

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *REBRANDING* BATIK MURNI MADIUN SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Diajukan Oleh:

Alfina Zalfa Maharani

21052010083

Pembimbing 1:

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.

Pembimbing 2:

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *REBRANDING* BATIK MURNI MADIUN SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Diajukan Oleh:

Alfina Zalfa Maharani

21052010083

Pembimbing 1:

Aditya Rahman Yanl, S.T., M.Med.Kom.

Pembimbing 2:

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN *REBRANDING* BATIK MURNI MADIUN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

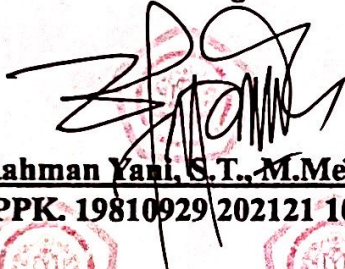
Disusun Oleh:

ALFINA ZALFA MAHARANI
21052010083

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I



Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing II



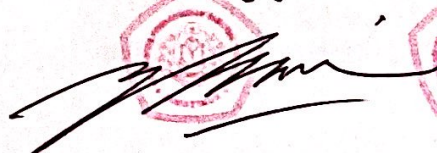
Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 202 19930419 173

Penguji I



Aninditya Danlar, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19941124 202406 2002

Penguji II



Aileena Solicitor C.R.E.C., S.T., M.Ds.
NIPPPK. 19870119 202421 2024

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Popa Solichin, S.T., M.T.
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN *REBRANDING* BATIK MURNI MADIUN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Disusun Oleh:

ALFINA ZALFA MAHARANI

21052010083

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

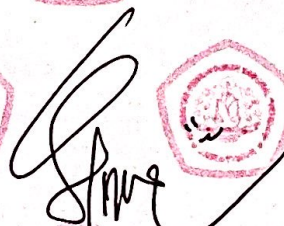
Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I



Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing II



Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 202 19930419 173

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn.
NIPPPK. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfina Zalfa Maharani
NPM : 21052010083
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapa pun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Alfina Zalfa Maharani
21052010083

ABSTRAK

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai Budaya Tak Benda Warisan Manusia sejak tahun 2009. Salah satu daerah yang berkontribusi dalam melestarikan budaya batik adalah Kota Madiun, dengan Batik Murni Madiun sebagai tempat produksi batik motif khas Kota Madiun. Akan tetapi, rendahnya *brand awareness* masyarakat terhadap merek Batik Murni Madiun menjadi tantangan utama akibat tidak konsistennya desain identitas visual yang dimiliki serta strategi promosi yang kurang efektif. Perancangan ini memiliki tujuan untuk merancang konsep *rebranding* yang mencakup desain identitas visual dan media pendukung *branding* yang dapat merepresentasikan citra dari Batik Murni Madiun serta merancang konsep *brand activation* yang efektif.

Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Data primer dalam perancangan ini berasal dari wawancara, observasi dan kuesioner. Sedangkan untuk data sekunder berasal dari buku, jurnal, artikel, dan studi eksisting. Teknik analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis deskriptif, analisis TOWS matriks, analisis *consumer insight*, serta analisis *consumer journey*.

Proses analisis data tersebut menghasilkan sebuah *keyword* “Batik Tradisional Autentik Madiun” yang akan digunakan sebagai acuan dalam membuat konsep perancangan desain. Selain itu, hasil analisis data menunjukkan kebutuhan akan identitas visual yang memiliki filosofi serta citra yang ingin ditonjolkan oleh Batik Murni Madiun, yaitu motif batik tradisional yang autentik dari Kota Madiun, kualitas produk batiknya yang baik, dan warna alam yang digunakan untuk produknya. Desain media pendukung *branding* yang konsisten dan media promosi yang interaktif juga dibutuhkan Batik Murni Madiun untuk menjangkau target audiens dari berbagai kalangan.

Melalui perancangan *rebranding* ini, terbukti *brand awareness* Batik Murni Madiun meningkat. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, sebanyak 85,7% dari 49 responden setuju bahwa identitas visual Batik Murni Madiun yang baru lebih dapat merepresentasikan citra merek Batik Murni Madiun. Selain itu, identitas visual yang baru lebih menarik secara visual dan lebih mudah dikenali serta diingat. Seluruh media pendukung *branding* yang sudah di desain ulang juga dapat merepresentasikan identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan citra Batik Murni Madiun.

Kata Kunci: *Rebranding*, Identitas Visual, *Brand Awareness*, Batik, Madiun

ABSTRACT

Batik is an Indonesian cultural heritage that has been recognized by UNESCO as Intangible Cultural Heritage of Humanity since 2009. One of the regions that contributes to the preservation of batik culture is the city of Madiun, with Batik Murni Madiun as the place of production of batik motifs unique to the city of Madiun. However, the low brand awareness among the public regarding the Batik Murni Madiun brand poses a major challenge due to the inconsistent visual identity design and ineffective promotional strategies. This design aims to create a rebranding concept that includes visual identity design and supporting branding media capable of representing the image of Batik Murni Madiun, as well as designing an effective brand activation concept.

This design uses qualitative and quantitative data collection methods. Primary data in this design comes from interviews, observations, and questionnaires. Secondary data comes from books, journals, articles, and existing studies. The data analysis techniques used in this design are descriptive analysis, TOWS matrix analysis, consumer insight analysis, and consumer journey analysis.

The data analysis process yielded the keyword “Authentic Traditional Batik from Madiun,” which will serve as a reference for developing the design concept. Additionally, the data analysis results indicate the need for a visual identity that reflects the philosophy and image Batik Murni Madiun aims to highlight, namely authentic traditional batik motifs from the city of Madiun, high-quality batik products, and natural colors used in their products. Batik Murni Madiun also requires consistent branding support media and interactive promotional media to reach its target audience across various demographics.

Through this rebranding design, it has been proven that Batik Murni Madiun's brand awareness has increased. This is evidenced by the results of a questionnaire that was distributed, with 85.7% of 49 respondents agreeing that Batik Murni Madiun's new visual identity better represents the brand image of Batik Murni Madiun. In addition, the new visual identity is more visually appealing and easier to recognize and remember. All redesigned branding support media also represent a consistent visual identity that aligns with the image of Batik Murni Madiun.

Keywords: *Rebranding, Visual Identity, Brand Awareness, Batik, Madiun*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir dengan judul “Perancangan *Rebranding* Batik Murni Madiun sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*” merupakan upaya *rebranding* Batik Murni Madiun yang dilakukan oleh penulis melalui perancangan identitas visual seperti logo, super grafis, merancang program *branding*, hingga implementasi identitas visual pada setiap media pendukung *branding* yang diperlukan. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkenan membantu dan memberi dukungan moral maupun material selama pembuatan laporan ini hingga perancangan selesai. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Bunda, ayah, kakak, serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan lahir dan batin dengan sepenuh hati secara moral dan material.
3. Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom. selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu membimbing saya untuk menyelesaikan perancangan tugas akhir ini.
4. Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn dan Aileena S.C.R.E.C, S.T., M.Ds selaku Dosen penguji 1 dan 2 saya yang selalu memberikan masukan yang bermanfaat untuk mengembangkan perancangan tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi.
5. Pemilik Batik Murni Madiun, Ibu Sri Murniati yang telah berkenan menjadi narasumber serta membantu dan mendukung perancangan tugas akhir ini.
6. Sahabat-sahabat saya, terutama Alma, Shafaresa, Zareg, Adhi, Ejak yang selalu menjadi teman seperjuangan sejak 2015 dan selalu memberikan dukungan kepada saya.
7. Teman-teman Angkatan 2021 DKV UPN “Veteran” Jawa Timur, terutama Aldila, Firaghaida, dan Riky yang selalu memberikan dukungan semangat dan memotivasi kepada saya dalam melakukan perancangan ini.

Melalui laporan perancangan ini penulis berharap agar karya ini dapat memberikan banyak manfaat kepada pembacanya. Selain itu, penulis juga berharap laporan dan perancangan ini dapat memberikan semangat kepada pembaca untuk selalu berkarya.

Surabaya, 15 Desember 2024

Alfina Zalfa Maharani

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Manfaat Perancangan.....	7
1.6.1 Manfaat Bagi Universitas.....	7
1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat	7
1.6.3 Manfaat Bagi Batik Murni Madiun.....	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	9
2.1 Definisi Operasional Judul.....	9
2.1.1 Definisi <i>Rebranding</i>	9
2.1.2 Definisi Batik Murni Madiun.....	9
2.1.3 Definisi <i>Brand Awareness</i>	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Landasan Teori <i>Branding</i>	10
2.2.2 Landasan Teori <i>Segmenting, Targeting, Positioning, Differentiation</i>	14
2.2.3 Landasan Teori Identitas Visual	17
2.2.4 Landasan Teori Desain Komunikasi Visual	20
2.3 Profil Perusahaan	27

2.4 Studi Eksisting	28
2.4.1 Batik Murni Madiun.....	28
2.5 Studi Komparator.....	34
2.5.1 Batik Ratimaya.....	34
2.6 Studi Kompetitor.....	39
2.6.1 Batik DemunG	39
BAB III	46
METODOLOGI DESAIN	46
3.1 Metode Perancangan.....	46
3.1.1 Metode Penelitian	46
3.1.2 Data Primer dan Sekunder	46
3.2 Objek Perancangan	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder	48
3.3.3 Target Audiens	49
3.4 Teknik Analisis Data	49
3.4.1 Analisis Data Wawancara.....	50
3.4.2 Analisis Data Observasi	53
3.4.3 Analisis Data Kuesioner.....	54
3.4.4 Analisis TOWS Matriks	55
3.4.5 Analisis <i>Consumer Insight</i>	56
3.4.6 Analisis <i>Consumer Journey</i>	56
3.5 Sintesa Data	58
3.6 USP (<i>Unique Selling Point</i>)	59
BAB IV	60
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	60
4.1 Perumusan Konsep.....	60
4.1.1 <i>What to Say</i>	61
4.1.2 <i>How to Say</i>	62
4.1.3 Konsep Verbal.....	62
4.1.4 Konsep Visual	62
4.1.5 Konsep Media	65
4.2 Proses Perancangan Desain.....	70
4.2.1 <i>Rough Design</i> (Sketsa Kasar)	72
4.2.2 Komprehensif Desain.....	74

4.2.3 Validasi Desain.....	74
4.2.4 Desain Final	77
4.3 Implementasi Desain.....	77
4.4 Strategi <i>Brand Activation</i>	85
4.4.1 <i>Social Media Activation</i>	85
4.4.2 <i>Marketing Event Activation</i>	86
4.5 Rancangan Anggaran Proyek.....	88
4.5.1 Tarif <i>Designer</i>	88
4.5.2 Biaya Produksi	89
BAB V	90
PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tempat Penjualan dan Produksi Batik Murni Madiun	2
Gambar 1. 2 Logo Batik Murni Madiun	3
Gambar 1. 3 Paper Bag, Box Kemasan, Label, dan Brosur Katalog Batik Murni Madiun	4
Gambar 1. 4 Alur Kerangka Perancangan.....	8
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness.....	11
Gambar 2. 2 Hubungan Brand Equity dengan Aspek-aspek Lain	12
Gambar 2. 3 Contoh Logotype.....	18
Gambar 2. 4 Contoh Logogram	18
Gambar 2. 5 Contoh Combination Mark	19
Gambar 2. 6 Jenis Tipografi Serif.....	21
Gambar 2. 7 Jenis Tipografi Sans Serif.....	21
Gambar 2. 8 Jenis Tipografi Script	22
Gambar 2. 9 Jenis Tipografi Monospaced	22
Gambar 2. 10 Jenis Tipografi Display	22
Gambar 2. 11 Jenis Tipografi Dekoratif.....	23
Gambar 2. 12 Logo Berwarna Merah	23
Gambar 2. 13 Logo Berwarna Jingga	24
Gambar 2. 14 Logo Berwarna Kuning.....	24
Gambar 2. 15 Logo Berwarna Hijau.....	24
Gambar 2. 16 Logo Berwarna Biru.....	25
Gambar 2. 17 Logo Berwarna Ungu.....	25
Gambar 2. 18 Logo Berwarna Putih	25
Gambar 2. 19 Logo Berwarna Hitam.....	26
Gambar 2. 20 Logo Berwarna Abu-abu	26
Gambar 2. 21 Logo Berwarna Cokelat	26
Gambar 2. 22 Logo Batik Murni Madiun	28
Gambar 2. 23 Kemasan Batik Murni Madiun.....	29
Gambar 2. 24 Label Batik Murni Madiun.....	30
Gambar 2. 25 Katalog/Brosur Batik Murni Madiun	31
Gambar 2. 26 Feeds Instagram Batik Murni Madiun	32
Gambar 2. 27 Identity Sign Batik Murni Madiun.....	33
Gambar 2. 28 Logo Ratimaya.....	34
Gambar 2. 29 Kemasan Ratimaya.....	35
Gambar 2. 30 Label Ratimaya	35
Gambar 2. 31 Katalog/brosur Ratimaya	36
Gambar 2. 32 Feeds Instagram Ratimaya	37
Gambar 2. 33 Website Ratimaya.....	38
Gambar 2. 34 Identity Sign Ratimaya.....	38
Gambar 2. 35 Logo Batik DemunG.....	40
Gambar 2. 36 Kemasan Batik DemunG.....	41
Gambar 2. 37 Label Batik DemunG	41
Gambar 2. 38 Katalog/brosur Batik DemunG	42
Gambar 2. 39 Feeds Instagram Batik DemunG	43
Gambar 2. 40 Identity Sign Batik DemunG.....	44

Gambar 3. 1 Wawancara dengan Ibu Sri Murniati.....	50
Gambar 3. 2 Wawancara dengan Kak Adnan.....	52
Gambar 4. 1 Perumusan Keyword	60
Gambar 4. 2 Referensi Logo	62
Gambar 4. 3 Produk Batik Murni Madiun Warna Alam	63
Gambar 4. 4 Referensi Warna	64
Gambar 4. 5 Referensi Tipografi.....	64
Gambar 4. 6 Mind Mapping.....	70
Gambar 4. 7 Alternatif Warna dari Batik Pecel.....	71
Gambar 4. 8 Acuan Elemen Visual	72
Gambar 4. 9 Sketsa Kasar Logogram	73
Gambar 4. 10 Sketsa Kasar Logotype.....	73
Gambar 4. 11 Alternatif Logo Terpilih.....	74
Gambar 4. 12 Alternatif Logo dan Warna	74
Gambar 4. 13 Revisi Logo dari Ahli Branding	75
Gambar 4. 14 Revisi Logo dari <i>Owner</i> Batik Murni Madiun	76
Gambar 4. 15 Revisi Logo dari Dosen Pembimbing	76
Gambar 4. 16 Desain Final Logo	77
Gambar 4. 17 Graphic Standard Manual	77
Gambar 4. 18 Paper Bag	78
Gambar 4. 19 Box Kemasan	78
Gambar 4. 20 Label Harga	79
Gambar 4. 21 Identity Sign	79
Gambar 4. 22 Seragam Apron.....	80
Gambar 4. 23 Feed Instagram	81
Gambar 4. 24 Story Instagram	82
Gambar 4. 25 Brosur Katalog	83
Gambar 4. 26 Stationary	84
Gambar 4. 27 Merchandise	84
Gambar 4. 28 Konten Informasi Event	85
Gambar 4. 29 X-Banner	86
Gambar 4. 30 Banner	86
Gambar 4. 31 Booth Pameran	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis TOWS Matriks	55
Tabel 3. 2 Analisis Consumer Journey	57
Tabel 4. 1 Program Branding	65
Tabel 4. 2 Timeline Media	66
Tabel 4. 3 Content Plan	68
Tabel 4. 4 Pengeluaran Selama 6 Bulan	88
Tabel 4. 5 Biaya Produksi	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Dokumentasi dan Transkrip Wawancara Bersama Pemilik Batik Murni Madiun.....	93
Lampiran. 2 Dokumentasi dan Transkrip Wawancara Bersama Ahli Branding.....	95
Lampiran. 3 Dokumentasi Observasi ke Lokasi Batik Murni Madiun	99
Lampiran. 4 Dokumentasi Kuesioner Sebelum Rebranding	100
Lampiran. 5 Dokumentasi Kuesioner Setelah Rebranding	104
Lampiran. 6 Bukti Form Asistensi	107