



TUGAS AKHIR - RD1558

PERANCANGAN DESAIN KAOS TEMATIK SEBAGAI SOUVENIR KABUPATEN PAMEKASAN

**PRIMASTHA JAYAWARDHANA
NRP. 3414100028**

**Dosen Pembimbing
Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si.
NIP. 19640930 199002 1 001**

**Bidang Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
2018**



Tugas Akhir - RD 141558

PERANCANGAN DESAIN KAOS TEMATIK SEBAGAI SOUVENIR KABUPATEN PAMEKASAN

PRIMASTHA JAYAWARDHANA

NRP. 3414100028

Dosen Pembimbing :

Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si.

NIP : 197404172006041002

Bidang Studi Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Desain Produk

Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

2018



Tugas Akhir - RD 141558

***DESIGN OF THEMATICS T-SHIRT AS SOUVENIR
DISTRICT OF PAMEKASAN***

PRIMASTHA JAYAWARDHANA

NRP. 3414100028

Thesis Adviser :

Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si.

NIP : 197404172006041002

*Visual Communication Design Field of Study
Department of Product Design
Faculty of Architecture, Design and Planning
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
2018*

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN KAOS TEMATIK SEBAGAI SOUVENIR

KABUPATEN PAMEKASAN

TUGAS AKHIR (RD 141558)

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Pada

Bidang Studi Desain Komunikasi Visual

Program Studi S-1 Departemen Desain Produk

Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya

Oleh :

Primastha Jayawardhana

NRP. 3414100028

Surabaya, 8 Agustus 2018

Periode Wisuda 118 (September 2018)



Mengetahui,
Kepala Departemen Desain Produk

Eliya Zulaikha, ST., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si.

NIP. 19640930 199002 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Bidang Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Desain Produk, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya,

Nama Mahasiswa : Primastha Jayawardhana

NRP : 3414100028

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Laporan Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN DESAIN KAOS TEMATIK SEBAGAI SOUVENIR KABUPATEN PAMEKASAN”** adalah :

- 1) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan/referensi dengan cara yang semestinya.
- 2) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan data-data hasil pelaksanaan penelitian dalam proyek tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia karya tulis Tugas Akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 8 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



Primastha Jayawardhana
NRP. 3414100028

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa. karena atas izin dan lindungan-Nya, saya dapat menyelesaikan laporan penelitian tugas akhir DKV. Kelancaran dan keberhasilan penulisan laporan ini, tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Terimakasih dan doa saya ucapkan kepada :

1. Orang Tua dan keluarga yang senantiasa mendukung dan mendoakan.
2. Bapak Sayatman, S.Sn., M.Si. selaku dosen koordinator konseptual.
3. Bapak Denny Indrayana, S.T., M.Ds. selaku dosen koordinator tugas akhir.
4. Bapak Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir.
5. Bapak/Ibu dosen lainnya yang telah membimbing dan mengevaluasi selama kuliah berlangsung.
6. Narasumber terkait yang telah membantu pengumpulan data riset.
7. Nadine Karina selaku partner dalam melakukan riset hingga eksekusi desain.
8. Deryl Arrazaq, Anjasputra, Lokagalung, Pradana, Yasinta serta kawan - kawan lainnya atas bantuan selama penelitian.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan laporan hingga selesai.

Manusia tidak akan belajar jika tidak pernah salah. Karena itu, mohon maaf bila ada kekurangan dalam laporan ini, dan semoga dapat menjadi pelajaran bagi kita.

Surabaya, 8 Agustus 2018

Penulis

PERANCANGAN DESAIN KAOS TEMATIK SEBAGAI SOUVENIR KABUPATEN PAMEKASAN

Nama : Primastha Jayawardhana
NRP : 3414100028
Bidang Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : S-1 Desain Produk - FADP ITS

ABSTRAK

Pamekasan sebagai tempat wisata destinasi di Pulau Madura memiliki keunggulan pada keanekaragaman motif batik tulis dan wisata alam seperti pantai, bukit dan air terjun. Pamekasan dituntut siap dalam berbagai aspek internal dan eksternal. Aspek yang harus diperhatikan salah satunya promosi. Pihak pengelola Pamekasan harus memberi kesan positif pada wisatawannya, dapat diberikan melalui souvenir. Sejauh ini souvenir yang paling banyak di cari oleh wisatawan berupa kaos destinasi. Wisatawan Pamekasan membutuhkan souvenir kaos dengan keunikan dan kekhasan Pamekasan. Souvenir kaos yang sudah ada jauh dari standar, dari segi desain maupun bahan tidak layak ditawarkan kepada wisatawan.

Dilakukan riset dengan metode depth interview dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pamekasan dan pemilik brand clothing . Kemudian observasi mengenai eksisting dan kuisisioner terhadap user. Kajian literatur sekunder maupun primer bersumber pada buku pedoman statistik kepariwisataan, buku fashion dan gaya desain sehingga mendapatkan konsep '*Explore Art and Culture of Pamekasan*'. Dengan melakukan eksplorasi berbagai gaya desain hingga ditemukanlah gaya ilustrasi yang akan digunakan untuk desain souvenir kaos Pamekasan.

Konsep '*Explore Art and Culture of Pamekasan*' menampilkan kebudayaan Pamekasan seperti Kerapan Sapi, Tari Topeng Gethak, Kontes Sapeh Sonok. Landmark sebagai ikon Pamekasan seperti Monumen Arek Lancor dan wisata alam Pantai Jumiang serta edisi khusus yang diaplikasikan pada kaos. Warna yang digunakan pada desain juga dipilih agar menarik, disertai bahan pakaian yang lembut dan hasil cetak yang sesuai agar kualitas tahan lama. Untuk kedepannya perlu dikembangkan dan menambah variasi desain. Perancangan ini diharap dapat menghasilkan desain souvenir kaos tematik yang menggambarkan identitas Pamekasan yang menarik, dan dibutuhkan oleh wisatawannya.

Kata Kunci—Souvenir Pamekasan, Kaos Tematik, Wisata budaya.

**DESIGN OF THEMATICS T-SHIRT AS SOUVENIR
DISTRICT OF PAMEKASAN**

Name : Primastha Jayawardhana
NRP : 3414100028
Field of Study : Communication Visual Design (DKV)
Department : Bachelor of Product Design - FADP ITS

ABSTRACT

Pamekasan as a tourist destination in Madura Island has an advantage on the diversity of batik motifs and natural attractions such as beaches, hills and waterfalls. Pamekasan is required to be prepared in various internal and external aspects. Aspects that must be considered one of them promotion. The Pamekasan management must give a positive impression on the tourists, can be given through souvenirs. So far, the most sought-after souvenirs by tourists are destination shirts. Pamekasan tourists need souvenirs with unique and unique Pamekasan. T-shirt souvenirs that are already far from the standard, in terms of design or inappropriate material are offered to tourists.

Research conducted by depth interview method with Pamekasan Tourism and Culture Office and clothing brand owners. Then observation about existing and questionnaires to the user. Secondary and primary literature reviews are based on tourism statistics manuals, fashion books and design styles so as to get the concept of 'Explore Art and Culture of Pamekasan'. By exploring various design styles to find the style of illustration that will be used to design souvenirs for Pamekasan shirts.

The concept of 'Explore Art and Culture of Pamekasan' features Pamekasan culture such as Cowboy, Topeng Gethak Dance, Sapeh Sonok Contest. Landmarks as Pamekasan icons such as Arek Lancor Monument and Jumiang Beach nature tours and special editions applied to t-shirts. The colors used in the design were also chosen to be attractive, along with soft clothing materials and suitable prints to make the quality durable. In the future, it needs to be developed and add variations in design. This design is expected to produce the design of thematic t-shirt souvenirs that describe Pamekasan's interesting identity, and are needed by the tourists.

Keyword—Souvenir of Pamekasan, Thematics T-Shirt, Cultural Tourism.

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Ruang Lingkup.....	8
1.7.1 Ruang Lingkup Studi	8
1.7.2 Ruang Lingkup Masalah	9
1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Studi Brand	11
2.1.1 Brand Identity.....	11
2.1.2 Identitas Visual.....	12
2.1.3 Logo	14
2.1.4 Logo sebagai Identitas Visual Brand Clothing	17
2.2 Studi Tshirt.....	19
2.2.1 Teknis Produksi.....	19
2.2.2 Model	28
2.2.3 Clothing Company	32
2.2.4 Ilustrasi.....	33
2.2.5 Warna.....	34
2.2.6 Tipografi.....	35
2.2.7 Souvenir	36

2.3 Studi Eksisting	39
2.3.1 Profil Kab. Pamekasan	39
2.3.2 Souvenir Kaos Kab. Pamekasan.....	41
2.3.3 Studi Kompetitor	43
2.3.4 Studi Komparator	45
2.3.5 Studi Komparator dengan National Geographic	46
2.3.6 Studi Komparator dengan RipCurl.....	47
BAB III.....	49
METODE RISET DAN DESAIN.....	49
3.1 Definisi Judul dan Sub Judul.....	49
3.1.1 Definisi Souvenir.....	49
3.1.2 Definisi Tshirt/Kaos	49
3.1.3 Definisi Objek Wisata Pamekasan	50
3.2 Metodologi Penelitian	51
3.3 Teknik Sampling	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Jenis dan Sumber Data	54
3.5 Teknik Pengambilan Data	55
3.6 Teknik Perancangan	57
3.7 Alur Perancangan	58
3.8 Kriteria Desain	59
3.9 Protokol Riset.....	59
3.9.1 Depth Interview dengan Kepala Disparbud Pamekasan	61
3.9.2 Depth Interview dengan brand Cosmic Surabaya	62
3.9.3 Depth Interview dengan Mirota Surabaya.....	64
3.9.4 Kuesioner kepada 100 responden.....	66
BAB IV	67
ANALISA HASIL RISET	67
4.1 Gambaran Umum	67
4.1.1 Gambaran Umum Destinasi Pamekasan	67
4.1.2 Deskripsi Perancangan	69
4.2 Hasil Riset	70
4.2.1 Kepala Disparbud Pamekasan	70
4.2.2 Cosmic Surabaya.....	75
4.2.3 Mirota Surabaya	78
4.2.4 Hasil kuesioner 100 responden.....	80

4.3 Analisis Data	82
4.3.1 Analisa Stakeholder	82
4.3.2 Analisa Desain	84
4.3.3 Analisa Kaos	85
BAB V	89
KONSEP DESAIN	89
5.1 Penelusuran Masalah.....	89
5.1.1 Kebutuhan wisatawan mengenai souvenir Pamekasan	89
5.1.2 Stakeholder Pamekasan.....	89
5.2 Target Audience	90
5.3 Psikografis (AIO).....	90
5.4 Konsep Desain	92
5.5 Keyword.....	92
5.5.1 Definisi Keyboard	94
5.5.2 Keterangan Keyboard.....	94
5.6 Label Brand dan Logo.....	96
5.7 Strategi Visual.....	98
5.8 Strategi Komunikasi.....	102
5.9 Kriteria Souvenir Kaos.....	102
5.9.1 Kuesioner Kriteria Souvenir Kaos	103
5.9.2 Tipografi.....	105
5.9.3 Warna	105
5.9.4 Tema / Series / Konten.....	105
5.9.5 Gaya Gambar/Visual	110
5.10 Proses Desain	112
5.10.1 Sketsa Alternatif Desain.....	112
5.10.2 Alternatif Desain Kaos	113
5.10.3 Implementasi Desain.....	116
5.11 Sistem Produksi.....	118
5.11.1 Spesifikasi Kaos	118
5.11.2 Daftar Harga.....	118
5.11.3 Jumlah Produksi	118
5.11.4 Pendistribusian	118
5.11.5 Waktu dan Timing.....	118
5.11.6 Marketing Plan	119
BAB VI	120
KESIMPULAN DAN SARAN.....	120

6.1 Kesimpulan	120
6.1.1 Kesimpulan dari Segi Konsep Perancangan.....	120
6.1.2 Kesimpulan dari Segi Perancangan Visual	120
6.2 Saran.....	121
6.2.1 Saran dari Segi Penerapan.....	121
6.2.2 Saran dari Segi Perancangan Visual.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kabupaten Pamekasan.....	1
Gambar 1.2 Toko souvenir destinasi.....	2
Gambar 1.3 Souvenir kaos di Indonesia.....	3
Gambar 1.4 Souvenir kaos Pamekasan	4
Gambar 1.5 Souvenir kaos luar negeri	5
Gambar 2.1 Logo sebuah brand clothing	14
Gambar 2.2 Perbedaan brandmark Joger dan Dagadu	16
Gambar 2.3 Logotype Unkl347.....	17
Gambar 2.4 Logo clothing asal Indonesia.....	18
Gambar 2.5 Logo clothing luar negeri	19
Gambar 2.6 Ukuran pola tshirt.....	27
Gambar 2.7 Pola potongan bahan	27
Gambar 2.8 Kaos O neck	28
Gambar 2.9 Kaos V neck	29
Gambar 2.10 Kaos U neck	29
Gambar 2.11 Kaos Y neck	29
Gambar 2.12 Kaos turtle neck.....	30
Gambar 2.13 Kaos raglan O neck	30
Gambar 2.14 Kaos raglan V neck	30
Gambar 2.15 Kaos model polo.....	31
Gambar 2.16 kaos model singlet	31
Gambar 2.17 Grafik MARS 2016	32
Gambar 2.18 Grafik MARS 2017	33
Gambar 2.19 Warna hangat dan dingin.....	34
Gambar 2.20 Tipografi pada kaos luar negeri.....	36
Gambar 2.21 Tabel persentase pembelian souvenir favorit	39

Gambar 2.22 Peta lokasi wisata Pamekasan	40
Gambar 3.1 Bapak Sjaifuddin Ketua Disparbud Pamekasan	54
Gambar 3.2 Bagan Alur Perancangan	59
Gambar 3.3 Tabel Protokol riset souvenir Pamekasan	60
Gambar 3.4 Wawancara dengan narasumber Disparbud Bapak Sjaifuddin	61
Gambar 3.5 Wawancara dengan narasumber brand Cosmic.....	62
Gambar 3.6 Wawancara dengan narasumber brand Mirota.....	64
Gambar 4.1 Hasil wawancara ketua Disparbud Bpk. Sjaifuddin.....	70
Gambar 4.2 Hasil wawancara Cosmic Surabaya	75
Gambar 4.3 Hasil wawancara Mirota Surabaya.....	78
Gambar 4.4 Tabel hasil riset kuesioner.....	83
Gambar 4.5 Acuan visual kaos kuesioner	85
Gambar 4.6 Style ilustrasi line art, digital coloring & vector	85
Gambar 4.7 Layout imprint location.....	86
Gambar 4.8 Kaos O-neck yang dipilih.....	87
Gambar 4.9 Ukuran kaos	87
Gambar 4.10 Teknik sablon DTG.....	88
Gambar 5.1 Keyword.....	93
Gambar 5.2 Logo Sabhuga.....	97
Gambar 5.3 Brandmark Sabhuga.....	97
Gambar 5.4 Kemasan paperbag Sabhuga.....	97
Gambar 5.5 Tabel strategi visual	101
Gambar 5.6 Bagan kriteria souvenir	102
Gambar 5.7 Bagan konten series.....	106
Gambar 5.8 Moodboard konten series	109
Gambar 5.9 HUT Pamekasan.....	110
<u>Gambar 5.10 Tabel gaya ilustrasi.....</u>	<u>111</u>
<u>Gambar 5.11 Sketsa alternatif desain.....</u>	<u>112</u>
<u>Gambar 5.12 Alternatif desain kaos.....</u>	<u>116</u>
<u>Gambar 5.13 Implementasi desain.....</u>	<u>117</u>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten di Pulau Madura - Jawa Timur yang dikenal sebagai kota industri. Selain kota industri, Pamekasan juga dikenal sebagai kota santri di Madura, karena pernah mengusung jargon Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami (Gerbangsalam) dengan maksud mengajak masyarakatnya membangun perilaku sesuai syariat Islami dan berperadapan positif. Disamping itu, Pamekasan juga memiliki beberapa alternatif obyek wisata. Pilihan pariwisata di Pamekasan adalah Obyek wisata api abadi di Kecamatan Tokol, Air terjun Durbugen, Pantai Jumiang di Pademawu, Vihara Avalokitesvara, Bukit Waru, Goa Blaban dan masih banyak wisata alam lainnya¹.



Gambar 1.1 Kabupaten Pamekasan
(sumber: dok. Pribadi)

Pamekasan juga dikenal sebagai salah satu sentra industri kerajinan batik di Pulau Madura. Jika dibandingkan dengan kabupaten lain di Madura, Pamekasan yang paling banyak dihuni para perajin dan pengusaha batik. Tradisi budaya mengenai kain batik tertanam baik dan kuat dikalangan masyarakat Pamekasan. Bahkan ketika kain batik belum sepopuler seperti sekarang, masyarakat Pamekasan terus memproduksi serta mengenakan pakaian batik, karena batik merupakan bagian dari adat dan budaya mereka sehari-hari. Kini para perajin dan pengusaha batik di Pulau Madura mulai beranjak dalam memproduksi keanekaragaman motif batik dan media aplikasi pengembangan lainnya yang berbaur batik dalam rangka usaha menciptakan identitas. Pamekasan memiliki keunggulan pada keanekaragaman motif batik Pamekasan, hal ini dapat menjadi daya tarik utama sebagai

¹ <https://tempatwisatakeluarga.com/tempat-wisata-di-pamekasan-madura/>

destinasi. Namun jumlah konsumen yang datang tergolong fluktuatif, masih tergolong sedikit dan tidak menentu. Pamekasan sebagai salah satu objek wisata di Madura dituntut untuk siap dalam berbagai aspek, baik internal maupun yang bersifat eksternal, diantaranya melalui promosi, yakni melalui media souvenir untuk memberi kesan positif pada wisatawanannya. Destinasi Pamekasan perlu dikelola dengan baik sehingga bisa mendatangkan pengunjung yang banyak baik domestik maupun turis luar negeri dan juga dapat memberikan kesan yang menyenangkan. Salah satu pengelolaan yang perlu diperhatikan adalah pembuatan perbedaan identitas atau souvenir dengan tempat wisata lainnya.

Tempat wisata perlu dikelola dengan baik sehingga bisa mendatangkan pengunjung yang banyak baik domestik maupun turis luar negeri. Salah satu pengelolaan yang perlu diperhatikan adalah pembuatan perbedaan identitas dengan tempat wisata lainnya. Suatu tempat pariwisata perlu memiliki ciri khas tertentu yang membuatnya berbeda dengan tempat pariwisata lainnya. Salah satunya melalui media souvenir yang juga bisa menunjukkan identitas dari tempat wisata tersebut.



Gambar 1.2 Toko Souvenir Destinasi

(sumber: google.com)

Dalam pengertiannya souvenir atau cendera mata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke rumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini kadang disinonimkan dengan oleh-oleh, tanda mata, atau kenang-kenangan. Cendera mata bisa berupa pakaian seperti kaos atau topi, dan peralatan rumah tangga seperti cangkir atau mangkok, asbak, sendok, hingga barang-barang siap pakai lainnya. Benda-benda tersebut bisa ditulisi untuk menandai asalnya. Wisatawan bisa pula membeli cendera mata sebagai kenang-kenangan bagi orang lain. Souvenir perlu dibuat dengan desain yang mewakili sifat wisata tersebut, misalnya wisata di Bali akan

sangat kental dengan souvenir dengan ornamen candi, ukiran bali, dan juga souvenir budaya bali lainnya.

Fungsi souvenir ini bagi tempat pariwisata sangat banyak, diantara sebagai bagian dari promosi tempat wisata, dan bisa juga menjadi kenangkenangan bagi pengunjung atau wisatawan yang datang. Jika pergi ke tempat wisata tentu wisatawan ingin membeli cendera mata yang asli menunjukkan kekhasan tempat wisata tersebut. Souvenir sangatlah penting bagi kota pariwisata. Walaupun sederhana, pilihan souvenir yang di jual turut mempengaruhi kepuasan wisatawan untuk tertarik datang kembali.



Gambar 1.3 Souvenir kaos di Indonesia

(sumber: google.com)

Sejauh ini, souvenir yang paling banyak di cari oleh wisatawan adalah souvenir kaos yang bergambar identitas tempat wisata yang dikunjungi. Souvenir kaos pun bisa menjadi unik tergantung dari desain yang di buat. Souvenir dalam bentuk kaos menjadi lebih banyak diminati oleh wisatawan karena selain memiliki daya fungsi dan gunanya, kaos juga mudah dibawa dan dengan desain yang beranekaragam menjadi daya tarik tersendiri. Selain kaos, souvenir yang diminati wisatawan berupa barang barang siap pakai lainnya seperti topi, jaket, tas / ransel, hingga alas kaki untuk bersantai. Berbagai desain seharusnya ditawarkan untuk menarik wisatawan. Souvenir yang baik haruslah melihat kebutuhan dan menyesuaikan tren fashion yang ada, dan tidak diproduksi secara partai. Hal tersebut dilakukan agar desain souvenir yang dihasilkan mampu bersaing dengan kaos

bermerk. Beberapa obyek ekowisata yang ada di Indonesia mempunyai souvenir yang cukup menarik dari sisi desain namun kelemahannya memiliki bahan yang tidak nyaman apabila dikenakan.



Gambar 1.4 Souvenir kaos Pamekasan yang pernah diproduksi
(sumber: google.com)

Namun Pamekasan sebagai sebagai salah satu obyek destinasi di Madura, Jawa Timur tidak memiliki souvenir yang menarik dan layak untuk ditawarkan kepada wisatawan. Selama ini wisatawan hanya dapat membawa oleh – oleh berupa kain batik Pamekasan yang memiliki masalah kebosanan terhadap minat konsumen, dan selain kain batik yang ditawarkan sebagai bentuk oleh-oleh, tidak ada souvenir yang variatif yang selama ini diinginkan baik konsumen maupun para penjual. Keanekaragaman batik Pamekasan yang ada tidak diimbangi dengan kekearagaman souvenir yang ditawarkan kepada wisatawan. Selama ini Pamekasan hanya bertumpu pada souvenir kerajinan clurit & pecut hias, kerang hias dan kuliner seperti Nasi Jhajan dan Soto Toronan. Selagi itu souvenir yang pernah dijual tidak mencerminkan warna khas yang mudah dikenali dari Pamekasan. Hal ini berdampak pada kekecewaan wisatawan karena mereka tidak dapat membawa barang kenang – kenangan yang bervariasi dan menarik untuk dibawa pulang.

Beberapa desain kaos yang pernah dibuat oleh beberapa pengrajin beberapa tahun silam dirasa jauh dari standart dan tidak layak untuk ditawarkan kepada wisatawan terlebih wisatawan mancanegara. Selain desainnya yang tidak menarik dan terkesan dikerjakan dengan asal – asalan, bahannya pun terbilang kasar dan tidak nyaman apabila dikenakan. Desain yang ada dirasa tidak mencerminkan keunggulan dan keunikan dari Pamekasan sehingga wisatawan cenderung urung untuk membelinya.



Gambar 1.5 Souvenir kaos dari luar negeri

Diluar negeri bisnis kaos sebagai souvenir sangat menjadi hal yang serius dan menguntungkan. Para penjual tidak asal – asalan dalam mendesain kaos sebagai souvenir untuk wisatawan negaranya, karena hal tersebut dirasa sangat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat lokal juga. Media kaos sebagai souvenir yang ditawarkan tidak hanya memiliki kualitas bahan terbaik namun juga model dan desain yang menarik sehingga wisatawan tidak menjadi malu menggunakan kaos tersebut dan mendapatkan rasa percaya diri lebih. Setiap kaos sebagai souvenir didesain dengan menampilkan identitas visual dari keunikan negaranya sehingga kaos tersebut dapat terus membuat wisatawan mengingat objek wisatanya. Strategi promosi melalui kaos ini dirasa sangat efektif karena selain akan menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan bagi pihak penjual juga menguntungkan bagi konsumen karena wisatawan mendapatkan barang kenang – kenangan yang menarik dan dibutuhkan.

Metode yang digunakan untuk mencari data antara lain adalah dengan pendekatan kuesioner, wawancara mendalam, observasi dan telaah dokumen yang melibatkan masyarakat setempat dan stakeholder terkait. Dari penelitian dan riset, serta analisa yang dilakukan terhadap data yang terkumpul strategi disusun atas dasar fakta-fakta lalu diterjemahkan ke dalam bentuk desain souvenir kaos yang mencerminkan Pamekasan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam kasus Pamekasan ini terdapat beberapa hal mendasar yang mendorong diperlukannya sebuah perancangan desain souvenir kaos yaitu :

1. Potensi budaya Pamekasan belum sepenuhnya di kelola dengan maksimal
2. Objek wisata Pamekasan tidak memiliki souvenir atau oleh – oleh yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan
3. Souvenir kaos yang pernah diproduksi jauh dari standart dan tidak layak untuk ditawarkan kepada wisatawan baik domestik maupun mancanegara
4. Diperlukan desain souvenir kaos yang menarik, unik, dan dibutuhkan wisatawan yang menggambarkan identitas Pamekasan

Melihat dari identifikasi masalah yang ada maka diharapkan penelitian ini dapat mencapai menyelesaikan permasalahan terkait dengan souvenir kaos untuk Pamekasan yang dapat memvisualisasikan objek desain yang mencerminkan suatu destinasi dengan keunikan dan segala cerita dibalikinya, sebagai salah satu upaya mendukung dan memperkuat citra Pamekasan kepada wisatawan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka dapat dirumuskan masalah pada perancangan ini yaitu,

“ Bagaimana merancang desain souvenir kaos untuk Destinasi Pamekasan yang mampu menginterpretasikan keunikan serta menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan ?”

1.4 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang ada diperlukan batasan yang akan dikerjakan untuk dicari solusinya agar tidak keluar dari konteks bahasan. Batasan tersebut yaitu :

1. Perancangan ini fokus dalam desain souvenir berupa kaos
2. Souvenir lain akan diproduksi oleh peneliti, namun tidak dibahas lebih mendalam
3. Studi lokasi penelitian adalah Pamekasan
4. Peneliti tidak menghasilkan elemen-elemen yang tidak bersifat desain komunikasi visual, seperti pembentukan kinerja pengelolaan souvenir Pamekasan
5. Tidak membahas mengenai promosi walaupun nantinya souvenir kaos Pamekasan akan digunakan sebagai salah satu elemen promosi.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Merancang desain souvenir berupa kaos tematik untuk Pamekasan yang unik dan dibutuhkan oleh wisatawan.
2. Memperkuat *brand identity* Kab.Pamekasan sebagai salah satu destinasi wisata di Jawa Timur melalui desain souvenir kaos yang dirancang.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya gagasan perancangan souvenir Pamekasan maka diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan souvenir kaos yang dapat diaplikasikan pada proses pengembangan brand identity Kab. Pamekasan.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya perancangan souvenir kaos diharapkan mampu mewakili keunikan dari Kabupaten Pamekasan. Menciptakan kesan positif pada wisatawan dan memiliki alat untuk bersaing dengan kota lainnya sehingga berguna pada sektor promosi.

1.7 Ruang Lingkup

1.7.1 Ruang Lingkup Studi

Ruang lingkup studi diperlukan untuk membantu memperkuat latar belakang dengan data dan menganalisis masalah melalui metode, riset, dan studi yang akan dilakukan pada perancangan ini. Berikut merupakan beberapa lingkup studi yang akan dilakukan :

1. Riset tentang souvenir kaos yang meliputi elemen - elemen visual pendukung yang muncul pada konten (Destinasi Kab. Pamekasan), diantaranya :
 - a. Souvenir
 - b. Brand
 - c. Warna, bentuk & tipografi
 - d. Tren mode pada kaos
 - e. Bahan/material produk
 - f. Produksi

2. Studi komparator souvenir destinasi lain sebagai pertimbangan - pertimbangan tentang desain yang baik yang mampu memvisualkan objek, juga nantinya menjadi parameter dalam menentukan konsep visualnya.
3. Studi eksisting atau analisis terhadap artefak desain yang pernah digunakan
4. Riset melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden untuk mendapatkan data terkait studi dan opini publik.
5. Riset melalui pendekatan observasi ke kawasan Pamekasan yang nantinya akan mendapatkan hasil data primer yang dapat digunakan sebagai acuan perancangan.
6. Studi Pustaka terhadap konten sejarah, budaya, dan segala hal yang berkaitan dengan Kab. Pamekasan, yang akan sangat berguna dalam mencari kepribadian dan karakteristik terhadap konten desain.
7. Analisa atau riset kebutuhan juga perlu dilakukan untuk mendapatkan timbal balik dari pihak audience sehingga perancangan desain ini dapat menyelesaikan masalah terkait souvenir Kab. Pamekasan.

1.7.2 Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, maka penelitian ini akan meliputi :

1. Perancangan desain souvenir kaos tematik pada Kab. Pamekasan
2. Memperkuat karakteristik Pamekasan sebagai objek destinasi
3. Pengaplikasian serta mengimplementasikan elemen-elemen visual pada media souvenir kaos dan pengembangan lain.

a. Output / Luaran

Dari perencanaan yang dilakukan diharapkan menciptakan 50 desain macam kaos yang dapat mengimpresntasikan *brand image* Kab. Pamekasan. 50 desain alternatif kaos tersebut dibagi berdasarkan jenis barang, sebagai berikut :

Hampir seluruh komponen desain didesain dan dibuat sendiri (80%), meliputi :

1. Produk
2. Kemasan
3. Branding
4. Katalog

1.8 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan dibagi bab-bab sebagai tahap penelitian yang dilakukan penulis. Sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang dari perancangan souvenir kaos Kab. Pamekasan secara umum dengan melihat fenomena yang ada saat ini, yang kemudian akan merujuk pada identifikasi masalah. Berdasarkan identifikasi masalah, kemudian disusun batasan masalah dari penelitian ini. Selain itu juga membahas mengenai rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tinjauan pustaka mengenai teori-teori yang digunakan dalam mendukung penyelesaian masalah atau pencapaian tujuan. Selain itu juga terdapat tinjauan yang lebih mendalam terhadap subyek desain, studi eksisting, dan komparator.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode-metode yang dilakukan dalam penelitian untuk memperoleh data yang kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan dari hasil pengumpulan data tersebut. Serta proses perancangan dalam penelitian mulai dari penentuan big idea hingga kriteria desain.

BAB IV : ANALISA HASIL

Bab ini membahas temuan data dan analisisnya selama melakukan pengumpulan data dan dirangkum sebagai acuan penelitian.

BAB V : KONSEP DESAIN & IMPLEMENTASI

Bab ini membahas tentang definisi konsep yang berkaitan dengan masalah atau tujuan, penjelasan tahapan metode pencapaian desain, mulai dari penelusuran masalah, konsep desain dan alternatif desain. tentang penjelasan hasil akhir perancangan yang berupa perancangan souvenir kaos Kab. Pamekasan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran yang diperlukan dalam pembahasan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada perancangan souvenir kaos Pamekasan akan melakukan dua studi pokok untuk dijadikan acuan dalam menentukan desain akhir, yakni :

1. Studi brand atau merk sebagai acuan membentuk identitas visual dari produk.
2. Studi souvenir berbasis clothing dan clothing company.

2.1 Studi Brand

2.1.1 Brand Identity

Pembedaan antara produk dan merek menurut Susanto (2003:1) dapat dipakai sebagai panduan untuk memperjelas tentang identitas. Produk meliputi ruang lingkup, atribut, kualitas, dan penggunaan. Sedangkan merk meliputi simbol, kepribadian, segala kekhasan kelompok, ciri negara asal, pencitraan yang diciptakan, manfaat ekspresi diri dan manfaat emosional. Identitas merek adalah seperangkat yang unik diciptakan oleh para penyusun strategi merk. Penjelasan ini mencerminkan kedudukan suatu merk dan merupakan suatu janji kepada pelanggan atau konsumen.

Identitas merk akan membantu kemantapan hubungan diantara merk dan pelanggan melalui proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional, manfaat emosional atau ekspresi diri². (Kotler & Keller, 2006:261). Menurut David A. Aaker dan Erich (2002:43) *brand identity* terbentuk dari dua puluh dimensi yang digabung menjadi empat, yaitu *brand as product*, *brand as organization*, *brand as person*, dan *brand as symbol*.³

1. Brand as Product

Berhubungan dengan produk tetap penting sebagai bagian dari identitas merek, atribut secara langsung berhubungan dengan pembelian atau penggunaan produk yang dapat memberikan keuntungan fungsional maupun emosional bagi konsumen. Atribut yang berhubungan dengan sebuah produk dapat menciptakan proporsi nilai melalui penawaran yang lebih baik.

² Kotler & Keller. 2006:261

³ David A. Aaker , Erich Joachimsthaler . 2009. Brand Leadership: Building Assets In an Information Economy. Publisher: Free Press. Hal. 43.

2. Brand as Organization

Brand as organization memfokuskan pandangannya pada *attributes of the organization* dari pada terhadap produk atau jasa. *Organization attributes* meliputi suatu inovasi, peningkatan kualitas, perhatian terhadap lingkungan yang diciptakan oleh orang, budaya, nilai maupun program dari perusahaan.

3. Brand as Person

Brand as person memberikan kesan yang lebih menarik terhadap *brand identity*, karena *brand as person* diasumsikan seperti halnya manusia. Pribadi merk dapat menciptakan merk yang kuat dengan berbagai cara. Pertama, membantu menciptakan manfaat ekspresi diri sebagai sarana konsumen untuk mengekspresikan kepribadiannya. Kedua, sifat - sifat manusiawi mempengaruhi hubungan antar konsumen dan merk. Ketiga, pribadi merk dapat mengkomunikasikan atribut produk dan memberikan sumbangan bagimanfaat fungsional.

4. Brand as Symbol

Simbol yang kuat dapat memberikan keamatan dan struktur bagi sebuah identitas serta mempermudah produk untuk dikenal dan diingat. Kehadiran simbol dapat merupakan kunci pengembangan merk. Simbol terdiri atas citra visual, metafora, dan kebesaran merk. Simbol yang melibatkan pencitraan visual memudahkan untuk diingat dan memiliki kekuatan. Simbol akan sangat bermakna jika bermetafora dengan karakteristik simbol yang menampilkan manfaat fungsional, emosional, atau ekspresi diri. Simbol yang kuat akan membantu strategi merek. Apabila simbol yang digunakan perusahaan sesuai dengan karakteristik dari pelanggan maka akan dapat memberikan nilai *functional* dan *emotional*. Identitas dari perusahaan seperti slogan, simbol, *jingle*, dan lain-lain harus dapat menciptakan pengalaman sehingga akan dapat mempermudah dalam pembentukan *brand identity*.⁴

2.1.2 Identitas Visual

Identitas visual merupakan kombinasi dari logo, sistem visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu - kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan

⁴ David A. Aaker , Erich Joachimsthaler . 2009. Brand Leadership: Building Assets In an Information Economy. Publisher: Free Press. Hal. 44.

tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide. Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan di dalam persaingan saat ini, serta menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat atau konsumen. Identitas dalam suatu brand berarti semua yang dilakukan oleh suatu brand dalam mempresentasikan keseluruhan atau sebagian dari brand tersebut terhadap audiens⁵. Dalam persaingan yang kompetitif saat ini, sebuah produk, tempat, orang, perusahaan, dan lain-lain harus mampu berkomunikasi melalui identitas visual yang jelas dan konsisten.

Identitas visual mencakup semua aplikasi desain, seperti logo, kop surat, kartu nama, *website*, dan aplikasi desain lainnya⁶. Selain sebagai pembeda, identitas visual yang diaplikasikan secara konsisten dan dalam satu kesatuan akan dapat membangun kesan positif di benak masyarakat tentang kaos Kab. Pamekasan untuk bersaing dengan destinasi lain di Indonesia⁷. Untuk merancang identitas visual merk kaos Kab. Pamekasan yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, maka ada tiga kriteria utama yang digunakan dalam mendesain identitas visual tersebut, yaitu kesederhanaan, keunikan dan simbolisme metaforik. Identitas visual yang baik tidak hanya dapat terlihat kontras dengan kompetitornya, namun mempunyai ciri khas dan dapat diimplementasikan di berbagai media.

Diferensiasi pada identitas visual terlihat dari positioning suatu perusahaan yang fokus, yang diwakilkan melalui gaya visual yang khas dan berbeda, pengaplikasian media yang terintegrasi serta konten perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan mempunyai nilai-nilai yang ingin disampaikan dan diterapkan pada seluruh elemen perusahaan. Dengan adanya identitas visual yang mampu mengemas value sebuah perusahaan, maka masyarakat dengan mudah mengetahui apa yang ingin disampaikan sebuah perusahaan melalui identitas visual. Identitas visual yang baik tentunya mampu menjadi alat untuk bersaing dengan merk perusahaan lainnya. Dengan kemampuannya menjadi alat untuk bersaing, identitas visual dapat membangun dirinya sebagai simbol yang langsung dapat dikenali masyarakat sehingga masyarakat dapat menerima nilai-nilai yang dicitrakan oleh sebuah logo yang menjadi bagian dari identitas visual pada perusahaan dan dengan mudah membangun kepercayaan pelanggan atau membuat pengunjung datang kembali.

⁵ Morioka, Adams. 2004. Logo Design Workbook – A Hands on Guide to Creating Logos. h.20

⁶ Landa, Robin. 2011. Graphic Design Solutions. USA. h. 240

⁷ Keller, Maura; Taute, Michelle; Capsule. 2012. Design Matters -an essential primer An Essential Primer - Brochures, Logos, Packaging, Portfolios. USA: Rockport Publishers, Inc. Hal. 125.

2.1.3 Logo

“Logo adalah simbol dari suatu perusahaan, benda, publikasi, jasa, atau sebuah ide”, menurut Adams Morioka dalam bukunya *Logo Design Workbook*.⁸ Dan menurut Tristan Manco, seorang desainer grafis dan penulis buku *Street Logo*, logo adalah sebuah simbol yang unik atau desain yang “merepresentasikan” sebuah perusahaan atau seseorang⁹.

Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Karena fungsi dasarnya sebagai identitas, logo haruslah unik dan mudah diingat. Selain itu, logo juga harus divisualisasikan seimbang dan enak dipandang, serta relefan sehingga mampu memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan perusahaan pemilik logo. Ditinjau dari pengertian tersebut, maka logo sangatlah bergantung dari karakter masing-masing perusahaan. Jadi logo adalah sebuah simbol atau gambar yang dapat mengenalkan atau merepresentasikan sebuah perusahaan, perkumpulan, atau seseorang sehingga publik dapat mengenal dan mudah mengingat keberadaan perusahaan, perkumpulan, atau individu tersebut.



Gambar 2.1 Logo sebuah brand clothing (sumber: google.com)

Logo atau tanda gambar (picture mark) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi (Kusrianto, 2007:232). Istilah logo pertama kali muncul pada tahun 1937 dan

⁸ ibid. h. 18

⁹ Manco, Tristan. *Street Logos*. 2004. h 43

kini istilah logo lebih populer dibandingkan istilah logotype. Logo bisa berupa apa saja, seperti tulisan, gambar, logogram, ilustrasi dan lain-lain¹⁰. Menurut Carter dan Kusrianto sebuah logo yang baik harus mencakup beberapa hal sebagai berikut :

1. **Original dan Distinctive**, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
2. **Legible**, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
3. **Simple atau sederhana**, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dengan cepat.
4. **Memorable** atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama.
5. **Easily associated with the company**, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
6. **Easily adaptable for all graphics media**. Faktor kemudahan mengaplikasikan logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangan. Hal ini untuk menghindari kesulitan kesulitan dalam penerapannya¹¹.

Siapapun dapat mendesain logo, tetapi tidak semua orang dapat mendesain logo yang benar. Logo tidak hanya mengikuti spesifikasi yang diberikan oleh klien tetapi juga haruslah menjadi ikon untuk perusahaan ataupun individu itu sendiri. *Iconic* sendiri memiliki arti sesuatu ataupun seseorang yang dapat mewakili suatu objek tertentu¹², terkenal dan diketahui masyarakat luas, dan diyakini dapat mewakili suatu ide tertentu. Jika ada sesuatu yang "*iconic*", maka itu akan mudah dikenali oleh semua orang dan membekas di ingatan. Untuk menciptakan logo yang *iconic* diperlukan beberapa elemen.

a. Brandmark

¹⁰ Suriyanto Rustan, S.Sn. 2009. Mendesain Logo. PT Gramedia Pustaka Utama Publisher.

¹¹ David E. 1985. Carter, Designing Corporate Identity Programs for Small Corporation , Art Direstion Book Company, New York.

¹² <http://www.macmillandictionary.com/us/dictionary/american/iconic>.

Brandmark adalah salah satu elemen desain yang meliputi simbol, logo atau karakter yang menyajikan pengenalan visual terhadap sebuah produk. *Brandmark* ialah bagian dari *brand* yang dapat dilihat dan langsung terasa keberadaannya. Diciptakan dengan menggunakan berbagai macam bentuk dan kepribadian, *brandmark* dihasilkan dari proses suatu ide yang divisualisasikan menjadi objek atau gambar yang digunakan untuk menciptakan sebuah pemikiran kepada masyarakat¹³. Souvenir kaos Kab. Pamekasan harus memiliki *brandmark* untuk dapat dikenal dan diingat dengan mudah oleh masyarakat sebagai pembeda dari merk lain.



Gambar 2.2 Perbedaan penyampaian brandmark Joger (kiri) dan Dagadu.

b. Logotype

Logotype adalah elemen grafis yang secara unik mengidentifikasi perusahaan, produk, layanan, institusi, organisasi dan lain-lain sebagai pembeda pemilik *logotype* dengan entitas lain. *Logotype* adalah nama *brand* yang disusun atas *typeface/font* khusus dan diatur sedemikian rupa. Keunikan dari *logotype* adalah hal yang paling penting untuk menghindari kebingungan masyarakat dalam menentukan bidang usaha yang dijalankan suatu perusahaan¹⁴.

¹³ Wheeler, Alina. *Designing Brand Identity*. Canada. h. 50

¹⁴ www.logodesignweb.com/logodefinition.htm.



Gambar 2.3 Logotype Unkl347 (sumber: google.com)

Pada perkembangannya, orang membuat desain logotype menjadi semakin unik dengan mengolah huruf, menambahkan elemen gambar, bahkan tulisan dan gambar berbaur jadi satu. Logotype harus dapat terbaca secara jelas, terlihat tanpa melupakan estetika dan keunikannya, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengidentifikasi sebuah produk, perusahaan, orang, jasa, dan lainlain.

Adapun fungsi dari logotype (Rustan, 2009:13) adalah :

- a. Sebagai identitas diri. Untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain.
- b. Sebagai tanda kepemilikan. Untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain.
- c. Tanda jaminan kualitas.
- d. Mencegah peniruan/pembajakan¹⁵.

Berdasarkan hal itu, dalam mendesain logo untuk kaos Kab. Pamekasan diperlukan sebuah logo yang memiliki sifat khusus. Logo tersebut harus dapat menggambarkan kepribadian Kab. Pamekasan. Ciri khas dari logo tersebut harus mampu tertanam dibenak *audiens* dan mampu menyampaikan semua hal-hal non fisik lainnya sebagai sebuah objek yaitu visi dan misinya, filosofi, nilai dan seluruh kepribadian Kab Pamekasan.

2.1.4 Logo sebagai Identitas Visual Brand Clothing

Pada penerapan logo dimaksudkan sebagai media untuk mengenalkan identitas kaos Kab. Pamekasan kepada audiens dalam hal ini melalui brand souvenir. Logo tersebut berfungsi sebagai media pencitraan sehingga apa yang menjadi keunikan tersebut tercermin dalam logo. Umumnya pemakaian logo untuk brand clothing di Indonesia berjenis *picture mark* dan *letter mark* yang menunjukkan ciri khas dari brand tersebut. Berikut beberapa

¹⁵ (Rustan, 2009:13)

contoh logo berjenis picture mark dan letter mark yang digunakan oleh beberapa *brand clothing* di Indonesia.



Gambar 2.4 Logo clothing asal Indonesia (sumber: google.com)

Setelah melihat beberapa logo *t-shirt clothing brand* di Indonesia dapat disimpulkan bahwa logo tersebut memiliki kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang cukup jelas dan cukup *memorable* sehingga *audience* mudah mengenali. Tingkat keterbacaan logo cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda. Logo tersebut juga mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat karena gambar yang terdapat didalamnya mudah diingat. Namun beberapa logo di eksekusi dengan tidak baik terkesan asal – asalan sehingga nilai estetika dari logo tersebut tidak terlalu baik. Berbeda dengan logo *t-shirt clothing* di Indonesia, logo *t-shirt clothing* di mancanegara selain mampu menonjolkan ciri khas dan identitas dari masing - masing produk, juga menampilkan nilai estetika yang menarik sehingga ciri khas dari produk tersebut lebih menarik dan berbeda. Penggunaan *picture mark* digunakan sebagai penegas ciri khas yang menjadi fokus dalam *brand* tersebut. Berikut beberapa contoh logo berjenis *picture mark* dan *letter mark* yang digunakan oleh beberapa *t-shirt clothing* di mancanegara. Beberapa diantaranya menggunakan prinsip gestalt sehingga memiliki keunikan dan pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*.



Gambar 2.5 Logo clothing luar negeri (sumber: google.com)

2.2 Studi Tshirt

Studi tentang kaos dilakukan untuk mendapat pengetahuan terkait tentang keseluruhan produksi kaos, yang didalamnya terdapat teknik produksi, model, dll.

2.2.1 Teknis Produksi

2.2.1.1 Sablon

Secara verbal, sablon dapat diartikan sebagai kegiatan cetakmencetak grafis dengan menggunakan kain gasa pada suatu bidang sasaran cetak (bisa kaos, kertas, plat, atau media lainnya). Dengan adanya sablon, pekerjaan cetak-mencetak menjadi lebih cepat dan mudah.

Pada perkembangannya saat ini, pekerjaan sablon telah dikembangkan dengan menggunakan mesin. Namun tentunya antara sablon manual dan sablon mesin, memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang membuat keduanya memiliki nilai jual yang berbeda. Kedua teknik tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dari user.

Secara umum ada dua jenis sablon yang biasa digunakan para pengerajin sablon t shirt, yaitu sablon manual dan sablon digital. Sablon manual sendiri terdiri dari beberapa macam, yang diantaranya :

1. Sablon Separasi

Separasi ialah proses sablon dengan pemisahan warna design untuk dijadikan film. Jenisnya ada dua, ada yang spot color atau warna blok biasanya ini untuk desain berbentuk vector, ada juga berbentuk raster atau disebut proses color.

2. Sablon Glitter

Cat sablon trasparan yang diaplikasikan dengan campuran bubuk metalik / mengkilat. Sablon model ini terlihat lebih exclusive dan mewah.

3. Sablon Foil

Sablon dengan menggunakan lapisan bahan kertas logam (seperti aluminium foil) yang ditempelkan diatas kain dengan lem khusus. Jenis sablon yang memberikan kesan mengkilat menjadikan T- Shirt terlihat eksklusif.

4. Sablon High Density

Ini cat sablon timbul tajam yang bahan dasarnya dari plastisol, tinta yang bersifat transparan, tinta ini menghasilkan efek sablon yang mengkilap, terkesan basah dan bisa juga dibuat doff.

5. Sablon High Frequency

Sablon dengan cat plastisol yang memakai raster-raster kecil, makanya disebut high frequency dikarenakan rasternya sangat rapat (plastisol bisa 55 sampai 60 pdi (dot per inch))

6. Sablon aspal

Salah satu jenis plastisol. Bentuk jadinya monotone hitam, sedikit kasar dan mengkilat

2.2.1.2 Jenis – Jenis Tinta Sablon

Sablon manual memiliki komponen berupa tinta sablon, berikut beberapa jenis tinta sablon. Tinta bahan kaos terdiri dari 2 jenis tinta, yaitu tinta yang berbasis air atau waterbase inks dan tinta yang berbasis minyak atau solvenbase. Tinta solvenbase sering disebut dengan istilah plastisol.

1. Jenis Cat Waterbase

- Cat Rubber :

Tinta ini digunakan khusus untuk sablon diatas kain gelap. Sebab tinta ini bersifat pekat, dapat menutup permukaan warna kain dengan baik. Tinta rubber umumnya digunakan untuk underbase, underbase sendiri difungsikan sebagai penutup warna kain sebelum penyablonan warna-warna diatasnya. Tinta rubber sendiri dibagi menjadi dua jenis untuk dua fungsi kegunaan. Jenis pertama adalah tinta rubber white yang digunakan untuk *underbase*/dasar, bisa juga digunakan untuk mendapatkan warna-warna pastel/muda. Jenis kedua adalah rubber color yang digunakan untuk pencampuran warna-warna tua. Untuk mendapatkan warna putih yang bersih dan cemerlang, campurkan tinta rubber white dengan sedikit pigmen/pewarna berwarna nila atau ungu.

- **Cat Transparan :**

Umumnya disebut dengan coating, karena dapat difungsikan sebagai pelapisan hasil sablon, sehingga hasil sablon lebih cemerlang atau mengkilap. Tinta ini memiliki bentuk seperti tinta extender yang transparan, tetapi memiliki kandungan yang lebih kuat atau lebih keras. Tinta ini baik sekali untuk teknik penyablonan separasi empat warna dengan terlebih dahulu memberikan rubber white pada permukaan bahannya.

- **Cat Extender :**

Tinta ini bersifat transparan, hanya cocok untuk penggunaan di atas bahan putih atau bahan-bahan berwarna terang. Sifat dari cat ini adalah menyatu/menyerap pada bahan.

- **Cat Super White**

Tinta ini hampir sama jenisnya dengan tinta rubber, terdiri dari dua jenis yaitu white dan color. Tinta ini sifatnya lebih mendekati tinta extender yaitu menyatu dengan bahan dan transparan, serta dapat disablon di atas dasar bahan berwarna gelap.

- **Cat Puff/Timbul**

Tinta ini terdapat pada kedua jenis tinta baik underbase maupun plastisol. Tinta ini memerlukan pemanasan yang akan mengakibatkan tinta ini mengembang dengan efek timbul.

2. Jenis Cat Plastisol

Tinta ini berbahan dasar PVC dan harganya cukup mahal serta membutuhkan peralatan khusus untuk pengeringannya. Sebab tinta ini tidak dapat kering dengan sendirinya seperti tinta waterbase pada umumnya. Untuk dapat kering dengan baik, tinta ini memerlukan suhu mencapai 160 derajat celcius serta membutuhkan beberapa peralatan seperti conveyor curing dan flash curing. Setelah pengeringan dengan benar, tinta plastisol ini memiliki daya rekat yang sangat baik. Tinta ini sering digunakan untuk menciptakan efek-efek yang menakjubkan seperti high density. Dan t-shirt yang menggunakan tinta plastisol selalu diberi peringatan "*Do not iron on design*", sebab tinta ini akan meleleh jika terkena panas secara langsung dari setrika.

- *Cat All Purpose*

Tinta ini berbentuk transparan, bersifat seperti extender pada tinta waterbase. Sebab tinta ini hanya baik digunakan pada kain berwarna putih atau terang.

- *Cat High Opacity*

Tinta ini mempunyai sifat seperti rubber dalam waterbase, hanya saja tinta ini mempunyai daya tutup yang lebih baik pada permukaan bahan jika dibandingkan dengan tinta rubber. Tinta ini dapat digunakan untuk teknik high density.

- *Cat Athletic Plastisol*

Tinta ini bersifat lentur atau elastis sehingga sangat cocok untuk penyablonan diatas kain polymesh, spandex atau kain dengan motif berlubang-lubang.

- *Cork Base*

Berjenis plastisol, tinta ini dapat digunakan untuk teknik high density yang akan menghasilkan efek seperti busa atau gabus. Tinta ini memiliki kelenturan dan fleksibilitas yang tinggi sehingga cukup baik untuk penyablonan diatas bahan yang memiliki kelenturan tinggi seperti bahan Spandek dan Rib. Tinta ini juga tidak diperbolehkan untuk di dry clean, bleach atau disetrika.

- *Shimmer Gold & Base*

Tinta dari jenis plastisol ini diformulasikan untuk menghasilkan warna seperti metalik. Tinta ini berbentuk pasta dan siap pakai. Tinta ini sangat baik digunakan untuk heat transfer, baik itu cold peel maupun hot peel. Sangat baik digunakan pada kain knitting, cotton, polyster dan rayon. Tidak disarankan untuk pemakaian pada kain jenis nylon atau lycra.

- *High Density Clear*

Tinta yang bersifat transparan, tinta ini menghasilkan efek sablon yang mengkilap dan terkesan basah.

- *Wilflex Luna Clear*

Tinta plastisol transparan yang tidak terlihat dengan sinar lampu biasa, akan muncul jika terkena sinar ultraviolet

- *Natural Suade*

Tinta plastisol yang menghasilkan efek kulit yang sangat lembut.

3. Jenis Cat dan Teknik Lainnya

- *Yellow Sparkle*

Bubuk yang diformulasikan untuk menimbulkan kesan berkelipkelip, serta memiliki tampilan yang glosy. Untuk mencetak bubuk ini, sebelumnya harus mencetakkan tintaplastisol sebagai dasar sekaligus sebagai perekat bubuk ini.

- *Foil Transfer*

Aluminium foil dalam bentuk lembaran seperti kertas. Selain warna silver dan gold, foil juga tersedia dalam macam warna dan motif. Untuk media tempelnya foil ini membutuhkan lem khusus.

- *Flock*

Teknik sablon yang menghasilkan efek cetakan seperti beludru. Terdapat dua jenis flock, bubuk dan lembaran. Untuk lembaran membutuhkan lem khusus sebagai media perekatnya.

- *Sugar Printing*

Aplikasi sablon yang berbentuk bubuk transparan mirip gula pasir.

- *Glow in the dark*

Berbentuk serbuk yang menyerap dan memantulkan sinarnya kembali didalam ruangan gelap.

- *Reflective Powder*

Serbuk yang dapat memantulkan sinar jika terkena cahaya lampu atau sinar matahari.

- *Discharge Agent*

Adalah bahan kimia yang digunakan untuk mencabut warna dasar kain, sehingga warna bahan menjadi putih/grey. Dan untuk mendapatkan hasil yang maksimal, bahan pewarna kainnya harus dipilih dengan yang dischargeable.

- *Distressed atau Vintage*

Teknik inovasi grafik dengan membuat tekstur sehingga gambar terlihat pecah-pecah dan terlihat usang/kuno.

- *Shatter Base*

Jenis tinta untuk menciptakan kesan pecah (crack). Tinta ini diciptakan agar mudah pecah saat mengering dan untuk pengeringan membutuhkan flash curing.

- *Rock Base*

Teknik high density menggunakan tinta rock base untuk menghasilkan cetakan dengan permukaan kasar seperti batu.

- *Sublimation Transfer*

Gambar yang dicetak diatas kertas transfer, yang kemudian ditransfer ke kaos menggunakan hotpress. Sublimation transfer umumnya terbagi dalam menjadi dua jenis, hot peel dan cold peel.

- *Hot Peel*

Gambar yang diprint diatas kertas transfer.

- *Cold Peel*

Kertas transfer yang berisi gambar jadi dengan berbagai jenis pilihan. Jenis cold peel ini jika diaplikasikan diatas kain kaos akan menghasilkan tekstur seperti tinta rubber, dan dapat diaplikasikan diatas dasar bahan terang maupun gelap. Sebab dalam pembuatannya cold peel menggunakan tinta plastisol.

- *Rhinestoner Heat Press*

Aplikasi yang digunakan untuk dekorasi dalam garmen, mempunyai beragam nama sesuai dengan bahan yang digunakan, anantara lain nailheats, rhinestones dan swarovski crystals. Cara pengaplikasiaannya hanya dengan memanasaknya dengan mesin hot press pada suhu 160 derajat celcius selama 10 detik.

- *High Frequency Welding*

Proses aplikasi menggunakan mesin high frequency, seperti aplikasi plastik PVC diatas kain.

- *Emboss Print*

Aplikasi yang menggunakan mesin press tekanan tinggi untuk menciptakan hasil emboss diatas bahan.

2.2.1.3 Tahapan Dalam Menyablon

Untuk mendapatkan hasil cetak sablon yang sesuai dengan keinginan, maka penting untuk mengenal dan menerapkan langkah / tahapan yang benar dalam proses menyablon :

1. Tahapan Pra Cetak. Yang termasuk dalam tahapan ini adalah :

- Proses Design

Proses ini berkaitan dengan ide atau gagasan yang diwujudkan dalam suatu proses pencitraan sehingga ide / gagasan tersebut akhirnya memiliki bentuk yang konkret (biasanya disebut design / artwork). Tujuan akhirnya untuk proses menyablon adalah agar design tersebut dapat diolah menjadi Film / Klise Sablon.

- Pembuatan Film / Klise Sablon

langkah selanjutnya adalah mengolahnya menjadi Film / Klise Sablon.

- Proses Stencil / Afdruk

Setelah memiliki Film / Klise Sablon, maka saatnya untuk memindahkan gambar / image yang tercetak di film sablon tersebut ke screen, melalui apa yang disebut proses afdruk.

- Persiapkan Meja Kerja

Hal ini sangat penting sebelum memulai proses pencetakan, sehingga saat sedang mencetak nanti tidak akan terganggu dengan kegiatan lainnya, misalnya tiba – tiba tinta yang anda gunakan habis, atau lupa untuk menyediakan tempat untuk pengeringan media yang baru dicetak, dan lain sebagainya.

2. Tahapan saat Cetak

Saat mencetak yang perlu diperhatikan adalah penggunaan teknik sapuan rakel yang benar. Karena tugas mencetak sebenarnya sangat sederhana yaitu memindahkan tinta ke media yang diinginkan melalui kain saring/screen. Selain itu, pelajari sifat – sifat dari tinta cetak yang sedang digunakan, karena tidak setiap tinta memiliki karakteristik yang sama. Parameter yang mungkin perlu diketahui adalah : kecepatan tinta untuk mengering, biasanya ini menjadi kendala karena tinta yang mengering terlalu cepat di screen akan menghambat proses pencetakan, perlu melancarkan kembali pori – pori kain saring / screen yang telah tersumbat oleh tinta yang telah mengering tersebut, karena bila tidak maka hasil cetak tidak dapat terbentuk dengan sempurna.

3. Tahapan Pasca Cetak

Ada tiga hal yang biasanya perlu dilakukan setelah selesai melakukan pencetakan, yaitu :

- Proses Drying

Setiap tinta cetak memerlukan waktu untuk mengering dengan sempurna, bahkan bila memegang tinta tersebut dan permukaannya dirasa telah mengering, belum tentu tinta tersebut telah kering dengan sempurna, oleh karena itu penting untuk mengenal karakteristik tinta cetak yang digunakan. Untuk proses ini dapat dilakukan dengan melalui proses alami (penjemuran – cukup diangin –anginkan saja) atau dengan bantuan mesin (kipas angin, blower, dsb).

- Proses Curing

Proses ini memerlukan alat – alat yang khusus untuk dapat mengeringkan jenis – jenis tinta tertentu. Seperti misalnya tinta jenis plastisol yang perlu melalui proses pemanasan dalam temperatur yang sangat panas (sekitar 143 – 166 0C), biasanya dengan menggunakan mesin conveyer atau flash heater. Untuk Tinta Karet/GL/Rubber, juga memerlukan proses curing, dengan menggunakan mesin hot press yang dapat diatur panas temperaturnya (sekitar 110 – 130 0C).

- Proses Burning/Pengopenan

Ada jenis – jenis tinta tertentu yang membutuhkan treatment seperti ini, pada dasarnya proses ini membakar/memanggang tinta tersebut sehingga mencapai titik pengeringan yang sempurna.

2.2.1.4 Bahan dan material

Salah satu langkah atau tahapan awal dalam pembuatan t-shirt, yang harus dipersiapkan untuk pertama kalinya salah satunya adalah menentukan jenis bahan atau kainnya terlebih dahulu. Adapun berikut ini merupakan jenis kain yang digunakan untuk t-shirt, yaitu :

1. Giget (biasa dipakai untuk membuat tshirt partai politik/kaos partai)
2. PE dan TC (banyak mengandung bahan polyester, agak panas. Jenis bahan ini terbuat dari serat sintesis atau buatan dari hasil minyak bumi untuk dibuat bahan berupa serat fiber poly dan yang untuk produk plastik berupa biji plastik. Karena sifat bahan dasarnya, maka jenis bahan ini tidak bisa menyerap keringat dan panas dipakainya).
3. Katun combat
 - Serat benang lebih halus.
 - Hasil Rajutan dan penampilan lebih rata.
4. Katun Slub

Merupakan jenis katun lembut yang permukaannya memiliki tekstur tidak merata. Tekstur ini diperoleh dari hasil proses manufaktur katun/kapas yang "dipelintir" sehingga menimbulkan ketidaksempurnaan atau benjolan-benjolan kecil di permukaannya. Jenis bahan katun ini sampai sekarang juga masih populer dalam industri kreatif clothing sebut saja brand Coconut island, Mangosteen. Tidak sedikit brand clothing menggunakan jenis kain ini karena mereka mengambil texture dari kain tersebut, kesan yang ditampilkan ketika sudah menjadi sebuah t-shirt akan terkesan vintage atau jadul.
5. Katun Carder
 - Serat benang kurang halus.
 - Hasil rajutan dan penampilan bahan kurang rata.
6. Viscose

Viscose biasa juga disebut rayon. Sebuah bahan serat sintesis selulosa organik (buatan manusia) yang biasa digunakan sebagai bahan kain. Teksturnya memiliki kesamaan dengan tekstur kapas. Viscose biasanya digunakan untuk menambahkan kenyamanan pada serat sintesis dan juga menambah kecerahan warna. Serat Viscose mempunyai tahanan kelembaban yang lebih tinggi,

kecemerlangan warna yang lebih baik dan lebih lembut dibanding kapas. Namun kain ini terkesan mewah, sehingga harganya mahal dan jarang tersedia di pasaran.

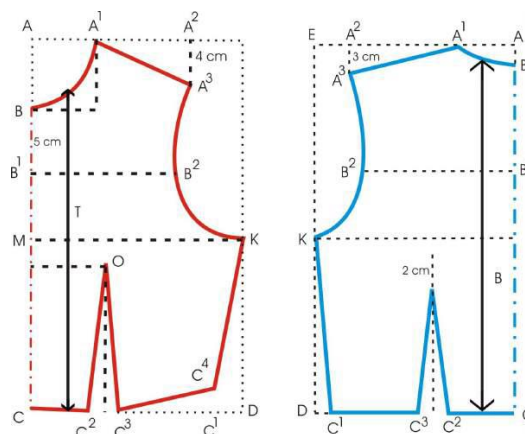
7. Lacoste (bahan yang mirip dengan polo shirt memiliki tekstur, terdiri dari katun dan PE)
8. Rib (bahan untuk kerah kaus oblong, bisa katun ataupun PE, t-shirt berkerah tidak menggunakan rib, melainkan kain tshirt yang juga dibentuk menjadi kerah)
- 9.

2.2.1.5 Ukuran



Gambar 2.6 Ukuran pola t shirt laki – laki dan perempuan
(Sumber : topkaosbandung.com)

2.2.1.6 Pola/Potongan Bahan



Gambar 2.7 Pola/Potongan bahan (Sumber : topkaosbandung.com)

2.2.2 Model

Terdapat berbagai macam model kaos yang selama ini dikenal, diantaranya : Kaos Oblong, Kaos Raglan dan Kaos Kerah/Wangky (Polo Shirt). Berdasarkan model lubang leher, kaos juga dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu: *crew-Neck*, *V-Neck*, *U-Neck*, *Y-Neck* dan *Turtleneck*.

Jenis paling populer dan umum adalah jenis kaos oblong dengan lubang leher O-Neck sedangkan khusus untuk pasar kaos Indonesia kaos yang paling jarang adalah jenis Turtleneck. Namun tak sedikit juga masyarakat yang menyukai jenis-jenis kaos tertentu. Berikut deskripsikan secara singkat tentang macam-macam jenis *T-Shirt* :

1. Kaos Oblong (T-Shirt)

T-Shirt pada awalnya hanya merupakan pakaian dalam yang digunakan oleh militer Inggris dan Amerika pada awal abad ke-19. Pada awal kaos oblong ini hanya digunakan ketika udara panas atau latihan-latihan (Training) militer. karena digunakan untuk latihan (Training) dan bentuknya yang menyerupai huruf “T” maka pakaian ini lebih dikenal dengan nama “*T-Shirt*”.

a. T-Shirt O-Neck/crew Neck

Hampir semua orang, baik itu laki – laki maupun perempuan atau tua-muda, memiliki kaos jenis ini. Kaos dengan lubang leher *O-Neck* memang jenis kaos yang standar. Disebut O-Neck karena bentuk lubang lehernya yang menyerupai huruf “O”.



Gambar 2.8 Kaos model O-neck / crew neck

(Sumber : kaosmurahbandung.com)

b. T-Shirt V-Neck

Kaos jenis ini disebut Kaos V-Neck karena Lubang lehernya menyerupai huruf “V”. Bentuk V ini terbentuk dari dua garis ribs yang bertemu di sekitar dada atas. Sudut pertemuan kedua ujung ribs itu bervariasi tergantung selera designer yang tentunya mengikuti permintaan pasar.



Gambar 2.9 Kaos model V-neck
(Sumber : kaosmurahbandung.com)

c. T-Shirt U-Neck

Lubang leher Kaos U-Neck bisa dikatakan perpaduan antara Oneck dan V-Neck. Lubang leher seperti ini tidak bisa dikatakan sebagai O-Neck karena tidak bulat dan juga bukan V-Neck karena tidak ada sudut yang membentuk huruf V.



Gambar 2.10 Kaos model U-neck
(Sumber : kaosmurahbandung.com)

d. T-Shirt Y-Neck

Kaos dengan lubang leher Kaos Y-Neck mirip dengan kaos VNeck, namun ditambah belahan kebawah sampai dada dengan dilengkapi kancing seperti pada kaos kerah/wangkky (polo shirt). Jumlah kancingnya bisa disesuaikan selera yang diinginkan



Gambar 2.11 Kaos model y-neck
(Sumber : kaosmurahbandung.com)

e. T-Shirt Turtleneck

Kaos leher kura-kura. Kaos jenis ini diberi nama kura-kura karena memang lubang lehernya yang panjang menyerupai leher kura-kura. Pada dasarnya kaos turtleneck sama dengan kaos O-Neck, yang membedakan diantara keduanya adalah panjang dari ribs (bahan pinggiran lubang leher). Kaos Turtleneck mempunyai ribs yang lebih panjang.



Gambar 2.12 Kaos model Turtleneck

(Sumber : (Sumber : kaosmurahbandung.com))

2. Kaos Raglan

Kaos Raglan memiliki pola yang berbeda dengan pola kaos konvensional (oblong) terutama pada sambungan tangan. Jika Kaos Konvensional sambungan tangannya tegak lurus/diagonal dari ketiak ke pundak luar, maka jenis kaos raglan memiliki sambungan miring dari ketiak langsung ke lubang leher sehingga memiliki pola tangan yang lebih besar dari kaos konvensional. Pada kaos raglan biasanya warna badan berbeda dengan warna lengan. Pemberian nama dari model raglan tidak berbeda dengan pemberian nama pada kaos oblong konvensional, yaitu diambil dari bentuk lubang leher.

a. Kaos Raglan O-Neck



Gambar 2.13 Kaos model Raglan O-neck

(Sumber : kaosmurahbandung.com)

b. Kaos Raglan V-Neck



Gambar 2.14 Kaos model Raglan V-neck

(Sumber : kaosmurahbandung.com)

3. Kaos Kerah/Wangky (Polo Shirt)

Kaos Kerah/Wangky (Polo Shirt) adalah kaos yang memiliki kerah dibagian lubang lehernya. Kaos jenis ini biasa menggunakan kain jenis lacoste namun tetap bisa menggunakan bahan kaos yang lain.



Gambar 2.15 Kaos model Polo
(Sumber : kaasmurahbandung.com)

4. Kaos Tank Top/Singlets

Tank Top merupakan pakaian yang tanpa tangan atau disebut sleeveless shirt kaos tanpa tangan atau kadang juga disebut lekbong. Dominan digunakan oleh atlit olahraga, bersantai seperti di pantai, dll



Gambar 2.16 Kaos model singlets
(Sumber : kaasmurahbandung.com)

Setelah mengetahui jenis-jenis model kaos, hal yang tak kalah penting untuk diketahui adalah bahan kain yang akan digunakan untuk membuat kaos. Bahan kain untuk membuat kaos yaitu Katun Kombet (cotton Combed), Katun Kardet (Cotton Carded), Tri-Blends, Cotton Slub, Cotton Bambu dan lain-lain. *Lacoste* biasa digunakan untuk membuat Kaos Kerah/Wangky, sedangkan bahan kain yang lainnya bisa digunakan untuk kaos jenis

apapun. Masih banyak lagi jenis kaos yang ada dipasaran, namun pada umumnya jenis kaos diatas paling populer dan cukup laris penjualannya. Kaos yang paling dominan di miliki orang adalah kaos dengan jenis oblong atau o-neck.

2.2.3 Clothing Company

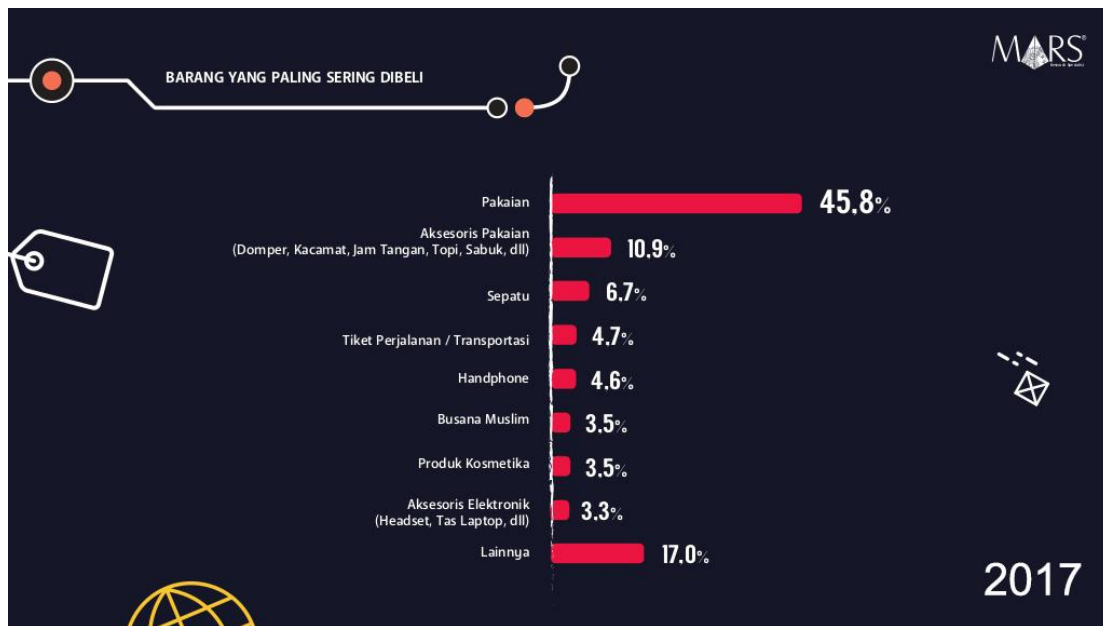
Clothing Company adalah istilah yang digunakan untuk perusahaan yang memproduksi pakaian jadi dibawah brand sendiri. Awalnya barang yang diproduksi berupa kaos, tapi seiring perkembangan kebutuhan dan permintaan customer, produknya pun meluas hingga menjadi produksi perlengkapan sandang sehari-hari seperti celana, dompet, tas, topi, dan pernak - pernik aksesoris lainnya yang menemani manusia dalam memenuhi kebutuhan tersier dan tren gaya hidup. Istilah clothing lokal dikenal pada tahun 1996.



Gambar 2.17 Grafik konsumsi masyarakat Indonesia oleh MARS Indonesia tahun 2016

Perkembangan clothing di Indonesia didorong oleh beberapa faktor seperti media massa, dunia entertainment, dunia bisnis, dan media di internet. Hal ini akan membuat para desainer lebih mudah mengakses dan mengetahui tentang varian clothing yang sedang populer untuk menciptakan variasi dalam fashion. Berhubungan dengan itu MARS Indonesia (Marketing Research Indonesia) selaku badan riset pemasaran merangkum beberapa barang yang paling gencar diburu oleh masyarakat melalui media e-commerce yang akan berkaitan dengan produk souvenir Pamekasan yang akan diproduksi. Grafik MARS Indonesia menunjukkan bahwa berbagai jenis pakaian, aksesoris dan sepatu merupakan *selling leader* di dunia perdagangan. Ini membuktikan peralatan lain seperti alat

elektronik, komunikasi dan perlatan rumah masih rendah konsumsinya dibanding dengan perlengkapan fashion. Bahkan berbagai jenis pakaian menjadi *selling leader* dengan persentase yang meyakinkan dalam dua tahun terakhir.



Gambar 2.18 Grafik konsumsi masyarakat Indonesia oleh MARS Indonesia tahun 2017

2.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah gambar yang dikerjakan khusus untuk menyertakan teks tercetak, seperti pada buku dan iklan agar dapat memperkuat arti atau menambah efek dari suatu kalimat. Corak dan bentuk ilustrasi terbagi menjadi 5 macam¹⁶, yaitu :

1. **Corak ilustrasi realis** yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan secara nyata wujud obyek yang ditangkap oleh indra pengelihatan serta menggambarkan secara nyata cerita isi suatu naskah yang disertainya.
2. **Corak ilustrasi dekoratif** yaitu ilustrasi yang bentuk-bentuk visualnya terletak pada permainan unsur garis, bidang, warna dan komposisi yang dalam hasil keseluruhannya tetap bersifat datar (*flat*).
3. **Corak ilustrasi kartunal** adalah ilustrasi yang menggunakan bentuk-bentuk jenaka atau bentuk-bentuk realis yang mengalami perubahan atau distorsi.
4. **Corak ilustrasi ekspresionistis** yaitu jenis ilustrasi yang mengutamakan kebebasan berekspresi dalam membuat karya ilustrasi dari sifat bebas tersebut menimbulkan obyek-obyek yang bebas pula.

¹⁶ Tanudjaja, Bing Bedjo. Bentuk-bentuk Kartunal sebagai Medium Penyampaian Pesan dalam Iklan, Jurnal Nirmana Vol.4, No.2, Juli 2002 : 169-178. Universitas Kristen Petra ISSN 0125- 0905

5. **Corak ilustrasi surealistis** yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan khayalan atau mimpi, tidak jelas batas antara kenyataan dengan angan-angan.
6. **Corak ilustrasi absurd** yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan wujudwujud yang tidak masuk akal atau aneh untuk kepentingan naskah yang disertainya.

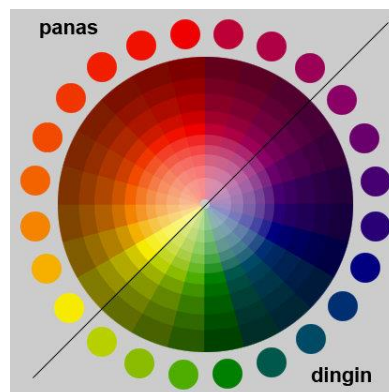
Kelebihan ilustrasi jika dibandingkan dengan yang lainnya seperti fotografi yaitu ilustrasi pada umumnya lebih membawa emosi dan dapat bercerita banyak dibandingkan dengan fotografi, hal ini dikarenakan sifat ilustrasi yang lebih hidup, sedangkan sifat fotografi hanya berusaha untuk merekam momen sesaat¹⁷.

2.2.5 Warna

Warna memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perancangan sebuah produk. Hampir semua orang selalu mempertimbangkan untuk memilih warna yang disukanya. Oleh sebab itu landasan teori tentang warna bisa dijadikan acuan dalam perancangan souvenir kaos tematik Kab. Pamekasan.

2.2.5.2 Identifikasi Warna dengan Indra

Dalam buku *Design Basic* dijelaskan bahwa warna memiliki sifat yaitu warna hangat dan warna dingin.



Gambar 2.19 Warna hangat dan dingin (sumber: google.com)

Sifat warna ini dipengaruhi oleh hubungan antara warna dan obyek, misalnya merah termasuk dalam warna hangat karena selama ini merah identik dengan api yang juga memiliki sifat panas. Selain itu warna juga berpengaruh

¹⁷ Cenadi, Christine Suharto. Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual. Jurnal Nirmana Vol. 1. No.1. Januari 1999 : 1-11 Universitas Kristen Petra.

terhadap psikologis dan emosional, misalnya menyentuh warna merah tidak akan menimbulkan rasa terbakar akan tetapi akan memberikan efek kehangatan¹⁸. Begitu juga dengan sifat warna-warna yang lainnya.

2.2.5.2 Warna untuk Pakaian

Warna untuk pakaian harus diatur seimbang dengan pembagian badan pemakainya. Kesan warna untuk pakaian akan baik dan menyenangkan bila warna cocok bagi orang yang memakainya, cocoksuasannya dan cocok situasinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi warna agar sempurna dalam penampilan adalah :

1. Efek cahaya
2. Tekstur
3. Usia pemakai
4. Kepribadian pemakai
5. Wajah pemakai

2.2.6 Tipografi

Tipografi merupakan hal yang penting bagi sebuah brand clothing, karena tipografi mempunyai kemampuan yang baik dalam memberikan informasi mengenai cara dibanding slogan biasa. Sekarang ini banyak simbol-simbol abstrak dan tanda yang bahkan lebih sulit untuk diingat jika dilihat berdasarkan bentuk visualnya. Namun dengan adanya tipografi, keterbacaan dan tingkat komunikasi yang tinggi, sangat mempengaruhi bagaimana masyarakat melihat citra dari suatu brand. Tipografi yang mudah dikenal masyarakat adalah tipografi yang terlihat sangat bersih, jelas, profesional dan klasik. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih tipografi untuk kepentingan souvenir kaos adalah :

1. Dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan mencerminkan positioning suatu perusahaan.
2. Mencakup berbagai macam kebutuhan aplikasi
3. Dapat digunakan dalam berbagai ukuran.
4. Mempunyai diferensiasi.
5. Mencerminkan budaya dan keunikan objek tersebut
6. Memiliki kepribadian.
7. Bisa dibaca dengan mudah.
8. Berkelanjutan dan konsisten.

¹⁸ David, Pentak, Design Basics. Amerika: Wadsworth, 2005: h.250

9. Apabila menggunakan font dekoratif, tingkat keunikan dan keterbacaan tetap harus diperhatikan

Memilih dan menggunakan font yang tepat memerlukan pengetahuan dasar tentang luasnya pilihan dan pemahaman inti seberapa efektif fungsi tipografi pada sebuah desain souvenir, karena pemilihan tipografi yang cerdas dapat mendukung hirarki sebuah informasi.



Gambar 2.20 Tipografi pada kaos luar negeri (sumber: google.com)

2.2.7 Souvenir

Souvenir adalah barang-barang kerajinan tangan (handy crafts), yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin yang mampu memproduksi hasil buah tangan yang menarik dan diminati banyak orang, terutama para wisatawan. Dalam kamus The Collins Cobuild Dictionary (2009), kata souvenir diartikan: *"Souvenir is usually small and relatively inexpensive article given, kept or purchased as a reminder of a place visited, an occasion, etc."* (Souvenir adalah benda yang ukurannya relative kecil dan harganya tidak mahal, untuk dihadiahkan, disimpan atau dibeli sebagai kenang-kenangan kepada suatu tempat yang dikunjungi, suatu kejadian tertentu, dsb).

Sementara itu, dalam kamus Webster English Dictionary (2004), kata souvenir diartikan sebagai, *"an object a traveler brings home for the memories associated with it."*

(Souvenir adalah benda yang dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan bagi perjalanannya itu). Dalam Bahasa Indonesia souvenir sering disebut dengan cendera mata, oleh - oleh, atau buah tangan. Pengertian souvenir dalam bahasa Indonesia, walaupun disebut cenderamata, oleh-oleh, atau buah tangan, tetapi maknanya hampir sama dengan yang terdapat dalam The Collins Cobuild Dictionary atau Webster English Dictionary, yaitu benda yang ukuran kecil, harganya murah dan sebagai kenang-kenangan bagi suatu perjalanan ke daerah tertentu. Dengan demikian, souvenir berhubungan erat dengan kegiatan perjalanan seseorang, maka tidak mengherankan jika istilah souvenir melekat dengan kegiatan pariwisata, bahkan menjadi bagian dari produk wisata. Hal ini karena ada pengaruh souvenir terhadap motivasi perjalanan seseorang ke suatu Daerah Tujuan Wisata. Sebagai contoh, suatu hari seseorang memakai T-Shirt dengan salah satu logo, seperti: “Thailand”, “Bangkok”, “Singapore”, “Danau Toba” atau “Sabang”. Beberapa minggu kemudian muncul orang lain dengan hal yang sama, misalnya dengan T-shirt berlogo “Sabang”. Kejadian di atas, tentu ada hubungan pengaruh sebab dan akibat antara kejadian yang pertama dengan yang berikutnya.

Oleh karena itu, ada anggapan bahwa souvenir dapat menjadi bagian dari aktivitas promosi pariwisata suatu daerah. Sebenarnya, hal yang paling penting dalam kaitannya dengan souvenir adalah terbukanya mata pencaharian bagi masyarakat. Makin besar volume penjualan souvenir, maka semakin besar pula income yang diperoleh oleh masyarakat. Hal ini karena aktivitas souvenir lebih banyak menyentuh rakyat kecil dibandingkan dengan pengusaha besar, selama pengusaha besar tidak menguasai usaha-usaha kecil itu.

Sebenarnya, hal yang paling penting dalam kaitannya dengan souvenir adalah terbukanya mata pencaharian bagi masyarakat. Makin besar volume penjualan souvenir, maka semakin besar pula *income* yang diperoleh oleh masyarakat. Hal ini karena aktivitas souvenir lebih banyak menyentuh rakyat kecil dibandingkan dengan pengusaha besar, selama pengusaha besar tidak menguasai usaha-usaha kecil itu. Adapun beberapa kategori tiap jenis souvenir sangatlah beragam, dan dispesifikaikan berdasarkan jenis bahan tiap kategorinya yang diantaranya sebagai berikut :

- Garment : jenis souvenir yang menggunakan material dasar berupa kain
contoh : kaos, topi, polo shirt, kemeja, kaos kaki, dll.
- Apparel : jenis souvenir yang tidak menggunakan bahan dasar kain
contoh : tas, sepatu, sandal, sabuk, dompet, dll
- Print Ad : produk souvenir dengan proses cetak,
contoh : poster, stiker, buku, dll

- Gift : bersifat hadiah atau apresiasi
contoh: mug, figure, stationary set, dll.

2.2.7.1 Souvenir Destinasi Wisata

Pada dasarnya Souvenir merupakan cendera mata yang memiliki fungsi untuk memberikan kenang-kenangan pada sesuatu yang bisa digambarkan oleh souvenir tersebut. Bisa kenang-kenangan pada kegiatan tertentu, dari orang lain, atau tempat yang dikunjungi seperti tempat pariwisata. Tempat pariwisata menjadi pilihan setiap orang untuk melepas penat di hari libur. Dalam meningkatkan jumlah pengunjung, tempat pariwisata perlu mengelolah fasilitas dan menjaga kebersihan serta keindahan obyek wisatanya. Tempat wisata yang tidak dikelola dengan baik lama-lama akan ditinggalkan pengunjungnya. Di Indonesia sendiri tempat wisata sangat banyak tersebar dari di seluruh nusantara. Banyak spot wisata yang menghadirkan kenyamanan wisata liburan setiap orang dengan berbagai ciri khas setiap obyek wisata. Dari suasana pantai hingga pegunungan memiliki ciri khasnya tersendiri.

Tempat wisata perlu dikelola dengan baik sehingga bisa mendatangkan pengunjung yang banyak baik domestik maupun turis luar negeri. Salah satu pengelolaan yang perlu di perhatikan adalah pembuatan perbedaan identitas dengan tempat wisata lainnya. Suatu tempat pariwisata perlu memiliki ciri khas tertentu yang membuatnya beebeda dengan tempat pariwisata lainnya. Salah satunya dengan souvenir yang juga bisa menunjukkan identitas dari tempat wisata tersebut

Souvenir perlu di buat dengan desain yang mewakili sifat wisata tersebut, misalkan saja wisata di bali akan sangat kental dengan souvenir-souvenir dengan ornament - ornament candi, ukiran bali, dan juga souvenir budaya bali lainnya. Sejauh ini, souvenir yang paling banyak di cari oleh wisatawan adalah souvenir kaos yang bergambar identitas tempat wisata yang dikunjungi. Souvenir kaos pun bisa menjadi unik tergantung dari desain yang di buat.

Fungsi souvenir ini bagi tempat pariwisata sangat banyak, diantara sebagai bagian dari promosi tempat wisata, dan bisa juga menjadi kenang-kenangan bagi pengunjung atau wisatawan yang datang. Jika kita pergi ke tempat wisata tentu kita ingin membeli cendera mata yang asli menunjukkan ke khasan tempat wisata tersebut. Jika kita perhatikan tempat-tempat wisata di Jogja, Bali, Lombok, Toraja, Sumatera utara, dll, tentu memiliki souvenir yang khas.

Selain kaos yang pada umumnya di cari wisatawan, tempat wisata juga perlu menyediakan souvenir - souvenir unik yang menampilkan kehasan tempat wisatanya dan mungkin budaya masyarakat sekitarnya, seperti lukisan, ukiran, kain batik, atau benda lain yang tentu membutuhkan unsur kreatifitas dalam menggabungkan aspek budaya, keunikan, dan nilai promosi terhadap tempat wisata tersebut. hal itu perlu diperhatikan karena cenderung mata pasti di butuhkan para pengunjung untuk di bawa pulang dan sebagai pengingat baginya.

No.	Souvenir favorit destinasi	Tingkat(%)
1.	T – shirt	25%
2.	Gift (hiasan meja, gantungan kunci, ornamen,dll)	21%
3.	Kain tradisional (tenun, batik, tekstil)	18%
4.	Busana (perlengkapan sandang dari kepala hingga kaki)	20%
5.	Lukisan	5%
6.	Kuliner	11%

Gambar 2.21 Tabel persentase pembelian souvenir destinasi objek wisata

(sumber: vegnastar.com/article_7.html)

Souvenir memiliki standart yang baik seperti memenuhi unsur keunikan, representative terhadap tempat wisata, dan ke khasan terhadap budaya yang bisa dijual kepada wisatawan. Hal ini penting di perhatikan karena selain menguntungkan penjualan souvenir, juga mampu memberikan daya tarik kepada tempat pariwisata. Souvenir sangatlah penting bagi kota pariwisata. Walaupun sederhana, pilihan souvenir yang di jual turut mempengaruhi kepuasan wisatawan untuk tertarik datang kembali.

2.3 Studi Eksisting

2.3.1 Profil Kabupaten Pamekasan

Kabupaten Pamekasan secara geografis terletak antara 11319 11358° Bujur timur dan 651 731° Lintang Selatan. Wilayah Kabupaten Pamekasan di sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Sumenep sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Sampang dan sebelah selatan berbatasan dengan Selat Madura. Luas wilayah Kabupaten Pamekasan 792,30 km² yang terbagi

menjadi tiga belas kecamatan¹⁹. Kabupaten Pamekasan secara Demografis memiliki penduduk 695.505 jiwa. Dengan kepadatan penduduk per Km2 cukup bervariasi. Secara Administratif Kabupaten Pamekasan terdiri dari 13 Kecamatan dan 189 Desa/Kelurahan



Gambar 2.22 Peta Lokasi Wisata Pamekasan (sumber: eastjava.com)

Pamekasan menjadi salah satu sentra industri kerajinan batik tulis di Pulau Madura karena dibandingkan dengan kabupaten lain di Pulau Madura, Pamekasan yang paling banyak dihuni para perajin dan pengusaha batik. Tradisi budaya mengenai kain batik tertanam baik dan kuat dikalangan masyarakat Pamekasan. Bahkan ketika kain batik belum sepopuler seperti saat ini, masyarakat Pamekasan terus memproduksi dan mengenakan *pakaian batik*, karena batik merupakan bagian dari adat dan budaya mereka sehari-hari.



Pamekasan sebagai salah satu tujuan destinasi di Jawa Timur memiliki keunggulan pada keanekaragaman beberapa wisata alam serta wisata budaya. Selain itu Pamekasan menjadi pusat batik di Madura, pengaruhnya pun menular ke berbagai daerah di Madura. Keanekaragaman motif batik dikembangkan menjadi salah satu identitas yang mudah dikenali. Aset Pamekasan yang dikelola Disparbud Pamekasan telah menjadi merangkak menciptakan branding kabupaten. Hal ini dapat menjadi daya tarik utama yang mencerminkan nilai jual sekaligus keunggulan Pamekasan. Pengelolaan seluruh kegiatan

¹⁹ www.pamekasankab.go.id

pariwisata Pamekasan ini berada di bawah tanggung jawab Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud). Disparbud Pamekasan ditugaskan mengelola objek pariwisata milik Pemkab. agar pengelolaan destinasi Pamekasan menjadi fokus. Visi dari Disparbud Pamekasan yaitu menjadi destinasi andalan Pulau Madura yang sustainable dan mensejahterahkan masyarakat Pulau Madura khususnya Pamekasan. Sedangkan misi Disparbud selaku stakeholder yang mengelola Pamekasan diantaranya :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata.
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pamekasan.
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Pamekasan.

2.3.2 Souvenir Kaos Kab. Pamekasan

No.	Pamameter	Kota Souvenir Shop	Distro Pasar Sore
1.	Desain : Meliputi grafis, warna	 <p>Desain dibuat khusus untuk couple, namun penggarapannya tidak melihat prinsip dasar desain komunikasi visual sehingga terkesan berantakan dan asal – asalan dalam membuat desain kaos. Penggunaan tipografi dan jenis font dilayout dengan tidak</p>	 <p>Desain dibuat dengan menggunakan gaya ilustrasi. Namun tidak memperhatikan aspek prinsip desain berupa kontras dan proporsi. Ilustrasi sengaja di stretch dan dipaksakan masuk ke dalam space kaos. Ilustrasi yang</p>

		memiliki estetika, font nya di stretching. Keseluruhan visual yang ditampilkan tidak cocok untuk ditawarkan ke wisatawan. Aspek penggunaan warnanya pun tidak diperhatikan sehingga kontrasnya menjadi buruk dan tingkat keterbacaan menjadi berkurang dan kurang menunjukkan identitas dari Pamekasan itu sendiri	disajikan juga tidak menarik. dan kurang menunjukkan identitas dari Pamekasan itu sendiri
2.	Varian Produk	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong dengan varian kaos lengan panjang dan pendek	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong, hanya memiliki 1 varian kaos oblong, yaitu lengan pendek
3.	Garment/Bahan	Menggunakan bahan kain jenis katun combat, kelebihan dari jenis kain ini diantaranya adalah lebih halus permukaannya, kain lebih dingin, serat/tekstur kain sedikit lebar, mempermudah cat sablon untuk menyerap ke kain	Menggunakan bahan kain sejenis PE/TC, harga kainnya sangat murah, lebih kaku dan juga panas
4.	Jenis Sablon	Teknik sablon yang biasa digunakan yaitu sablon separasi high density dengan jenis cat plastisol dan juga karet	Menggunakan teknik sablon separasi raster, dengan jenis cat pasta/karet
5.	Ukuran	Menyediakan jenis ukuran : S, M, L	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jenis ukuran : S, M, L, XL • Juga terdapat ukuran all size bahkan unisex
6.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Tshirt Rp 50.000 – Rp 80.000 • Longshirt : Rp 80.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Tshirt Rp 50.000 – Rp 100.000

Dari studi eksisting tersebut penulis menggunakannya sebagai data pembandingan mengenai desain souvenir kaos sejenis yang juga menjelaskan kelebihan dan kelemahan dari masing – masing kaos tersebut. Sehingga penulis dapat mengetahui souvenir kaos sejenis yang sudah ada dan beredar di masyarakat dengan mengelolah kelebihan dan kekurangan dari souvenir kaos tersebut. Kedua souvenir kaos ini dirasa masih kurang baik dalam menyampaikan karakteristik dan keunikan Pamekasan baik dalam segi visual maupun bahan atau material, dan lainnya. Bahan yang digunakan pada kedua toko ini juga memiliki material yang kurang baik sehingga tidak nyaman dikenakan. Seharusnya souvenir yang baik harus mementingkan keinginan dan kebutuhan wisatawannya sehingga apa yang dikeluarkan oleh wisatawan sesuai dan pantas dengan apa yang mereka dapatkan.

2.3.3 Studi Kompetitor

No.	Pamameter	Souvenir Kaos Lampung	Souvenir Kaos Raja Ampat
1.	Desain : Meliputi grafis, warna	 <p data-bbox="512 1666 919 2007">Desain dibuat dengan menggunakan pendekatan visual berupa ilustrasi yang disederhanakan. Visual yang ditampilkan menarik dan menampilkan ciri khas / keunikan dari objek ekowisata itu sendiri,</p>	 <p data-bbox="940 1666 1331 2007">Desain dibuat dengan menggunakan pendekatan visual berupa ilustrasi yang disederhanakan. Visual yang ditampilkan menarik dan menampilkan ciri khas / keunikan dari objek ekowisata</p>

		karna mengangkat konten terkait Lampung. Warna yang digunakan juga kontras dengan background kaos, walaupun bahan dan model kaos terbatas tidak memiliki variasi	itu sendiri, karna mengangkat konten terkait Raja Ampat. Namun pemilihan arna yang digunakan tidak begitu kontras dengan background kaos, walaupun bahan dan model kaos terbatas tidak memiliki variasi
2.	Varian Produk	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong dengan varian kaos lengan pendek	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong, hanya memiliki 1 varian kaos oblong, yaitu lengan pendek
3.	Garment/Bahan	Menggunakan bahan kain jenis katun combat, kelebihan dari jenis kain ini diantaranya adalah lebih halus permukaannya, kain lebih dingin, serat/tekstur kain sedikit lebar, mempermudah cat sablon untuk menyerap kekain	Menggunakan bahan kain jenis katun combat, kelebihan dari jenis kain ini diantaranya adalah lebih halus permukaannya, kain lebih dingin, serat/tekstur kain sedikit lebar, mempermudah cat sablon untuk menyerap kekain
4.	Jenis Sablon	Teknik sablon yang biasa digunakan yaitu sablon separasi high density dengan jenis cat plastisol da juga karet	Menggunakan teknik sablon separasi ruster, dengan jenis cat pasta/karet
5.	Ukuran	S, M, L, XL Unisex	S, M, L, XL Unisex
6.	Harga	Rp 90.000 – Rp 130.000	Rp 90.000 – Rp 130.000

Dari studi kompetitor penulis melihat adanya beberapa destinasi wisata yang telah mengoptimalkan pariwisatanya khususnya untuk desain souvenir. Dari kompetitor destinasi wisata Lampung dan Raja Ampat ini penulis menggunakan sebagai studi pembandingan souvenir di Indonesia yang diharapkan nantinya souvenir kaos Pamekasan mampu lebih baik dari segala aspek, baik desain, maupun yang lainnya. Penulis melakukan studi visual

berupa ilustrasi yang digunakan pada desain souvenir kaos diatas, yaitu dengan menggunakan ilustrasi yang mudah ditangkap oleh audience maksudnya, dan desain yang simple yang juga mengikuti tren fashion kaos.

2.3.4 Studi Komparator


Gambar	Parameter dan komparator
	<p>Desain : meliputi grafis, warna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desain dibuat dengan mementingkan prinsip desain, seperti warna, proporsi, harmoni, dll. • Dengan gaya yang simple namun mampu mengkomunikasikan pesan dengan baik. • Warna yang digunakan juga kontras dan menarik • Tersedia dengan berbagai desain yang variatif • Menunjukkan keunikan dan keunggulan dari objek wisatanya <p>Varian Produk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berbagai jenis merchandise yang dijual sangat beragam dan menarik • Secara fungsional, merchandise negara lain sangatlah bermanfaat dan menambah rasa percaya diri apabila dikenakan. • Model dari kaos yang ditawarkan juga beragam sesuai dengan kebutuhan target usernya (Tshirt, Polo shirt, O-neck) <p>Garment / Bahan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan kaos terbaik, bamboo cotton • Beberapa didesain untuk material Lacoste (Polo shirt)

	<p>Ukuran :</p> <p>Untuk size lebih variatif, bahkan untuk jenis pakaian cowok dan cewek dibedakan. Karena souvenir ini merupakan souvenir resmi (asli), untuk masalah harga memang relatif, untuk polo shirt dipatok harga Rp 95.000 – Rp 250.000, sedangkan untuk tshirt itu sendiri Rp 85.000</p>
---	---

Sangat banyak sekali studi yang nantinya akan menjadi acuan bagi Pamekasan, beberapa diantaranya adalah beberapa apparel dari destinasi wisata negara lain, seperti New York, Kuala Lumpur, ataupun Australia, dan lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari suksesnya bisnis souvenir dan keuntungan souvenir bagi negaranya. Dan dibawah ini merupakan beberapa souvenir kaos yang dijadikan sebagai studi komparator. Dan dari desain – desain souvenir kaos dibawah ini penulis menggunakannya sebagai studi acuan terhadap aspek ekстетika, material atau bahan, dan modelnya

2.3.5 Studi Komparator dengan National geographic

Dalam perkembangannya, desain kaos souvenir Pamekasan yang nantinya dirancang juga harus mampu di komparasikan dengan beberapa *merchandise* kaos ternama. Penulis mengambil komparator dari merchandise National Geographic. Dan dari desain -desain souvenir kaos dibawah ini penulis menggunakannya sebagai studi acuan terhadap aspek ekстетika, material atau bahan, dan modelnya.

Gambar	Parameter dan Komparator
	<p>Desain : meliputi grafis, warna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desain dibuat dengan mementingkan prinsip desain, seperti warna, proporsi, harmoni, dll. • Visual yang ditampilkan menarik karena gambar nya bercerita / knowledge • Menunjukkan keunikan dan keunggulan dari objek wisatanya • Sudah memiliki identitas visual yang sangat konseisten, sehingga dalam series apapun akan mudah diketahui bahwa kaos tersebut milik NatGeo

	<p>Varian Produk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berbagai jenis merchandise yang dijual sangat beragam dan menarik • Secara fungsional, merchandise ini sangatlah bermanfaat dan menambah rasa percaya diri apabila dikenakan. • Model dari kaos yang ditawarkan juga beragam sesuai dengan kebutuhan target usernya (Tshirt, Polo shirt, O-neck) <p>Garment / Bahan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan kaos terbaik, cotton combed 30s • Beberapa didesain untuk material Lacoste (Polo shirt) <p>Ukuran :</p> <p>Untuk size lebih variatif, bahkan untuk jenis pakaian cowok dan cewek dibedakan.</p>
--	--

2.3.6 Studi Komparator dengan Brand Rip Curl

Dalam perkembangannya, desain kaos yang nantinya dirancang juga harus mampu di komparasikan dengan beberapa *brand clothing* kaos ternama. Penulis mengambil komparator dari brand Ripcurl. Dan dari desain – desain souvenir kaos dibawah ini penulis menggunakannya sebagai studi acuan terhadap aspek estetika, material atau bahan, dan modelnya

- Profil Rip Curl :

Rip Curl adalah produsen utama dan pengecer peralatan olahraga berselancar (juga dikenal sebagai *boardwear*) asal Australia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1969 oleh Doug Warbrick dan Brian Singer di Torquay, Victoria, Australia. Awalnya perusahaan ini hanya memproduksi papan selancar. Pada tahun 1970, mereka memutuskan untuk memulai produksi pakaian selam, dengan penekanan pada transformasi teknologi menyelam ke dalam *wetsuit* yang cocok untuk berselancar. Rip Curl telah menjadi salah satu merek *boardwear* terbesar di Australia, Eropa dan Amerika Selatan dan juga aktif di Amerika Utara dan Afrika Selatan.

Nama "Rip Curl" terinspirasi dari *vee-bottom* dari *surfboard* Warbrick yang dia beli pada tahun 1968. Dia menulis "Rip Curl Hot Dog" tanpa bermaksud memberi makna apapun. Kemudian, Warbrick mengakui bahwa menurutnya berselancar membuatnya sangat senang.

Gambar	Parameter dan Komparator
	<p>Desain : meliputi grafis, warna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elemen Grafisnya berupa ilustrasi dan foto. 90% bertema pantai dan surf. Dengan gaya gambar yang full edit • Tersedia dengan berbagai desain yang variatif • Menunjukkan identitas dari brand yang menarik • Desain dari kaos yang ditawarkan terbatas sehingga terkesan eksklusif <p>Varian Produk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spesialis jenis kaos o-neck dan kaos tanpa lengan <p>Garment / Bahan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan kaos terbaik, Bamboo cotton, Cotton Slub. <p>Ukuran :</p> <p>Untuk size lebih variatif, bahkan untuk jenis pakaian cowok dan cewek dibedakan.</p>

BAB III

METODE RISET DAN DESAIN

3.1 Definisi Judul dan Sub Judul

Perancangan media t-shirt souvenir Pamekasan merupakan salah satu upaya merancang sebuah strategi pemasaran dari sebuah brand destinasi Pamekasan dengan media berupa t-shirt yang nantinya akan dikemas lebih secara eksklusif dan tidak terlepas dari nilai - nilai estetika sebuah karya seni desain yaitu t shirt. Dan tidak lupa pula penggunaan label atau brand original yang nantinya merupakan suatu bentuk legalitas yang dimiliki oleh Pamekasan dari aspek bisnis yaitu merchandise.

3.1.1 Definisi Souvenir/Cendera Mata/Merchandise

Cendera mata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke rumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini kadang disinonimkan dengan oleh-oleh, souvenir, tanda mata, atau kenang-kenangan. Cendera mata bisa berupa pakaian seperti kaos atau topi, dan peralatan rumah tangga seperti cangkir atau mangkok, asbak, sendok, jam pasir, maupun buku tulis. Benda-benda tersebut bisa ditulisi untuk menandai asalnya. Wisatawan bisa pula membeli cendera mata sebagai kenang-kenangan bagi orang lain.

3.1.2 Definisi T shirt/kaos

Kaos oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaos oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaos oblong berlengan pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaos adalah katun atau poliester (atau gabungan keduanya). Mode kaos meliputi mode untuk wanita dan pria, dan dapat dipakai semua golongan usia, termasuk bayi, remaja, ataupun orang dewasa. Kaos pada mulanya digunakan sebagai pakaian dalam. Sekarang kaos tidak lagi hanya digunakan sebagai pakaian dalam tetapi juga sebagai pakaian sehari-hari.

3.1.3 Definisi Objek Wisata Budaya Kab. Pamekasan

Pengertian wisata budaya adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik budaya dengan memanfaatkan potensi budaya dari tempat yang dikunjungi tersebut. Kegiatan wisata budaya di Indonesia diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia no. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataa²⁰.

Dalam destinasi wisata budaya bisanya datang untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka dan lain - lain. Unsur dari kebudayaan yang ada didalam wisata budaya sangat beragam. Wisata budaya dapat dibagi berdasar aspek berdasarkan sesuatu yang dicari oleh wisatawan, aspek – aspek tersebut terbagi menjadi diantaranya²¹ :

- Masyarakat
- Bahasa
- Kerajinan tangan
- Makanan
- Kesenian dan Musik
- Teknologi & industri
- Agama dan kebiasaan
- Karakteristik dan bentuk daerah tujuan wisata
- Aktivitas masyarakat.

Seiring perjalanan, wisata budaya dilakukan dengan kesempatan - kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (tari, drama, musik, dan suara) atau kegiatan yang bermotif kesejarahan atau kebiasaan masyarakat, pengembangan industri yang berpotensi dan sebagainya. Pamekasan memiliki keanekaragaman budaya dan kebiasaan yang bisa menjadi daya tarik wisata tersendiri. Selain wisatawan dalam negeri, wisatawan Mancanegara pun sangat tertarik untuk melihat wisata budaya yang ada di Indonesia. Sementara itu wisata budaya juga memiliki tujuan, diantaranya:

- Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
- Memajukan kebudayaan
- Mengangkat citra bangsa
- Memupuk rasa cinta tanah air
- Memperkukuh jadi diri dan kesatuan bangsa

²⁰ <https://pemerhatihukum.wordpress.com/2013/11/07/undang-undang-kepariwisataan-2/>

²¹ <http://wisatasenibudaya.com/definisi-wisata-budaya/>

Judul “Perancangan desain kaos tematik sebagai souvenir Pamekasan” bermakna merancang sebuah desain kaos tematik yang mencakup perancangan label/brand, dan model/prototype untuk 5 konten tema dengan keseluruhan 50 desain kaos tematik objek wisata Pamekasan. Dengan tujuan agar Pamekasan memiliki souvenir yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan sehingga mampu mengenalkan brandnya sebagai objek wisata budaya yang mengedukasi wisatawannya dan dapat bersaing dengan objek wisata lain.

3.2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuesioner, observasi, wawancara, dokumentasi, studi eksisting dan kepustakaan untuk menguatkan teori dan hipotesa awal. Pendekatan kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data terkait dengan minat masyarakat terhadap pariwisata dan souvenir. Kuesioner disebar kepada 100 responden acak dalam lingkup Jawa Timur untuk mendapatkan data langsung yang nantinya akan digunakan sebagai acuan perancangan desain souvenir clothing fashion lifestyle. Pendekatan wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi - informasi yang akurat langsung kepada narasumbernya. Penelitian ini dibatasi oleh waktu dan aktifitas, sehingga mengharuskan peneliti mengumpulkan informasi yang detail dengan menggunakan beragam prosedur pengumpulan data selama periode waktu tertentu. Pendekatan studi kompetitor dilakukan untuk memperdalam kajian terhadap objek penelitian dan membandingkannya dengan penelitian - penelitian terdahulu dengan topik yang serupa. Sedangkan pendekatan kepustakaan dilakukan untuk menunjang penelitian secara teoritis. Pendekatan dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan bukti berupa foto, arsip, gambar tentang suasana Kab. Pamekasan.

Penelitian ini juga dilakukan melalui beberapa tahap riset, diantaranya tahap pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam, kuesioner dan mempelajari studi literatur, observasi lapangan, dan dokumentasi. Selanjutnya dilakukan tahap identifikasi masalah, hasil analisis permasalahan muncul dari hasil kesimpulan kuesioner dan wawancara mendalam yang dilakukan kepada para narasumber yang diperlukan. Hasil wawancara mendalam dianalisis lebih lanjut sehingga memunculkan beberapa identifikasi permasalahan yang hasilnya disimpulkan untuk pelaksanaan perancangan ini. Kemudian dilakukan tahap analisis permasalahan, merupakan proses analisa terhadap permasalahan yang timbul selanjutnya dapat menentukan solusi desain terbaik dalam perancangan desain souvenir clothing fashion lifestyle Kab. Pamekasan.

Dalam tahap ini juga dilakukan studi kompetitor sebagai pembandingan dan studi komparator sebagai acuan dalam merancang estetika identitas visual nantinya. Terakhir dilakukan tahap pengambilan keputusan dimana pada dalam langkah ini segala proses desain yang diambil untuk kepentingan perancangan akan diputuskan untuk menghasilkan solusi desain yang paling tepat sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

3.3 Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi dalam istilah penelitian merupakan obyek atau subyek yang ada di suatu tempat yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada perancangan desain souvenir clothing sebagai souvenir Kab. Pamekasan selaku yang akan menggunakan media souvenir Kab. Pamekasan.

3.3.1.1 Demografi Target Segmentasi

Sampel merujuk pada survey melalui kuisioner kepada 100 responden untuk mengetahui karakteristik :

Usia	:	usia 18 - 25 tahun
Jenis kelamin	:	seimbang antara laki-laki dan perempuan
Domisili	:	domestik dan mancanegara
Penghasilan perbulan	:	± Rp 500.000 – Rp 3.000.000 perbulan
Pendidikan terakhir	:	SMA, D3, S1
Pekerjaan	:	mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta, dll

Alasan memilih sampel tersebut :

A. Usia

18 - 25 tahun (kategori remaja, usia dewasa muda, dan usia matang). Target audiens yang dituju adalah target yang sudah siap secara ekonomi disebabkan dalam membeli produk souvenir ini dibutuhkan suatu sikap yang loyal dalam menghargai suatu karya dan menyukai, mengerti dunia clothing. Serta pada usia dewasa matang ini sudah dapat membuat keputusan serta mempunyai potensi untuk membeli karena sudah siap secara ekonomi, walaupun terkadang dari sebagian user ini masih mengandalkan pendapatan non pribadi (orang tua).

B. Jenis kelamin

Target audiens ini nantinya tidak dibatasi oleh jenis kelamin yang juga sama - sama memiliki peluang untuk membeli dan menggunakan, karena yang penting mereka memiliki kesamaan yaitu mempunyai minat untuk membeli dan menggunakan sehingga secara tidak langsung bersedia untuk mengenalkan brand Kab. Pamekasan.

C. Domisili

Bagi masyarakat secara umum, Kab. Pamekasan merupakan budaya yang memiliki akses yang relatif jauh walaupun dalam lingkup Jawa Timur. Target audiens ini nantinya adalah masyarakat yang berdomisili di Jawa Timur.

D. Pendidikan

Bagi masyarakat yang suka dan juga memperhatikan penampilan dan fashion serta tentang banyak hal, jelas mereka juga bisa kita lihat dari segi penampilannya jika mereka merupakan orang yang juga mementingkan pendidikan.

E. Penghasilan perbulan

Pengeluaran target dengan nominal paling kecil Rp 500.000 dan paling besar Rp 3.000.000 per bulan merupakan nominal yang bisa dijadikan ukuran bahwa target mampu menyisihkan sebagian penghasilannya untuk membeli souvenir clothing ini.

F. Pekerja

Mahasiswa (Magister), wiraswasta, pegawai negeri, dan pegawai swasta merupakan range yang akan menjadi user dari prancangan ini. Para pekerja mandiri (pegawai kantor) dirasa sangat berpeluang besar sebagai target segmen, karena kesukaan mereka untuk mengeksplor dan memperhatikan penampilan terutama fashion. Dan bagi golongan yang belum memiliki pekerjaan tetap termasuk mahasiswa, mereka kemungkinan telah memiliki anggaran yang disisihkan dari kebutuhannya. Karena sebagian besar mereka telah bekerja walaupun bukan pekerjaan tetap dan memperoleh penghasilan sendiri sehingga keputusan untuk membeli souvenir akan menjadi sangat mungkin.

3.3.1 Sampel



Gambar 3.1 Wawancara dengan Bapak Sjaifuddin, ketua Disparbud Pamekasan

(Primastha. 2018)

Dalam judul “Perancangan Desain Kaos Tematik sebagai Souvenir Kab. Pamekasan” ini, penggalan data dilakukan melalui wawancara terhadap narasumber yang terkait langsung terhadap topik bahasan. Wawancara mendalam untuk mencari data dalam perancangan dilakukan terhadap beberapa narasumber yang berkaitan langsung dengan rencana perancangan souvenir kaos untuk Pamekasan. Narasumber utama untuk perancangan ini adalah Bapak selaku Kepala Disparbud Kab. Pamekasan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperoleh mempunyai peran yang penting dalam menjawab pokok permasalahan yang dihadapi dalam perancangan desain souvenir clothing fashion lifestyle. Sumber data pada perancangan ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

A. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang peneliti. Sumber data primer diperoleh dari informan (narasumber) yang mengetahui secara pasti kondisi atau latar belakang objek yang akan diteliti. Berdasarkan kriteria tersebut, maka informan untuk perancangan ini adalah para pengrajin batik dan pemilik butik di Kab. Pamekasan. Sumber data primer lain didapat dari pengamatan langsung (observasi) ke objek desain, dalam hal ini adalah kawasan Kab. Pamekasan, Pulau Madura Jawa Timur.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan, artinya data tersebut didapatkan dari sumber - sumber lain yang mendukung. Sumber data - data sekunder diharapkan berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Pada perancangan ini, sumber-sumber data sekunder didapat melalui studi eksisting yang dilakukan terhadap penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk souvenir Kab. Pamekasan, kemudian studi kompetitor dan komparator untuk mendapatkan data sekunder. Jugadiperoleh dari berbagai literatur yang berkaitan dengan perancangan souvenir clothing fashion lifestyle Kab. Pamekasan, penelitian terdahulu, jurnal, artikel yang didapat melalui website resmi, diantaranya :

- a. Buku / *e-book*
- b. Artikel dari media elektronik
- c. Studi eksisting

3.5 Teknik Pengambilan Data

Pada perancangan ini, digunakan beberapa teknik pengambilan data, antara lain :

A. Observasi

Observasi (Pengamatan), yaitu kegiatan mencermati langsung secara visual terhadap kondisi obyek penelitian. Beberapa informasi yang didapatkan dari hasil observasi adalah ruang, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, keadaan atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai keadaan dan suasana di Kab. Pamekasan, sehingga dapat menentukan konten dan gaya visual yang tepat untuk pengaplikasian souvenir dan dapat menginterpresentasikan brand clothing fashion lifestyle Kab. Pamekasan

dengan tujuan mengamati secara langsung suasana, masalah, kondisi, dan gambaran umum terkait Kab. Pamekasan guna mengetahui karakteristik yang akan digunakan dalam menentukan *big idea*. Beberapa temuan terkait kondisi Kab. Pamekasan adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan yang menghambat berkembangnya Kab. Pamekasan adalah masalah infrastruktur. Perjalanan menuju Kab. Pamekasan dirasa sangat jauh dan macet karena hanya ada satu akses menuju destinasi jika dari arah Surabaya.
2. Suasana kekeluargaan dan nyaman begitu dirasakan saat berada di Kab. Pamekasan karena penduduknya sangat menjunjung tinggi nilai kedamaian.
3. Budaya, adat, dan tradisi juga menjadi daya tarik wisatawan yang masih dilestarikan oleh penduduk asli Kab. Pamekasan.
4. Beberapa objek wisata masih minim pelayanan pariwisatanya, pantai - pantai kecil yang belum terjamah.

B. Wawancara Mendalam

Dalam perancangan souvenir kaos Kab. Pamekasan, data juga diperoleh melalui *Deep Interview* yang dilakukan dengan stakeholder terkait selaku pengelola UKM batik Pamekasan, para pengrajin dan butik - butik.

C. Kepustakaan/Studi Literatur

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan.

D. Kuesioner

Metode kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan opini publik terhadap konten Kab. Pamekasan dan kebutuhan wisatawan terhadap souvenir. Kuesioner juga dapat digunakan untuk menentukan segmentasi pasar dan style yang akan dijadikan sebagai acuan dalam mendesain souvenir Kab. Pamekasan.

E. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subyek penelitian dengan cara mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi, bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah perancangan desain *clothing fashion lifestyle* yang nantinya akan di transfer/dicatat. Metode ini dilakukan untuk mewakili suasana dan keadaan di Pamekasan, dokumentasi berupa pemberitaan atau pengumpulan bukti berupa foto, arsip, film, gambar mengenai kebudayaan Kab. Pamekasan.

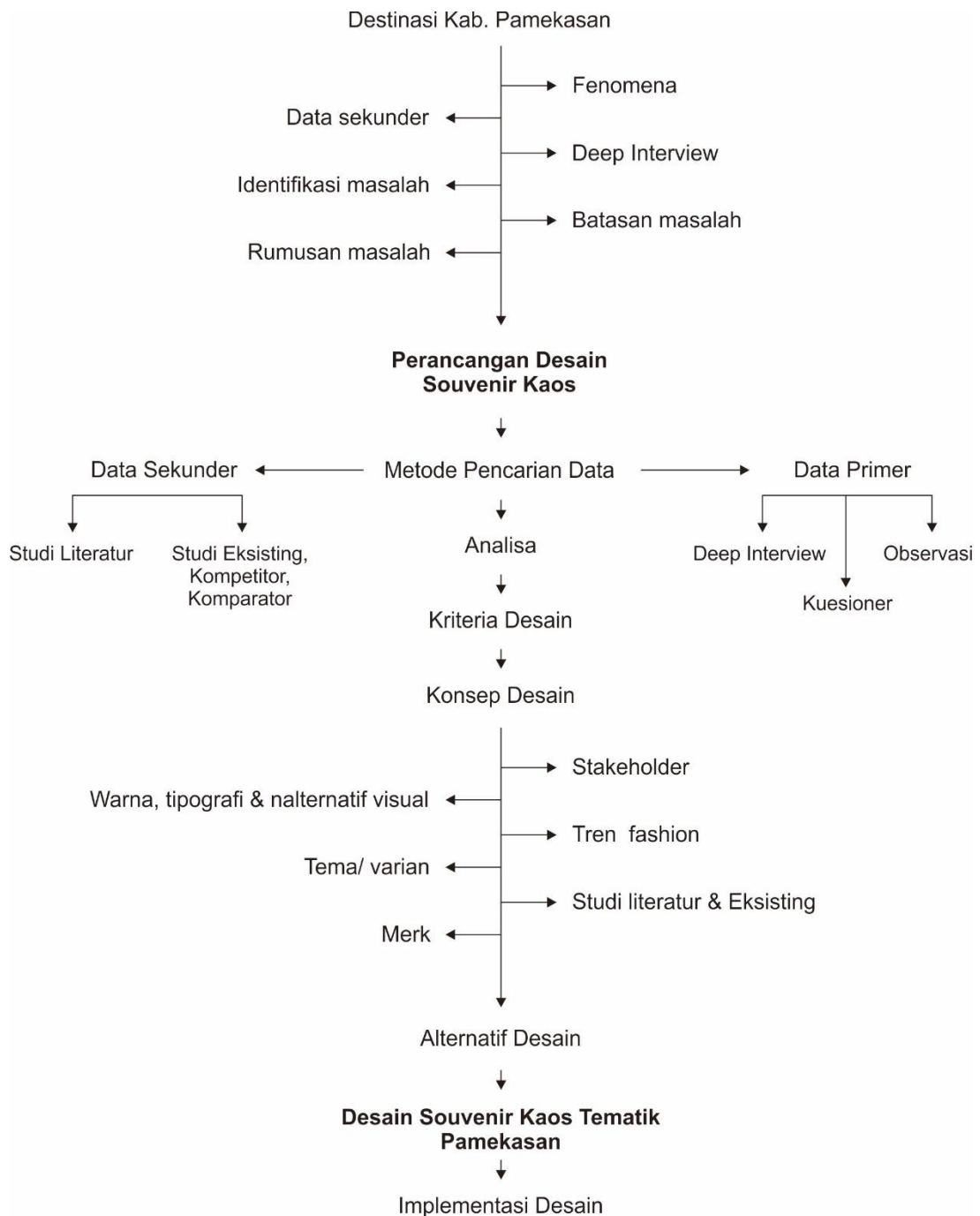
3.6 Teknik Perancangan

Dalam proses perancangan dibutuhkan langkah – langkah yang ilmiah dalam menentukan permasalahan hingga menemukan solusi. Berikut adalah tahap perencanaan dalam perancangan souvenir Kab. Pamekasan.

- Menemukan fenomena yang ada disekitar. Kemudian fenomena tersebut diperkuat dengan data yang didapatkan melalui depth interview terhadap narasumber yang berkompeten dalam perancangan ini.
- Permasalahan ditemukan dan diperjelas dengan observasi langsung di lapangan yaitu kawasan Kab. Pamekasan.
- Mencari solusi desain dari permasalahan yang ada, dan menjawab permasalahan di Kab. Pamekasan terkait dengan fenomena souvenir.
- Mendapat *big idea* sebagai konsep yang kemudian dikembangkan lagi dengan berpedoman dari minat wisatawan terhadap souvenir.
- Mengembangkan konsep hingga mencapai tujuan perancangan dan menjawab rumusan masalah dengan menggunakan metode *action research* berupa *brainstorming* dan sketsa.

3.7 Alur Perancangan

Untuk menghasilkan rancangan souvenir Kab. Pamekasan yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan maka dibentuk sebuah alur perancangan sebagai berikut :



Gambar 3.2 Bagan Alur Perancangan (Primastha, 2017)

3.8 Kriteria Desain

A. Penentuan variabel penelitian

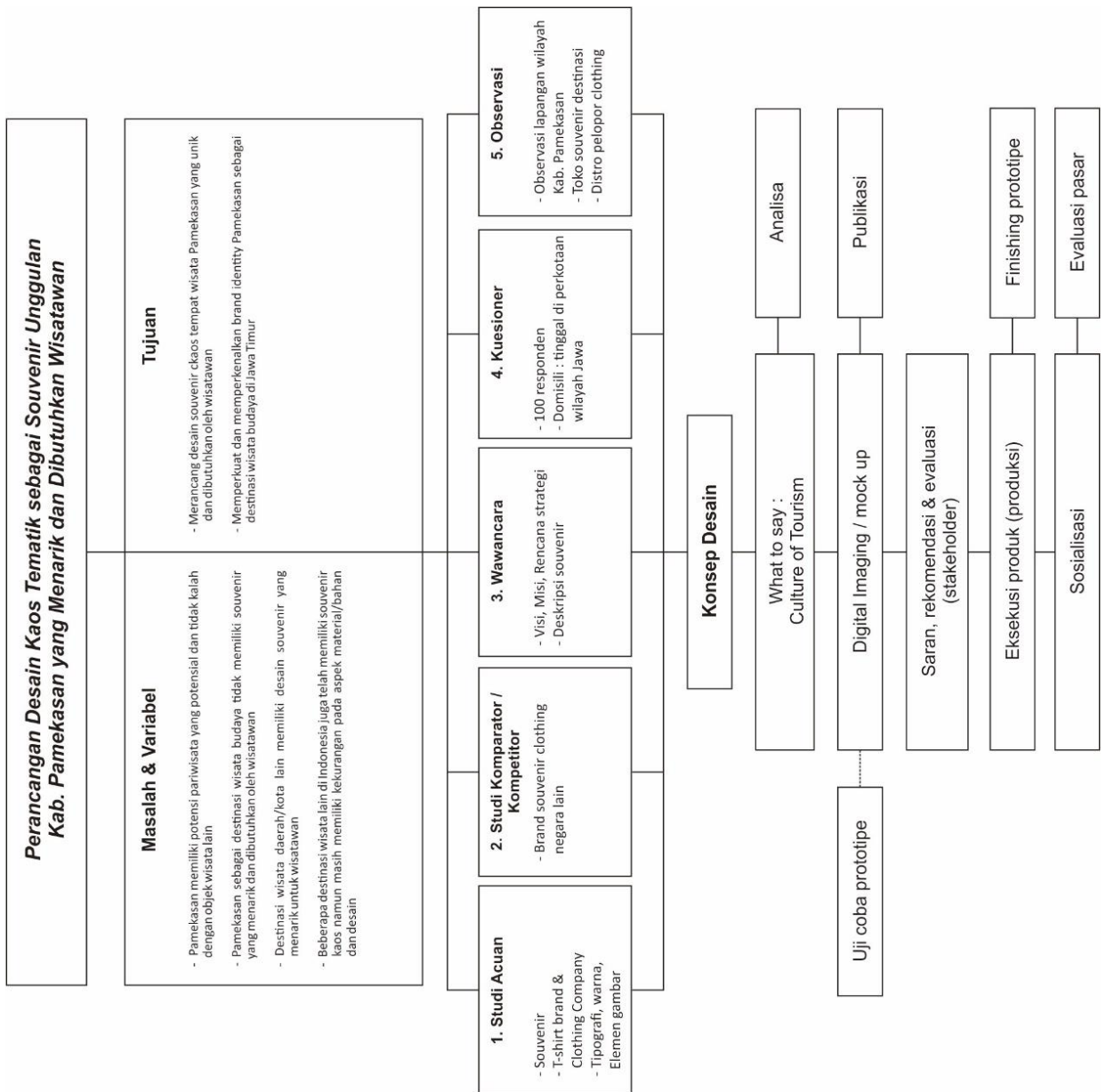
Dalam perancangan souvenir Kab. Pamekasan meliputi beberapa variabel penelitian yang akan dibahas. Variabel berupa prosesi tradisi membatik, budaya dan tradisi, aspek estetika, warna, tipografi, ilustrasi dan layout. Proses desain akan melalui proses *alternative thumbnail, rough design, comprehensive design, final design*.

B. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan kesimpulan peneliti dalam mengambil keputusan untuk keluaran desain dan penetapan media pada final desain berikutnya.

3.9 Protokol Riset

Protokol riset dibuat sebagai pedoman dalam melakukan riset terkait perancangan souvenir Kab. Pamekasan. Setiap riset yang dilakukan harus melalui acuan protokol riset sehingga data yang didapat sesuai dengan data yang dibutuhkan. Protokol riset berisi susunan dan acuan riset apa saja yang nantinya akan dilakukan.



Gambar 3.3 Tabel Proses riset (Primastha, 2017)

3.9.1 Depth Interview dengan Kepala Disparbud Pamekasan



Gambar 3.4 Interview dengan Bapak Ahmad Sjaifuddin sebagai Kepala Disparbud
(Primastha, 2018)

PEDOMAN WAWANCARA Perancangan Identitas Visual Kab. Pamekasan

Informan : Disparbud Pamekasan

Nama : Ahmad Sjaifuddin

Jabatan : Kepala

Hari/Tanggal : 21 Mei 2018

Pukul : 13.00 – 14.00

1.	Fokus Penelitian	Sistem pengelolaan, dan berbagai program pariwisata yang telah dilakukan untuk Pamekasan
	Jenis Data	Data berupa informasi sistem pengelolaan dan program kepariwisataan
	Pertanyaan	1. Bagaimana selama ini sistem pengelolaan wisata Pamekasan ? 2. Apa saja program kepariwisataan untuk Pamekasan yang sedang dan akan dikerjakan ?
2.	Fokus Penelitian	Program dinas terkait untuk pariwisata Pamekasan
	Jenis Data	Rencana pengembangan dan program yang sedang berjalan dari segala aspek untuk pariwisata Pamekasan
	Pertanyaan	1. Apa program yang sedang di upayakan Pamekasan dengan dinas lain untuk pariwisata ?
3.	Fokus Penelitian	Masalah – masalah/kendala terkait yang dihadapi pariwisata Pamekasan
	Jenis Data	Masalah – masalah dan kendala terkait yang dihadapi pariwisata Pamekasan
	Pertanyaan	1. Apa saja masalah terkait pengembangan pariwisata Pamekasan ini yang dihadapi disparbud ?

4.	Fokus Penelitian	Gambaran umum tentang Pamekasan
	Jenis Data	Cerita secara luas dan lengkap tentang Pamekasan
	Pertanyaan	1. Bagaimana gambaran umum tentang Pamekasan 2. Apa yang menjadi daya tarik Pamekasan dibanding wisata lain ? 3. Apa kisah yang menarik tentang Pamekasan ?
5.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai kegiatan merchandising di Pamekasan
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai kegiatan merchandising yang selama ini digunakan
	Pertanyaan	1. Bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait merchandising di Pamekasan ?
6.	Fokus Penelitian	Konten atau keunikan yang ingin dimunculkan ke dalam logo Pamekasan
	Jenis Data	Konten atau keunikan yang ingin ditonjolkan
	Pertanyaan	1. Konten apa yang ingin divisualkan kedalam media kaos ? 2. Apa keunikan atau ciri khas Pamekasan yang ingin ditonjolkan ?
7.	Fokus Penelitian	Harapan untuk kegiatan pariwisata terkait merchandising
	Jenis Data	Harapan merchandising
	Pertanyaan	1. Apa harapan yang ingin dicapai terhadap souvenir yang dirancang ?

3.9.2 Depth Interview dengan clothing brand Cosmic Surabaya



Gambar 3.5 Wawancara dengan Dimas S. sebagai Manager Cabang Cosmic Gubeng
(Primastha, 2017)

PEDOMAN WAWANCARA

Perancangan Identitas Visual Kab. Pamekasan

Informan : Cosmic (cabang Gubeng Surabaya)

Nama : Dimas S.

Jabatan : Manager Cabang

Hari/Tanggal : 6 Nopember 2017

Pukul : 13.00 – 15.00

1.	Fokus Penelitian	Deskripsi clothing line
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang profil singkat perusahaan
	Pertanyaan	1. Apa itu Cosmic ? 2. Apa visi atau misi dari Cosmic ?
2.	Fokus Penelitian	Segmentasi pasar
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang bagaimana perusahaan menentukan segmentasi pasarnya, dan bertahan menghadapi pesaing
	Pertanyaan	3. Bagaimana Cosmic mempositioning kan diri ? 4. Siapa saja yang termasuk segmentasi user dari produk Cosmic ? 5. Bagaimana cara Cosmic akhirnya menentukan segmentasinya ? 6. Perlukah untuk menjadi produsen yang fokus dengan kebutuhan satu segmentasi (seperti outfit ya outfit saja), atau memaksakan untuk menjawab seluruh kebutuhan user ? 7. Bagaimana Cosmic mampu bertahan dalam menghadapi pesaing sesama produsen ?
3.	Fokus Penelitian	Kebutuhan dan masalah pasar
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang apa saja kebutuhan pasar dan masalah yang dihadapi Cosmic dalam menjawab kebutuhan pasarnya
	Pertanyaan	8. Apa saja hal – hal yang dicari atau dibutuhkan user terhadap produk Cosmic ? 9. Masalah apa yang paling sering dihadapi Cosmic selama mengatasi hal tersebut ?
4.	Fokus Penelitian	Value atau keunikan lain yang ditawarkan perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang value atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibanding dengan produk pesaing
	Pertanyaan	10. Apa saja value atau keunikan lebih yang dijual ke user sebagai daya tarik dari Cosmic jika dibandingkan dengan produk pesaing ? 11. Perlukah bagi sebuah produk untuk memiliki atau juga menjual nilai edukasi atau dampak positif untuk usernya ?
5.	Fokus Penelitian	Proses kreatif pada kegiatan perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang proses kreatif yang dilakukan perusahaan dalam mengemas produknya

	Pertanyaan	12. Bagaimana proses kreatif itu terjadi dari produk sampai ke tangan user ? (ex : kerjasama brand, promosi, event, dll)
6.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai kegiatan merchandising untuk pariwisata Indonesia
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai kegiatan merchandising untuk pariwisata
	Pertanyaan	13. Jika melihat dari negara luar, bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ? 14. Adakah saran atau kritik untuk kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?
7.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai perancangan desain sovenir kaos Pamekasan
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai perancangan desain sovenir kaos Pamekasan
	Pertanyaan	15. Adakah saran atau kritik bagi perancangan desain sovenir kaos Pamekasan ?

3.9.3 Depth Interview dengan toko souvenir Mirota Surabaya



Gambar 364 Wawancara dengan haina sebagai Manager Mirota Surabaya
(Primastha, 2017)

PEDOMAN WAWANCARA

Perancangan Identitas Visual Kab. Pamekasan

Informan : Mirota Surabaya
Nama : Haina Honoury
Jabatan : Manager Cabang
Hari/Tanggal : 17 Nopember 2017
Pukul : 13.00 – 15.00

1.	Fokus Penelitian	Profil perusahaan dan visi misi
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang profil singkat perusahaan
	Pertanyaan	1. Apa itu Mirota ?
2.	Fokus Penelitian	Penentuan segmentasi pasar
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang bagaimana perusahaan menentukan segmentasi pasarnya, dan bertahan menghadapi pasarnya
	Pertanyaan	2. Bagaimana Mirota menentukan segmentasi?
3.	Fokus Penelitian	Value edukasi dari barang souvenir
	Jenis Data	Value souvenir yang dijual
	Pertanyaan	3. Bagaimana cara mengedukasi pembeli lewat kegiatan merchandising?
4.	Fokus Penelitian	Kebutuhan pasar dan masalah perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang kebutuhan pasar dan masalah yang dihadapi dalam menjawab kebutuhan
	Pertanyaan	4. Bagaimana kebutuhan pasar yang dihadapi Mirota? 5. Apa saja masalah yang dihadapi dalam menjawab kebutuhan?
5.	Fokus Penelitian	Pengembangan UKM dalam merchandising
	Jenis Data	Penjelasan tentang perkembangan UKM
	Pertanyaan	6. Bagaimana UKM merepresentasikan barang souvenir sehingga layak untuk menjadi barang souvenir?
6.	Fokus Penelitian	Opini atau tanggapan tentang merchandising
	Jenis Data	Tanggapan mengenai kegiatan merchandising
	Pertanyaan	7. Adakah saran atau kritik untuk kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia?
7.	Fokus Penelitian	Rentang harga merchandise
	Jenis Data	Studi harga merchandise berdasar bentuk
	Pertanyaan	8. Bagaimana cara menentukan harga berdasarkan bentuk, cara pembuatan disandingkan dengan harga permintaan pasar?

3.9.4 Kuesioner kepada 100 responden

1.	Fokus Penelitian	Data terkait identitas dari user untuk mengetahui segmentasi pasar. Terkait rentang usia, tempat tinggal, pekerjaan, pengeluaran tiap bulan
	Pertanyaan	1. Jenis kelamin 2. Umur 3. Domisili (kota/kabupaten) ? 4. Pekerjaan 5. Pendidikan terakhir 6. Pendapatan per bulan (Rupiah)
2.	Fokus Penelitian	Ketertarikan responden terhadap kegiatan wisata. Opini responden tentang kesukaannya terhadap kegiatan wisata
	Pertanyaan	1. Berapa kali dalam setahun anda mengunjungi tempat wisata? 2. Kemana paling sering anda berlibur ?
3.	Fokus Penelitian	Opini responden tentang wisata Pamekasan dan pengetahuan mereka terhadap Pamekasan
	Pertanyaan	1. Apakah anda mengetahui Pamekasan dan wisatanya ? 2. Darimana paling banyak anda mengetahui informasi Pamekasan dan wisatanya ?
4.	Fokus Penelitian	Opini responden tentang wisata Pamekasan dan pengetahuan mereka terhadap Pamekasan
	Pertanyaan	1. Apa yg membuat anda tertarik untuk berwisata Pamekasan ? 2. Menurut anda apa objek wisata yang menjadi ciri khas Pamekasan ?
5.	Fokus Penelitian	Opini responden terkait tentang kebutuhan dan ketertarikan wisatawan dengan souvenir kaos
	Pertanyaan	1. Menurut anda seberapa penting kebutuhan souvenir pada objek wisata ? 2. Apakah anda termasuk yang gemar membeli souvenir sebagai oleh - oleh setelah mengunjungi objek wisata ? 3. Souvenir jenis apa yang menarik untuk anda? 4. Berapa harga yang dapat anda keluarkan untuk membeli souvenir (kaos) ? 5. Apa yang menjadi perhatian anda saat membeli souvenir kaos ? 6. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?
6.	Fokus Penelitian	Opini responden terkait tentang harapan responden sebagai wisatawan pada desain kaos souvenir Pamekasan
	Pertanyaan	1. Menurut anda apakah souvenir kaos bisa membantu masyarakat untuk mengenali Pamekasan ? 2. Konten apa yang anda harapkan ada pada desain kaos Pamekasan?

BAB IV

ANALISA HASIL RISET

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Destinasi Pamekasan

Kabupaten Pamekasan secara geografis terletak antara 11319 11358° Bujur timur dan 651 731° Lintang Selatan. Wilayah Kabupaten Pamekasan di sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Sumenep sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Sampang dan sebelah selatan berbatasan dengan Selat Madura. Luas wilayah Kabupaten Pamekasan 792,30 km² yang terbagi menjadi tiga belas kecamatan²². Pamekasan mempunyai wisata lingkungan yang alami serta didukung wisata lain yang berada disekitarnya seperti bukit pegunungan, air terjun, pantai, industri tekstil batik dan wisata religi.

Sebagai kawasan wisata budaya Disparbud Kab. Pamekasan membagi wilayah wisata menjadi empat bagian, yaitu :

1. Wisata Kebudayaan, diantaranya :

- Kerapan Sapi
- Kontes Sapi Nonok
- Upcara Petik Laut
- Kampung Batik
- Tari Topeng Getak
- Monumen Arek Lancor

2. Wisata Alam, diantaranya :

- Goa Blaban
- Bukit Waru
- Air Terjun Durbugen
- Api Tak Kunjung Padam
- Air Terjun Ahatan

- Bukit Brukoh Pakong

²² www.pamekasankab.go.id

- Bukit Sobih
3. Wisata Bahari, diantaranya :
- Pantai Batu Kerbuy
 - Pantai Talangsiring
 - Pantai Jumiang
 - Rawa Mangunan
 - Mangrove Desa Lembung
4. Wisata Religi, diantaranya :
- Wihara Aloketisvara
 - Situs Ronggo Sukowati
 - Pasarean Batu Ampar
 - Langghar Dhateng

Visi dari Disparbud Pamekasan yaitu Menjadi Penggerak Utama Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Mewujudkan Masyarakat yang Maju, Mandiri Sejahtera. Namun dalam memajukan pariwisatanya mereka memiliki keinginan dalam menjadikan destinasi andalan Pulau Madura di Jawa Timur yang sustainable. Sedangkan misi Disparbud dalam melakukan gertakan baru di dunia pariwisata selaku stakeholder diantaranya :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata.
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pamekasan.
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Pamekasan.

4.1.2 Deskripsi Perancangan

Di dalam perancangan yang berjudul “Perancangan kaos tematik sebagai Souvenir Kab. Pamekasan”, penulis bermaksud untuk membuat sebuah desain kaos yang dapat mewakili identitas dan keunikan objek destinasi dengan karakteristik sebagai kawasan wisata budaya.

Sebuah souvenir berguna dalam rangka pengenalan fisik identitas Pamekasan dimata masyarakat sehingga dapat diwakili dengan penciptaan sebuah system grafis yang kaitannya dengan konten Pamekasan. Souvenir yang menarik dengan kualitas terbaik akan mendorong terciptanya perhatian masyarakat dan wisatawan untuk berwisata. Perancangan yang dihasilkan nantinya akan berdasarkan oleh keseluruhan konten yang memvisualkan keunikan dan salah satu ciri khas dari Pamekasan.

Pada perancangan ini, output yang dihasilkan adalah desain kaos tematik beserta prototipenya yang digunakan dan mampu mewakili brand wisata Pamekasan secara visual. Desain kaos tematik yang akan dihasilkan terdiri dari 5 konten umum dengan masing – masing 10 kategori visual, nantinya dapat berkembang berdasarkan konten, gaya gambar, model, dll. Souvenir kaos ini diposisikan juga sebagai media promosi yang akan dikenakan wisatawan, sehingga Pamekasan juga dapat menjadi lebih terkenal. Sehingga apabila kaos yang dihasilkan dapat dikatakan menarik dan layak ditawarkan ke wisatawan, Pamekasan akan semakin siap untuk bersaing dengan destinasi ekowisata lain di bidang pariwisata. Visual yang akan ditampilkan adalah tampilan varian wisata yang menarik dan tetap mengikuti tren fashion saat ini.

4.2 Hasil Riset

4.2.1 Depth Interview dengan Kepala Disparbud Pamekasan



Gambar 4.1 Interview dengan Bapak Ahmad Sjaifuddin sebagai Kepala Disparbud
(Primastha, 2018)

Tujuan : Mencari data terkait profil Pamekasan, fenomena identitas visual, sistem pengelolaan, visi – misi, dan program Disparbud terhadap objek wisata Pamekasan

Lokasi : Tempat masing-masing

Waktu : 21 Mei 2018 Pukul 13.00-14.00

Narasumber : Bapak Ahmad Sjaifuddin

Peralatan : Melalui telepon

Pertanyaan :

1. Bagaimana selama ini sistem pengelolaan wisata Pamekasan ?

“Kalau pengelolaan ya maaf karna masih baru Pamekasan ini jadi ya masih terus memperbaiki infrasturktur dan sarananya. Saat ini dana baru saja turun sehingga pembenahan baru saja dimulai dengan konsep wisata alam, namun sekali lagi ini baru saja jalan.”

Visi dari Disparbud Pamekasan yaitu Menjadi Penggerak Utama Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Mewujudkan Masyarakat yang Maju, Mandiri Sejahtera. Namun dalam memajukan pariwisatanya mereka memiliki keinginan dalam menjadikan destinasi andalan Pulau Madura di Jawa Timur yang sustainable. Sedangkan misi Disparbud dalam melakukan gertakan baru di dunia pariwisata selaku stakeholder diantaranya :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata.
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pamekasan.

3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Pamekasan.

Sebagai kawasan wisata budaya Disparbud Kab. Pamekasan membagi wilayah wisata menjadi empat bagian, yaitu :

1. Wisata Kebudayaan, diantaranya :

- Kerapan Sapi
- Kontes Sapi Nonok
- Upcara Petik Laut
- Kampung Batik
- Tari Topeng Getak
- Monumen Arek Lancor

2. Wisata Alam, diantaranya :

- Goa Blaban
- Bukit Waru
- Air Terjun Durbugen
- Api Tak Kunjung Padam
- Air Terjun Ahatan
- Bukit Brukoh Pakong
- Bukit Sobih

3. Wisata Bahari, diantaranya :

- Pantai Batu Kerbuy
- Pantai Talangsiring
- Pantai Jumiang
- Rawa Mangunan
- Mangrove Desa Lembung

4. Wisata Religi, diantaranya :

- Wihara Aloketisvara
- Situs Ronggo Sukowati
- Pasarean Batu Ampar
- Langghar Dhateng

2. Apa saja program kepariwisataan untuk Pamekasan yang sedang dan akan dikerjakan ?

“Program pariwisata itu kayak promosi, dibantu sama LSM Media Pamekasan, kemudian stasiun TV yang mengekspos Pamekasan seperti acara My Trip My Adventure itu, industri kampung batik, tempo lalu situs yang berhasil terekspos Bukit Waru dan Pantai Jumiang. Untuk semacam brosur, booklet gitu masih dalam produksi, belum menyebari”

Kegiatan promosi selama ini dibantu oleh LSM Media Pamekasan. Bentuk promosi melalui website dan blog selain bertujuan untuk mempromosikan Pamekasan juga sebagai media informasi berupa surat kabar elektronik. Bentuk promosi lain masih dalam tahap produksi.

3. Apa program yang sedang di upayakan Disparbud dengan dinas lain untuk pariwisata Pamekasan ?

“Kegiatan yang sedang dilakukan saat ini itu kayak musyawarah rutin dengan masyarakat, ataupun travel agent sama dinas – dinas terkait biar semakin dalam satu suara gituloh. Terus ini yang baru ada dari dinas, seperti ijin yang harus dibuat sama investor kalau mau buka hotel atau restaurant disini, biar kalau ada apa – apa bisa dipertanggung jawabkan gitu”

Beberapa upaya untuk mengintegrasikan aspek pariwisata Pamekasan sudah dilakukan dan terus berproses, seperti mengumpulkan para travel agent agar menggerakkan usahanya tanpa mengesampingkan kepentingan masyarakat Pamekasan. Walaupun travel agent tidak dikoordinasi oleh pemerintah, mereka tetap harus melakukan wajib lapor dan berkoordinasi dengan pemerintah setempat terkait dengan aspek keamanan. Menjaga jangan sampai wisatawan membawa narkoba, senjata, dll. Menjadikan wisatawan tetap merasa nyaman, aman, dan jauh dari tindakan yang merugikan.

4. Apa saja masalah terkait pengembangan pariwisata Pamekasan ini yang dihadapi Disparbud ?

“Kalau masalah yaa jelas banyak, terus semua nya sedang dibenahi secara bertahap. Bantuan anggaran terlebih susah turunnya ke sini, jadi kita ndak bisa optimal menggerakkan masyarakat. Kalau Pamekasan mau dijadikan Bali gitu, kita sih siap, namun persiapannya memang tidak bisa langsung brgitu, ya bertahap. Dan juga ada masalah kecil seperti terkendala sama beberapa kelompok ulama yang fanatik, jadi belum bisa bebas gitu.”

Bantuan dari dinas belum ada, Disparbud meminta bantuan anggaran untuk membantu mengembangkan pengelolaan objek wisata sehingga pengelolaannya menjadi

jelas dan terintegrasi dengan baik. Terlebih bantuan dari Pemkab. baru saja cair sehingga memang baru mulai pertengahan 2017 diproses. Dari berbagai dinas terkait seperti PU, dinas hukum dan sosmas, dinas pariwisata, dan stakeholder yang bersangkutan untuk mengembangkan pariwisata Pamekasan belum terintegrasi dengan baik sehingga pengembangannya tidak bisa maksimal. Secara teknis masyarakat disini siap menjadi tuan rumah pariwisata. Terhambat bantuan anggaran sehingga tidak bisa memaksimalkan menggerakkan masyarakat untuk membantu mengelola pariwisata Pamekasan. Kalau pariwisata Pamekasan dimajukan dan dijadikan seperti Bali contohnya, Pamekasan terhambat sama kendala internal, beberapa kelompok yang tidak siap kalau sampai ada perilaku liberal seperti kegiatan karaoke, club malam. Beberapa orang masih sangat fanatik dan tertutup.

5. Bagaimana gambaran umum tentang Pamekasan?

“Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten di Pulau Madura - Jawa Timur yang dikelilingi alam yang segar. Memiliki industri batik, bahkan beberapa motifnya telah memiliki hak paten seperti motif Sakereh, Keraben Sapeh, Padih-kepa, Kempeng Saladerih, dan Manik-manik. Pamekasan juga dikenal sebagai kota santri di Madura, karena pernah mengusung jargon Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami (Gerbangsalam) dengan maksud mengajak masyarakatnya membangun perilaku sesuai syariat Islami dan berperadapan positif. Disamping itu, Pamekasan juga memiliki beberapa alternatif obyek wisata alam maupun yg sifatnya pelestarian budaya.”

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten di Pulau Madura - Jawa Timur yang dikenal sebagai pelopor industri batik. Selain kota industri, Pamekasan juga dikenal sebagai kota santri di Madura dengan jargon Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami (Gerbangsalam) dengan maksud mengajak masyarakatnya membangun perilaku sesuai syariat Islami dan berperadapan positif. Disamping itu, Pamekasan juga memiliki beberapa alternatif obyek wisata alam dan budaya yang indah dan bermanfaat untuk penelitian.

6. Apa yang menjadi daya tarik Pamekasan dibanding wisata lain ?

“Ya kan disini mayoritas penduduknya islam. Jadi yang menarik juga tentang kekentalan agamanya itu. Banyak tarian – tarian, tradisi yang cuman ada di Pamekasan saya rasa. Batiknya juga beda, disini batiknya sangat atraktif, tidak kaku dan klasik seperti Jawatengahan”

Pamekasan memiliki nilai budaya dan tradisi yang unik. Keunikan potret masyarakat lokal menjadi hal yang tak kalah diperhatikan apabila berwisata ke Pulau

Pamekasan. Dapat diketahui bahwa 90% penduduk Pamekasan adalah muslim dengan menjunjung tinggi nilai agama dan tradisi nenek moyang.

7. Bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait merchandising di Pamekasan ?

“oo kalau souvenir itu masyarakat sini punya batik saja. Tapi ya itu wisatawan jarang sekali yang beli, biasanya barang – barang itu lebih di impor ke Malaysia atau kota lain kalo lagi ada pameran gitu. Kalau seperti kaos, gantungan kunci, itu belum ada tokonya, belum ada masyarakat yang melihat peluang jualan seperti itu. Padahal ya penting itu, masak wisatawan dateng ke Pamekasan pulang – pulang cuma bawa foto-foto saja ”

Souvenir adalah aspek pariwisata yang belum digarap secara optimal oleh pemerintah, padahal kepentingan dan kebutuhan souvenir bagi wisatawan tinggi. Dan dapat diketahui bahwa masyarakat Pamekasan sendiri belum melihat adanya peluang usaha yang menguntungkan di bidang souvenir, mereka lebih memilih melakukan kegiatan yang biasa dari dulu mereka lakukan, tidak berkembang.

8. Konten apa yang ingin divisualkan kedalam media kaos ?

“Banyak sekali ya, selain alam, pantainya, bahari, Semuanya masih perawan. Biasanya sih wisatawan yaa itu paling tertarik sama batiknya, kalau dikawinkan dengan kaos sepertinya bagus. Kalau tema yang bisa diangkat yaa banyak di Pamekasan”

Pamekasan memiliki beragam aspek yang dapat diangkat dijadikan tema atau konten pada souvenir kaos nantinya. Keunikan dari aspek – aspek tersebut juga tak kalah bial disandingkan dengan objek wisata lain, mulai dari bentang alam, masyarakat lokalnya, budaya dan tradisi, dll.

9. Apa harapan yang ingin dicapai terhadap souvenir yang dirancang ?

“Yaa biar supaya masyarakat ini diajak hidup makmur, lebih sadar wisata. Jadi yang muda muda nggak langsung memilih merantau ke negara sebelah. Membesarkan Pamekasan ini dari bisnis – bisnis pariwisata juga bisa, seperti ya ini souvenirnya ta di garap, hotel aa restaurant, banyak lah. Dan yang jelas produk Pamekasan juga semakin laku disukai sama wisatawannya, terus wisatawannya mau datang lagi datang lagi”

Keinginan stakeholder terhadap souvenir kaos yang dirancang agar tidak hanya berdampak pada penyelesaian masalah wisatawan namun juga berdampak baik bagi kesejahteraan masyarakatnya. Dan souvenir yang dirancang tentu harus disukai dan dibutuhkan oleh wisatawan.

Berdasarkan jawaban dan tanggapan *stakeholder* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Disparbud Pamekasan membutuhkan adanya upaya untuk menunjang Pamekasan lebih maju khususnya dibidang pariwisata salah satunya dengan perancangan souvenir ini.

Peran souvenir sebagai penunjang brand image ekowisata Pamekasan yang dapat menginterpretasi keunikan dan karakteristik Pamekasan. Disparbud Pamekasan berharap souvenir kaos ini nantinya dapat disukai oleh wisatawan, sehingga wisatawan tidak enggan mengenakan dan dengan kesan positif yang diberikan wisatawan diharapkan juga akan meningkatkan mutu pariwisata Pamekasan.

Nilai-nilai yang ingin ditampilkan pada souvenir kaos ini nantinya antara lain untuk mengeksplor keadaan alam, budaya / tradisi, masyarakat lokal, flora dan fauna, juga bahasa. Disparbud Pamekasan juga menghendaki model kaos yang mengikuti tren namun tetap akan mencerminkan sebuah destinasi ekowisata yang bergerak di bidang ekowisata konservasi alam.

4.2.2 Depth Interview dengan Cosmic Surabaya



Gambar 4.2 Interview dengan Dimas S. sebagai Manager Cabang Cosmic Gubeng
(Primastha, 2017)

Tujuan : Mencari data terkait fenomena fashion kaos
Lokasi : Store Cosmic Gubeng Surabaya
Waktu : 6 Nopember 2017 Pukul 13.00-15.00
Narasumber : Dimas S.
Peralatan : Alat rekam dan kamera
Pertanyaan :

1. Apa itu Cosmic ?

2. Apa Visi atau misi dari Cosmic ?

“Cosmic itu sebenarnya berdiri sejak 2006, awalnya bukan store. Dia brand, brand baju, kaos, jaket, sama apparel lainnya. Setelah 4 tahun bergerak di bidang brand di tahun 2011 bikin store. Awalnya brand habis gitu berubah jadi store. Visi sama misinya gini aku mau bring local to global. Barang - barang yang disini itu saya setarakan antara brand luar negeri dan brand local. Mengedukasi orang Surabaya kalau brand - brand local itu ndak kalah keren.”

3. Bagaimana Cosmic mempositioning kan diri ?

“Kalau di Surabaya itu industri kayak gini belum banyak yang main. Saya sendiri memposisikan Cosmic itu dengan banyak diferensiasi, dari segi konsep, barang, atau produk. Kalau di Surabaya kan banyaknya distro, saya lebih ke concept store gitu.”

4. Siapa saja yang termasuk segmentasi user dari produk Cosmic ?

5. Bagaimana cara Cosmic akhirnya menentukan segmentasinya ?

“Mulai awal sudah aku kotakkan untuk mencari segmentasinya, remaja menengah keatas. Biar storenya jadi nggak ngawur dan sembarangan jual produk gitu.”

6. Perlukah untuk menjadi produsen yang fokus dengan kebutuhan satu segmentasi (seperti outfit ya outfit saja), atau memaksakan untuk menjawab seluruh kebutuhan user ?

“Kalau sebagai permulaan, kita harus fokus dulu ke satu produk. Untuk membangun identitas, jangan jadi buyes/obralan. Untuk memposisikan diri juga. Kalau bisnis di apparel, yaudah fokus dulu disitu.”

7. Apa saja hal – hal yang dicari atau dibutuhkan user terhadap produk Cosmic?

“Kalau aku lihat itu mereka lebih butuh ke brand, ingin di akui juga. Barang branded. Walau harganya sedikit agak mahal namun berkualitas. Nggak ngelihat harga yang penting kualitas.”

8. Masalah – masalah apa yang paling sering dihadapi Cosmic selama mengatasi hal tersebut ?

“Masalahnya yaa di demand di Surabaya untuk produk seperti ini itu masih kurang. Jadi saya nggak ngejagain masyarakat Surabaya ajah, saya akhirnya juga nembak masyarakat luar Sruabaya. Mungkin karna mereka belum teredukasi sama brand-brand ini”

9. Apa saja value atau keunikan lebih yang dijual ke user sebagai daya tarik dari Cosmic jika dibandingkan dengan produk pesaing ?

“Kita lebih cari kebanggaan buat pake apparel dari Cosmic sendiri. Cosmic sendiri nggak pernah buat produk massal, maksimal itu 3 lussin. Itu pun untuk seluruh Indonesia. Jadi ada gengsi bagi konsumen menggunakan produk Cosmic. Kita juga lagi ada semacam campaign gitu, kalau beli produknya Cosmic berarti konsumen itu menyumbangkan 5% rupiahnya buat seniman local”

10. Perlukah bagi sebuah produk untuk memiliki atau juga menjual nilai edukasi atau dampak positif untuk usernya ?

“Itu penting banget, perlu banget. Karna desain itu nggak cuman menyelesaikan masalah, tapi juga harus memiliki nilai lebih dan mengedukasi.”

11. Bagaimana proses kreatif itu terjadi dari produk sampai ke tangan user ? (ex : kerjasama brand, promosi, event, dll)

“Basic sih, kita berkolaborasi sama brand – brand lain. Istilahnya itu silang market lah. Selama ini kita lakuin sih kolaborasi sama mural street artist. Itu salah bentuk support kita sama grafiti local juga, karya mereka itu bisa dinikmati orang dengan di print di kaos. Event juga selalu kita adain, buat brand awareness, buat orang itu yang udah ngerti makin ngerti, dan yang belum ngerti jadi ngerti”

12. Jika melihat dari negara luar, bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?

“pernah baca artikel dari Wahyu aditya, soal icon. Dia mengedukasi wilayah-wilayah pariwisata untuk memiliki icon, yang dimana icon itu bisa dijadikan merchandise kan, terus bisa dijual oleh ukm-ukm disitu, bisa menambah income kota itu juga jadinya. Support ukm kecil disitu. Mungkin kalau indonesia butuh proses dan usaha lebih, dilihat kitanya sendiri ajah bangga nggak pake produk sendiri.”

13. Adakah saran/kritik bagi perancangan desain souvenir kaos Pamekasan ?

“Sebenarnya konsep dasarnya kan aku nggak tau, cuman kalau bisa kasih masukan. Mempertahankan kontinuitis ajah, jangan setahun ada, kemudian seterusnya nggak ada. Kalau bisa jangan Pamekasan ajah, soalnya kontennya udah seru, coba cari kota-kota lain. Dan yang penting jangan ndisain alay, kasian negaramu”

Berdasarkan jawaban dan tanggapan narasumber diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa dalam langkah mendesain kaos, sangat perlu memperhatikan kebutuhan user dan menanamkan identitas diri yang kuat. Desain kaos yang baik adalah yang tidak hanya menjual brand namun juga dapat memberi nilai atau dampak positif pada penggunanya. Desainer juga harus jeli melihat kebutuhan pasar dan menganalisis sistem marketingnya agar mampu bertahan di bawah tekanan pesaing. Dalam mencapai tujuan merancang desain souvenir kaos, narasumber memberi beberapa masukan untuk mengeksplor konten lain, tidak hanya Pamekasan. Dan desain yang dihasilkan agar sangat diperhatikan bentuk aspek visualnya, agar masyarakat sendiri bangga menggunakan dan berharap wisatawan mancanegara juga senang memilikinya. Untuk kedepannya, narasumber berharap project ini tidak hanya berhenti sampai sebagai tugas akhir, namun berkelanjutan.

4.2.3 Depth Interview dengan Mirota Surabaya



Gambar 4.3 Interview Ibu Haina sebagai Manager Mirota Surabaya
(Primastha, 2017)

Tujuan : Mencari data terkait value souvenir
Lokasi : Mirota Surabaya
Waktu : 17 Nopember 2017 Pukul 13.00-15.00
Narasumber : Ibu Haina Honoury
Peralatan : Alat rekam dan kamera
Pertanyaan :

1. Apa itu Mirota ?

“Saat anda sedang berkunjung atau jalan-jalan di kota Surabaya, dan menginginkan pengalaman unik berbelanja barang-barang khas se-Nusantara. Cobalah

datang ke Mirota Handicraft Shop yang ada di Surabaya. Beragam cinderamata dari Sabang sampai Merauke ada di sini. Begitu gambarannya”

2. Bagaimana Mirota menentukan segmentasi?

“Sebenarnya kami tidak menembak segmen usia, karena barang disini dapat dinikmati lintas usia, lintas gender dan lintas zaman, sehingga semua dapat dibeli berdasarkan yang butuh.”

3. Bagaimana cara mengedukasi pembeli lewat kegiatan merchandising?

“Nah ini yang penting. Souvenir harus mengedukasi pembelinya. Tidak boleh asal asalan dari sisi desain dan material. Harus berkelas, menunjukkan identitas khasnya, menunjukkan warna khasnya, harus detail membaca karakter daerah ketika membuat souvenir suatu daerah, karena yang dijual adalah seni dan budayanya, sehingga ketika semuanya terpenuhi, harga bukanlah masalah.”

4. Bagaimana kebutuhan pasar yang dihadapi Mirota?

“Sangat ramai permintaan. Baik dari personal, kantor hingga pesanan ketika ada tamu penting dari kantor dinas. Semua wisatawan domestik dan mancanegara datang kesini karena memang di Surabaya kami satu satunya.”

5. Apa saja masalah yang dihadapi dalam menjawab kebutuhan

6. Bagaimana UKM merepresentasikan barang souvenir sehingga layak untuk menjadi barang souvenir?

“Mungkin ketika kita menerima pesanan souvenir dalam jumlah yang banyak kita akan kesusahan stok karena stok disini tidak banyak ya maksimal ada 3 lusin saja biasanya, terlebih barang yang ada disini adalah handmade, jadi pasti produksinya bisa dibbilang limited. UKM sangat detail melihat kebutuhan pasar, terkadang mereka menunggu list kebutuhan dari kami sehingga mereka dapat membuat souvenir yang sedang in”

8. Bagaimana cara menentukan harga berdasarkan bentuk, cara pembuatan disandingkan dengan harga permintaan pasar?

“Pemikiran mudahnya begini, kalau proses pembuatan susah pasti harga ikut mahal, kalau proses produksi cepat pasti murah harganya, apalagi souvenir yang duplikasinya mudah akan semakin murah juga harganya.”

7. Adakah saran atau kritik terkait perancangan souvenir kaos untuk Pamekasan?

“Menarik ini ide tugas akhirnya, karena menurut saya masih jarang banget anak muda yang melihat peluang besar tentang pariwisata Indonesia dari sisi lain, biasanya hanya foto, atau travel guide, kalau bikin souvenir yang bener ya pasti menarik. Dibandingkan dengan diluar negeri, mungkin pariwisata kita nggak kalah, tapi dampak ekonominya dengan adanya pariwisata itu menurut saya tidak sebesar diluar negeri ya. Kalau diluar negeri, mereka sudah kelihatan sangat siap, penjualnya walaupun masyarakat sekitar, dan hasil produksi mereka oke banget.”

Berdasarkan jawaban dan tanggapan narasumber diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa dalam langkah mendesain kaos, sangat perlu memperhatikan kebutuhan user dan menanamkan identitas diri yang kuat, harus berbeda. Memproduksi kaos bukan hanya tentang bagaimana kaos itu didesain dan dipasarkan, lebih dari itu. Desainer harus mengetahui betul kebutuhan pasarnya, berdiri dengan identitas yang berbeda. Boleh mengikuti perkembangan fashion, namun tetap harus memiliki identitas brand yang kuat, karena apabila mengikuti perkembangan fashion yang ada, tak akan ada habisnya. Jadi perlunya value dalam setiap souvenir yang dijual. Jadi jika contohnya kaos, dari sisi desain harus beda dan menarik agar laku dipasaran. Dalam mencapai tujuan merancang desain souvenir kaos, narasumber memberi beberapa masukan untuk selalu berkiblat pada kebutuhan pasarnya, namun sebagai desainer tidak menutup kemungkinan untuk menerjemahkan kebutuhan itu kedalam desain yang menarik sehingga apa yang ingin ditunjukkan disukai konsumennya.

4.2.4 Kuesioner Kepada 100 Responden

1.	Fokus Penelitian	Data terkait identitas dari user untuk mengetahui segmentasi pasar. Terkait rentang usia, tempat tinggal, pekerjaan, pengeluaran tiap bulan
	Pertanyaan	1. Jenis kelamin 2. Umur 3. Domisili (kota/kabupaten) ? 4. Pekerjaan 5. Pendidikan terakhir 6. Pendapatan per bulan (Rupiah)
	Hasil	Usia : 85% usia 18 - 25 tahun Jenis kelamin : laki – laki dan perempuan Domisili : tinggal diperkotaan Jawa Pengeluaran : ± Rp 500.000 – Rp 2.000.000 perbulan Pendidikan : SMP, SMA, S1

		Pekerjaan : 89,3 % adalah mahasiswa
2.	Fokus Penelitian	Ketertarikan responden terhadap kegiatan wisata. Opini responden tentang kesukaannya terhadap kegiatan wisata
	Pertanyaan	1. Berapa kali dalam setahun anda mengunjungi tempat wisata? 2. Kemana paling sering anda berlibur ?
	Hasil	39,6% menyukai untuk berwisata, dalam setahun mereka dapat mengunjungi lebih dari 4 objek wisata. Dan tempat yang sering mereka kunjungi adalah pantai
3.	Fokus Penelitian	Opini responen tentang wisata Pamekasan dan pengetahuan mereka terhadap Pamekasan
	Pertanyaan	1. Apakah anda mengetahui Pamekasan dan wisatanya ? 2. Darimana paling banyak anda mengetahui informasi Pamekasan dan wisatanya ?
	Hasil	53,6% mengetahuin tentang Pamekasan dan wisatanya, mereka mengetahuinya dari sosial media/internet
4.	Fokus Penelitian	Opini responen tentang wisata Pamekasan dan pengetahuan mereka terhadap Pamekasan
	Pertanyaan	1. Apa yg membuat anda tertarik untuk berwisata Pamekasan ? 2. Menurut anda apa objek wisata yang menjadi ciri khas Pamekasan ?
	Hasil	Sebanyak 104% wisatawan menyukai wisata alam dari Pamekasan. Dan menurut mereka wisata batik dan kerapan sapi ada ciri yang khas dengan pamekasan
5.	Fokus Penelitian	Opini responen terkait tentang kebutuhan dan ketertarikan wisatawan dengan souvenir kaos
	Pertanyaan	1. Menurut anda seberapa penting kebutuhan souvenir pada objek wisata ? 2. Apakah anda termasuk yang gemar membeli souvenir sebagai oleh - oleh setelah mengunjungi objek wisata ? 3. Souvenir jenis apa yang menarik untuk anda? 4. Berapa harga yang dapat anda keluarkan untuk membeli souvenir (kaos) ? 5. Apa yang menjadi perhatian anda saat membeli souvenir kaos ? 6. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?
	Hasil	72% responden beranggapan bahwa souvenir sangatlah penting, dan mereka juga gemar membeli souvenir dari objek wisata yang mereka kunjungi. 108% responden tertarik dengan souvenir kaos, mereka mampu mengeluarkan uang sejumlah Rp 50.000 – Rp 250.000. Selama membeli souvenir kaos yang mereka inginkan, responden akan sangat memperhatikan desainnya, kemudian baru bahan kaosnya, harga, dan model kaosnya. Desain yang mereka sukai berupa visual melalui pendekatan ilustrasi.

6.	Fokus Penelitian	Opini responden terkait tentang harapan responden sebagai wisatawan pada desain kaos souvenir Pamekasan
	Pertanyaan	1. Menurut anda apakah souvenir kaos bisa membantu masyarakat untuk mengenali Pamekasan ? 2. Konten apa yang anda harapkan ada pada desain kaos Pamekasan?
	Hasil	97,9% responden sependapat bahwa souvenir kaos mampu membantu masyarakat luas untuk mengenali Pamekasan, dan beberapa konten yang paling menjadi daya tarik bagi responden adalah tentang pemandangan alamnya.

Gambar 4.4 Tabel Hasil Riset Kuesioner
(Primastha, 2018)

4.3 Analisis Data/Hasil Riset

4.3.1 Analisa Stakeholder

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Berikut ini adalah hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan Bapak Ahmad Sjaifuddin sebagai Kepala Disparbud Pamekasan, pihak pengelola objek wisata Pamekasan telah melakukan pengembangan bertahap untuk internal dan eksternal. Dalam rangka pengembangan kualitas, pihak pengelola objek wisata Pamekasan dituntut untuk melakukan perubahan yang positif pada setiap tahap. Tujuan dari perubahan tersebut adalah pengembangan citra dan kepercayaan kepada wisatawan.

Menurut kepala Disparbud Pamekasan, objek wisata budaya harus dicitrakan sebagai kawasan wisata lingkungan yang tidak hanya menyuguhkan keindahan alamnya dan kebudayaannya saja namun juga dapat mengedukasi wisatawannya. Namun tidak adanya peran souvenir pada objek wisata budaya Pamekasan menjadi nilai minus dari sebuah destinasi seperti Pamekasan ini. Wisatawan tidak dapat sepenuhnya merasa puas saat berwisata di Pamekasan.

Kesadaran akan pentingnya peran dari souvenir baik bagi wisatawan dan masyarakat lokal sudah dirasakan dan diakui oleh pihak stakeholder, namun stakeholder belum dapat memaksimalkannya dengan baik terbukti dari banyaknya keinginan kuat dan harapan tentang keberadaan store yang menjual souvenir Pamekasan yang belum terlaksana. Sehingga pihak stakeholder sangat mendukung untuk diadakannya perancangan sebuah merchandise Pamekasan yang menarik dan unik serta dibutuhkan oleh wisatawannya dan nantinya dapat menjadi souvenir unggulan Pamekasan.

Selain itu, pihak stakeholder sudah memberikan tanggapan mengenai unsur-unsur atau konten Pamekasan yang dapat dijadikan sebagai konten visual dari souvenir kaos nantinya dan dapat mempresentasikan keunggulan dan karakteristik dari Pamekasan itu sendiri yang didominasi dengan pemandangan alam yang masih alami dan menyegarkan. Kedua adalah unsur edukasi, bahwa wisata budaya Pamekasan merupakan sarana penelitian yang hasilnya dapat menyentuh kebutuhan masyarakat secara langsung dan pendidikan yang kaya akan ilmu pengetahuan serta peduli akan lingkungan hidup. Unsur lainnya adalah selain alamnya masih asli namun juga memiliki tradisi adat budaya yang masih kuat dan menarik untuk diangkat.

Pihak Stakeholder juga menginginkan souvenir kaos nantinya didesain dengan mengikuti tren fashion dan memprioritaskan aspek kenyamanan sehingga wisatawan yang membeli souvenir kaos tersebut nantinya tidak malu mengenakannya, dan menambah rasa percaya diri, sehingga secara tidak langsung Pamekasan akan semakin dikenal dengan kesan positif. Hal – hal tersebut merupakan bagian dari harapan Stakeholder mengenai wisata budaya Pamekasan.

Bapak Ahmad Sjaifuddin, Kepala Disparbud Pamekasan dalam wawancara dengan peneliti juga menyatakan bahwa Pemkab. Pamekasan sudah berupaya melakukan promosi wisata di internal Kabupaten Pamekasan khususnya terhadap objek - objek wisata yang ada di Pamekasan, namun belum ada media yang efektif yang dapat dijadikan alat strategi khusus yang dilakukan dalam langkah promosi karena adanya beberapa kendala. Kendala-kendala tersebut antara lain :

1. Baru cair / turunnya anggaran anggaran dana untuk mempromosikan objek-objek wisata di Pamekasan pada 2017 silam,
2. Belum banyaknya investor atau penanam modal yang berminat untuk berinvestasi,
3. Lokasi Pamekasan yang cukup sulit dijangkau, transportasi juga masih sulit
4. Kurangnya pembangunan secara maksimal pada sarana dan prasarana untuk wisatawan di tiap objek-objek wisata di Pamekasan.

Sebagai landasan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif - kualitatif. Deskriptif yaitu penafsiran data yang dilakukan dengan penalaran, sedangkan kualitatif yaitu menganalisa unsur-unsur desain yaitu teks, huruf, ilustrasi, dan warna dalam hubungannya dengan prinsip ilustrasi dan prinsip - prinsip desain yang baik yaitu kesatuan (unity), keseimbangan (balance), dan keserasiannya (harmony).

Setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, baik dengan metode wawancara, observasi, kepustakaan dan dokumentasi, maka data akan dianalisa berdasarkan metode deskriptif - kualitatif. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisa data tersebut selesai dilaksanakan maka dibuat beberapa rancangan souvenir kaos yang tepat dengan kriteria yang telah ditentukan.

Analisa data pada bahasan ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu analisa bentuk desain, bahan/materian, dan analisa model. Data diambil dari hasil wawancara mendalam yang berasal dari Disparbud Pamekasan.

2. Brand Cosmic

Wawancara juga dilakukan dengan Dimas, store manager dari produk clothing Cosmic. Terdapat beberapa fokus pertanyaan yang ditujukan mengenai bagaimana membangun sebuah produk souvenir dibidang clothing mulai ide hingga seperti sekarang memiliki banyak cabang. Beliau mengatakan bahwa menyajikan clothing yang berbeda unik dan dapat diterima publik tidaklah mudah, sebab untuk mendirikan clothing souvenir beliau melakukan riset hingga kurang lebih 1 tahun mengunjungi berbagai tempat penjual souvenir di Indonesia. Karakter yang menghibur akan mengangkat konten yg dibangun dalam desain kaos tersebut.

4.3.2 Analisa Desain

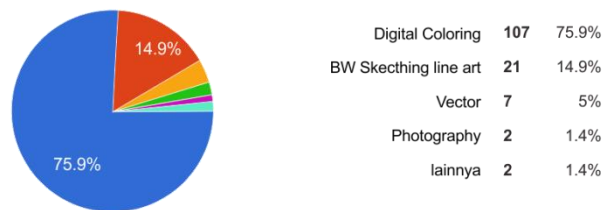
Sebelum membahas tentang bentuk keseluruhan desain, perlu ditentukan terlebih dahulu apakah gaya gambar yang tepat untuk souvenir kaos Pamekasan. Di tinjau dari konten yang ada Pamekasan, objek wisatanya dapat di eksplor berdasarkan banyak gaya gambar namun berdasarkan hasil kuesioner didapat bahwa responden menyukai desain kaos dengan menggunakan pendekatan visual ilustrasi kemudian tipografi dan yang terakhir gambar berupa foto. Ilustrasi yang digunakan beragam, mulai dari ilustrasi bergaya vector dan manual. Dan nantinya akan dieksekusi menggunakan tone warna yang menarik dan tidak terlalu panas. Eksplorasi gaya gambar dapat memperbanyak variasi desain untuk setiap series. Ilustrasi yang di visualkan harus dapat menyampaikan pesan dan mengimpresasikan keunikan Pamekasan, tidak menggunakan gaya gambar abstrak yang cenderung susah di pahami. Desainnya juga dapat digunakan unisex (laki-laki dan perempuan).

4.3.3 Analisa Kaos

a. Gaya Visual

Dalam merancang desain souvenir kaos juga akan dilakukan eksplorasi dalam gaya visual. Dalam 1 series kaos akan di desain dengan 8 - 10 alternatif gaya gambar yang menarik. Untuk konten kaos akan dieksekusi dengan menggunakan 3 gaya gambar untuk finishing yakni dengan Digital coloring, Stilasi vektor dan Sketching serta Line Art

Style ilustrasi apa yang kamu gemari dalam desain kaos yang akan dibeli?



Gambar 4.5 Acuan visual kaos pada kuesioner



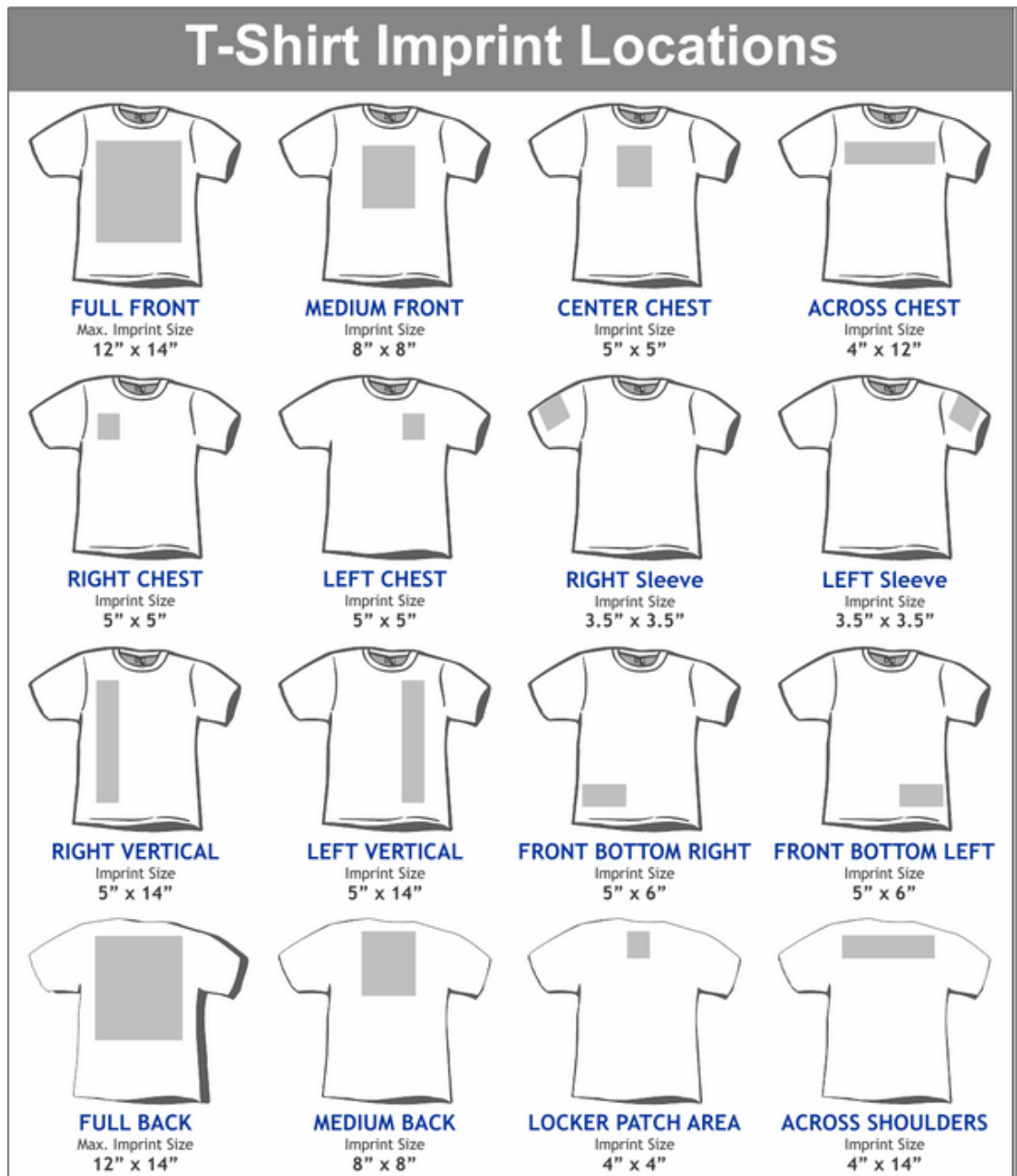
Gambar 4.6 Style ilustrasi line art, digital coloring dan vector
(sumber: google.com)

b. Warna

Warna yang diterapkan pada desain pakaian adalah warna cerah yang terkesan menyenangkan dan eksotik. Warna bahan pakaian menggunakan warna netral yaitu hitam abu dan putih. Pemilihan warna pakaian netral agar desain pada pakaian dapat terlihat jelas.

c. Layout

Layout nantinya mengacu pada standart imprint location sebagai acuan dalam menentukan layout kaos dan mempermudah proses produksi. Peletakan sablon akan mengacu dari salah satu teori peletakan sablon dibawah ini.



Gambar 4.7 Layout imprint location (sumber: amb3r.com)

d. Model

Dalam merancang desain souvenir kaos juga akan dilakukan eksplorasi dalam model/jenis kaos. Untuk awal produksi kaos Pamekasan akan memproduksi kaosoblong atau t shirt dengan model O neck. Kedepannya juga akan diproduksi dengan model kaos tanpa lengan dan polo shirt. Model kaos yang diproduksi juga mempengaruhi desain yang dibuat. Untuk warna kaos pada awal produksi hanya memproduksi warna putih saja karena warna netral dan pasti dicari wisatawan.



Gambar 4.8 Kaos model O-neck / crew neck
(Sumber : kaosmurahbandung.com)

e. Ukuran

Layout nantinya mengacu pada standart ukuran cetak kaos sebagai acuan dalam menentukan size kaos dan mempermudah proses produksi.

UKURAN KAOS MODEL COWOK		
UKURAN	LEBAR (Cm)	PANJANG (Cm)
XS	40-42	62-63
S	43-45	64-65
M	46-48	67-68
L	49-51	70-71
XL	52-54	73-74
XXL (2XL)	56-58	76-77
XXXL (3XL)	59-61	78-79
XXXXL (4XL)	62-64	80-81

UKURAN KAOS MODEL CEWEK		
UKURAN	LEBAR (Cm)	PANJANG (Cm)
S	39 - 40	61-62
M	41 - 43	63-64
L	44 - 46	65-66
XL	45 - 48	67-68
XXL (2XL)	49 - 51	70-71

Gambar 4.9 Ukuran kaos (sumber: LIPATAN.com)

f. Bahan / material

Bahan / material kaos yang bagus akan sangat mempengaruhi ketertarikan wisatawan untuk membeli souvenir kaosnya. Bahan yang dingin menjadi tren kaos saat ini. Nantinya souvenir kaos yang dirancang menggunakan bahan / material bamboo cotton yang memiliki keunggulan berbahan dingin dan ringan, tidak kasar, dan harganya relatif bisa dijangkau. Harga per pcs nya berkisar Rp 35.000. Bahan/material ini juga tidak mudah berganti warna. Alternatif lain dari material souvenir kaos Pamekasan ini adalah cotton combed 30s, dimana model Katun Combed 30s memiliki kemiripan dengan cotton bamboo, sehingga akan menampilkan kesan lebih press body dan rapih.

g. Teknik sablon

Untuk sablon akan menggunakan teknik DTG untuk fullcolor dan Discharge Ink untuk hitam putih, yang akan menghasilkan sablon yang baik dan awet. Cocok dengan material kaos combed bamboo, combed 30s maupun gildan. Berbanding lurus dengan biaya produksi yang tidak terlalu mahal pula.



Gambar 4.10 Teknik sablon DTG (sumber: LIPATAN.com)

h. Tipografi dan Bahasa

Tipografi yang digunakan adalah mengikuti gaya gambar sedang digunakan, tidak terpatok satu style font. Namun akan dicari style dengan karakter santai. Font akan menggunakan jenis serif, sans serif dan dekoratif.

Bahasa yang akan digunakan dalam sisipan ilustrasi menggunakan bahasa Madura jenis *Enje'* seperti bahasa *Jawa Ngoko*. Bahasa ini dipilih untuk menyesuaikan kata – kata yang bersifat menghibur, sapaan dan candaan, kalimat nasehat yang tertuang dalam desain kaos.

BAB V

KONSEP DESAIN

5.1 Penelusuran Masalah

5.1.1 Kebutuhan wisatawan mengenai souvenir kaos Pamekasan

Pamekasan memiliki potensi wisata alam dan budaya yang sangat besar, namun belum sepenuhnya digarap oleh pemerintah. Pengelolaan yang dilakukan oleh pihak stakeholder terhadap Pamekasan belum maksimal. Dari berbagai aspek pariwisata, souvenir menjadi yang paling jauh perkembangannya. Sampai saat ini, Pamekasan tidak memiliki souvenir atau oleh – oleh yang menarik yang dibutuhkan oleh wisatawan. Beberapa souvenir kaos pernah dibuat namun hal tersebut juga tidak membantu wisatawan mendapatkan souvenir yang mereka inginkan, karena kebanyakan souvenir tersebut dibuat berdasarkan pesanan (preorder), dan desainnya jauh dari standart sehingga wisatawan enggan membeli souvenir Pamekasan. Sedangkan souvenir kaos sendiri memiliki kesan yang sangat penting untuk menarik wisatawan. Souvenir kaos yang menarik, unik, dan dibutuhkan wisatawan akan mendatangkan keuntungan juga bagi pariwisata Pamekasan.

5.1.2 Stakeholder Pamekasan

Penentuan konsep desain dari perancangan ini diperoleh dengan menghubungkan antara kebutuhan dan keinginan yang diperoleh dari berbagai aspek yang didapat dengan menggali informasi melalui para stakeholder dari wisata budaya Pamekasan. Sebagai pengelola utama, Disparbud Pamekasan sebagai pelaksana teknis karena pengelola akan lebih mengerti kepribadian dalam objek wisata budaya Pamekasan dan citra yang ingin ditunjukkan. Souvenir yang dirancang harus mampu menjawab kebutuhan wisatawan dan ada timbal balik kepada masyarakatnya Pamekasan.

Dalam menentukan konsep desain dan kebutuhan souvenir Pamekasan yang juga sangat diharapkan stakeholder keberandaannya, penulis mengkaji kompetitor objek ekowisata yang dijadikan sebagai pembanding keberhasilan dari penciptaan souvenir kaos objek wisata budaya Pamekasan. Sedangkan keinginan saouvenir kaos yang akan dibentuk diperoleh dari hasil penggalian aspek-aspek positif yang diperoleh dari target audiens internal dan harapan yang diperoleh dari target audiens eksternal tentang apa yang diinginkan dari sebuah objek wisata.

Selain peran dari stakeholder pandangan masyarakat dan wisatawan objek wisata budaya Pamekasan menjadi acuan dalam mengambil kesimpulan desain. Dari berbagai sudut pandang stakeholder dan masyarakat yang telah diperoleh, maka akan dilakukan suatu pengolahan data visual dan pengaplikasian referensi visual yang kemudian akan dikembangkan dalam berbagai alternatif contoh desain perancangan souvenir kaos objek wisata budaya Pamekasan.

Setelah menemukan kriteria kaos yang dibahas diatas, maka disusunlah konsep souvenir kaos untuk objek wisata budaya Pamekasan, antara lain :

1. Menggabungkan beberapa tren kaos dengan brand maupun kaos souvenir, karena akan sangat membantu menemukan apa yang sedang disukai oleh audience terhadap desain kaos.
2. Menggunakan bahan atau material yang nyaman, sehingga apa yang dikeluarkan oleh wisatawan sebanding dengan yang didapat.

5.2 Target Audience

Usia	: usia 18 - 25 tahun
Jenis kelamin	: seimbang antara laki-laki dan perempuan
Domisili	: domestik dan mancanegara
Penghasilan perbulan	: ± Rp 500.000 – Rp 3.000.000 perbulan
Pekerjaan	: pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri/swasta,dll

5.3 Psikografis (AIO)

1. Karakteristik aktivitas

- Sering bepergian bersama teman saat waktu luang ke mall maupun cafe
- Informasi sering didapat melalui sosial media
- Sering kali meluangkan waktu dalam musim libur untuk hangout

2. Karakteristik minat

- Lebih sering berkumpul dengan teman yang memiliki minat yang sama
- Menyukai fashion, terlebih fashion yang simple dan nyaman
- Lebih tertarik pada brand local, seperti Cosmic, Screamous, dll
- Menggunakan uangnya untuk keperluan fashion, kuliner, dan alat teknologi

3. Karakteristik opini

- Menengok sejarah dan masa lalu dianggap sangatlah penting untuk menginstropeksi diri
- Mengikuti perkembangan zaman sangatlah penting guna meningkatkan kualitas

4. Positioning

Merchandise Pamekasan yang mampu menjadikan bagi para pengguna ataupun pemakainya untuk lebih bangga dan merasa stylist/fashionable jika di pergunakan ketika beraktifitas sehari – hari, karena akan lebih terlihat eksklusif jika dipakainya.

5. Karakteristik unik

Pada dasarnya Pamekasan merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi unggulan pariwisata Jawa Timur yang memiliki potensi alam tak kalah dengan objek wisata lain. Keanekaragaman hayati menjadi potensi yang sangat menjual dan dimintai oleh wisatawan. Berikut beberapa keunikan yang dimiliki oleh Kab. Pamekasan :

1. Pamekasan sebagai pelopor dunia batik di Pulau Madura.
2. Mayoritas Pamekasan adalah beragam islam, menjunjung tinggi nilai kekeluargaan.
3. Batik Pamekasan yang ada saat ini sebagai salah satu ikon yang mudah dikenali.

Dan masih banyak lagi keunikan dan keunggulan Pamekasan yang dapat menjadi daya jual tersendiri bagi wisatawan jika dimaksimalkan.

6. USP

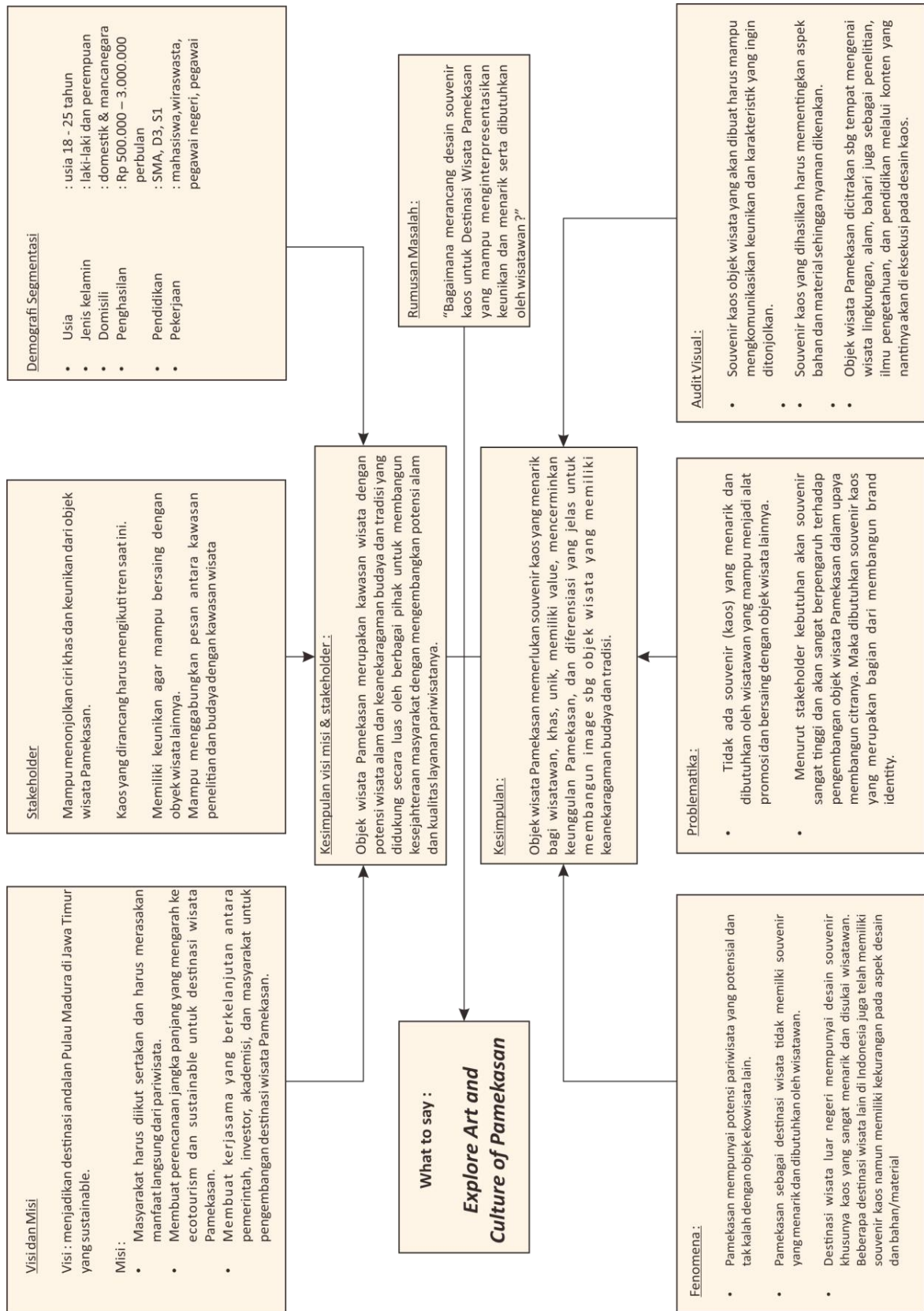
- Pamekasan merupakan destinasi wisata budaya di Jawa Timur
- Potensi alam Pamekasan mampu bersaing dengan objek wisata lain di Indonesia
- Pamekasan memiliki budaya lokal yang tak kalah menjual

5.4 Konsep Desain

1. Menyajikan varian kekhasan dengan big idea konten Pamekasan yang dikemas dengan konsep streetwear.
2. Berpatok pada brand clothing lokal lagi marak digemari remaja saat ini. Seperti Cosmic, Screamous, dll. Mengandalkan teknik ilustrasi digital. Pada kaos Pamekasan akan menggunakan 3 style ilustrasi, yakni Digital coloring, Vector stillation dan Sketching line art. Memiliki banyaknya varian untuk memudahkan konsumen mencari pilihan selera.
3. Saat ini sedang tren model kaos (berbagai style) ilustrasi yang disisipkan beberapa tipografi sebagai pemanis. Untuk warna yang paling dicari konsumen yang pertama adalah putih, lalu diikuti kaos berwarna hitam, navy dan merah.

5.5 Keyword

Setelah menemukan kriteria desain souvenir, dan juga konsep dari hasil pengumpulan data dan analisisnya, maka disusunlah keyword yang menjadi konsep desain souvenir kaos Pamekasan.



Gambar 5.1 Keyword
(Primastha, 2018)

5.5.1 Definisi keyword

5.5.1.1 Makna Harfiah (denotasi)

Keyword “*Explore Art and Culture*” berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti harfiah “Kekayaan kawasan”. Secara keseluruhan, dapat diartikan bahwa objek wisata Pamekasan merupakan kawasan wisata yang berkonsentrasi pada keanekaragaman budaya. Sesuai dengan tujuan utama objek wisata Pamekasan yaitu kawasan budaya yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, pariwisata dan rekreasi mengenai alam, kultur tradisi dan lingkungannya.

5.5.1.2 Makna Konotasi

Makna konotasi dari keyword “*Explore Art and Culture*”, adalah menggambarkan sebuah identitas dari objek wisata Pamekasan dengan konsep wisata berbasis keanekaragaman kultur, tradisi dan budaya. Pamekasan merupakan tempat berwisata yang kaya akan keanekaragaman tradisi juga memiliki potensi alam dan bahari yang indah. Pamekasan juga kaya akan ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan tentang upacara adat yang dilakukan khusus untuk momen momen tertentu saja. Konsep dari keyword ini diharapkan mampu memperlihatkan keunggulan dan keunikan dari objek wisata Pamekasan.

5.5.2 Keterangan Keyword :

What to say : “Explore Art and Culture”

a. Visi dan Misi

Visi : Menjadikan destinasi andalan Pulau Madura di Jawa Timur yang sustainable.

Misi :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata.
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pamekasan.
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Pamekasan.

b. Stakeholder

Rangkuman dari hasil wawancara dengan para stakeholder menghasilkan beberapa poin antara lain :

- Mampu menonjolkan ciri khas dan keunikan dari objek wisata Pamekasan.
- Kaos yang dirancang harus mengikuti tren saat ini.
- Memiliki keunikan agar mampu bersaing dengan obyek wisata lainnya.
- Mampu menggabungkan pesan antara kawasan penelitian dan budaya dengan kawasan wisata

Kesimpulan dari visi, misi dan Stakeholder :

Objek wisata Pamekasan merupakan kawasan wisata dengan potensi wisata alam dan perlindungan keanekaragaman budaya dan tradisi yang didukung secara luas oleh berbagai pihak untuk membangun kesejahteraan masyarakat dengan mengembangkan potensi alam dan kualitas layanan pariwisatanya.

c. Fenomena

Berikut adalah fenomena yang mendasari perancangan souvenir kaos objek wisata Pamekasan :

- Pamekasan mempunyai potensi pariwisata yang potensial dan tak kalah dengan objek ekowisata lain.
- Pamekasan sebagai destinasi wisata tidak memiliki souvenir yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan.
- Destinasi wisata luar negeri mempunyai desain souvenir khususnya kaos yang sangat menarik dan disukai wisatawan. Beberapa destinasi wisata lain di Indonesia juga telah memiliki souvenir kaos namun memiliki kekurangan pada aspek desain dan bahan/material

d. Problematika

Problematika yang terdapat pada objek wisata Pamekasan adalah tidak adanya souvenir khususnya dalam bentuk kaos yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan yang mampu menjadi alat promosi dan bersaing dengan objek ekowisata lainnya. Menurut stakeholder kebutuhan akan souvenir sangat tinggi dan akan sangat berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata Pamekasan dalam upaya membangun citranya. Maka dibutuhkan souvenir kaos yang merupakan bagian dari membangun brand identity.

e. Audit Visual

Audit visual adalah fenomena yang ada terkait permasalahan visual objek wisata Pamekasan. Beberapa hasil audit visual adalah sebagai berikut :

1. Souvenir kaos objek wisata yang akan dibuat harus mampu mengkomunikasikan keunikan dan karakteristik yang ingin ditonjolkan.
2. Souvenir kaos yang dihasilkan juga harus mementingkan aspek bahan dan material sehingga nyaman dikenakan.
3. Objek wisata Pamekasan ingin dicitrakan sebagai tempat berekowisata mengenai wisata lingkungan, alam, bahari juga sebagai penelitian, ilmu pengetahuan, dan pendidikan melalui konten yang nantinya akan di eksekusi pada desain kaos.

Kesimpulan dari fenomena, problematika dan audit visual :

Objek wisata Pamekasan memerlukan souvenir kaos yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan, memiliki kekhasan, keunikan memiliki value, mencerminkan keunggulan Pamekasan, dan daya pembeda yang jelas dalam upaya membangun image sebagai objek ekowisata lingkungan berbasis konservasi dan edukasi.

f. Rumusan Masalah

Dapat dirumuskan masalah pada perancangan ini yaitu, “Bagaimana merancang desain souvenir kaos untuk Destinasi Wisata Pamekasan yang mampu menginterpresentasikan keunikan dan menarik serta dibutuhkan oleh wisatawan ?”

5.6. Label Brand dan Logo

Logo sebagai identitas visual merupakan aset penting sebuah perusahaan disamping produk yang dijual. Untuk merancang sebuah logo yang menonjol harus memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas. Logo harus mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama. Logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu identitas visual mendapat peran penting dan bernilai tinggi bagi suatu entitas. Disini merk brand souvenir resmi Pamekasan memiliki nama “Sabhuga”. Sabhuga sendiri berasal dari bahasa Madura yakni dari kata ‘*Esak*’ dan ‘*Bhuga*’ yang memiliki arti cantik dan gagah. Dengan nama Sabhuga diharapkan souvenir yang diproduksi akan memiliki citra yang menarik dan membuat indah bagi pemakai atau konsumennya.



Gambar 5.2 Logo Sabhuga, Visual Merchandise of Pamekasan (Primastha,2018)



Gambar 5.3 Penerapan & peletakan *Brandmark* sebagai pedoman reminder brandmerk (Primastha,2018)











Gambar 5.4 Paperbag Sabhuga






Kemasan tersedia dalam bentuk paperbag untuk semua pembelian jenis kaos souvenir Pamekasan dengan tujuan memudahkan konsumen membawa barang belanjaan.




5.7 Strategi Visual

Strategi visual yang akan muncul dalam kriteria desain memiliki beberapa elemen penting yaitu antara lain adalah elemen – elemen visual seperti ilustrasi, typografi, fotografi, dan juga kombinasi dari ketiga elemen tersebut. Yang nantinya dari beberapa elemen tersebut akan menghadirkan tema atau konten terkait Pamekasan. Konten dan tema tersebut akan dihadirkan dalam sebuah konsep visual yang dapat diaplikasikan kedalam media t-shirt tematik nantinya. Adapun berikut dibawah ini merupakan mapping strategi visual yang akan diangkat pada media tshirt untuk disesuaikan berdasarkan tema atau series tiap – tiap tshirt nantinya.

Series/Konten	Strategi Visual	Elemen Visual
Alam	<p>1. Pantai :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pantai Batu Kerbuy b. Pantai Talangsiring c. Pantai Jumiang d. Rawa Mangunan e. Eduwisata Selamat Pagi f. Mangrove Desa Lembung <p>2. Hutan/Bukit :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bukit Waru b. Bukit Sobih c. Hutan Pamoroh d. Bukit Brukoh Pakong <p>3. Air Terjun :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Air Terjun Ahatan b. Air Terjun Durbugen <p>4. Wisata Api Abadi</p> <p>5. Goa Blaban</p>	<p>Menggunakan unsur elemen ilustrasi dan fotografi menampilkan suasana bentang alam Pamekasan</p>    

		
<p>Budaya dan Transisi</p>	<p>1. Kesenian :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tari Topeng Getak b. Tari Rondhing c. Kampung Batik d. Kerapan Sapi e. Kontes Sapi Nonok f. Upacara Petik Laut g. Ludruk Sandhur <p>2. Sejarah :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Monumen Arek Lancor b. Museum Mandhilaras 	  

		
Religi	<ul style="list-style-type: none"> a. Wihara Aloketisvara b. Situs Ronggo Sukowati c. Pasarean Batu Ampar d. Langghar Dhateng 	 
Flora dan Fauna	<p>Flora :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mojo b. Pacar c. Padi d. Bambu e. Gorek f. Srikaya g. Kelapa kadur <p>Fauna :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Sapi b. Burung Cendet c. Kucing Busok d. Koi Torpedo e. Ayam Hutan 	 

		
Masyarakat lokal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suku Oreng Madure (timur) 2. Rumah adat Pamekasan 3. Udeng Madura 4. Senjata adat : <ol style="list-style-type: none"> a. Clurit b. Pecut 5. Kidhungan Malem 6. Kerajinan gerabah 7. Makanan Khas Masyarakat : <ol style="list-style-type: none"> a. Kaldu Pakong b. Nasi' Jhajan c. Soto Ayam Keppo' d. Nase' Ramoy e. Krupuk Teri f. Rujak Pethis Tuna g. Sate Laler 8. Industri potensial : <ol style="list-style-type: none"> a. Tembakau b. Jeruk c. Cabe herbal d. Rumput Isut e. Garam f. Batik tulis g. Batu Fosfat 	 
Bahasa	Bahasa Madura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sapaan 2. Kata Engghi

Gambar 5.5 Tabel Strategi Visual (Primastha,2018)

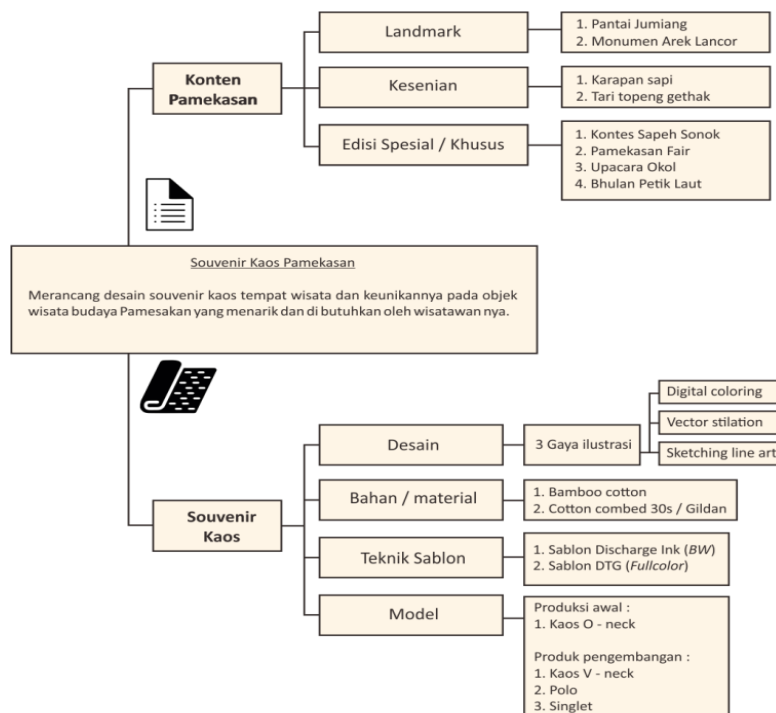
5.8 Strategi Komunikasi

Mencoba untuk mengedukasi wisatawan yang akan berkunjung ke Pamekasan dalam hal wisata alam dan budaya. Mengajak wisatawan tidak hanya menikmati alam di Pamekasan namun juga ikut melestarikan budaya, menghargai nilai – nilai yang dijunjung tinggi oleh masyarakat lokal. Membantu secara tidak langsung untuk mempromosikan Pamekasan agar lebih dikenal oleh masyarakat luar. Konten – konten yang ingin ditampilkan diharapkan juga dapat mengedukasi wisatawannya.

5.9 Kriteria Souvenir Kaos

Beberapa parameter yang digunakan dalam perancangan “Perancangan Desain Kaos Tematik sebagai Souvenir Unggulan Objek Wisata Pamekasan” :

1. Souvenir kaos tematik Pamekasan mencerminkan antara keunikan dan ciri khas Pamekasan serta memiliki hubungan kuat keinginan wisatawan.
2. Souvenir kaos tematik Pamekasan memiliki tiga unsur yaitu unsur alam, kesenian, dan unsur estetika.
3. Souvenir kaos tematik menarik, unik, memberi kesan menyenangkan juga mengikuti tren fashion kaos Mapping kriteria souvenir kaos dibuat acuan konten dan desain souvenir kaos. Agar setiap desain souvenir kaos yang dihasilkan tetap dalam kebutuhan dari audience.

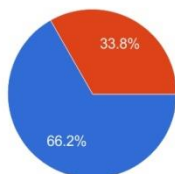


Gambar 5.6 Bagan kriteria souvenir kaos (Primastha, 2018)

5.9.1 Kuesioner Kriteria Souvenir Kaos

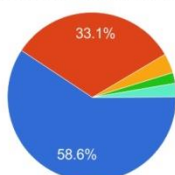
Berdasarkan hasil kuesioner online yang telah sebarakan ke 200 responden terlebih pada target segment, telah memberikan kesimpulan bahwa nantinya hasil ini merupakan sebagai acuan dalam mengerjakan output desain tshirt sesuai dengan permintaan pasar.

8. Apakah tahu Pamekasan serta wisata / budayanya ?



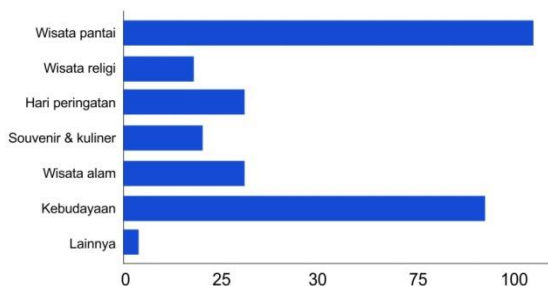
Tahu (lanjut berikutnya)	104	53.6%
Tidak tahu (berhenti disini)	53	27.3%

9. Tahu darimana informasi tentang Pamekasan terutama wisata dan budayanya ?



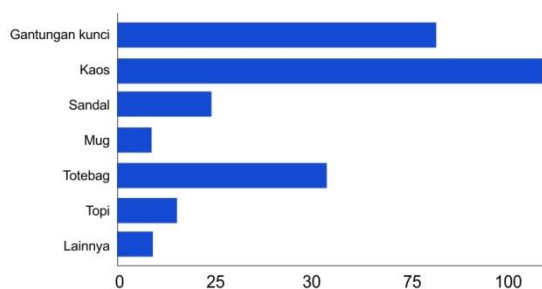
Internet / sosmed	92	58.6%
Teman/rekomendasi	52	33.1%
TV & radio	7	4.5%
Brosur / koran	2	1.3%
Pameran wisata	1	0.6%
Lainnya	3	1.9%

10. Apa yang membuat anda tertarik melakukan wisata ke Pamekasan?



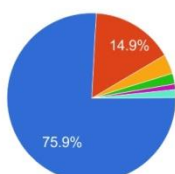
Wisata pantai	104	71.2%
Wisata religi	18	12.3%
Hari peringatan	31	21.2%
Souvenir & kuliner	21	14.4%
Wisata alam	31	21.1%
Kebudayaan	92	63%
Lainnya	4	2.7%

11. Anda tertarik untuk membeli souvenir jenis apa ?



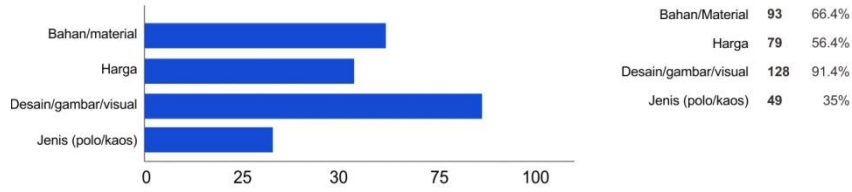
Gantungan kunci	70	51.1%
Kaos	108	78.8%
Sandal	21	15.3%
Mug	8	5.8%
Totebag	46	33.6%
Topi	13	9.5%
Lainnya	8	5.8%

12. Berapa harga yang akan anda keluarkan untuk membeli souvenir jenis kaos ?

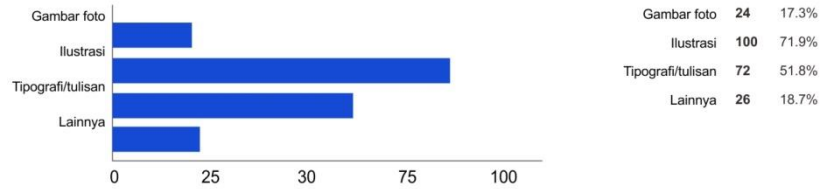


50.000 - 150.000	107	75.9%
150.000 - 250.000	21	14.9%
250.000 - 350.000	7	5%
350.000 - 450.000	2	1.4%
>450.000	2	1.4%
lainnya	2	1.4%

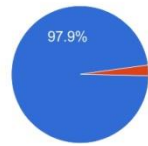
13. Apa yang anda perhatikan ketika membeli souvenir ?



14. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?



15. Apakah souvenir kaos dapat membantu masyarakat lebih mengenali Pamekasan?



Bisa	137	97.9%
Tidak bisa	3	2.1%

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kuesioner tersebut diantaranya :

1. Usia 18 - 25 domisili Jawa Timur senang menggunakan internet dalam mencari informasi tentang pariwisata
2. Senang berlibur menuju pantai
3. 33,8% responden tidak mengetahui Pamekasan dan 66,2% tahu
4. Mengetahui informasi Pamekasan dari sosmed dan kerabat
5. Opini tentang Pamekasan adalah pulau yang memiliki pantai indah dan 71,2% tertarik wisata alam Pamekasan
6. 73,4% responden mengetahui keberadaan Kerapan Sapi sebagai objek yang menjadi ciri khas dari Pamekasan
7. 72% responden menyatakan kebutuhannya terhadap keberadaan souvenir di suatu objek wisata, dan mayoritas dari mereka gemar membeli souvenir sebagai oleh-oleh dan bukti nyata telah mengunjungi objek wisata tersebut.
8. 78,8% responden memiliki ketertarikan dengan souvenir jenis kaos, dan harga yang mau mereka keluarkan ±Rp 50.000 – Rp 250.000
9. Mereka memilih souvenir kaos dengan pertimbangan desainnya, bahan kaos, kemudian harga kaos itu sendiri.
10. Desain kaos yang menjadi kesukaan dari responden adalah dengan visual berupa elemen ilustrasi. Dengan ilustrasi yang menarik responden berpendapat bahwa souvenir kaos dapat membantu masyarakat mengenali Pamekasan juga.

11. Konten atau tema yang menjadi ketertarikan dari responden adalah tema landmark, tradisi dan budaya sebagai tema edisi spesial.

5.9.2 Tipografi

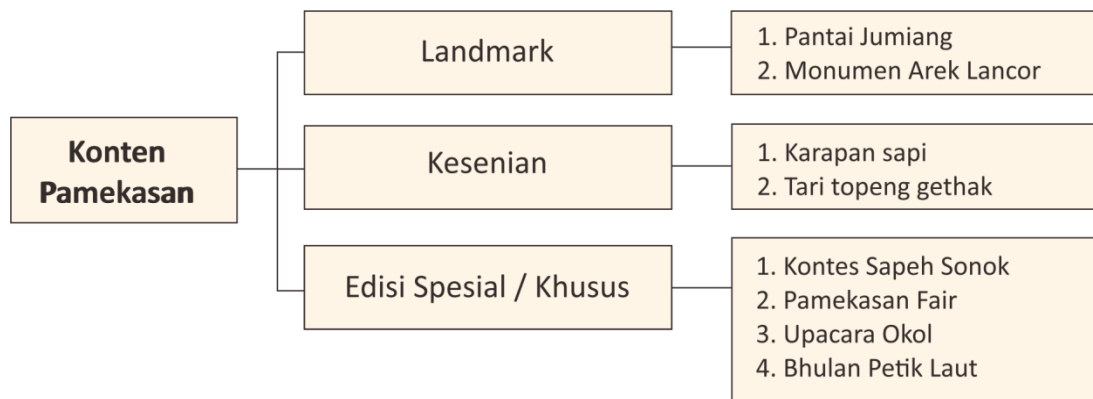
Unsur Tipografi dalam perancangan souvenir kaos ini ada dua, typografi untuk visual kaos, dan tipografi untuk brandmark dari brand souvenir kaos Pamekasan. Typografi untuk visual tidak memiliki karakteristik yang dipatokan, karena akan berhubungan dan menyesuaikan dengan desain yang dirancang, sedangkan pada pembuatan brandmark dalam melakukan proses pemilihan tipografi untuk logotype dan body text dengan tujuan mendukung brandmark souvenir kaos Pamekasan. Tipografi yang mudah dikenal masyarakat adalah tipografi yang khas dan konsisten pada setiap media yang digunakan, dengan menggunakan tipografi yang unik dan mudah terbaca. Tipografi yang digunakan pada perancangan souvenir kaos objek wisata Pamekasan berjenis sans serif karena mudah terbaca dan memberi kesan modern, tegas dan fresh, sehingga dapat mewakili karakteristik Pamekasan sebagai kawasan wisata budaya.

5.9.3 Warna



Warna yang digunakan adalah warna yang mampu menggambarkan keadaan Pamekasan dengan tujuan mempresentasikan image sebagai kawasan wisata budaya dengan keunggulan wisata alamnya, mengambil tema warna yang berbeda dari komparator dan mengikuti tren pada saat ini yaitu warna yang cerah, karakter warna soft yang lebih sejuk. Pihak pengelola Pamekasan berharap warna yang digunakan akan lebih selaras dan seimbang sehingga warna utama yang digunakan harus mewakili warna - warna alam darat, dan bahari sehingga karakter tersebut tidak hilang. Untuk menentukan warna yang sesuai dengan maka menggunakan mood board agar kesan yang diinginkan dapat disesuaikan dalam pemilihan grafis warna untuk souvenir kaos.

5.9.4 Tema/series/konten

Tema desain yang diangkat dalam media souvenir Pamekasan untuk output/media kaos nantinya dihubungkan dengan keyword . Dalam keyword tersebut memiliki pengertian bahwa audience yang merupakan wisatawan Pamekasan, nantinya akan diajak untuk membantuk melestarikan keanekaragaman budaya, baik dalam ilustrasi dan juga potret kehidupan di Pamekasan. Baik berupa desain yang mengandung aspek edukasi, budaya, dan alam. Nantinya tiap output desain souvenir kaos Pamekasan ini, akan muncul sesuai dengan konten ataupun tematik dan disesuaikan dengan permintaan target segment. Konten / tema yang akan muncul dalam tiap desain souvenir kaos Pamekasan ini diantaranya :



Gambar 5.7 Bagan Konten series




No.	Konten	Gambar
1.	Pantai Jumiang (Bahari)	
2.	Monumen / Tugu Arek Lancor	


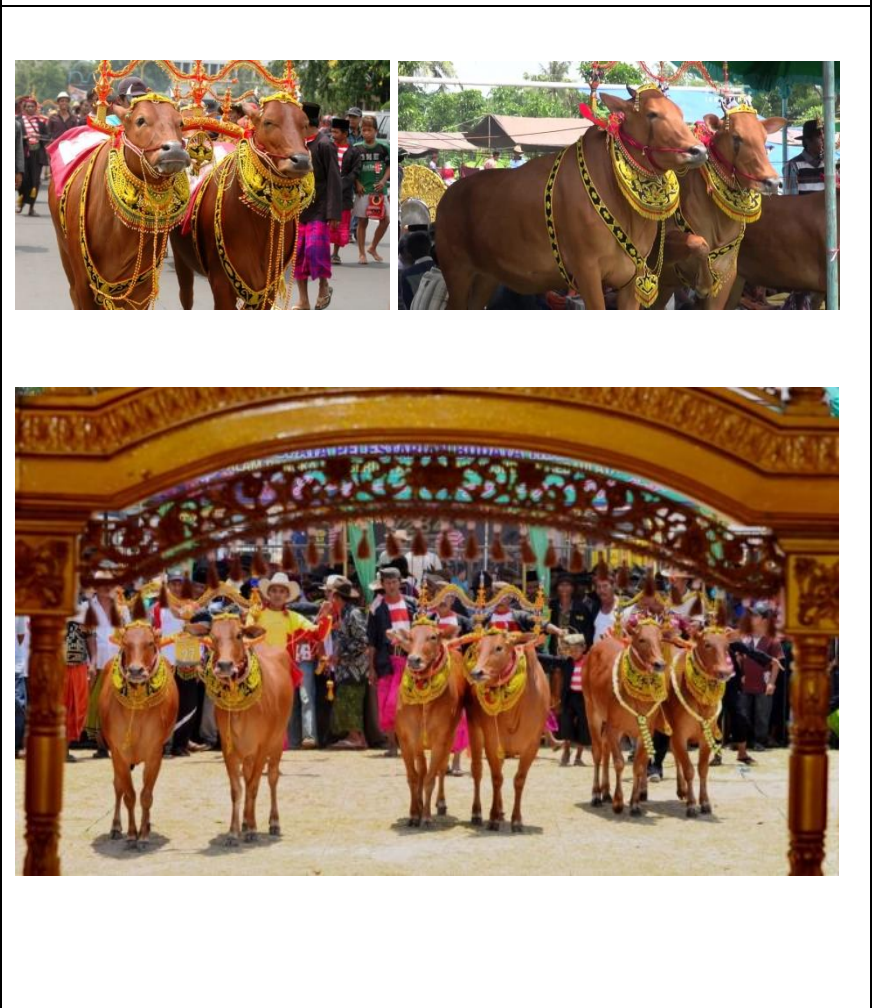
3. Karapan Sapi



4. Tari Topeng Gethak



		<p>TARI TOPENG GETHAK Pamekasan - Madura Hasil Rekontruksi H. Parso Adiyanto, SPd, MM, MBA</p>  
5.	Motif Batik Pamekasan	

		
6.	Sapeh Sonok	

Gambar 5.8 Tabel moodboard Konten series

5.9.4.1 Spesial Series/Edisi Spesial

Pada proses produksinya, terdapat beberapa strategi produksi lain berupa keluaran kaos edisi spesial. Edisi spesial ini dibuat dalam perkiraan waktu setahun sekali bertepatan dengan event tahunan, tradisi Pamekasan yaitu Remo Mekkasam atau HUT Pamekasan. Strategi produksi edisi spesial ini dilakukan untuk menarik jumlah wisatawan dan antusias masyarakat terhadap Pamekasan. Hal yang melatarbelakangi produksi edisi spesial yang bertepatan pada acara Remo Mekkasam adalah karena hampir 60% terjadi kenaikan jumlah wisatawan ke Pamekasan, beberapa masyarakat Pamekasan yang merantau juga sengaja kembali ke Pamekasan untuk mengikuti serangkaian acara tahunan ini. Remo Mekkasam diadakan sangat meriah, dan pada saat itu beberapa tokoh penting dari daerah maupun luar daerah sengaja datang untuk membantu memeriahkan acara Remo Mekkasam. Tak terkecuali pers, semakin meriah acara dengan bantuan pers untuk mempublikasikan.



Gambar 5.9 Kemeriahan acara HUT Pamekasan

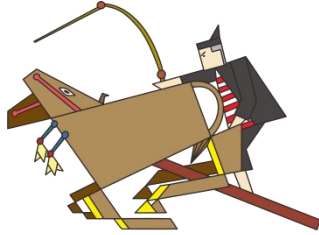





Kriteria untuk kaos edisi spesial diantaranya :

1. Produksi terbatas hanya 50 kaos
2. Konten tentang edisi hari khusus
3. Bahan/material kaos Catton bamboo
4. Range harga Rp 150.000 – Rp 250.000

5.9.5 Gaya Gambar/Visual

Gaya gambar yang nantinya akan diadopsi kedalam beberapa desain kaos untuk media souvenir kaos Pamekasan, menggunakan teknik ilustrasi, baik semirealis maupun vector art bahkan line art ataupun photo imaging dan efek digital lain. Dengan harapan nantinya dari berbagai item desainnya tetap menggambarkan keunikan dan karakteristik dari Pamekasan. Untuk memperjelas dan mempermudah proses penentuan desain final, maka dibuat table klasifikasi kriteria gaya gambar, dimana untuk konten akan di visualisasikan

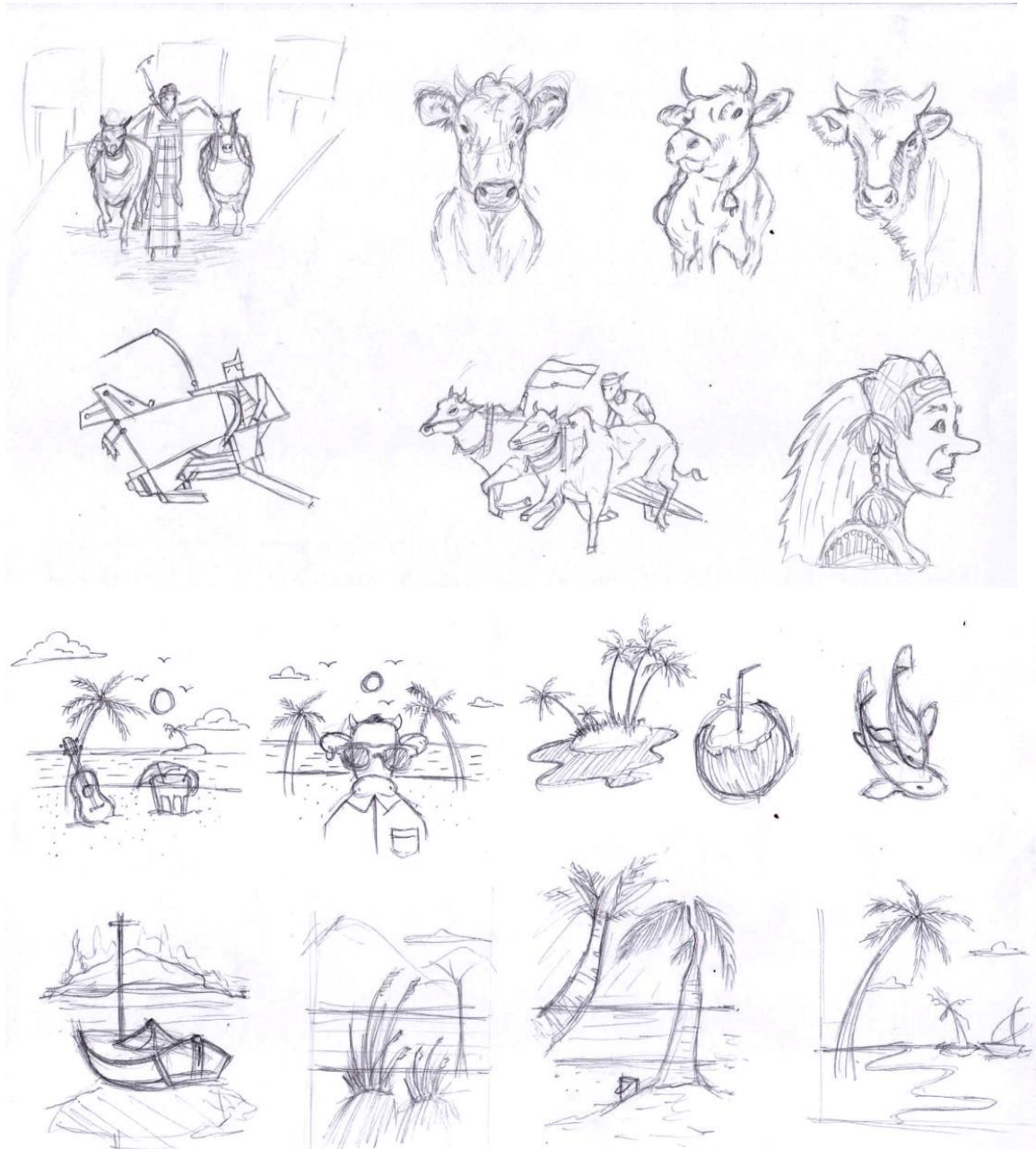
kedalam 3 gaya gambar. Dari sejumlah gaya visual objek yang ada, akan dipilih visual terpilih untuk diproduksi.

1.	Vektor	 <p>AJUK ATANDHING pampegan bull race</p>	 <p>PAMEKASAN CULTURE OF TOURISM</p>
2.	Sketching		
3.	Digital Coloring		

Gambar 5.10Table gaya ilustrasi

5.10 Proses Desain

5.10.1 Sketsa Alternatif Desain



Gambar 5.11 Sketsa alternatif desain

5.10.2 Alternatif Desain Kaos



Seri : Karapan001



Seri : Jumiang001



Seri : Limited002



Seri : Gethak001



Seri : Jumiang002



Seri : Limited001



Seri : Icon-city001



Seri : Gethak0012



Seri : Icon-city002



Seri : Gethak003



Seri : Icon-city003



Seri : Icon-city004



Seri : Jumiang003



Seri : Jumiang001



Seri : Limited003



Seri : Jumiang004



Seri : Karapan002



Seri : Limited004



Seri : Jumiang005



Seri : Jumiang006

Gambar 5.12 Alternatif desain kaos

5.10.3 Implementasi Desain





Gambar 5.13 Implementasi desain

5.11 Sistem Produksi

Untuk menentukan strategi media yang sekiranya tepat dan sesuai dengan kebutuhan target segemntasi nya akan merchandise Pamekasan. Strategi media dalam sistem produksi yang akan dilakukan adalah :

5.11.1 Spesifikasi Kaos

- Jenis Kain : Cotton Combed, Bamboo Cattoon dan Gildan
- Size T-shir : S, M, L, XL, XXL
- Finishing : Discharge Ink, dan Premiun DTG
- Ukuran Cetak : A4 - A3 portrait

5.11.2 Daftar Harga

Size	Neo Pigment non White			Neo pigment + White / DTG premium		
	A4	A3	A2	A4	A3	A2
XS (41 x 62 cm)	44.000	50.000	-	59.000	74.000	-
S (44 x 65 cm)	47.000	53.000	63.000	62.000	77.000	97.000
M (47 x 68 cm)	50.000	56.000	66.000	65.000	80.000	100.000
L (50 x 71 cm)	53.000	59.000	69.000	68.000	83.000	103.000
XL (53 x 73 cm)	56.000	62.000	72.000	71.000	86.000	106.000
XXL (56 x 76 cm)	59.000	65.000	75.000	74.000	89.000	109.000
XXXL (59 x 79 cm)	62.000	68.000	78.000	77.000	92.000	112.000
XXXXL (67 x 78 cm)	72.000	78.000	88.000	87.000	102.000	122.000

5.11.3 Jumlah Produksi

Dalam hal jumlah produksi, dari tiap item desain atau tema hanya diproduksi terbatas, misalnya dalam satu desain hanya diproduksi 7 pcs tiap size atau ukurannya, jadi apabila di kalikan dengan 4 ukuran size S,M, L, XL maka total jumlah produksi tiap item desainnya hanya 28 pcs. Hal tersebut dikarenakan, untuk menjaga konsistensi bahwa produk souvenir kaos tematik ini agar tetap terlihat dikemas secara eksklusif dan hanya sebgayaan orang saja yang memilikinya.

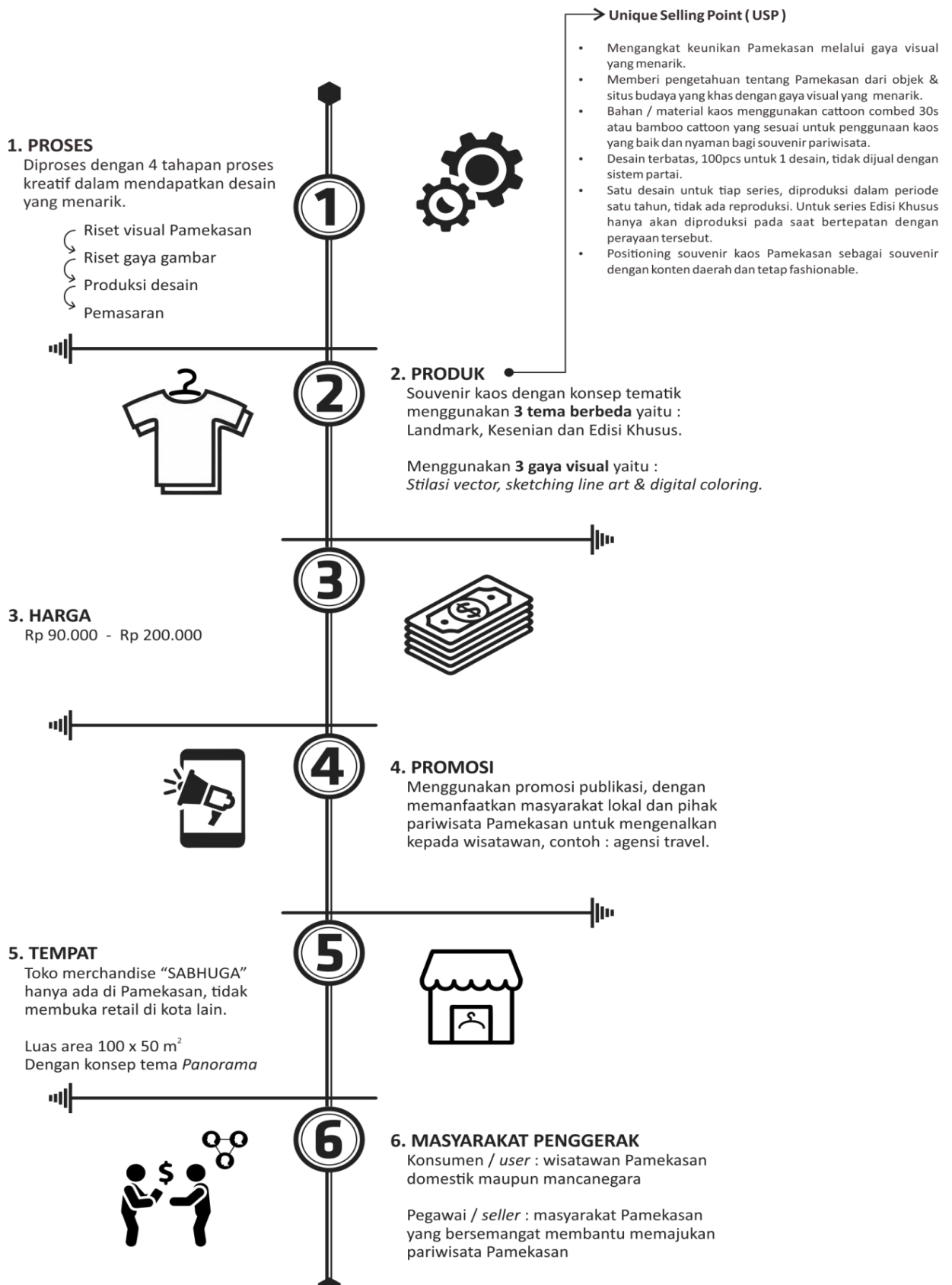
5.11.4 Pendistribusian

Pendistribusian merchandise Pamekasan ini nantinya akan dijual di merchandise store khusus Pamekasan yang diletakkan di dekat pelabuhan maupun pusat kota sebagai letak yang paling strategis menarik wisatawan untuk datang dan membeli.

5.11.5 Waktu dan Timing

Untuk dari segi waktu, kapan tiap – tiap tema desain tshirt merchandise Pamekasan ini akan dikeluarkan, hal tersebut akan diproduksi secara berkala dan berkelanjutan. Tidak hanya menunggu saat stok habis, sehingga wisatawan tidak kesulitan mendapatkan.

5.11.6 Marketing Plan



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa karya tulis “Perancangan Kaos Tematik sebagai Souvenir Pamekasan” dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa souvenir khususnya dalam bentuk kaos menjadi hal yang wajib dimiliki oleh wilayah pariwisata yang dalam hal ini adalah Pamekasan. Selain untuk mempromosikan potensi pariwisatanya, juga untuk memberi citra yang baik kepada wisatawan. Karena Souvenir merupakan media untuk menyampaikan keunggulan dan keunikan suatu objek pariwisata saat ini kepada masyarakat terutama untuk kawasan wisata Pamekasan.

6.1.1 Kesimpulan dari Segi Konsep Perancangan

Kebutuhan Pamekasan akan sebuah souvenir yang menarik, dibutuhkan oleh wisatawan dan dapat mengedukasi tentang keunikan dan keunggulan Pamekasan telah terpenuhi dengan adanya hasil desain yang dihasilkan oleh penulis. Penulis telah menciptakan desain visual merchandising berupa kaos dengan visual ilustrasi menarik yang mampu meningkatkan reputasi, membangun kepercayaan konsumen, berbeda dengan souvenir kaos kawasan pariwisata lain, sesuai dengan karakteristik dan keunikan sehingga tercermin citra positif Pamekasan.

6.1.2 Kesimpulan dari Segi Perancangan Visual

Berdasarkan hasil analisa “Perancangan Desain Kaos Tematik sebagai Souvenir Kabupaten Pamekasan” dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa souvenir khususnya dalam bentuk kaos menjadi hal yang wajib dimiliki oleh pariwisata Pamekasan. Selain untuk mempromosikan potensi pariwisatanya, juga untuk memberi citra yang baik kepada wisatawan.

Souvenir khususnya dalam bentuk kaos dengan desain yang khas dan authentic, belum ditemukan pada souvenir yang sudah ada, hal ini menjadi peluang untuk memprakarsai souvenir kaos dengan kekhasan yang menarik.

Desain yang bervariasi membuat souvenir ini menjadi marketable. Memiliki banyak alternatif ilustrasi desain pada kaos akan memudahkan wisatawan memilih tergantung selera masing-masing.

Jenis kaos yang berkualitas, nyaman dikenakan dan bentuk yang mengikuti zaman juga wajib diperhatikan dan sablon yang digunakan harus sesuai dengan material kaos yang

akan diprinting sehingga sablon tahan lama akan membuat souvenir lebih berkualitas. Kedepannya akan ditambahkan lagi jenis model kaos oblong V-neck, polo shirt dan kaos singlet sebagai pengembangan, melihat dari hasil penelitian wisatawan cukup antusias dengan perancangan ini.

6.2 Saran

6.2.1 Saran dari Segi Penerapan

Pada perancangan ini penulis membatasi ruang lingkup yang dikerjakan untuk menghasilkan sebuah output desain yaitu desain kaos berikut dengan material dan eksekusinya. Sehingga dibutuhkan studi khusus pada penerapan media yang digunakan dalam perancangan ini, guna menghasilkan sebuah output desain yang maksimal dan mampu melengkapi kebutuhan souvenir secara menyeluruh.. Penerapan system marketing secara baik dapat mempermudah merealisasikan proses produksi

6.2.2 Saran dari Segi Perancangan Visual

Perancangan kaos tematik sebagai souvenir Pamekasan adalah sebuah awal dalam upaya membangun brand baru kepada masyarakat agar mengenal dan tertarik untuk berkunjung ke Pamekasan. Perancangan tersebut juga merupakan strategi promosi Pamekasan untuk membangun brand awareness Pamekasan sebagai wilayah wisata yang berbasis bahari, dan budaya di masyarakat. Selanjutnya proses yang harus dilalui haruslah didukung dengan sebuah konsistensi dalam setiap penerapan elemen visual, dimana dalam penerapannya pada setiap output yang ada keunikan Pamekasan haruslah ditampilkan secara konsisten dan menarik.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

- David A. Aaker , Erich Joachimsthaler . (2009). Building Assets In an Information Economy. Free Press.
- Knee, Lisa Kidner & Sam. (2008). Vintage T-Shirts: 500 Authentic Tees from the '70s and '80s. Los Angeles, Los Angeles: Carlton Publishing Group.
- Lightning Archives/Clutch Magazine. (2013). Historical Wearing Art T-Shirts. tokyo: Japanese archival book and magazine publisher.
- Morioka, Adams. (2004). Logo Design Workbook – A Hands on Guide to Creating Logos. china: Rockport Publishers.
- Wheeler, Alina. (2009). Designing Brand Identity, New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Kertajaya, Hermawan. (2005). Attracting Tourists, Tourists, Traders, Investors. Jakarta: Gramedia.
- Tony Morgan. (2011). Visual Merchandising (Window and In-store Display for Retail). London: Laurence King.
- <https://portalusaha.com/peluangusaha/analisa-peluang-usaha-distro-dan-tipstrikmembangun-usaha-distro.html>
- Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi Tri Yulia Trisnawati (manyunndud@rocketmail.com) Alumnus Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN 1

Kelengkapan kolokium



Dokumentasi Display Souvenir Kaos Tematik Kab. Pamekasan dalam Pameran Tugas Akhir



Dokumentasi sesi uji kaos (user testing) pada remaja laki – laki dan perempuan sebagai visual wisatawan Pamekasan untuk mendapatkan opini terhadap kaos yang diproduksi.

LAMPIRAN 2

Pengembangan desain alternatif









(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BIODATA PENULIS



Primastha Jayawardhana, sebut saja 'PRIM' lahir sehari sebelum peringatan hari kemerdekaan tepat pada tanggal 16 Agustus 1995. Seorang bonek sejati (baca: lahir dan besar di Surabaya) yang menempuh sekelumit pendidikan formal di SDN Klampis Ngasem I / 246 Surabaya (2002-2018) lalu lanjut ke SMP Negeri 19 Surabaya (2008-2011) dan mengakhiri status sebagai siswa di sekolah kebanggaan SMA Negeri 5 Surabaya (2011-2014). Pada tahun 2014 secara mengejutkan

terpilih melalui seleksi undangan PTN untuk melanjutkan pendidikan sarjana di Program Studi DKV – Departemen Desain Produk, Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Selama menjadi mahasiswa penulis sempat beberapa kali mendapat amanah menjalankan segelintir jabatan penting. Dimulai menjadi Komting DKV-Despro Angkatan 2014, OC Gerigi 2015, Wakil Internal HIMA IDE Kabinet Nirmana Jingga 2016/2017, Kapten Futsal Despro periode 2016/2017 hingga menjabat dan merangkap sebagai Manager-Asisten Pelatih tim Futsal Despro periode 2017/2018. Penulis sempat memberikan gelar Juara III Futsal Pria dalam Kompetisi FTSP Cup (sekarang FADP dan FTSLK). Selain gemar berolahraga, penulis juga memiliki kegemaran pada dunia branding, *DIY* dan industri. Untuk keterangan lebih lanjut mengenai Tugas Akhir, dapat menghubungi penulis melalui kontak info berikut. (NB: harap kontak dengan sopan)

- E-mail : primasthajaya@gmail.com
- No. HP : 0851 3030 3607
- Line ID : primastha