –bagian kecil untuk

memisahkan tiap gambar motif pada alat yang disebut paletan. Setelah dilakukan tahap tersebut lalu memasukkan peltan kedalam alat yang dinamakan skoci untuk ditenun menjadi kain.



Gambar 3.10 Tenun

(Sumber : Penulis, 2020)

3.1.3. Target Pasar

Target pasar adalah kelompok yang menjadi sasaran pendekatan perusahaan untuk membeli produk yang dijual. Target yang menjadi sasaran Tenun Ikat Aflah Jepara di bagi dalam beberapa segmentasi pasar, diantaranya :

a. Segmentasi Pasar berdasarkan Geografi

Segmentasi Geografis digunakan untuk mengklasifikasikan pasar berdasarkan lokasi yang akan mempengaruhi biaya operasional dan jumlah permintaan

secara berbeda. Segmentasi geografi, pasar di bagi menjadi unit geografi, seperti : Negara, provinsi, kota atau lingkungan. Dalam hal ini Tenun Ikat Aflah Jepara masih berada dalam jangkauan lokal Negara Indonesia belum sampai ke luar pulau Jawa.

b. Segmentasi Pasar berdasarkan Demografi

Segmentasi Demografi, Tenun Ikat Aflah Jepara memiliki target pasar berdasarkan demografi sebagai berikut :

Jenis Kelamin	: Pria dan Wanita
Pendidikan	: Pelajar, Mahasiswa dan Umum
Status & ekonomi	: Semua kalangan masyarakat
Target Audiens	: Semua masyarakat

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis segmen pasar ini dilakukan dengan mengelompokkan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut variable-variabel pola atau gaya hidup (*life style*) dan kepribadian (*personality*). Tenun Ikat Aflah melihat dari gaya hidup di sekitar kota Jepara, masyarakat Jepara sendiri yang gaya hidupnya mengikuti perkembangan zaman, Tenun Ikat Aflah memiliki target pasar mulai usia muda sampai tua.

3.2 Analisis SWOT

Dalam melakukan proses perancangan diperlukan adanya analisa objek Tenun Ikat Aflah untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Tenun Ikat Aflah sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam konsep perancangan media promosi. Berikut analisis SWOT Matrix pada Tenun Ikat Aflah :

Tabel 3.1 Matrix Analisis SWOT

OT	O	T
	<ul style="list-style-type: none"> • Tenun Aflah berpotensi menjadi salah satu merek yang diminati masyarakat umum • Harga terjangkau • Bisa melayani grosir maupun satuan 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan antar home industry semakin ketat • Rendahnya tingkat kesadaran terhadap corporate identity • Menurunnya efektifitas logo jika tidak disukung dengan penerapan logo terhadap berbagai media cetak maupun media lainnya
SW	S	S-O
<ul style="list-style-type: none"> • Home industry yang memproduksi kain sendiri sehingga dapat menciptakan motif-motif yang unik • Lokasi strategis 	<p>Tenun Ikat Aflah bisa menggunakan kelebihan sebagai home industry yang professional karena memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau.</p>	S-T
	W	W-O
<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki logo • Minimnya tingkat pengetahuan tentang pentingnya logo 	<p>Mengingat Tenun Ikat Aflah belum memiliki logo, belum melakukan banyak promosi dan belum</p>	W-T
		<p>Sekalipun pesaing dibidang yang sama sudah memiliki logo dan media promosi, namun tenun ikat aflah masih dapat menarik minat calon konsumen karena sudah memiliki motif sendiri</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya <i>corporate identity</i> • Media promosi yang dimiliki hanya sedikit sehingga kurang menarik perhatian calon Konsumen. 	<p>dikenal masyarakat sehingga tenun ikat aflag harus sering melakukan promosi di sosial media dengan mengadakan give away atau diskon pada hari tertentu.</p>	<p>dibidang yang sama membuat tenun ikat aflag harus lebih berusaha agar tidak kalah dengan pesaing dibidang yang sama dengan lebih sering melakukan promosi dan menggunakan instagram ads untuk meningkatkan penjualan.</p>
---	--	--

(Sumber : Penulis, 2020)

3.3 Data Produk

Produk kain tenun troso Aflag ini terdapat ragam hias motif. Motif merupakan bagian dari satu kesatuan ragam hias atau ornament. Berhubungan dengan seni kerajinan tenun, maka yang dimaksud dengan ornamen pada sebuah kain tenun adalah susunan motif hias kain tenun yang berfungsi untuk menambah keindahan bentuk dari kain tenun itu sendiri. Ragam motif kain tenun troso jepara selalu mengalami perubahan. Awal munculnya motif kain tenun troso adalah motif Lurik yang hiasnya berubah garis0garis dan polos. Namun saat ini para perajin dan pengusaha tenun membuat motif kreatif mereka sendiri dan motif tenun sesuai permintaan pesanan, karena home industry sehingga dapat menciptakan motif sesuai keinginan, tidak hanya terpaku pada satu jenis motif saja.

Dibawah ini adalah jenis produk yang dihasilkan di Tenun Ikat Aflah Jepara :

1. Tenun Baron

Tenun Baron adalah kain tenun yang sangat istimewa kelas premium. Tenun Baron dibuat dengan bahan-bahan kelas satu. Kainnya memiliki karakteristik yang sangat lembut, halus, dan padat. Motif kain tenun baron simpel tapi tetap menimbulkan kesan elegan

Cirikhas kain tenun baron memiliki garis vertikal dengan ukuran lebar tertentu pada sisi tertentu dalam kain yang disebut tumpal. Ukuran kain baron lebih panjang dari kain tenun jenis yang lainnya sekitar 250cm x 115cm.

Kain tenun baron ini awalnya hanya digunakan para kaum pria saja yang biasanya dibuat kemeja lengan pendek maupun lengan panjang, Namun saat ini banyak wanita yang menggunakannya sebagai gamis, kebaya, maupun kemeja.

Jenis – jenis Kain Tenun Baron :

1. Tenun Baron Sutera Murni (Full Sutra)

Tenun Baron yang dibuat dengan lungsi dan pakan berbahan murni sutera.

2. Tenun Baron Semi Sutra

Tenun Baron yang dibuat dengan lungsi sutera namun pakannya dari katun super halus. Hasil tenunnya sedikit agak tebal namun tetap indah.

3. Tenun Baron Viskos

Tenun Baron yang dibuat dengan menggunakan lungsi dari benang border dan pakan dari benang super halus. Hasil tenunnya lebih tebal dari Tenun Baron 50% Sutera.

Motif – motif Kain Tenun Baron :

1. Tenun Dimensi

- a. Tenun Baron 1D Karena menggunakan 1 jenis benang saja.



Gambar 3.11 Tenun Baron 1D

(Sumber : Penulis, 2020)

- b. Tenun Baron 2D menggunakan 2 jenis benang.



Gambar 3.12 Tenun Baron 2D

(Sumber : Penulis, 2020)

2. Tenun Motif Fauna adalah kain tenunbaron yang memakai motif-motif hewan.
3. Tenun Motif Daerah Lain

4. Tenun Motif Figuratif adalah motif tenun yang menggunakan figure atau tokoh.

2. Tenun Blanket

Kain tenun blanket adalah sebuah kain tenun yang memiliki kenampakan agak tebal namun tetap nyaman untuk dipakai sebagai busana, Karena kainnya yang halus dan menawan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi para peminat tenun tradisional. Selain digunakan untuk busana tenun blanket juga cocok digunakan sebagai selimut, taplak meja, dan lain-lain.

Pembuatan kain tenun blanket membutuhkan waktu yang relative lama disbanding kain tenun lainnya karena memiliki bentuk dan sifat fisiknya yang berbeda. Ukuran Kain tenun blanket sekitar 240cm x 120cm.

Motif Tenun Blanket beraneka ragam seperti tumbuhan, hewan, dan tokoh atau figure, Motif kain tenun blanket juga mendapat pengaruh dari daerah lain di Indonesia seperti Motif Tenun blanket toraja.



Gambar 3.13 Tenun Blanket Motif Menjangan Naga Kuda

(Sumber : Penulis, 2020)



Gambar 3.14 Tenun Blanket Motif Kipas

(Sumber : Penulis, 2020)



Gambar 3.15 Tenun Blanket Motif Asmat

(Sumber : Penulis, 2020)

3.4 Strategi Kreatif

Strategi harus direncanakan secara kreatif merupakan strategi yang harus dirancang secara kreatif, dengan menggali segala sesuatu dibalik fakta dan menyusunnya kearah gagasan kreatif yang mampu menciptakan penjualan. Strategi kreatif bukan semata-mata proses logika, tetapi juga menyangkut seni. Namun demikian, untuk memperoleh strategi yang dapat digunakan, strategi harus dibuat berdasarkan fakta. Berikut beberapa pendekatan untuk mengerjakan strategi kreatif diantaranya, strategi generic, strategi primitive,

strategi uniqueselling proposition, strategi internet drama, menciptakan strategi brand image dan strategi positioning (Suyanto, 2004)

Identitas dan citra Tenun Ikat Aflah dirancang sebagai bentuk ciri khas Tenun Ikat Aflah yang berbeda dibandingkan dengan *home industry* tenun yang lainnya.. Dalam perancangan ini akan mempromosikan tenun ikat aflah melalui media promosi.

Untuk menyampaikan sebuah pesan dengan baik, maka perlu adanya media promosi yang sesuai agar dapat diterima oleh masyarakat umum, pemilihan media tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui apa saja yang perlu dirancang dan bagaimana strategi dalam merancang *corporate identity* tenun ikat aflah, sehingga dapat diterapkan pada media promosi yang telah ditentukan.

3.5. (USP) Unique Selling Proposition

Unique selling proposition merupakan strategi yang berorientasi pada keunggulan atau kelebihan suatu produk atau jasa yang harusnya tidak dimiliki oleh paroduk atau jasa pesaingnya. Kelebihan tersebut juga merupakan suatu yang dicari atau dijadikan alasan konsumen menggunakan suatu produk dan dibedakan secara spesifik, strategi unique selling proposition dikembangkan oleh Rosser Reeves (Suyanto,2004).

Unique selling proposition pada Tenun Ikat Aflah ialah proses pewarnaan pada kain tenun masih menggunakan bahan bahan alami yang ramah lingkungan sehingga menghasilkan warna yang lebih nyata, Alat tenun yang digunakan Tenun Ikat Aflah masih jarang dimiliki home industry tenun lainnya.

3.6. Pemilihan Media

Perancangan corporate identity sebagai media promosi kain tenun ikat aflah jepara diaplikasikan ke dalam beberapa media promosi. Hal ini agar

konsep desain yang diciptakan tepat sasaran dan sesuai dengan benang merah memperkenalkan Tenun Ikat Aflah kepada masyarakat. Media yang dipilih juga dinilai dapat diterima dengan baik oleh pemilik maupun calon konsumen Tenun Ikat Aflah.

Berikut merupakan analisis media promosi Tenun Ikat Aflah.

Tabel 3.2 Pemilihan Media

No	Hambatan	Solusi	Output/Luaran
1.	Tenun Ikat Aflah belum dikenal masyarakat karena minimnya pengetahuan tentang pentingnya logo dalam suatu home industry	<ul style="list-style-type: none"> • Membangun citra logo yang lebih mengena untuk masyarakat umum • Warna logo sesuai dengan karakter Tenun Ikat Aflah • Tipe huruf yang memiliki tingkat keterbacaan tinggi 	Logo
2.	Kurangnya kesadaran akan media promosi Tenun Ikat Aflah hanya menggunakan kantong plastik untuk membungkus kainnya	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan shopping bag sebagai pengganti kantong plastik • Menggunakan bahan spunbond karena tahan lama dibanding dengan paper bag yang mudah sobek 	<i>Shopping Bag</i>

3.	Tidak adanya kartu nama sebagai bentuk profesionalitas sebagai home industry	Merancang sesuai dengan citra tenun ikat aflag , tata letak, desain yang jelas, dan huruf yang memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi.	Kartu Nama
4.	Belum ada poster sebagai salah satu media publikasi	Melakukan promosi dengan foto model yang memakai produk Tenun Ikat Aflag	Poster
5.	Saat melakukan transaksi pembelian Tenun Ikat Aflag menggunakan nota tanpa adanya identitas yang jelas	Pemberian identitas pada nota perlu untuk dijadikan tanda bukti penerimaan uang dari aflag tenun ikat	Nota
6.	Tidak adanya label pada Kain lembaran maupun yang sudah menjadi pakaian untuk memperkuat merek Tenun Ikat Aflag	Merancang label hangtag Tenun Ikat Aflag Untuk menghindari pemalsuan produk	Hang Tag
7.	Penggunaan stiker	Memasarkan produk tenun	Stiker

	pada tenun ikat aflah belum diterapkan	ikat aflah melalui stiker yang diberikan secara gratis kepada calon konsumen atau saat konsumen membeli produk tenun ikat aflah	
8.	Belum menggunakan kaos resmi untuk para pegawai	Merancang desain kaos seragam untuk para karyawan	Kaos
9.	Meski lokasinya strategis tetapi tenun ikat aflah belum menggunakan penanda apapun	Neon box dapat memberikan informasi yang jelas pada calon konsumen	Neon Box
10.	Postingan tenun ikat aflah dilakukan dengan cara memfoto kain dan belum ada keterangan yang jelas.	<ul style="list-style-type: none"> • Menampilkan feeds instagram dengan memposting foto kain dengan keterangan yang jelas • Mengadakan give away dan diskon pada hari tertentu 	<i>Social Media Post</i> Instagram

(Sumber : Penulis, 2020)

3.7. Strategi Perancangan

Metode yang digunakan dalam perancangan promosi kain tenun ikat aflag adalah Glass Box Method atau disebut Metode Kotak Kaca merupakan metode berpikir rasional atau logis secara objektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbatas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional) , misalnya sentiment dan selera. Dalam glassbox terdapat 4 tahapan yang harus dilakukan yaitu :

1. Tahapan Persiapan

Merupakan tahap yang paling awal menyiapkan perangkat dan segala kebutuhan untuk proses desain. Berdasarkan latar belakang permasalahan tentang promosi kain tenun ikat aflag yang kurang mnegadalan promosi dan juga belum memiliki logo, penentuan tahap ini adalah menentukan tema desain, yaitu merancang dan melakukan promosi yang menarik.

2. Tahap Inkubasi

Merupakan tahapan mempersiapkan diri untuk menjadi sangat segar, tenang, dan peka, untuk mengolah segala macam pengetahuan dalam alam bawah sadar sehingga memungkinkan untuk melahirkan ide-ide . Tahapan ini dilakukan agar tubuh kembali refresh dengan harapan dapat menerima ide dengan lebih baik. Tahapan ini dilakukan dengan cara riset media promosi agar dapat mengetahui tren media promosi saat ini.

3. Tahap Luminasi

Tahapan dimana ide diharapkan bisa lahir sebagai efek dari pelaksanaan tahap persiapan dan tahap inkubasi yang sangat tertib. Tahap iluminasi berujung pada sketsa ide. Sketsa ide ini berisi tentang komponen yang akan digunakan dalam perancangan promosi kain tenun, Yaitu logo dan media promosi lainnya.

4. Tahap Verifikasi

Tahap dimana semua proses desain mengalami proses pengembangan ide dan finishing serta semua proses ditinjau ulang kembali dengan metode evaluasi, Berdasarkan analisa data produk yang terdapat di Tenun Ikat Aflah , promosi yang akan dikembangkan yaitu logo dan media promosi.

Tahap verifikasi berisi tentang evaluasi dengan menggunakan metode 4 tataran desain, yaitu tataran lingkungan / tataran komunitas, tataran produk, tataran system, tataran elemen/ tataran detail. Tahapan verifikasi berikutnya meninjau kembali kepada latar belakang dan tujuan yang telah diterapkan sebelumnya. Setelah melakukan proses desain, pada tahap verifikasi ini kemudian meninjau kembali tujuan yang telah ditetapkan yaitu merancang logo dan media promosi yang menarik.

3.8. Media Berkarya

a. Perangkat Keras

Perangkat yang digunakan dalam proses perancangan promosi kain tenun ikat aflah jepara adalah sebagai berikut ;

1. Laptop Asus X441M
2. Mouse HP
3. Flashdisk SanDisk 16GB
4. Iphone 6S
5. Printer Epson L3110

b. Perangkat Lunak

Perangkat Lunak windows 10 yang digunakan dalam program grafis dan pendukungnya adalah :

1. CorelDraw X7
2. Adobe Photoshop CS6
3. Adobe Illustrator CS6
4. Microsoft Word 2010

3.9. Perancangan

3.9.1. Logo Tenun Ikat Aflah Jepara

Logo atau tanda gambar adalah identitas yang digunakan untuk menggambarkan karakter dan citra suatu perusahaan, lembaga, ataupun organisasi. *Logotype* adalah nama perusahaan, lembaga, atau produk yang diperlihatkan dalam bentuk tulisan untuk menunjukkan ciri khas dan karakter secara komersial (Kusrianto, 20007:232).

1. Alasan Memilih Media

Logo merupakan gambaran visual dari *corporate identity* suatu perusahaan yang dapat mewakili karakter dan citra perusahaan. Logo juga dapat diterapkan pada berbagai media promosi. Saat ini tenun ikat aflah belum memiliki logo, tenun ikat aflah sangat memerlukan logo untuk membantu memperkenalkan kepada masyarakat.

2. Konsep Desain

Logo Tenun Ikat Aflah merupakan jenis *logotype*. Konsep besar logo ini berdasarkan atas bentuk motif ciri khas tenun ikat aflah yang ada pada jenis kain tenun baron 1Dimensi yang diberi nama motif cap kaki empat.

Pemilihan logo Tenun Ikat Aflah ditentukan oleh pemilik Tenun Ikat Aflah sebab motif cap kaki empat ini sangat

berharga bagi tenun ikat aflag karena motif ini merupakan motif pertama kali yang dimiliki oleh tenun ikat aflag



Gambar 3.16 Tenun Baron 1D Motif cap kaki empat

(Sumber : Penulis, 2020)

Dalam metode *glass box* tahap yang pertama dilakukan adalah tahap persiapan dengan melakukan pencarian data terhadap objek Tenun Ikat Aflag Jepara berupa Motif yang diciptakan oleh Tenun Ikat Aflag adalah motif cap kaki empat yang diterapkan pada jenis kain tenun baron 1D .



Gambar 3.17 Sketsa Logo Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

Sketsa-sketsa diatas merupakan tahap luminasi hasil dari setelah mencari data yang berhubungan dengan identitas Tenun Ikat Aflah Jepara yaitu motif yang bernama cap kaki empat.



Gambar 3.18 Sketsa Digital Logo Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

Setelah melalui beberapa proses pencarian data dan menghasilkan 3 logo karakteristik Tenun Ikat Aflah Jepara, maka diperoleh sketsa penjaringan ide-ide visual diatas sesuai dengan konsep visuap yang akan digunakan dalam perancangan corporate identity sebagai media promosi kain tenun ikat aflah jepara. Karakter yang nantinya diperlihatkan pada logo dari hasil sketsa digital ini bersifat simpel dan tradisional.

aflah+  +t e n u n i k a t



Gambar 3.19 Logo Tenun Ikat Aflah Jepara

(Sumber: Penulis, 2020)

Dari hasil pemilihan logo yang telah ditentukan oleh pemilik tenun ikat aflah, maka diaplikasikan warna yang telah dipilih. Berikut adalah warna pada logo :



Gambar 3.20 Warna Logo Tenun Ikat Aflah Jepara

(Sumber: Penulis, 2020)

Pemilihan warna pada logo Tenun Ikat Aflah disesuaikan dengan citra *home industry* yang melalui beberapa proses pertimbangan sehingga ditentukan warna logo Tenun Ikat Aflah menggunakan dua warna yaitu merah gelap (maroon) dan kuning keemasan (*gold*). Selain terkesan tradisional warna merah mengandung makna kuat, pantang menyerah. Sedangkan warna Kuning Keemasan (*gold*) diambil dari warna benang yang sering digunakan saat membuat kain

tenun baron yang memiliki makna kesuksesan, prestasi, dan kemewahan.

1. Graphic Standar Manual



Gambar 3.21 Desain Logo Tenun Ikat Aflah Jepara

(Sumber: Penulis, 2020)

2. *Clear Space*



Gambar : 3.22 Clear Space Logo Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis,2020)

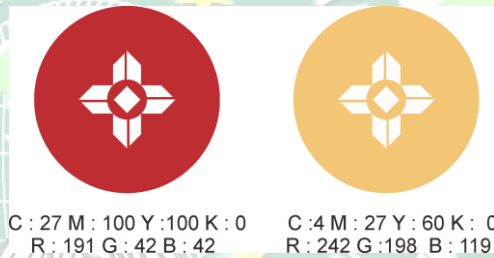
3. *Appearances and Secondary Logo*



Gambar 3.23 *Appearances and Secondary Logo*

(Sumber : Penulis, 2020)

4. *Colour Guide*



Gambar 3.24 *Color Guide Logo Tenun Ikat Aflah*

(Sumber : Penulis, 2020)

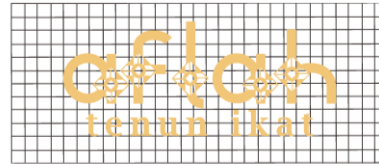
5. *Configuration*



Gambar 3.25 *Configuration Logo Tenun Ikat Aflah Jepara*

(Sumber : Penulis, 2020)

6. Grid System



Gambar 3.26 Grid System Logo Tenun Ikat Aflah Jeparo

(Sumber : Penulis, 2020)

7. Standar Ukuran



Gambar 3.27 Standar Ukuran Logo Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

8. Black & White



Gambar 3.28 Black & White Logo Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

9. *Typography*



Gambar 3.29 *Typography* Logo Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

3.9.2 Media Promosi Tenun Ikat Aflah Jepara

1. *Shoppingbag*

Shoppingbag merupakan media promosi yang berkaitan dengan dengan elemen desain yaitu warna,bentuk, tipografi,struktur,citra,material, dan elemen-elemen lain yang memuat informasi mengenai produk yang akan dipasarkan. Desain kemasan berfungsi sebagai pelindung, pembungkus, penyimpanan, dan pembeda dengan produk lainnya (Klimcuk, 2006:33).

a. Alasan Pemilihan Media

Kemasan merupakan salah satu media promosi yang berfungsi sebagai pembungkus produk. Penerapan desain kemasan dapat menambah daya tarik sekaligus sebagai pembeda dengan usaha yang sejenis. Kemasan yang maksud yaitu shopping bag.

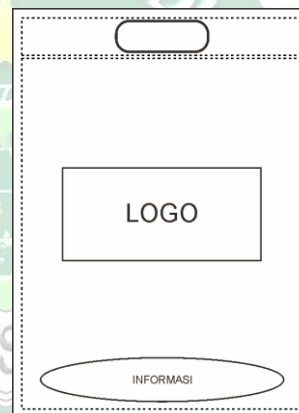
Shoppingbag dipilih karena tenun ikat aflah hanya menggunakan kantong plastik saja. Selain untuk promosi produk dengan menyertakan nama toko, alamat, kontak,

lokasi dan media sosial, *shoppingbag* juga dapat dijadikan souvenir bagi para pelanggan.

b. Konsep Desain

Konsep Desain Kemasan yang digunakan dalam perancangan ini adalah tema modern namun tetap ada unsur tradisionalnya dengan elemen grafis yang sesuai. Kemasan berupa tas berbahan spunbond berwarna merah maroon dengan perbatasan logo beserta identitas tenun ikat aflah yang berwarna putih.

c. Sketsa



Gambar 3.30 Sketsa *Shoppingbag* Tenun Ikat Jepara

(Sumber : Penulis, 2020)

2. Kartu Nama

Kartu Nama atau kartu bisnis adalah media informasi berbentuk kartu dengan ukuran tertentu yang berisi tentang informasi produk atau layanan jasa seseorang, lembaga, organisasi, maupun institusi, yang bersifat formal atau non formal. Sehingga melalui kartu nama orang dapat mengenal tentang home industri atau perusahaan. Umumnya kartu

nama berisi tentang logo terkait, kontak yang bisa dihubungkan serta alamat lengkap yang dapat dikunjungi.

a. Alasan Pemilihan Media

Kartu nama dinilai sangat efektif karena berisi tentang informasi yang singkat namun jelas tujuannya akan adanya kartu nama tersebut. Kartu nama untuk media promosi

Tenun Ikat Aflah Jepara berfungsi sebagai kontak hubungan informasi produk yang dijual oleh home industry Tenun Ikat Aflah di Jepara. Kartu nama simple dan mudah dibawa kemana-mana dengan informasi produk yang dipasarkan.

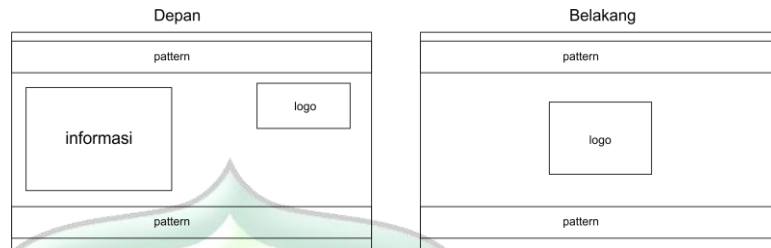
b. Konsep Desain

★ Konsep Desain kartu nama Tenun Ikat Aflah Jepara memiliki dua muka yang berbeda antara depan dan belakang sebagai warna dasar merah gelap (Maroon). Di bagian tengah disisipkan logo tenun ikat aflah yang berwarna *gold*/emas sebagai fokus utama desain di bagian depan.

Untuk bagian kedua lebih fokus kepada informasi yang disampaikan. Informasi pada bagian kedua berisi tentang Nomor WhatsApp, Alamat, dan Shopee dibagian kanan sedangkan logo Tenun Ikat Aflah dibesbelah kiri.

Kartu nama tenun ikat dibuat simple agar mudah dibaca, tidak terlalu banyak gambar, tidak menggunakan banyak menggunakan jenis huruf, dan pengaturan warna yang harmonis.

c. Sketsa Desain



Gambar 3.31 Sketsa Kartu Nama Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

3. Poster

Poster merupakan media promosi yang berisi informasi sebuah kegiatan atau iklan produk, dalam praktiknya poster dibuat dengan menarik.

a. Alasan Pemilihan Media

Poster dapat didesain dengan kata kata yang sederhana sehingga dengan melalui poster dapat menyampaikan pesan yang mudah diterima oleh *audience*.

Poster tenun ikat aflah digunakan untuk menarik para konsumen dan memberi tahu mereka agar tertarik intuk membeli produk dari tenun ikat aflah, Selain itu poster sangat mudah dilihat dan pesan bergambar merupakan sebuah iklan yang unik dan menarik.

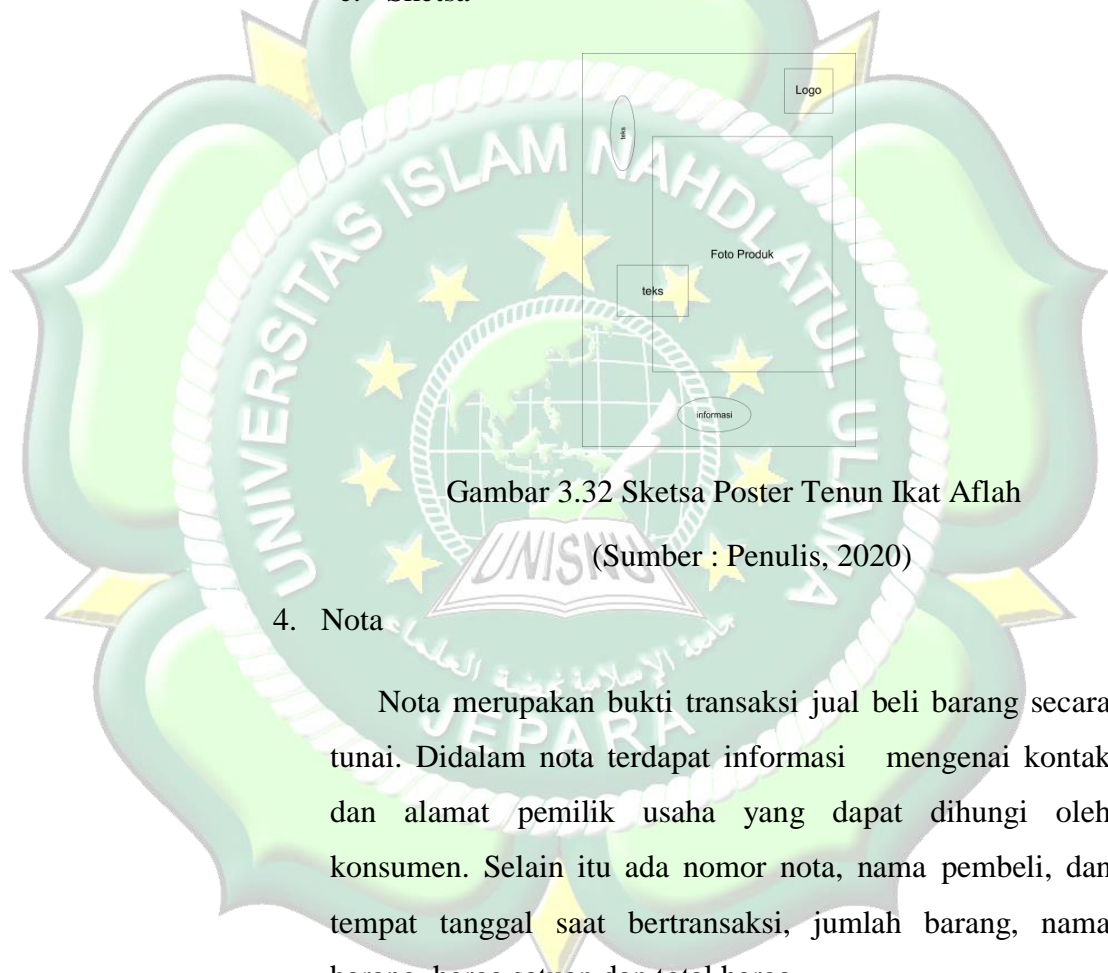
b. Konsep Desain Poster

Konsep Desain Poster menggunakan warna *background* merah maroon, dibagian kanan atas terdapat logo, bagian tengah terdapat foto salah satu

produk dari tenun ikat aflag, sedangkan bagian bawah terdapat informasi tentang tenun ikat aflag.

Dengan menggunakan banyak huruf yang menarik, model foto yang sedang menggunakan produk dari tenun ikat aflag diharapkan akan memberikan jangkauan pemasaran yang lebih luas lagi.

c. Sketsa



Gambar 3.32 Sketsa Poster Tenun Ikat Aflag

(Sumber : Penulis, 2020)

4. Nota

Nota merupakan bukti transaksi jual beli barang secara tunai. Didalam nota terdapat informasi mengenai kontak dan alamat pemilik usaha yang dapat dihungi oleh konsumen. Selain itu ada nomor nota, nama pembeli, dan tempat tanggal saat bertransaksi, jumlah barang, nama barang, harga satuan dan total harga.

a. Alasan Pemilihan Media

Nota merupakan media yang menjadi alat bukti suatu pembelian yang berisi mengenai informasi,

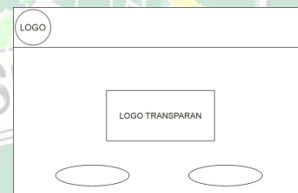
sekaligus sebagai media promosi produk perusahaan yaitu tenun ikat aflah.

Tenun ikat aflah belum menggunakan nota sebagai bukti pembayaran, tetapi nota sangatlah penting untuk dijadikan bukti para konsumen ketika barang yang dibeli kurang sesuai, dengan bukti pembayaran tersebut konsumen dapat mengajukan komplain.

b. Konsep Desain

Konsep desain dibagi menjadi tiga bagian. Bagian paling atas berisi logo tenun ikat aflah, informasi kontak dan alamat, kemudian tanggal, identitas pembeli dan nomor nota. Bagian tengah berisi kolom pembelian serta logo transparan. Dibagian bawah berisi nama penjual dan pembeli.

c. Sketsa



Gambar 3.33 Sketsa Faktur Penjualan Tenun Ikat Aflah

(Sumber : Penulis, 2020)

5. Label Hang Tag

Label Hang Tag merupakan salah satu media promosi yang dapat mempengaruhi calon pembeli karena adanya label yang mencolok dapat mencuri perhatian.

a. Alasan Pemilihan Media

Label pada kain dapat membedakan kain tenun ikat aflah dengan kain tenun sejenis yang lainnya, Selain itu

dengan adanya label dapat meminimalisir pemalsuan produk.

b. Konsep Desain

Konsep label pada tenun ikat aflagah berbentuk persegi panjang dengan dua muka depan dan belakang, bagian depan terdapat logo utama tenun ikat aflagah pada bagian kanan bawah dan di bagian belakang terdapat informasi media sosial dan lokasi tenun ikat aflagah. Warna pada label yakni merah maroon dan *gold/emas*.

c. Sketsa



Gambar 3.34 Sketsa Label Tenun Ikat Aflagah

(Sumber : Penulis, 2020)

6. Stiker

Stiker merupakan media informasi berupa lembaran kertas atau plastik yang dapat ditempelkan.

a. Alasan Pemilihan Media

Stiker dapat digunakan sebagai media promosi sebagai tanda pengenal suatu produk, lembaga, maupun sebuah acara. Pada perancangan promosi kain tenun ikat aflagah ini, stiker digunakan sebagai tanda pengenal,

tidak hanya itu stiker juga dijadikan sebagai *merchandise*.

b. Konsep Desain

Konsep desain stiker tenun ikat aflagah berbentuk persegi menampilkan logo sebagai gambar visual dengan penambahan ornamen motif cirikhas tenun ikat aflagah yakni cap kaki empat.

c. Sketsa



Gambar 3.35 Sketsa Stiker Tenun Ikat Aflagah

(Sumber : Penulis, 2020)

7. Kaos

Kaos merupakan pakaian yang dikenakan serupa oleh suatu anggota organisasi, Seragam juga sebagai suatu tanda pengenal serta pembeda antara sebuah lembaga dengan pihak lainnya. Kaos seragam tenun ikat aflagah digunakan oleh seluruh karyawan. Jenis pakaian kaos oblong dijadikan pilihan sebagai seragam, karena nyaman saat digunakan.

a. Alasan Pemilihan Media

Kaos dijadikan sebagai salah satu media promosi karena seragam yang dipakai oleh para karyawan dapat bermanfaat sebagai promosi media secara offline.

b. Konsep Desain

Konsep desain kaos seragam tenun ikat aflag mengedepankan identitas dan juga motif cirikhas tenun ikat aflag. Desain kaos dengan warna kain putih pada bagian depan memunculkan logo di area dada rata tengah.

c. Sketsa



Gambar 3.36 Sketsa Kaos Seragam Tenun Ikat Aflag
(Sumber : Penulis, 2020)

8. Instagram (Sosial Media Post)

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto ataupun video yang memungkinkan pengguna mengambil foto ataupun video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke jejaring sosial.

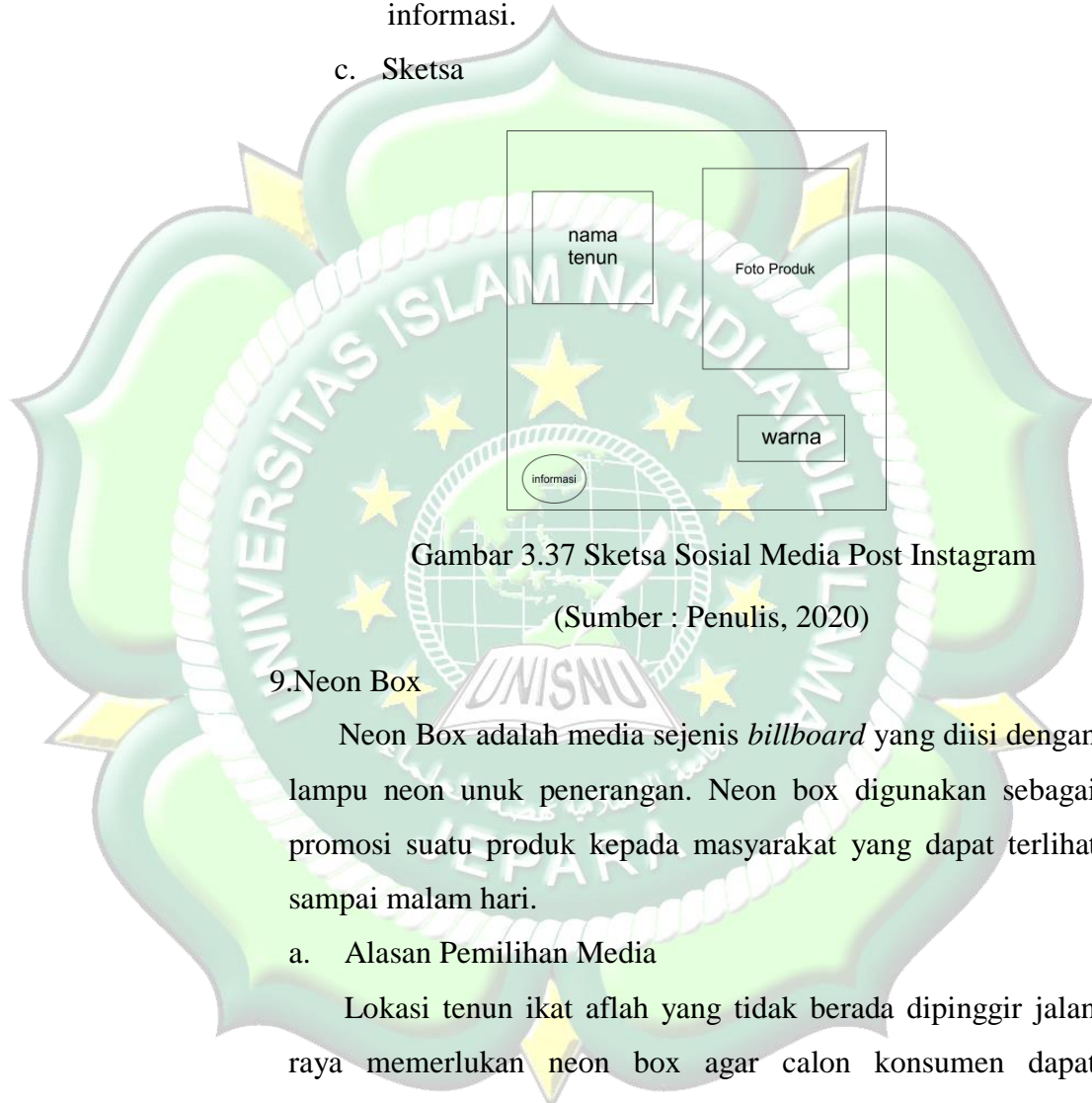
a. Alasan Pemilihan Media

Saat ini Instagram merupakan jejaring sosial yang banyak diminati, hanya dengan mengunggah foto dengan kualitas yang bagus sudah pasti banyak yang melihat dengan begitu Instagram sangat berperan penting untuk media promosi kain tenun ikat aflag supaya lebih dikenal.

b. Konsep Desain

Konsep media post Instagram tenun ikat aflag terdapat keterangan nama tenun, foto produk, dan warna produk, serta bagian paling bawah terdapat informasi.

c. Sketsa



Gambar 3.37 Sketsa Sosial Media Post Instagram

(Sumber : Penulis, 2020)

9. Neon Box

Neon Box adalah media sejenis *billboard* yang diisi dengan lampu neon untuk penerangan. Neon box digunakan sebagai promosi suatu produk kepada masyarakat yang dapat terlihat sampai malam hari.

a. Alasan Pemilihan Media

Lokasi tenun ikat aflag yang tidak berada dipinggir jalan raya memerlukan neon box agar calon konsumen dapat mengetahui lokasi baik siang maupun malam hari.

b. Konsep Desain

Neon box dibuat bersifat informative dengan disertakannya logo perusahaan, alamat, dan informasi media sosial tenun ikat

aflah. Desain neon box dibuat sederhana bertujuan agar fungsi petunjuk identitas perusahaan dapat tersampaikan dengan baik.

c. Sketsa Neon Box



Gambar 3.38 Sketsa Neon Box

(Sumber : Penulis, 2020)