

## **BAB III**

### **METODE PENGKARYAAN**

#### **3.1 Klien Karya Bidang**

UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut yang berada di Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap.

#### **3.2 Profil Klien**

UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang kerajinan batik tulis dengan ciri khas pewarna alami. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2017 dan berlokasi di Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap. Kehadiran UMKM ini tidak hanya sebagai pelaku industri kreatif, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya masyarakat pesisir Kampung Laut. Keunikan utama Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut terletak pada penggunaan pewarna alami yang berasal dari batang pohon mangrove. Pemanfaatan bahan alami tersebut menjadikan produk batik yang dihasilkan lebih ramah lingkungan serta memiliki karakter warna yang khas dan berbeda dari batik pada umumnya. Selain itu, setiap motif yang diciptakan terinspirasi langsung dari kondisi lingkungan sekitar, seperti hutan mangrove, perairan Segara Anakan, aktivitas nelayan, hingga keberadaan biota laut seperti udang dan kepiting. Motif-motif tersebut tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mengandung makna filosofis yang merepresentasikan kearifan lokal serta hubungan erat antara masyarakat pesisir dengan lingkungan alamnya. Sejak awal berdiri hingga tahun 2024, UMKM ini telah mendapatkan pendampingan dari PT Pertamina yang berfokus pada peningkatan keterampilan produksi serta pengembangan proses membatik. Program pendampingan tersebut memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kualitas produk dan kapasitas perajin. Namun, setelah berakhirnya masa pendampingan, Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut menghadapi tantangan dalam mengelola pengembangan usaha secara mandiri. Salah satu aspek yang belum mendapatkan perhatian optimal adalah penguatan dan pembentukan

*brand identity* sebagai upaya memperkuat posisi usaha di pasar. Meskipun demikian, Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut tetap memiliki potensi besar untuk berkembang. Dengan keunikan motif berbasis lingkungan dan penggunaan pewarna alami, UMKM ini memiliki diferensiasi yang kuat dibandingkan produk batik lainnya.

### **3.3 Target Pasar**

Target primer Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut adalah masyarakat Kabupaten Cilacap dengan rentang usia 25 hingga 65 tahun. Rentang usia tersebut termasuk dalam kategori usia produktif dan matang secara ekonomi, sehingga memiliki daya beli serta pertimbangan rasional dalam memilih produk, khususnya produk kerajinan seperti batik. Selain itu, kelompok usia ini umumnya memiliki ketertarikan terhadap produk yang mengandung nilai budaya dan kearifan lokal, serta menggunakan batik untuk berbagai kebutuhan seperti acara formal, kegiatan pemerintahan, kegiatan sosial, maupun koleksi pribadi. Berdasarkan karakteristik produk yang mengusung konsep ramah lingkungan melalui penggunaan pewarna alami dari batang mangrove serta motif yang merepresentasikan identitas wilayah Kampung Laut, target utama ini dinilai relevan karena cenderung memiliki kesadaran terhadap produk lokal dan nilai keberlanjutan (*sustainability*). Oleh karena itu, masyarakat Kabupaten Cilacap usia 25–65 tahun menjadi sasaran utama dalam upaya *peningkatan brand awareness* dan penguatan *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. Sementara itu, target sekunder Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut adalah instansi pemerintahan, sekolah, komunitas budaya, serta toko batik di wilayah Kabupaten Cilacap. Instansi pemerintahan dan lembaga pendidikan berpotensi menjadi pasar karena penggunaan batik sering dijadikan seragam resmi maupun pakaian pada hari tertentu. Selain itu, toko batik juga berpotensi menjadi mitra distribusi yang strategis dalam memperluas jangkauan pasar. Melalui kerja sama tersebut, produk batik dapat lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan konsumen dan meningkatkan visibilitas merek.

### 3.4 Konsep Karya

Konsep karya dalam proyek tugas akhir ini adalah pembuatan *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut yang meliputi logo dan tagline yang direalisasikan pada desain kemasan *Sliding Box*, kemasan *Paper bag*, banner dan *feeds* instagram. Produksi ini bertujuan untuk membangun citra merek yang kuat, memperjelas *positioning* sebagai batik berbasis pewarna alami mangrove, serta meningkatkan *brand awareness* di Kabupaten Cilacap. Perancangan logo menggunakan elemen visual yang merepresentasikan karakter khas produk, hutan mangrove, perairan Segara Anakan, aktivitas nelayan, serta ornamen biota laut seperti udang dan kepiting. Pemilihan warna dalam logo mengacu pada warna alami yang dihasilkan dari batang mangrove, dengan dominasi warna coklat dalam berbagai tingkatan gradasinya. Variasi nuansa coklat tersebut dipilih untuk menegaskan konsep ramah lingkungan, kedekatan dengan alam, serta merepresentasikan kearifan lokal yang menjadi identitas utama. Tagline dirancang menggunakan kalimat yang sederhana, mudah diingat, dan mencerminkan identitas pesisir serta nilai keberlanjutan, sehingga mampu memperkuat pesan bahwa Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut merupakan produk batik khas yang lahir dari harmoni antara budaya dan alam. Implementasi *brand identity* diterapkan pada berbagai media pendukung, antara lain desain kemasan *Sliding Box*, kemasan *Paper bag*, Kartu Instruksi Perawatan, banner dan *feeds* instagram. Informasi yang dicantumkan pada desain kemasan meliputi logo, nama merek, tagline, alamat produksi di Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap, kontak pemesanan, cara merawat batik, serta *fun fact* mengenai batik mangrove. Sedangkan informasi dalam banner mencakup logo, nama merek, tagline, alamat serta informasi kontak dan media sosial instagram. Melalui perancangan ini diharapkan Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut memiliki identitas visual yang konsisten, profesional, dan mampu memperkuat citra sebagai batik khas pesisir Cilacap yang ramah lingkungan serta berakar pada budaya lokal.

### **3.5 Jenis Karya**

Jenis karya yang akan dibuat penulis dalam tugas akhir ini adalah produksi *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut dalam bentuk logo, tagline, serta sistem identitas visual yang terintegrasi. Produksi ini bertujuan untuk membangun citra merek yang kuat, profesional, dan mencerminkan karakter khas batik berbasis pewarna alami mangrove. *Brand identity* tersebut akan diwujudkan dalam bentuk visual utama berupa logo sebagai simbol identitas merek dan tagline sebagai penguat pesan serta nilai yang diusung. Selain itu, identitas visual akan diaplikasikan pada beberapa media cetak seperti kemasan *Sliding Box*, kemasan *Paper bag*, Kartu Instruksi Perawatan dan banner serta media promosi digital seperti *feeds* instagram guna menciptakan konsistensi tampilan serta meningkatkan daya ingat masyarakat terhadap merek Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.

#### **3.5.1 Logo**

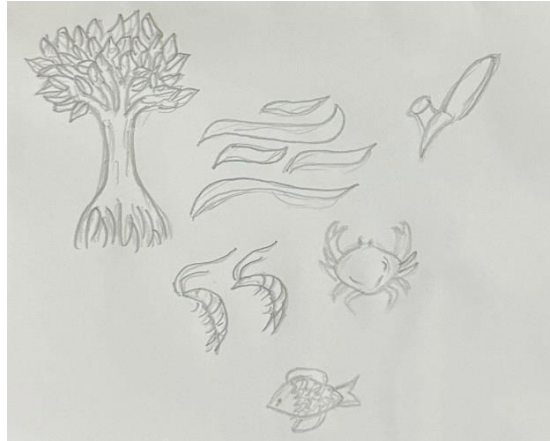
Logo merupakan identitas visual yang merepresentasikan nilai serta tujuan dari sebuah usaha. Karena menjadi elemen pertama yang dilihat oleh konsumen, logo memiliki peran vital dalam memperkenalkan produk atau layanan. Desain logo yang unik mampu merefleksikan visi bisnis secara jelas, memudahkan konsumen mengenali merek, menciptakan kesan mendalam, membangun kepercayaan, serta membedakan produk dari kompetitor. Pada tahap penciptaan logo terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh penulis, yakni pembuatan sketsa, digitalisasi elemen, penyusunan komposisi logo, dan pemilihan logo oleh klien.

##### **1. Tahap Penciptaan Logo**

###### **a. Pembuatan Sketsa Awal Elemen**

Tahap awal penciptaan dilakukan melalui eksplorasi visual dalam bentuk sketsa manual. Proses ini bertujuan untuk menuangkan gagasan konseptual ke dalam bentuk visual secara bebas sebelum memasuki tahap digitalisasi. Pada tahap ini, penulis menggambar berbagai kemungkinan komposisi elemen seperti pohon

mangrove, alur sungai, biota laut, serta elemen canting. Sketsa dilakukan di atas kertas untuk memudahkan dalam menentukan bentuk, proporsi, keseimbangan visual, dan hubungan antar elemen.



**Gambar 3. 1** Sketsa Kasar Elemen Logo

*(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)*

Pada tahap ini, penulis menggambar berbagai kemungkinan komposisi elemen seperti pohon mangrove, alur sungai, biota laut, serta elemen canting. Sketsa dilakukan di atas kertas untuk memudahkan dalam menentukan bentuk, proporsi, keseimbangan visual, dan hubungan antar elemen.

b. Digitalisasi Elemen

Tahap digitalisasi elemen dilakukan dengan mengubah sketsa awal menjadi bentuk digital agar tampil lebih rapi dan jelas. Proses ini dilakukan dengan menggambar ulang setiap elemen menggunakan aplikasi Adobe Illustrator berdasarkan sketsa yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini, bentuk garis dan detail dari setiap elemen diperjelas sehingga menghasilkan tampilan yang lebih bersih dan mudah digunakan dalam proses desain.



**Gambar 3. 2** Digitalisasi Elemen Logo

*(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)*

Elemen yang didigitalisasi meliputi pohon mangrove, aliran air, udang, kepiting, ikan, serta cacing. Masing-masing elemen dibuat secara terpisah agar lebih mudah diatur dan digunakan kembali pada berbagai kebutuhan desain. Hasil digitalisasi ini kemudian menjadi elemen visual yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan identitas visual serta media pendukung lainnya.

Berikut adalah penjelasan elemen yang dipilih:

1) Pohon Mangrove

Melambangkan bahan baku utama pewarna alami batik serta representasi ekosistem khas Kampung Laut, Cilacap.

2) Alur Sungai Segara Anakan dan Gelombang Air

Merepresentasikan kondisi geografis Kampung Laut yang dikelilingi perairan Segara Anakan. Elemen ini juga menyimbolkan aliran kehidupan, dinamika, serta hubungan erat antara manusia dan alam.

3) Udang, Kepiting, dan Ikan

Elemen ini dipilih karena merupakan biota khas ekosistem mangrove. Elemen ini melambangkan kekayaan sumber daya alam sekaligus konsep

keberlanjutan dan keseimbangan ekosistem.

#### 4) Elemen Canting

Canting sebagai alat utama dalam membatik disisipkan dalam komposisi logo untuk menegaskan identitas produk sebagai karya budaya tradisional yang otentik. Elemen ini menjadi penghubung antara aspek alam dan aspek budaya.

#### c. Penyusunan Desain Logo Awal

Setelah proses digitalisasi elemen selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah penyusunan desain logo awal. Pada tahap ini, elemen-elemen visual yang telah didigitalisasi kemudian disusun menjadi sebuah komposisi logo yang utuh menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Penyusunan dilakukan dengan mempertimbangkan prinsip desain seperti keseimbangan, proporsi, kesederhanaan, serta keterbacaan bentuk agar logo dapat terlihat jelas dan mudah dikenali. Setiap elemen yang telah dibuat sebelumnya kemudian diatur posisinya sehingga membentuk struktur visual yang harmonis dan mampu merepresentasikan karakter dari Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.



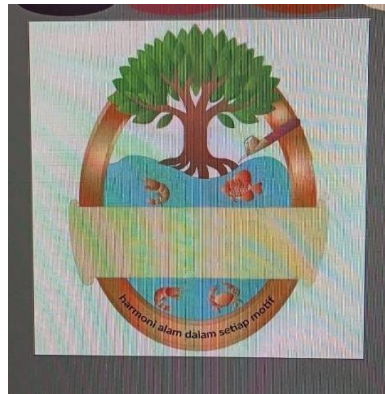
**Gambar 3. 3** Penyusunan Desain Logo Awal

*(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)*

Tahap ini menghasilkan beberapa alternatif komposisi desain logo awal yang selanjutnya akan dikembangkan pada proses berikutnya.

d. Pewarnaan Desain Logo

Tahap berikutnya adalah proses pewarnaan desain logo yang juga dilakukan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Pewarnaan dilakukan dengan tujuan untuk memberikan identitas visual yang lebih kuat serta meningkatkan daya tarik logo. Warna-warna yang digunakan kemudian diaplikasikan pada setiap elemen logo secara digital sehingga menghasilkan tampilan yang lebih hidup, menarik, dan mudah dikenali oleh masyarakat maupun calon konsumen. Selain itu, pemilihan kombinasi warna juga memperhatikan keserasian antar elemen agar logo tetap terlihat seimbang dan konsisten.



**Gambar 3. 4** Pewarnaan Desain Logo

*(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)*

Pemilihan warna didasarkan pada konsep yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu menyesuaikan dengan karakter batik mangrove serta lingkungan pesisir yang menjadi ciri khas daerah Kampung Laut. Warna hijau pada elemen daun mangrove melambangkan kelestarian, kehidupan, dan harapan terhadap keberlanjutan lingkungan. Warna coklat pada lingkaran luar merepresentasikan kekuatan, ketahanan, serta keterikatan dengan

alam. Sementara itu, warna biru pada air menggambarkan ketenangan, keseimbangan, dan kedekatan dengan ekosistem pesisir. Penggunaan warna oranye pada elemen biota laut seperti udang, ikan, dan kepiting melambangkan semangat, kreativitas, serta potensi ekonomi masyarakat pesisir. Kombinasi warna-warna tersebut menciptakan harmoni visual yang selaras dengan filosofi tagline “harmoni alam dalam setiap motif” yang diusung.

e. Penambahan Font Logo

Setelah proses pewarnaan selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah penambahan teks atau nama merek pada logo. Proses ini dilakukan menggunakan aplikasi Canva.



**Gambar 3.5** Penambahan Font Logo

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Tipografi yang digunakan memiliki makna tersendiri, yaitu *font Cinzel Decorative* pada kata “Batik Mangrove” yang memberikan kesan klasik, kuat, dan berwibawa sebagai identitas utama, *font Alice* pada kata “Mekar Canting” yang menampilkan kesan elegan dan berkembang, *font Caitlin* pada kata “Kampung Laut” yang memberikan nuansa personal, lokal, dan autentik, serta *font Glacial Indifference* pada tagline “Harmoni Alam dalam Setiap Motif” yang bersifat modern dan mudah dibaca sebagai penegas pesan. Secara keseluruhan, logo ini menggambarkan bahwa Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut merupakan karya batik yang lahir dari perpaduan antara kekayaan alam

mangrove, kehidupan masyarakat pesisir, dan nilai budaya yang diwujudkan dalam setiap motifnya.

Pada tahap ini, teks nama Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut kemudian diposisikan secara seimbang dengan elemen visual logo sehingga membentuk satu kesatuan desain yang harmonis. Selain itu, ukuran dan penempatan huruf juga disesuaikan agar tetap mudah dibaca dan tidak mengganggu elemen visual lainnya.

f. *Finishing* Desain Logo

Tahap terakhir dalam proses penciptaan logo adalah tahap *finishing* desain logo. Pada tahap ini dilakukan pengecekan kembali terhadap keseluruhan elemen desain yang telah dibuat, mulai dari komposisi bentuk, warna, hingga tipografi yang digunakan. Proses *finishing* bertujuan untuk memastikan bahwa logo telah memiliki tampilan yang rapi, proporsional, serta konsisten secara visual. Beberapa penyesuaian kecil juga dilakukan apabila ditemukan elemen yang kurang seimbang atau kurang jelas. Setelah seluruh proses penyempurnaan selesai, desain logo kemudian disimpan dalam beberapa format file yang berbeda agar dapat digunakan pada berbagai media promosi dan kebutuhan branding Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.



**Gambar 3. 6** *Finishing* Desain Logo

(Sumber: Desain Penulis 2026)

Filosofi dari logo Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut merepresentasikan harmoni antara alam, manusia, dan budaya pesisir yang menjadi identitas utama daerah tersebut. Elemen pohon mangrove yang ditempatkan di bagian atas melambangkan sumber kehidupan, kekuatan, serta inspirasi utama masyarakat Kampung Laut, sekaligus menunjukkan bahwa alam menjadi fondasi dari setiap proses kreatif. Di bagian tengah hingga bawah, terdapat air laut beserta biota seperti ikan, udang, dan kepiting yang menggambarkan kekayaan alam serta kehidupan masyarakat pesisir yang bergantung pada hasil laut. Canting yang diletakkan di sisi pohon melambangkan proses membatik sebagai wujud keterampilan dan kreativitas manusia dalam mengolah inspirasi dari alam menjadi karya seni, dengan posisi yang menunjukkan adanya hubungan langsung antara alam dan proses penciptaan. Bentuk lingkaran pada logo mencerminkan kesatuan dan kesinambungan, sedangkan pita di tengah menjadi pusat perhatian yang menegaskan identitas brand.

### 3.5.2 *Tagline*

Tagline merupakan pernyataan singkat yang digunakan oleh suatu merek untuk menyampaikan pesan utama kepada audiens secara ringkas dan mudah diingat. Dalam elemen *brand identity*, tagline menjadi bagian dari komunikasi verbal yang berperan dalam memperkuat karakter brand serta membantu membangun kesan tertentu di benak konsumen. Pada proses perancangannya, tagline dirumuskan dengan mempertimbangkan ciri khas dan nilai yang ingin ditonjolkan dari produk. Tagline yang dipilih dalam perancangan ini adalah **“Harmoni Alam dalam Setiap Motif”**.

Filosofi tagline tersebut mencerminkan keselarasan antara alam, manusia, dan proses kreatif yang menjadi dasar terbentuknya Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. Kata harmoni menggambarkan keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian alam, sementara alam menegaskan bahwa seluruh inspirasi motif berasal dari lingkungan Kampung Laut seperti

mangrove dan biota pesisir. Frasa dalam setiap motif menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak hanya menjadi konsep, tetapi diwujudkan secara nyata dalam setiap desain batik yang dihasilkan, di mana setiap pola memiliki makna dan keterkaitan dengan kehidupan serta kearifan lokal. Secara keseluruhan, tagline ini menegaskan bahwa setiap karya batik bukan sekadar produk estetis, melainkan representasi hubungan yang selaras antara manusia dan alam yang terus dijaga keberlanjutannya.

### **3.6 Implementasi *Brand Identity***

Tahap implementasi *brand identity* dilakukan dengan mengaplikasikan konsep yang telah dirancang ke dalam berbagai media yang digunakan oleh produk. Elemen identitas berupa logo dan tagline kemudian diwujudkan pada media kemasan *Sliding Box*, kemasan *Paper bag*, Kartu Instruksi Perawatan, banner serta *feeds* instagram. Penggunaan media tersebut bertujuan untuk menampilkan *brand identity* secara lebih jelas sekaligus meningkatkan nilai visual agar produk lebih menarik perhatian.

#### **1. Kemasan *Sliding Box***

Kemasan *Sliding Box* merupakan kemasan yang dirancang untuk produk tekstil seperti batik. Kemasan *Sliding Box* ini berbentuk kotak persegi panjang dengan sistem buka-tutup geser yang terdiri dari dua bagian, yaitu *sleeve* (bagian luar) dan *inner box* (bagian dalam). Desain tersebut dapat melindungi kain batik dari debu, kotoran, serta potensi kerusakan selama proses penyimpanan dan distribusi. Selain itu, kemasan *Sliding Box* juga membuat tampilan produk menjadi lebih rapi dan menarik saat diterima oleh konsumen.

Dalam proses pembuatannya, kemasan *Sliding Box* menggunakan kertas karton sebagai bahan utama. Bagian luar kemasan menggunakan kertas karton yang dicetak dengan desain produk dan dilapisi laminasi *doff* (matte) agar permukaannya terlihat lebih halus serta membantu melindungi hasil cetakan. Sementara itu, bagian dalam kemasan menggunakan karton berwarna putih yang

berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk. Kemasan *Sliding Box* ini memiliki ukuran sekitar 25 cm × 11 cm × 8 cm, sehingga cukup untuk menyimpan satu kain batik mangrove secara rapi.

a. Detail Desain Depan (Atas) Kemasan *Sliding Box*



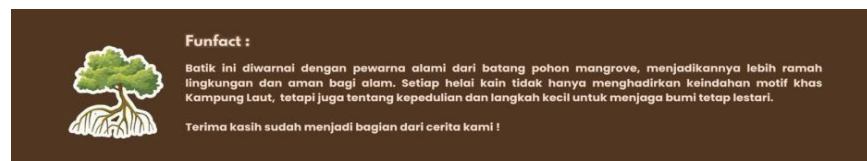
**Gambar 3. 7** Desain Depan (Atas) Kemasan *Sliding Box*

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Bagian depan kemasan menampilkan elemen-elemen visual utama yang mempertegas identitas merek secara profesional:

- 1) Logo Batik Mangrove Mekar Canting : Diletakkan secara proporsional sebagai identitas visual usaha.
- 2) Nama Merek : "Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut" sebagai penegas brand.
- 3) Tagline : "Harmoni Alam dalam Setiap Motif"

b. Detail Desain Samping Kanan Kemasan *Sliding Box*



**Gambar 3. 8** Desain Samping Kanan Kemasan *Sliding Box*

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Pada bagian samping kiri kemasan, terdapat informasi kontak pemesanan 081391690572 (Sodikin) dan media sosial instagram @batikmekarcantingclp.

c. Detail Desain Samping Kiri Kemasan *Sliding Box*



**Gambar 3. 9** Desain Samping Kiri Kemasan *Sliding Box*

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Pada bagian samping kanan kemasan, terdapat alamat produksi Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap. Alamat tersebut berfungsi untuk memperkuat tempat pembuatan atau produksi Batik Mangrove Mekar Canting.

**2. Kartu Instruksi Perawatan**



**Gambar 3. 10** Kartu Instruksi Perawatan

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Kartu instruksi perawatan berisi informasi singkat mengenai cara merawat Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut agar warna dan motif tetap terjaga. Informasi yang disampaikan meliputi anjuran

mencuci batik dengan tangan menggunakan air dingin dan deterjen yang lembut, menghindari perendaman terlalu lama, menjemur di tempat teduh, serta menyetrika dengan suhu rendah. Kartu ini kemudian dimasukkan ke dalam kemasan *Sliding Box* sebagai media informasi tambahan bagi konsumen mengenai cara perawatan batik yang benar.

### 3. Kemasan *Paper Bag*

Selain menggunakan kemasan *Sliding Box*, produk Batik Mangrove Mekar Canting juga dilengkapi dengan *paper bag* sebagai kemasan tambahan yang berfungsi untuk memudahkan konsumen saat membawa produk. *Paper bag* dibuat menggunakan kertas *craft* berwarna coklat yang memberikan kesan sederhana, alami, dan ramah lingkungan. Pada bagian depan *paper bag* terdapat desain yang menampilkan nama produk “Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut”, tagline “Harmoni Alam dalam Setiap Motif”, logo yang menggambarkan pohon mangrove sebagai identitas produk, serta informasi kontak dan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemesanan bagi konsumen. Desain tersebut bertujuan untuk memperkuat citra produk sekaligus memperkenalkan batik mangrove kepada konsumen.

*Paper bag* ini tersedia dalam dua ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan pembelian produk, yaitu ukuran pertama dengan dimensi panjang 20 cm, lebar 10 cm, dan tinggi 30 cm yang digunakan untuk kemasan 1 produk batik, serta *paper bag* kedua dengan ukuran panjang 32 cm, lebar 12 cm, dan tinggi 32,5 cm yang dapat digunakan untuk menampung 2 hingga 3 produk batik. Adanya variasi ukuran ini diharapkan dapat memberikan fleksibilitas bagi konsumen sekaligus meningkatkan kenyamanan dalam membawa produk.



**Gambar 3. 11** Kemasan *Paper bag*

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Selain sebagai wadah untuk membawa produk, *paper bag* juga memiliki fungsi sebagai media identitas dan promosi karena memuat nama merek dan visual yang berkaitan dengan batik mangrove. Dengan adanya *paper bag* ini, kemasan produk menjadi lebih lengkap, mudah dibawa, serta memiliki nilai estetika yang lebih baik.

#### 4. Banner

Banner dirancang menggunakan aplikasi Canva dengan memanfaatkan elemen visual yang telah disesuaikan dengan *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut, seperti penggunaan logo, warna, dan tipografi. Banner ini kemudian akan ditempatkan di lokasi produksi sebagai penanda sekaligus media informasi bagi masyarakat dan pengunjung agar lebih mudah mengenali serta mengetahui keberadaan tempat produksi Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.

Banner dibuat dengan ukuran 300 x 175 cm yang telah disesuaikan dengan ketersediaan ruang kosong di bagian depan tempat produksi batik, sehingga penempatannya terlihat proporsional dan mudah terlihat dari kejauhan. Dengan ukuran tersebut, informasi yang ditampilkan pada banner tetap terbaca dengan jelas sekaligus mampu

menarik perhatian masyarakat sekitar maupun pengunjung yang melintas.



**Gambar 3. 12** Banner

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

**Banner berisi :**

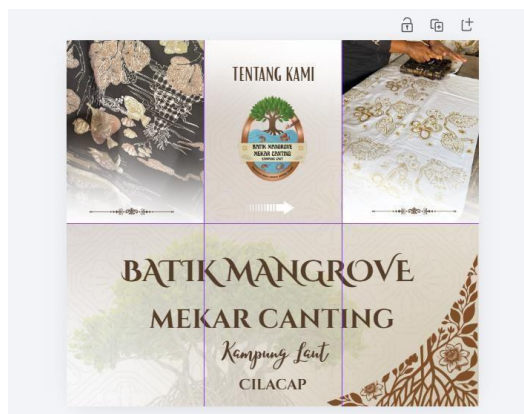
- a. Logo Batik Mangrove : Logo UMKM Batik Mangrove Mekar Canting diletakkan di tengah atas sebagai identitas visual utama merek dan *highlight*.
- b. Teks Nama Merek : Di bawah logo, teks "Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut" diletakkan dengan *font cinzel decorative* berwarna coklat tua dengan kode warna #804d29.
- c. Tagline : "Harmoni Alam Dalam Setiap Motif" diletakkan di bawah nama merek Batik Mangrove Mekar Canting dengan *font trochut* dan warna yang sama dengan nama merek.
- d. Alamat Produksi : Alamat Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap diletakkan dibawah tagline dengan *font league spartan* dan warna yang sama seperti nama merek dan tagline.
- e. Kontak dan Media Sosial : Di bagian paling bawah, terdapat informasi kontak pemesanan 081391690572 (Sodikin) dan media sosial instagram @batikmangrove\_mekarcanting dengan *font league spartan*.

**5. Feeds Instagram**

*Feeds* Instagram dibuat untuk mengisi akun Instagram baru Batik Mangrove Mekar Canting karena akun sebelumnya sudah tidak aktif sejak tahun 2022. Instagram dipilih sebagai media karena merupakan

salah satu platform yang banyak digunakan masyarakat dan efektif untuk menampilkan konten visual. Konten yang ditampilkan pada *feeds* berisi pengenalan singkat mengenai Batik Mangrove Mekar Canting, seperti keunikan penggunaan pewarna alami dari mangrove dan gambaran umum mengenai produk batik yang dihasilkan. Desain *feeds* dibuat menggunakan aplikasi Canva dengan memanfaatkan berbagai template dan elemen visual agar tampilan konten terlihat menarik, rapi, dan mudah dipahami. Selain sebagai media pengenalan, akun Instagram ini juga berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus media pemesanan produk bagi konsumen.




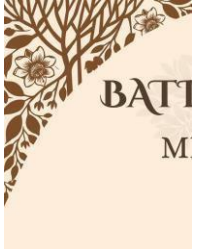
Konten yang dipublikasikan meliputi pengenalan motif batik tulis, profil UMKM melalui konten “Tentang Kami”, pengenalan motif batik cap, serta beberapa unggahan berbentuk *carousel* yang berisi informasi mengenai identitas merek, karakteristik produk, dan nilai-nilai yang diusung oleh Batik Mangrove Mekar Canting. Variasi jenis konten tersebut bertujuan untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik, sistematis, dan mudah dipahami oleh audiens, sekaligus menciptakan tampilan *feeds* yang konsisten.





**Gambar 3. 13** Feeds Instagram

(Sumber: Desain oleh Penulis, 2026)

Tabel 3.1 *Standard Sequence Guide*

No.	Judul	Isi	Dokumentasi
1.	Batik Tulis	Contoh Motif Batik Tulis	
2.	Tentang Kami	Pengenalan Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut	
3.	Batik Cap	Contoh Motif Batik Cap	
4.	Caraousel Batik Mangrove Mekar Canting	Caraousel Mangrove Canting	

5.	Carousel Mangrove Canting	Batik Mekar	Caraousel Mangrove Canting	Batik Mekar	
6.	Carousel Mangrove Canting	Batik Mekar	Caraousel Mangrove Canting	Batik Mekar	

(Sumber: Penulis, 2026)

### 3.7 Tahap Penciptaan Karya

Pada tahap penciptaan karya terdapat beberapa tahapan, yaitu tahapan pra produksi, tahapan produksi, dan tahapan pasca produksi. Dengan adanya tahapan ini, penulis dapat merancang *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut secara terstruktur guna meningkatkan *brand awareness* serta memperkuat citra sebagai batik khas pesisir berbasis pewarna alami mangrove.

#### 3.7.1 Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan proses awal yang dilakukan penulis untuk merancang serta menganalisis kebutuhan penciptaan *brand identity*. Pada tahap ini, penulis melakukan riset data, identifikasi masalah, observasi, studi literatur, serta diskusi dengan klien. Tujuan dari tahap pra produksi adalah membangun landasan konseptual yang kuat agar proses produksi berjalan sistematis dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap pra produksi adalah sebagai berikut:

#### 1. Identifikasi Masalah

Penulis melakukan wawancara dengan pengelola Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut, yaitu Bapak Sodikin, yang berlokasi di Desa Klaces, Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan dalam aspek branding. Hasil wawancara menunjukkan bahwa UMKM tersebut belum memiliki *brand identity* yang konsisten dan belum optimal dalam memperkuat citra merek di masyarakat.

#### 2. Analisis Permasalahan dan Perancangan Solusi

Berdasarkan hasil wawancara, penulis menganalisis bahwa permasalahan utama terletak pada kurangnya identitas visual yang kuat dan konsisten. Oleh karena itu, solusi yang dirancang adalah pembuatan logo dan tagline yang akan direalisasikan dengan pembuatan kemasan dan banner.

#### 3. Observasi Lapangan

Penulis melakukan observasi langsung terhadap proses produksi batik, lingkungan hutan mangrove, serta karakteristik motif batik yang dihasilkan. Observasi ini bertujuan untuk memahami nilai filosofis dan keunikan produk sebagai dasar dalam perancangan konsep visual.

#### 4. Penyebaran Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 124 responden yang berdomisili di Kabupaten Cilacap dengan rentang usia 25 hingga 65 tahun yang merupakan kelompok usia yang produktif, serta target pasar utama dari Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan persepsi mereka terhadap Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. Data ini digunakan sebagai penguat dalam perancangan strategi branding.

#### 5. Studi Literatur

Penulis melakukan studi literatur dari berbagai sumber

mengenai teori *brand identity*, *brand awareness* serta desain grafis.

6. Diskusi dengan Klien

Penulis berdiskusi dengan klien untuk menentukan konsep visual, filosofi logo, pemilihan warna alami, serta perumusan tagline “Harmoni Alam dalam Setiap Motif” sebagai representasi nilai budaya dan lingkungan.

7. Pembuatan Sketsa Logo & Tagline

Penulis membuat sketsa logo secara digital dengan menggabungkan elemen pohon mangrove, alur sungai Segara Anakan, biota laut seperti udang, kepiting dan ikan, serta canting sebagai simbol membatik. Selain itu, penulis juga merancang tagline yang sesuai dengan karakter UMKM.

8. Pengembangan Desain

Sketsa terpilih kemudian dikembangkan dalam bentuk digital menggunakan aplikasi Canva dan Adobe Illustrator untuk menghasilkan desain yang lebih presisi, profesional, dan siap diaplikasikan ke berbagai media.

### 3.7.2 Produksi

Tahap produksi merupakan proses realisasi dari seluruh perencanaan yang telah dilakukan pada tahap pra produksi. Pada tahap ini, ide dan konsep mulai diwujudkan dalam bentuk visual dan media fisik.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap produksi adalah sebagai berikut :

1. Finalisasi Logo dan Tagline

Setelah melalui revisi dan persetujuan klien, logo dan tagline difinalisasi dalam berbagai format file untuk kebutuhan cetak maupun digital.

2. Pembuatan Mockup Kemasan :

Setelah desain kemasan telah disetujui, penulis membuat mockup Kemasan *Sliding Box* dan Kemasan *Paper Bag* untuk memberikan gambaran nyata mengenai tampilan akhir sebelum proses pencetakan dilakukan.

3. Proses Pencetakan Kemasan *Sliding Box*, *Paper Bag*, Kartu Instruksi Perawatan dan Banner :

Selanjutnya, penulis merealisasikan desain mockup yang telah dibuat dengan menyerahkan file desain final kepada pihak percetakan untuk memasuki tahap produksi. Proses ini dilakukan sebagai bentuk implementasi desain ke dalam media fisik yang siap digunakan sebagai media promosi dan pendukung identitas merek. Adapun media yang dicetak meliputi kemasan *Sliding Box*, *paper bag*, kartu instruksi perawatan, serta banner. Pada tahap ini, penulis juga melakukan koordinasi dengan pihak percetakan terkait spesifikasi bahan, ukuran, warna, serta hasil akhir cetakan agar sesuai dengan konsep desain yang telah dirancang sebelumnya.

4. Publikasi *Feeds* Instagram :

Setelah proses produksi media selesai dilakukan, penulis melakukan publikasi *feeds* Instagram sebagai salah satu media promosi digital untuk mendukung penyebaran informasi mengenai UMKM Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut. Publikasi dilakukan melalui unggahan konten *feeds* yang telah dirancang dengan menyesuaikan konsep *brand identity* yang telah dibuat. Konten yang dipublikasikan memuat informasi mengenai produk, identitas merek, serta informasi pendukung lainnya dengan tujuan meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan promosi, dan membangun *brand awareness* di kalangan masyarakat.

### 3.7.3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap evaluasi dan implementasi hasil pembuatan *brand identity* di lapangan. Langkah-langkah yang dilakukan pada tahap ini adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi Pemanfaatan Media Promosi

Kemasan *Sliding Box* dan banner dimanfaatkan sebagai media promosi dalam kegiatan penjualan langsung maupun pameran UMKM di wilayah Kabupaten Cilacap. Pemanfaatan media ini bertujuan untuk memperkenalkan serta memperkuat identitas visual Batik Mangrove Mekar Canting di mata masyarakat. Selain itu, penggunaan media promosi ini juga menjadi bagian dari tahap awal evaluasi untuk melihat respon konsumen terhadap penerapan *brand identity* yang telah dirancang.

2. Evaluasi *Brand Awareness*

Penulis melakukan survei pre-test dan post-test melalui Google Formulir kepada masyarakat Kabupaten Cilacap untuk mengukur peningkatan tingkat pengenalan merek setelah penerapan *brand identity* baru.

3. Evaluasi *Brand Identity*

Penulis melakukan evaluasi terhadap logo, tagline, kemasan, dan banner menggunakan skala Likert 1–4 kepada 124 responden target pasar. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah identitas visual yang dirancang telah:

- a. Mampu merepresentasikan karakter produk
- b. Mudah diingat dan dikenali
- c. Menarik secara visual
- d. Sesuai dengan konsep ramah lingkungan dan kearifan lokal

### 3.8 Key Performance Indicator

Key Performance Indicator (KPI) merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu program atau kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks tugas akhir ini, KPI dirancang untuk mengukur efektivitas produksi *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut dalam meningkatkan *brand awareness* serta memperkuat citra sebagai batik khas pesisir berbasis pewarna alami mangrove. Penyusunan KPI bertujuan agar setiap tahapan dalam proses produksi, mulai dari pembuatan logo, tagline, hingga implementasi pada kemasan *Sliding Box*, kemasan *Paper bag*, banner dan *feeds* instagram, dapat dievaluasi secara sistematis, terukur, dan objektif. Dengan adanya KPI, penulis dan klien dapat mengetahui sejauh mana *brand identity* yang dirancang mampu meningkatkan daya ingat masyarakat terhadap merek, memperjelas *positioning* usaha, serta memperkuat persepsi positif terhadap produk.

Indikator keberhasilan dalam produksi ini meliputi peningkatan tingkat pengenalan merek oleh masyarakat Kabupaten Cilacap, konsistensi penerapan identitas visual pada media promosi, serta respon positif target pasar terhadap desain logo, tagline “Harmoni Alam dalam Setiap Motif”, kemasan *Sliding Box*, kemasan *Paper bag*, banner dan *feeds* instagram. Evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner pre-test dan post-test kepada responden yang sama, yaitu sebanyak 124 orang dengan karakteristik masyarakat Kabupaten Cilacap berusia 25–65 tahun tanpa batasan jenis kelamin tertentu, serta dianalisis menggunakan skala Likert. Hasil dari pengukuran tersebut menunjukkan bahwa produksi *brand identity* mampu mendorong peningkatan tingkat kesadaran merek dari kondisi *awal unaware of brand* (tidak mengenal merek) menuju tahap *brand recognition*, yaitu kondisi ketika audiens mulai mampu mengenali merek melalui elemen visual seperti logo, warna, atau kemasan meskipun belum sepenuhnya mengingatnya secara spontan. *Brand recognition* sendiri merupakan salah satu dari empat tingkatan *brand awareness*, yang menunjukkan bahwa suatu merek sudah mulai dikenal dan dapat diidentifikasi oleh konsumen ketika melihat elemen visual merek tersebut.

Dengan demikian, keberhasilan mencapai tahap *brand recognition* ini menunjukkan bahwa *brand identity* yang dirancang telah berfungsi secara efektif sebagai sarana komunikasi visual bagi UMKM. Keberadaan KPI dalam proses ini memastikan bahwa produksi tidak hanya menghasilkan output visual, tetapi juga memberikan dampak terukur dalam meningkatkan pengenalan merek. Hal ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi branding selanjutnya agar Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut dapat terus berkembang dan meningkatkan posisinya hingga mencapai tingkat *brand awareness* yang lebih tinggi.

Tabel 3. 2 *Key Performance Indicator*

Sasaran Tujuan	Key Performance Indicator	Target yang Diharapkan	Metode Pengukuran
Meningkatkan <i>brand awareness</i> Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut ke tingkat Brand Recognition.	Peningkatan jumlah responden yang mengetahui Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.	>70 responden dari kuisisioner lanjutan mengenali merek Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.	Kuisisioner melalui Google Formulir dengan 124 responden yang sama seperti pre-test.
Membantu UMKM memiliki <i>brand identity</i> yang kuat dan konsisten.	Tercipta logo dan tagline.	Logo dan tagline “Harmoni Alam dalam Setiap Motif” digunakan secara resmi oleh UMKM.	Dokumentasi serah terima karya.
Logo	Logo mudah dikenali dan diingat.	80% responden menyatakan logo mudah dikenali dan diingat.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
	Warna logo, pemilihan font dan elemen yang digunakan sesuai dengan karakter batik mangrove.	80% responden menyatakan warna logo pemilihan font dan elemen yang digunakan sesuai dengan karakter produk.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
Tagline	Tagline komunikatif dan	80% responden menyatakan tagline	Skala Likert 1–4 terhadap 124

Sasaran Tujuan	Key Performance Indicator	Target yang Diharapkan	Metode Pengukuran
	mudah dipahami.	mudah dipahami dan merepresentasikan identitas pesisir.	responden target pasar.
Kemasan <i>Sliding Box</i>	Desain kemasan menarik dan mencerminkan konsep ramah lingkungan.	80% responden menyatakan desain kemasan menarik.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
	Informasi pada kemasan jelas dan mudah dibaca.	80% responden menyatakan informasi mudah dipahami.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
Kemasan <i>Paper bag</i>	Desain <i>paper bag</i> praktis, mudah dibawa, serta memperkuat citra produk ramah lingkungan.	80% responden menyatakan desain <i>paper bag</i> praktis, mudah digunakan dan menarik .	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
	<i>Paper bag</i> memuat elemen identitas visual seperti logo sehingga mudah dikenali sebagai produk Batik Mangrove Mekar Canting Kampung Laut.	80% responden menyatakan <i>paper bag</i> membantu mengenali identitas produk.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
Banner	Banner informatif dan menarik secara visual.	80% responden menyatakan banner menarik dan informatif.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.
<i>Feeds</i> Instagram	<i>Feeds instagram</i> informatif dan menarik secara visual.	80% responden menyatakan <i>feeds</i> instagram menarik dan informatif.	Skala Likert 1–4 terhadap 124 responden target pasar.

(Sumber: Penulis, 2026)

### 3.9 Keberlanjutan Karya

Keberlanjutan karya tugas akhir ini dirancang agar hasil produksi *brand identity* Batik Mangrove Mekar Canting dapat terus dimanfaatkan dalam kegiatan operasional UMKM. Penulis menyerahkan seluruh aset desain dalam bentuk file digital, sehingga pihak UMKM memiliki akses untuk mengelola, menyesuaikan, serta mengembangkan desain sesuai kebutuhan di masa mendatang tanpa menghilangkan identitas visual yang telah dibangun. Melalui langkah tersebut, diharapkan tidak hanya berhenti sebagai hasil akademis, tetapi dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perkembangan UMKM. Identitas visual yang telah dirancang juga diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperkuat *positioning* merek, serta mendukung daya saing usaha di pasar secara berkelanjutan.

### 3.10 Rencana Anggaran

Tabel 3. 3 Rencana Anggaran Biaya

Barang	Harga Satuan	Quantity	Jumlah Harga
<i>Sliding Box</i> custom	6.000	100	600.000
<i>Paper bag</i> custom	3.000	100	300.000
Cetak kartu Instruksi Perawatan	400	100	40.000
Banner	85.000	1	85.000
Jumlah			1.025.000

(Sumber: Penulis, 2026)

### 3.11 Timeline

Tabel 3. 4 *Timeline*

Kegiatan	Bulan						
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
Pengumpulan data							
Penyusunan proposal Tugas Akhir							
Seminar Proposal							
Pembuatan karya							
Sidang Akhir							

(Sumber: Penulis, 2026)