



**VISUAL DESIGN OF THE GRAMPOL BATIK MOTIF**

**PERANCANGAN VISUAL MOTIF BATIK GROMPOL**

**Satrya Dirgantara**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Bina Nusantara

E-mail: [satryadirgantara@gmail.com](mailto:satryadirgantara@gmail.com)

**ARTICLE INFO**

**ABSTRACT**

**Correspondent:**

**Satrya Dirgantara**  
[satryadirgantara@gmail.com](mailto:satryadirgantara@gmail.com)

**Key words:**

*visual design, Grompol  
Batik, teenagers,  
philosophy, culture*

**Website:**

<https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

page: 583 - 596

*The design of the visual motif of Grompol batik aims to enhance teenagers' understanding and appreciation of the meaning and philosophy embedded in this batik motif. The main issue lies in the lack of knowledge among teenagers about the cultural values of Grompol batik, as well as the inappropriate use of motifs in specific contexts, such as Javanese traditional ceremonies. Although some teenagers understand that batik symbolizes hope and prayers, they tend to choose motifs based solely on aesthetics without comprehending the philosophy behind them. The design process was carried out in stages, emphasizing creativity and a strong spirit to produce works that are relevant and appealing to the target audience. Challenges in collecting field data arose due to the limited awareness of the target audience regarding Grompol batik. The results of the design are expected to inspire teenagers to understand the philosophy of Grompol batik motifs and feel proud to wear them. This approach is anticipated to create a domino effect, encouraging more teenagers to recognize, understand, and use Grompol batik as part of their cultural identity.*

Copyright ©2024 JSCR. All rights reserved.

## INFO ARTIKEL

## Koresponden

Satrya Dirgantara  
[satryadirgantara@gmail.com](mailto:satryadirgantara@gmail.com)

## Kata kunci:

Batik Grompol,  
perancangan visual,  
filosofi batik, remaja,  
pelestarian budaya

## Website:

<https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

hal: 583 - 596

## ABSTRAK

Perancangan visual motif batik Grompol bertujuan untuk memperkenalkan makna dan filosofi yang terkandung dalam motif tersebut kepada target audience, khususnya remaja. Saat ini, banyak remaja pengguna batik hanya tertarik pada estetika motif tanpa memahami filosofi atau nilai budaya yang mendasarinya. Selain itu, penggunaan motif batik yang tidak sesuai dalam upacara adat Jawa sering terjadi karena kurangnya pemahaman. Proses perancangan ini menghadapi tantangan utama dalam pengumpulan data lapangan, terutama untuk memahami preferensi target audience terhadap motif batik Grompol. Pendekatan dalam perancangan dilakukan secara bertahap, dengan menekankan kreativitas dan semangat untuk menciptakan desain yang menarik dan bermakna. Hasil perancangan diharapkan mampu mengedukasi remaja tentang filosofi motif batik Grompol, sehingga mereka tidak hanya bangga menggunakannya tetapi juga memahami nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dengan begitu, perancangan ini berpotensi menginspirasi remaja lain untuk lebih mengenal, memahami, dan menggunakan motif batik Grompol sebagai bagian dari pelestarian budaya.

Copyright ©2024 JSCR. All rights reserved.

## PENDAHULUAN

Batik menurut Prof. Kusnin Asa pada bukunya yang berjudul "*Mosaic Of Indonesian Batik*" muncul pada abad ke 10 - 14 M di tartar Sunda pada masa berdirinya kerajaan Galuh dan Pakuan - Padjajaran. Batik berasal dari kata "Ambatik" yang berasal dari bahasa sunda kuno yang artinya menggambar. Menggambar pola diatas kain, oleh masyarakat Sunda disebut ambatik. Sumber naskah Sunda kuno "Siksa Kandang Karesian" menceritakan bahwa di tanah Sunda pada masa Kerajaan Padjajaran telah hadir tikang pandai emas, tukang gamelan, tukang batik.

Pada masyarakat Jawa Sebuah kata "batik" yang bila dihubungkan dengan *jarwa dhosok* akan mempunyai arti "*ngembat titik-titik*" atau "*rambating titik-titik*". Dari *jarwa dhosok* tersebut dimaksudkan bahwa "batik" adalah membuat rangkaian titik-titik. Keseharian di masyarakat Jawa kata "*mbathik*" atau "*nyerat*" yaitu menuliskan malam menggunakan chanting dan membuat motif pada kain mori yang akhirnya menjadi kain ragam hias tertentu, melalui proses penciptaan yang dapat menerangkan dan menjelaskan apa sebab sampai ragam hias itu dibuat. Pada akhirnya, Didalam sebuah motif batik tentu memiliki arti tersendiri, terdapat nilai-nilai luhur yang dikandungnya.

Didalam kebudayaan masyarakat khususnya suku Jawa, batik merupakan hal yang tak pernah lepas didalam kehidupan sehari hari. Berbagai ragam motif batik yang digunakan tentu memiliki arti tersendiri. Pada masyarakat Jawa yang selalu mempertahankan keseimbangan dengan lingkungannya, upacara ritual yang terkait yang terkait dengan daur hidup dilakukan dengan menggunakan bahan piranti yang digunakan sehari hari, dikemas dengan nilai-nilai etika dan estetika. Salah satu

piranti tersebut adalah kain batik. Dimulai dari hari kelahiran, pernikahan, hingga kematian. Makna yang terkandung dalam motifnya merupakan simbol dari doa dan harapan, dalam simbol tersebut sering dijumpai tanda atau identitas yang menunjukkan apa yang diharapkan.

Pada upacara Tarapan didalam kehidupan masyarakat Jawa yaitu upacara yang diadakan bagi anak perempuan yang mendapatkan haid untuk pertama kalinya. Didalam upacara ini anak disucikan dengan *siraman* (mandi) menggunakan kain mori putih sebagai *pasatan* ditutup dengan kain. Biasanya mori putih tersebut di kemudian hari dengan motif batik yang akan digunakan pada upacara perkawinan semisal motif truntum. Setelah anak perempuan menjalani upacara Tarapan yang dianggap memasuki masa remaja dewasa. Di Kraton, setelah *siraman* sianak menggunakan kain *cinde* dengan model pinjungan, sedangkan masyarakat umum mengenakan kain batik dengan motif kecil - kecil yang bermakna baik, antara lain yaitu Gropol, Parang Centhung atau Parang Canthel, Parang Klithik Mangkara, dan Parang Klithik Seling Puspa (Garjito, 2015).

Batik motif Gropol merupakan motif yang biasanya sering dipakai pada upacara Tarapan. Motif Gropol termasuk kelompok pola nitik, namun ada juga yang berpendapat termasuk pola Ceplok. Gropol memiliki arti menggerompol atau berkumpul menjadi satu. Motif ini melambangkan doa dan harapan mendapatkan keberkahan dengan menggerompolnya segala kebaikan. Dengan demikian, di masa remaja dewasa diharapkan anak akan mendapatkan keceriaan, keselamatan, kepandaian, rejeki, jodoh dan kebaikan lainnya. Motif batik Gropol ini tepat digunakan untuk para remaja, dimana pada saat remaja bergerombol mencari teman lebih baik dari pada mencari lawan. dengan bergerombol / berkumpul berharapan menemukan jodoh dan pada akhirnya membuat gerombolan baru yaitu keluarga.

Pada saat ini penggunaan batik banyak yang terlepas dari fungsinya yaitu bukan sebagai jarik dan pakaian, namun ada juga seperti tas, topi, gelang, selimut, sarung bantal & *accessories* sehari - hari lainnya. Dari hasil kuisisioner dan observasi yang telah dilakukan, banyak pengguna batik khususnya para remaja tidak mengerti makna di balik motif batik yang telah digunakannya, bahkan penggunaan motif yang tidak tepat ketika ada upacara adat Jawa tertentu. Para remaja pengguna batik hanya suka pada motifnya namun tidak mengerti makna / filosofi yang berada didalam motif batik tersebut. Bahkan mereka hanya menggunakan batik ketika acara keluarga (nikahan, tunangan, dll) dan di sekolah sebagai kewajiban.

Untuk mendapatkan dukungan atas rumusan masalah yang didapatkan maka dilakukan penyebaran angket terhadap 42 responden melalui media sosial kepada remaja berumur 17 - 21 tahun dan tinggal di kota - kota besar seperti Yogyakarta, Surabaya, Bandung, Jakarta. Berdasarkan kesimpulan hasil angket / kuisisioner diatas menunjukkan bahwa para remaja masih suka menggunakan batik sebagai pewaris budaya bangsa, namun sebagian dari mereka mengerti makna batik adalah harapan serta doa. Mereka juga mengerti batik bermotif yang cocok digunakan untuk seumuran mereka, namun mereka baru tahu mengenai makna dan filosofi motif pada batik Gropol. Selain itu mengenai pendapat yang diberikan tentang informasi makna yang ada pada motif batik Gropol, mereka ingin mengetahuinya secara mendetail agar lebih bangga ketika menggunakan motif batik Gropol. Oleh karena itu perlu menggunakan beberapa teori pendukung dalam perancangan komunikasi visual ini untuk memecahkan masalah yang ada, teori yang digunakan antara lain, teori antropologi, teori sosiologi, teori komunikasi dan teori simbol serta teori Desain

Komunikasi Visual. Sehingga kesinambungan antara pendekatan teori yang digunakan dengan target *audience* dan obyek akan saling terkait.

Pentingnya perancangan ini diharapkan mampu memberikan informasi melalui disiplin ilmu desain komunikasi visual tentang makna dan filosofi yang mendalam pada motif batik Grompol, pada perancangan ini juga membuat sebuah desain komunikasi visual dengan mengambil motif dari batik Grompol, yang dimana motif tersebut begitu cocok dengan anak remaja sebagai penerus bangsa. Perancangan ini juga bertujuan untuk mengajak para remaja agar lebih bangga menggunakan batik ketika paham makna dan filosofi yang terkandung didalam motif tersebut, selain itu juga untuk melestarikan kearifan lokal budaya bangsa Indonesia.

## METODE PENELITIAN

### Teknik Pengumpulan Data

#### Data Primer

Data primer merupakan data asli yang di kumpulkan periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus, data tersebut diperoleh secara langsung dari sumbernya ataupun dari objek penelitian, baik melalui media kuisisioner, wawancara, ataupun pendekatan melalui observasi (Istijanto, 2005:45). Data primer dalam bab ini meliputi:

##### a. Metode Observasi

Cara pengumpulan bahan-bahan keterangan yang di lakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan obyek pengamatan (Muljiono, 2007:16).

Observasi dilakukan dengan terjun langsung untuk meneliti dengan cara bertanya dengan beberapa remaja di Yogyakarta yang sedang menggunakan batik. Dari hasil obervasi yang telah dilakukan, ada beberapa remaja yang tidak mengetahui motif batik yang di pakai, namun ada juga yang mengerti nama dari motif batik yang digunakan tetapi tidak tau maknanya.

##### b. Metode Wawancara

Proses bertanya yang dilakukan oleh reporter untuk mendapatkan jawaban dari narasumber. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Masduki & Suffatni, 2001:37).

Wawancara dilakukan oleh empat narasumber yaitu Mas Didik praktisi batik, bang Embran Nawawi budayawan batik, bu Asih pembatik di Kraton Yogyakarta dan Bu Like direktur museum batik Yogyakarta. diketahui bahwa semua batik memiliki sebuah makna harapan, doa, didikan dan tuntunan pada setiap motif yang di milikinya. Makna tersebut dibuat agar pengguna batik bisa meminta pencerahan atau wahyu dari tuhan yang maha esa. Menurut ibu Like filosofi batik bisa kontekstual atau fleksibel bisa dibaca dari pola dan penamaannya yaitu saling mencocokkan. Namun jaman dahulu batik juga bisa dijadikan lambang atau simbol karena alam berpikir masyarakat Jawa sangat kaya/ banyak sekali, sehingga ilmu kecocokan sangat banyak ditemukan pada waktu itu. Menurut Ibu Like, Mas Didik, dan Ibu Asih makna yang terkandung pada motif Grompol adalah satu kesatuan yang utuh dan berkumpul bersama – sama karena ada ikatan yang menyatu dan ikatan itu bisa mengembangkan jadi semarak dengan bertemu dengan yang lain. Grompol juga bisa dimaknai dengan rejeki yang menggerombol. Begitu banyak pengartian unsur yang terdapat pada batik motif Grompol, salah satu contohnya bulatan pada motif batik Grompol mengandung satu kesatuan dengan tuhan. Segiempat bunga melati yang saling

menyambung bisa diartikan dengan saling bersilahturahmi menambah saudara, ada titik lima / limo (bisa mendakan rukun islam yaitu membaca dua kalimat syahadat, shalat lima waktu, puasa di bulan ramadhan, membayar zakat, menunaikan haji jika mampu) dan titik tiga / telu (bisa diartikan tetulung / menolong), angka ganjil sering digunakan untuk elemen atau motif batik.

**c. Metode Dokumentasi**

Menurut Budianta (2005:111) metode dokumentasi adalah Bukti identitas atau jatidiri kehidupan, bukan hanya untuk kehidupan seekor cacing, seorang manusia atau sebuah bintang di langit juga bisa didokumentasikan.

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil gambar atau foto sebagai bahan acuan untuk perancangan ini. Dokumentasi dilakukan di beberapa tempat yaitu museum batik dan kraton, pengambilan dokumentasi menggunakan kamera dengan memotret motif batik Grompol.

**Data Sekunder**

Menurut Istijanto (2005:38) Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, biasanya data tersebut berbentuk informasi. Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur, literatur internet (e-book), situs-situs internet serta buku pendukung teori.

**Metode Kepustakaan**

Metode kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi pengkajian terhadap buku, literatur-literatur, catatan dan aporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir 1988: 112).

Metode Kepustakaan yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah buku batik sekar jagad, *mosaic of indonesia batik*, dan buku lainnya yang menjabarkan tentang batik di Indonesia. Selain buku, literatur - literatur juga didapatkan didalam situs - situs internet yang membahas tentang batik.

**Teori Simbol**

Simbol adalah tanda yang mewakili objeknya melalui kesepakatan atau persetujuan dalam konteks spesifik. Makna - makna dalam suatu simbol dibangun melalui kesepakatan sosial atau melalui beberapa tradisi historis (Danesi,2004: 38,44).

Didalam perancangan ini teori simbol digunakan untuk memaknai identitas dari motif batik Grompol, simbol yang dibuat diambil dari potongan motif batik grompol yang disederhanakan.

**Teori Sosiologi**

Kata Sosiologi dalam bahasa latin yaitu teman, kawan. Berkembang lagi menjadi kata sosial, artinya berteman, bersama, berserikat. (Burhan, 2008: 27). Secara khusus kata sosial maksudnya adalah hal-hal mengenai berbagai kejadian dalam masyarakat yaitu persekutuan manusia, dan selanjutnya dengan pengertian itu untuk dapat berusaha mendatangkan perbaikan dalam kehidupan bersama. (Shadily, 1993: 1-2).

Didalam perancangan ini teori sosiologi dapat diartikan sebagai Proses sosial yang terkandung didalam motif batik Grompol untuk diterapkan kepada target *audience*, yang dimana pada motif batik Grompol tersebut memiliki makna keseluruhan yaitu menggerombol menjalin silahturahmi.

**Teori Antropologi**

Antropologi didalam pengertian kebudayaan seperti yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya

manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koenjtaraningrat 144: 2009).

Didalam perancangan ini teori antropologi berguna untuk untuk mengetahui mimetik, ekspresif, struktural fungsional pada motif batik Grompol. Mimetik yang dimiliki pada motif batik Grompol berupa bunga melati yang sambung menyambung, lalu ekspresif terletak pada susunan motif yang simetris, dan struktural fungsionalnya dipakai pada upacara tarapan didalam kehidupan masyarakat Jawa.

### **Anlisis 5W + 1H**

Perancangan ini menggunakan analisis 5W+1H. Dengan analisis 5W+1H (*what, where, when, why, who, dan how*), akan menjadi acuan dalam perancangan yang selalu mengacu pada target audiens yang dituju.

- a. **What (apa):** Apa yang ingin disampaikan dalam perancangan ini?  
Pesan yang disampaikan dari perancangan ini memberikan informasi tentang makna filosofi batik Grompol, didalam perancangan ini terdapat visual yang dibuat sesuai dengan target audiens.
- b. **Where (dimana):** Dimana perancangan ini disampaikan?  
Penyampaian pesan perancangan dilakukan perkotaan seperti Yogyakarta Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar dan kota besar lainnya yang memiliki remaja dengan pengalaman dan pengetahuan tentang teknologi yang sudah tinggi. Selain dilihat dari pengalaman, daerah yang memiliki taraf hidup tinggi,. Hal ini menjadi alasan daerah perkotaan dengan pengetahuan teknologi yang tinggi dianggap sebagai daerah yang tepat sampaikan yaitu melalui jejaring sosial
- c. **When (kapan):** Kapan Perancangan ini Disampaikan?  
Perancangan ini disampaikan ketika hari Jumat dan hari batik nasional yaitu pada tanggal 2 Oktober, dimana pada saat itu banyak remaja atau target audeins yang menggunakan batik sebagai memperingati hari batik dan melestarikan budaya lokal.
- d. **Why (kenapa):** Kenapa diperlukannya perancangan ini?  
Agar remaja mengetahui makna filosofi yang ada didalam motif batik Grompol. tidak hanya itu, kenapa perancangan ini diperlukan karena agar remaja khususnya audiens lebih bangga ketika menggunakan batik motif Grompol.
- e. **Who (siapa):** Siapa target audiens yang akan dituju?  
Tujuan pemilihan sasaran adalah untuk menentukan target audiens yang menjadi prioritas. Sasaran yang dituju adalah masyarakat luas, dan difokuskan terhadap segmen remaja. Jadi sasaran yang dituju bukan semua masyarakat. Berikut merupakan penetapan segmentasi target audiens yaitu:
  1. **Geografis**  
Berdasarkan geografis sasaran yang diinginkan adalah seluruh daerah Jawa dan terfokus pada daerah perkotaan, contohnya adalah Yogyakarta, Jakarta, Bandung, , Surabaya.
  2. **Demografis**  
Berdasarkan demografi sasaran yang diinginkan adalah masyarakat dengan taraf hidup menengah keatas, terutama remaja yang menyukai fashion *street style* dan batik. Laki-laki dan perempuan dengan pendidikan minimal SMA hingga Mahasiswa. Dengan range umur 17-21 tahun.
  3. **Psikografis**  
Berdasarkan psikografis sasaran yang diinginkan adalah remaja dan orang fashion *street style* dan batik. Karena sesuai dengan target audiens,

biasanya remaja masih ingin mencari hal baru serta suka dengan trend fashion terbaru yang sedang terjadi.

**4. Behaviouristis**

Behaviouristis bisa diartikan kesukaan atau kebiasaan suka menggunakan batik dan selain itu mengikuti perkembangan fashion yang sedang populer di lingkungannya, suka mencari refrensi di web melalui situs internet atau jejaring sosial seperti facebook, instagram, path, tumblr.

- f. **How (bagaimana):** Bagaimana cara merancang perancangan ini agar lebih efektif dan efisien?

Membuat sebuah pesan kreatif merupakan salah satu cara dalam menyampaikan pesan supaya mudah diingat. Merancang makna filosofi batik motif Grompol yang kreatif dan menarik yang didalamnya diberi visual yang menarik, kreatif dan inovatif akan menjadikan sebuah perancangan yang efektif dan efisien, hal ini bertujuan agar audiens lebih mengenal dan akan bangga ketika menggunakan batik motif Grompol.

**Consumer Journey**

Consumer Journey adalah upaya untuk membuat strategi komunikasi yang efisien dan dilakukan dengan membuat jadwal keseharian target audiens. Sekaligus ditentukan pula Point of Contact, yaitu titik pertemuan target dengan media. Didalam perancangan ini *consumer journey* dilakukan pada Utari Aula Sari, perempuan umur 18 tahun siswa SMA kelas III, Berikut analisis *Consumer Journey*:

Waktu	Aktivitas	Point of Contact
06.30	Bangun tidur	Jam dinding, poster, celengan, handphone, lemari, dinding, cermin.
07.00-07.30	Mandi	Cermin, gayung, sikat gigi, tempat pasta gigi, tempat sabun, tembok, handuk, t-shirt, pintu
07.30-08.00	Sarapan	Piring, sendok, garpu, gelas, tempat minum, lamari es.
08.00	Berangkat ke sekolah	Tas, Poster, Spanduk, Billboard, dinding, jalan raya, totebag, kendaraan umum, handphone, laptop.
08.15-12.00	Kegiatan sekolah	Dinding, bangku, jam, papan , handphone, laptop.
12.00-13.00	Nongkrong dikantin	Dinding, poster, stiker, bangku, pot tanaman, papan mading, meja kantin, handphone
13.00-15.00	Kegiatan sekolah	Dinding, totebag, bangku, jam, papan , handphone, laptop.
15.20	Pulang, Mandi	Cermin, gayung, sikat gigi, tempat pasta gigi, tempat sabun, tembok, handuk, t-shirt, pintu
16.00-17.00	Nonton tv, Makan	Tv, Piring, sendok, garpu, gelas, tempat minum
17.00-19.30	Ke mall	Totebag, Sign system, mushola, tempat parkir, toilet), X-banner, spanduk, T-shirt billboard, poster, handphone, baliho, vending machine, hanging mobile, dinding, stiker, jalan raya, mobile ad, print ad, neon box.
20.00-21.00	Belajar	Buku, dinding,jam, poster, handphone, laptop, totebag , kalender, meja belajar.
21.10	Tidur	Jam dinding , handphone, dinding, cermin.

**Consumer Insight**

Target *audience* merupakan siswi SMA yang aktif dalam beraktivitas di kegiatan di rumah, sekolah, maupun diluar lingkungan,didalam kegiatan sehari hari sering

berinteraksi maupun berkomunikasi dengan luar lingkungan bersama banyak teman atau orang sekitar. Target *audience* menyukai hal-hal baru dan eksis dalam dunia sosial media, terlihat dari seringnya membawa handphone kemanapun berada. Target *audience* pada saat pergi berkumpul bersama teman-temannya, memperhatikan masalah penampilan terutama *t-shirt/ kaos* yang digunakannya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa target *audience* pengguna aktif media sosial dan *up to date* mengenai penampilan saat berpergian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Perancangan

Konsep adalah representasi *abstrak* identitas mental yang universal yang menunjuk pada kategori atau kelas dari suatu identitas, kejadian atau hubungan. Konsep dasar perancangan merupakan suatu gagasan/pemikiran awal atau pedoman dalam pembuatan sebuah penciptaan, sehingga dalam pembuatan perancangan ini mempunyai arah dan tujuan yang jelas dalam penyampaian informasi kepada para target audiens. Konsep diperlukan sebagai landasan untuk menciptakan desain media komunikasi visual yang baik dan dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

### Konsep Kreatif

Dalam perancangan ini perlu sebuah konsep kreatif program komunikasi. Program komunikasi tersebut tidak hanya sebagai program perancangan saja tapi juga bertujuan untuk mengajak para target audiens lebih bangga memakai batik Grompol. Dalam konteks perancangan ini, program komunikasi tersebut diharapkan dapat menarik sebanyak mungkin para remaja lain agar lebih paham mengenai motif batik Grompol dan bangga menggunakannya demi mendukung keberhasilan perancangan ini.

### Big Idea (Tema Utama)

Tema utama dari perancangan ini diambil dari kesimpulan analisis yang telah diteliti. Insight utama itulah yang akan dijadikan tema utama dari perancangan ini. Insight utama itu adalah kesadaran para target audiens agar lebih mengerti makna filosofi motif batik Grompol & bangga menggunakannya. mengajak para remaja dan target audiens untuk mengerti lebih mendalam tentang makna filosofi yang terkandung didalam motif batik Grompol.

#### a. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal (Keyword)

Keyword didalam perancangan ini adalah Batik Hebat & Kharismatik. maksud dari kata - kata tersebut adalah mengajak para target audiens agar hebat dalam memahami dan mengerti motif - motif dari batik dan dimana kharismatik adalah bangga ketika menggunakan batik untuk melestarikan budaya lokal.

#### b. Pemilihan Bentuk Pesan Visual

Di dalam memilih pesan visual pada perancangan ini adalah gaya visual yang bertema *Oldschool*, dimana tema tersebut saat ini lagi *booming* di kalangan remaja, Ada empat hal yang mendasari dalam memilih bentuk pesan visual. Yaitu pemilihan ilustrasi gaya desain, warna, tipografi dan layout.:

##### 1) Ilustrasi

Ilustrasi disini digunakan untuk layout dan unsur - unsur yang terdapat pada motif batik grompol.



Gambar 7. Simbol - simbol dari brand rebel 8

Sumber <http://www.lulaapparel.com/wp-content/uploads/2014/03/rebel8-2014-spring-lookbook-8.jpg>

Desain ilustrasi didalam perancangan ini menggunakan simbol ilustrasi karakter yang terinspirasi bentukan dari simbol - simbol yang ada pada brand rebel 8, ilustrasi yang simpel dengan menggunakan sedikit warna pada setiap gambarnya. Selain itu ilustrasi yang bergaya gambar seperti ini juga di gemari oleh target *audience* yang sesuai dengan perancangan ini.

## 2) Warrna

Berdasarkan teori warna dalam perancangan ini ada beberapa warna yang digunakan termasuk warna netral yang dimana warna tersebut terlepas dari warna kontras atau komplementer.



Gambar 8. Katalog warna *oldschool*

Sumber <http://www.city-data.com/forum/attachments/automotive/66349d1280831925-old-school-color-names-chrysler-color-chart-1970.jpg>

## 3) Tipografi

Tipografi yang akan digunakan atau dipilih sebagai unsur grafis pendukung perancangan ini adalah tipografi yang menggunakan jenis *font* kontemporer dan dekoratif. Font jenis kontemporer dan dekoratif adalah huruf-huruf yang memiliki bentuk diluar aturan namun bentuk tersebut merupakan improvisasi atau pengembangan dari huruf yang sudah ada. Berdasarkan teori tipografi dalam perancangan ini adalah digunakan untuk *title* atau judul dan konten perancangan yang akan dibuat.

ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklm  
 nopqrstuvwxyz  
 0123456789!/?#

Gambar 9. Font Champagne And Limousines

Sumber: [http://www.fontriver.com/i/fonts/champagne\\_and\\_limousines](http://www.fontriver.com/i/fonts/champagne_and_limousines)

## FACE OFF M54

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 .

Gambar 10. Font Face off m54

Sumber: <http://www.pickafont.com/images/fonts/large/f/Face%20Off%20M54.ttf.png>

#### 4) Layout

Penggunaan layout didalam perancangan ini dibuat dengan mengangkat trend *Axial Layout*, dimana Tata letak yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung di sekeliling gambar utama biasanya berupa gambar atau tulisan yang berhubungan dengan tampilan di tengah halaman sebagai titik pusatnya.



Gambar 11. Layout Axial

Sumber: [http://www.coroflot.com/joel\\_beasley/posters1](http://www.coroflot.com/joel_beasley/posters1)

#### 1. Tujuan Kreatif

Pada perancangan ini tujuan kreatifnya adalah memberi informasi kepada target audiens untuk lebih dalam mengenal makna filosofi batik Grompol dan melestarikan kearifan lokal yang di miliki oleh Indonesia, selain itu juga bertujuan untuk membuat lebih bangga ketika menggunakan batik.

#### 2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang di buat yakni dengan cara menyampaikan pesan yang akan dibuat dalam sebuah ide dan konsep perancangan karena tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian target *audience* dengan media yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Selanjutnya akan dirumuskan dalam strategi kreatif sebagai berikut:

##### a. Isi Pesan (what to say)

Isi pesan berupa informasi terkait dengan batik grompol sebagai berikut:

- 1) Batik Sebagai kearifan budaya lokal

- 2) Mengenalkan motif batik Grompol
- 3) Perancangan ini bertujuan mengajak para remaja agar bangga menggunakan batik.

**b. Bentuk Pesan (how to say)**

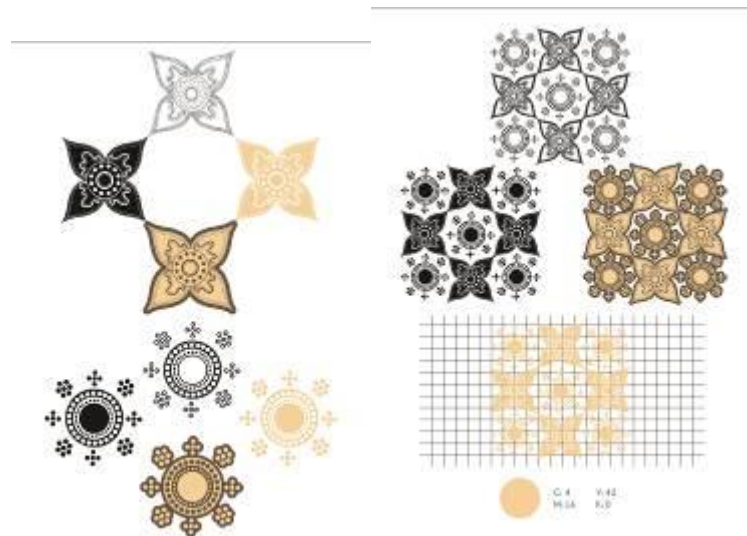
Bentuk pesan yang disampaikan dengan harus lebih memiliki daya tarik kepada audiens. Pesan visual dapat diaplikasikan pada media utama dan media pendukung. Ada empat hal yang mendasari dalam memilih bentuk pesan visual, yaitu: layout, ilustrasi, warna, tipografi.

**3. Data Visual**



**Gambar 11. Data Visual**

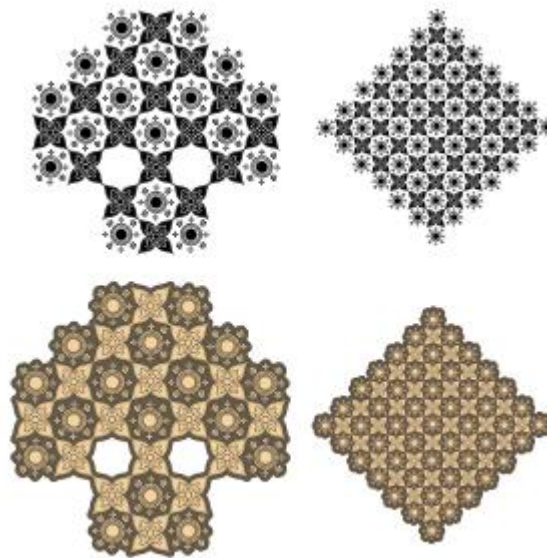
**4. Simbol**



**Gambar 12. Simbol Batik**

Simbol yang terdiri dari bunga melati, bulatan serta titik ini terinspirasi oleh gaya ilustrasi dari desain pada baju *brand* rebel 8 serta motif dari batik Grompol itu sendiri, pada simbol tersebut juga memiliki makna dan filosofi dari motif batik Grompol yaitu doa dan harapan mendapatkan keberkahan dengan menggerompolnya segala kebaikan. Dengan demikian, di masa remaja dewasa diharapkan anak akan mendapatkan keceriaan, keselamatan, kepandaian, rejeki, jodoh dan kebaikan lainnya. Pada simbol tersebut ketika dibagi menjadi beberapa bagian akan memiliki makna dan filosofi tersendiri, seperti bunga melati yang memiliki arti kesucian nan sederhana, bulatan besar memiliki arti kesatuan dengan tuhan yang maha esa, dan titik lima memiliki arti rukun islam serta titik tuju / *pitu* memiliki arti dalam bahasa Jawa yaitu *pitulung* / menolong. Warna pada simbol motif batik Grompol diambil dari warna dasar batik khas Yogyakarta yaitu sogan dan dirubah sedikit lebih muda karena menyesuaikan dengan konsep yang telah dibuat.

5. Komposisi



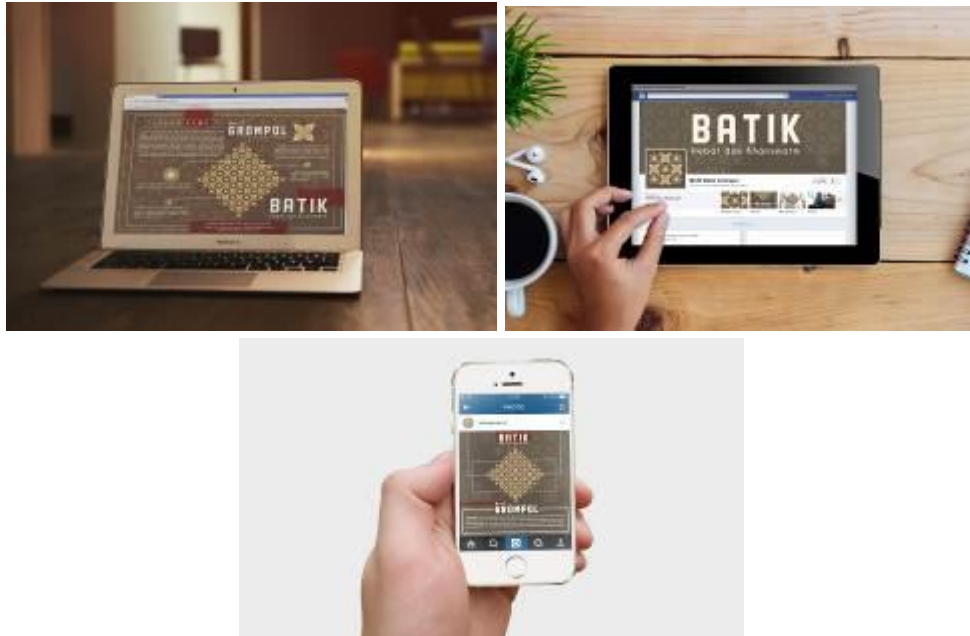
Gambar 13. Komposisi batik grompol

6. Komposisi



Gambar 14. Infografis dan Poster Batik Grompol

## 7. Sosial Media (website, Facebook, Instagram)



Gambar 15. Sosial media batik gropol

## 8. Merchandise (T-shirt & Totebag)



Gambar 15. Merchandise Batik Gropol

## SIMPULAN

Para target *audience* khususnya para remaja tidak mengerti makna di balik motif batik yang telah digunakannya, bahkan penggunaan motif yang tidak tepat ketika ada upacara adat Jawa tertentu. Para remaja pengguna batik hanya suka pada motifnya namun tidak mengerti makna/filosofi yang berada didalam motif batik tersebut, namun sebagian dari mereka hanya mengerti makna batik adalah harapan serta doa.

Adanya kendala yang ditemui dalam proses perancangan ini yaitu masih susah mencari data lapangan terkait para target *audience* yang suka dengan kegiatan dari perancangan ini. Dari hasil wawancara yang ditemui, para target *audience* masih banyak yang belum paham dan jarang menggunakan motif batik Gropol.

Dalam mengerjakan perancangan ini ada banyak hal yang harus disusun secara bertahap dan dilakukan guna membenahi proses perancangan agar tidak salah langkah. Cara yang dilakukan yaitu memiliki semangat dan ide kreatif, tidak hanya melihat dan memahami. Jiwa semangat dan ide kreatif seharusnya bisa menjadi penggerak niat untuk membuat perancangan ini supaya bisa menghasilkan perancangan yang sesuai keinginan dari ide kreatif.

Perancangan ini diharapkan mampu mengajak para target *audience* untuk berpartisipasi dengan perancangan yang telah dibuat. Diharapkan para target *audience* bisa mengetahui makna dan filosofi motif batik Grompol dan bangga menggunakannya, Dengan begitu akan memberikan *effect* ajakan bagi para remaja lainnya yang belum paham dengan motif batik Grompol untuk mengikuti memahami dan menggunakannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dkk. 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga. Jakarta : Balai Pustaka
- Asa, K. 2014. Mosaic Of Indonesia Batik. Jakarta: Red & White Publishing
- Budianta, E. 2005. Senyum Untuk Calon Penulis. Jakarta: Pustaka Alvabet Anggota IKAPI.
- Danesi, M. 2004. Pesan Tanda dan Makna. Yogyakarta : Jelasutra
- Garjito, M. 2015. Batik Indonesia: Mahakarya Penuh Pesona. Jakarta: Kaki Langit Kencana
- Istijanto, 2005. Riset Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Masduki dan Retno Suffani. 2001. Jurnalistik Radio. Yogyakarta: LkiS
- Muljono, Pudji. 2007. Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan. Jakarta: Gramedia
- Safanayong, Yongky. 2006. Desain. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta : Arte Intermedia
- Sihombing, D. 2001. Tipografi dalam Desain Grafis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stephen Littlejohn dan Karen A. Foss, 2009, Teori Komunikasi: thepries of human Communications, Jakarta: Salemba Humanika.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta : Jelasutra
- Webtografi
- <http://www.batiknulaba.com/sejarah/sejarah-batik-grompol/>