

# Perancangan Visual Branding Dengan Pembuatan Desain Logo Dan Kemasan Sebagai Peningkatan Value Produk Batik Tulis Semboro

Iin Ervina<sup>1\*</sup>, Ayu Rahmawati<sup>1</sup>, Alivia Dewi Sandra<sup>1</sup>, M. Hamzah Bin Ali<sup>1</sup>, Surya Agung Prasetyo<sup>1</sup>, Yanuar Bagus Susanto<sup>1</sup>, Diah Ajeng Oktavilia<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Jember; [iinervina@unmuhjember.ac.id](mailto:iinervina@unmuhjember.ac.id)

DOI:

<https://doi.org/10.32528/jiwakerta.v3i2.9132>

\*Correspondensi: Iin Ervina

Email: [iinervina@unmuhjember.ac.id](mailto:iinervina@unmuhjember.ac.id)

Published: 30 Desember 2022



**Copyright:** © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Batik Semboro adalah batik motif jeruk Semboro menjadi bagian dari kreativitas dan inovasi para pengrajin batik Semboro. Batik Semboro ini dibuat oleh para pengrajin di enam desa yang ada di Kecamatan Semboro, yang produknya baru dirilis bulan Januari tahun 2021. Jeruk Semboro menjadi salah satu produk buah yang dikenal dari Kabupaten Jember. Usaha batik tulis semboro memiliki permasalahan dimana konsumen mengeluh mengenai jika kemasan dan juga logo tidak menarik dan mengikuti zaman. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat yaitu perancangan visual branding dengan pembuatan desain logo dan kemasan. Hasil dari perancangan visual branding berupa pembuatan desain logo dan kemasan dapat meningkatkan value produk batik tulis semboro yang merefleksikan nilai-nilai yang selaras dengan latar belakang dan visi-misi dilahirkannya batik tulis semboro.

**Keywords:** batik, semboro, pengabdian, masyarakat, pendidikan

**Abstract:** Semboro batik is a Semboro orange motif batik that is part of the creativity and innovation of the Semboro batik craftsmen. This Semboro Batik is made by craftsmen in six villages in Semboro District, whose products were only released in January 2021. Semboro oranges are one of the fruit products known from Jember Regency. Semboro batik business has a problem where consumers complain about if the packaging and logo are not attractive and keep up with the times. The method used in community service is visual branding design by making logo and packaging designs. The results of visual branding design in the form of making logo and packaging designs can increase the value of Semboro Batik Tulis which reflects values that are in harmony with the background and vision and mission of the birth of Semboro Batik.

**Keywords:** batik, semboro, community service, education

## Pendahuluan

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) yang merupakan warisan nenek moyang bangsa Indonesia sejak dahulu kala. Tradisi membatik merupakan warisan budaya turun tenurun sehingga jika motif itu dikenali, terkadang itu berasal dari suatu keluarga tertentu yang membuatnya. Wanita – wanita Jawa dimasa lalu menjadikan keterampilan mereka dalam membatik sebagai mata pencaharian sehingga dimasa lalu pekerjaan membatik adalah merupakan pekerjaan eksklusif wanita, semenjak industrialisasi dan globalisasi yang memperkenalkan teknik otomatisasi akhirnya jenis batik – batik dan motif motif baru

muncul dan dikenal sebagai batik cap atau batik cetak sementara batik tradisional yang produksinya dengan tulisan tangan menggunakan canting dan malam disebut batik tulis.

Batik Semboro adalah batik motif jeruk Semboro menjadi bagian dari kreativitas dan inovasi para pengrajin batik Semboro. Batik Semboro ini dibuat oleh para pengrajin di enam desa yang ada di Kecamatan Semboro, yang produknya baru dirilis. Jeruk Semboro menjadi salah satu produk buah yang dikenal dari Kabupaten Jember. Buah yang menjadi salah satu buah tangan dari Jember kini juga bisa dinikmati di atas kain dalam bentuk batik. Ide dari memperkenalkan ikon buah jeruk sebagai komoditas andalan Kecamatan Semboro, dimulai oleh Kepala Desa Semboro pada tahun 2021 tepatnya bulan Januari. Saat itu Pak Antoni selaku Kepala Desa Semboro tertarik mengembangkan inovasi motif batik jeruk Semboro, hingga kini ide tersebut diteruskan dan di kembangkannya. dari membuat batik tulis dengan motif jeruk ini, saat ini di desa Semboro sudah ada 30 UMKM yang bergerak menjadi pembatik dengan motif jeruk, dimana 6 diantaranya sudah menjadi pengrajin batik yang profesional. Tidak hanya mengangkat kearifan lokal di aplikasi media kain batik, batik tulis dengan motif jeruk ini juga sudah mulai di siapkan untuk dipatenkan ke Kemenkumham. Sehingga inovasi batik ini akan semakin menguatkan identitas dari kecamatan Semboro.

Produk batik tulis semboro belum memiliki logo sebagai identitas yang jelas. Dimana logo salah satu hal penting dalam suatu usaha sebagai ciri khas untuk membedakan produk yang dimiliki batik tulis semboro dengan batik tulis lainnya. Dalam hal branding, logo berperan penting untuk mencerminkan kualitas produk yang dipasarkan karena itu logo yang berkualitas mampu menarik minat masyarakat untuk lebih cepat mengakui sebuah produk dari usaha yang dijalankan. Banyaknya konsumen batik tulis semboro mengeluh bahwa produk hanya dikemas sederhana membuatnya kurang menarik yang mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian, selain itu kemasan tidak menggambarkan keistimewaan yang dimiliki batik tulis semboro.

(Puh et al., 2021) mengatakan value adalah perbandingan yang akan membedakan produk milik sendiri dengan produk sejenis milik kompetitor. Nilai produk bukan hanya sebatas pada materi yang bisa dihitung saja seperti harga, ukuran, berat dan lainnya namun juga mencakup bagaimana konsumen melihatnya. Dengan adanya perancangan visual branding mampu meningkatkan value produk batik tulis semboro dengan pembuatan logo dan kemasan yang menarik.

(Kwanda et al., 2018) mengatakan visual branding adalah bentuk visual suatu produk untuk membedakan brand milik sendiri dengan brand milik kompetitor, selain itu visual branding bertujuan untuk membangun image tentang brand suatu usaha pada pikiran masyarakat atau konsumen. Pelaku usaha batik tulis semboro menginginkan agar produk mereka lebih mudah dikenal masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun visual branding dengan pembuatan logo dan perbaikan kemasan batik tulis semboro serta meningkatkan value produk batik tulis semboro di mata konsumen. Selaras dengan tujuan KKN tematik edukasi wirausaha dalam bentuk pengembangan inovasi usaha, serta pemasaran produk usaha agar tetap bisa bertahan dan bangkit dari dampak masalah yang ditimbulkan dari pandemi Covid19 (Rintyarna et al., 2021).

## Metode

Dalam proses pembuatan sebuah desain logo dan kemasan langkah awal yang perlu dilakukan adalah menganalisa kebutuhan program. Kebutuhan-kebutuhan program antara lain dengan mendesain logo dan kemasan yang merefleksikan nilai-nilai yang selaras dengan latar belakang dan visi-misi dilahirkannya batik tulis semboro.

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat yaitu perancangan visual branding. Perancangan visual branding yang dimaksudkan adalah mendesain logo dan kemasan agar meningkatnya value dari batik tulis semboro. Dalam hal ini kami mengharapkan dengan adanya program perancangan visual branding berupa pembuatan logo dan perbaikan kemasan mampu membuat batik tulis semboro lebih dikenal masyarakat lebih luas serta dapat bersaing dengan kompetitor batik tulis lainnya.

Program ini melibatkan Ibu-ibu PKK selaku pemilik UMKM Batik Tulis Semboro.

- a. Langkah pertama yang kami lakukan adalah dengan melakukan survey dengan pelaku UMKM yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi.
- b. Langkah kedua, desain logo dan kemasan yang mempunyai nilai filsafat sesuai dengan latar belakang dan visi-misi batik tulis semboro.
- c. Langkah terakhir setelah desain selesai dibuat diharapkan dapat meningkatkan value batik tulis semboro sehingga siap dipasarkan secara online.

## Hasil dan Pembahasan



**Gambar 1. Logo Batik Tulis Semboro**

Untuk memperkenalkan produk batik tulis semboro kepada masyarakat maka diperlukan suatu logo yang memberikan pesan dan kesan yang ingin disampaikan. Pesan dan kesan harus merefleksikan nilai-nilai yang selaras dengan latar belakang dan visi-misi dilahirkannya batik tulis semboro.

Logo memberikan kesan lokal tapi tradisional tetapi tetap terlihat modern sehingga memberi ciri khas. Kesan lokal terlihat pada bentuk bulat berwarna orange yang melambangkan buah jeruk dimana buah ini merupakan simbol atau ikon dari Desa Semboro. Gambar tangan didalam lingkaran memiliki arti merangkul masyarakat Desa Semboro untuk lebih semangat dalam menghidupkan budaya lokal.

Palet warna yang digunakan pada logo untuk memberikan kesan sederhana, lokal tetapi ada unsur modern. Warna orange memberi kesan hangat, sederhana dan lokal. Tulisan Batik Jeruk Semboro diberi warna coklat karena warna ini lebih terasa halus dan tidak dominan. Warna coklat tidak terasa dominan tapi memberikan kesan alam dengan baik. Warna-warna tersebut diimbangi dengan warna abu muda sebagai warna latar sehingga terlihat lebih modern.



**Gambar 2. Desain Kemasan**

Desain yang digunakan untuk mengemas produk berbentuk persegi panjang. Pada bagian atas kemasan terdapat salah satu motif batik tulis semboro. Pada bagian samping kanan terdapat informasi kontak jika ingin melakukan pemesanan serta terdapat media sosial yang dimiliki batik tulis semboro. Pada bagian depan terdapat logo milik KKN Kelompok 36, hal ini untuk menunjukkan desain dibuat oleh mahasiswa KKN. Pada samping kiri kemasan terdapat logo UPPKS (Unit Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera) dan juga logo PKK Desa Semboro.

## **Simpulan**

Hasil dari perancangan visual branding berupa pembuatan desain logo dan kemasan dapat meningkatkan value produk batik tulis semboro yang merefleksikan nilai-nilai yang selaras dengan latar belakang dan visi-misi dilahirkannya batik tulis semboro. Pelaku usaha Batik Semboro dengan sangat antusias memberi saran apabila desain logo terdapat kekurangan. Dari kerjasama antara pelaku usaha dan peserta KKN Tematik kelompok 36 tercipta sebuah logo dan kemasan yang menarik dan inovasi. Masyarakat Desa Semboro hendaknya lebih mendukung potensi yang dimiliki Desa dengan belajar membatik hingga menjadi pengrajin batik yang profesional. Hal itu dapat menambah jumlah pengrajin batik di Desa Semboro, mengingat minimnya pengrajin batik yang profesional yang ada di Semboro.

## **Ucapan Terima Kasih**

Kelompok 36 KKN Tematik 2021 Universitas Muhammadiyah Jember mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, yang pertama kepada Allah SWT yang telah mem-

berikan kesehatan sehingga kita bisa menjalankan KKN Tematik ini dari awal hingga akhir dengan lancar. Yang kedua kepada Orang tua yang selalu memberikan dukungan dalam menjalankan KKN Tematik ini. Yang ketiga kepada Ibu Iin Ervina S.Psi. M.,Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang selalu memberikan dukungan, kritik dan saran demi kelancaran KKN Tematik 2021. Yang keempat kepada Bapak Antoni selaku Kepala Desa Semboro beserta Perangkat Desa Semboro yang menerima peserta KKN Tematik 2021 kelompok 36 dengan tangan terbuka dan memberikan fasilitas untuk menunjang kegiatan KKN. Yang terakhir kepada masyarakat Desa Semboro yang mendukung kegiatan yang dilaksanakan oleh peserta KKN kelompok 36.

### Daftar Pustaka

- Djawahir, F. S., Sulaiman, A. I., & Sugito, T. (2019). Pengembangan Usaha Batik Berbasis Kearifan Lokal. *Pengembangan Sumber Daya Perdesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan*, IX, 205–217. <http://jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/Prosiding/article/view/1111>
- Eskani, I. N., Haerudin, A., Setiawan, J., Lestari, D. W., & Astuti, W. (2019). Batik Fungsional Sebagai Salah Satu Strategi Pengembangan Industri Batik Dalam Memasuki Era Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik 2019*, 1–12. <https://proceeding.batik.go.id/index.php/SNBK/article/view/17/14>
- HS, S. P., Hasanah, R. U., Nurhasanah, & Lesmana, D. (2020). PENGEMBANGAN DAN PELESTARIAN EB BATIK DI ERA MODERN. In *Pengembangan dan pelestarian EB Batik Di Era Modern* (p. 10).
- Kwanda, C., Hagijanto, A. D., Dian, B., Maer, A., & Petra, U. K. (2018). Perancangan Visual Branding Sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto di Surabaya. 1–10.
- Listiyaningrum, A., Rustiana, A., & Saeroji, A. (2020). Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan. *Business and Accounting Education Journal*, 1(1), 27–42.
- Mahmudi, M., Widodo, A. S., Iriany, A., & ... (2020). Pengembangan Produk Unggulan Desa (Keripik Pisang dan Inisiasi Industri Batik Motif Natuna) di Pengadaha Kabupaten Natuna. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 362–368. <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/download/1686/1544>
- Puhi, sri rahayu dj., Wolok, T., & Abdussamad, zulfia k. (2021). Pengaruh Variasi Produk Value Plus Terhadap Beli Konsumen Di Hypermart Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 13–20.

- Rahmawati, E. I., & Lailia, F. (2020). Pengembangan Usaha Batik Pada Ibu PKK Di Desa Sebanen Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. *JIWAKERTA: Jurnal Ilmiah Wawasan Kuliah Kerja Nyata*, 01(02), 52–55.
- Rintyarna, B. S., Hidayat, C. T., Nursyamsiyah, S., & Jalil, A. (2021). *Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata:(KKN Tematik COVID-19)* Universitas Muhammadiyah Jember. UM Jember Press.
- Saptianing, Setiawan, A., Astuti, R. D., & Utami, R. R. B. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dan Pengembangan Kampung Tematik Di Kelurahan Pedalangan Melalui Pengembangan Batik Dengan Teknik Ecoprint Dengan Menggunakan Limbah Besi Dan Pewarna Alami. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Polines*, 3, 1128–1138.
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., Simbolon, T. G. Y., & Kinasih, A. T. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1), 79–92. <https://doi.org/10.22322/dkb.v37i1.5945>
- Suharwati, S. I. (2019). Pengembangan Industri Batik Tulis Sebagai Potensi Daerah ( Studi Kasus Di Desa Klampar Kabupaten Pamekasan). *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.18860/jpips.v6i1.7822>