



DESAIN PENGEMBANGAN TAS BATIK DOLLY UNTUK MILENIAL

NELI NARULITA

08311440000035

Dosen Pembimbing:

ELLYA ZULAIKHA, S.T., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2001

WALUYOHADI, SDs., MDs.

NIP. 3400 201405 001

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS ARSITEKTUR DESAIN DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2019

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



DESIGN OF DOLLY BATIK BAG DEVELOPMENT FOR MILLENNIAL

NELI NARULITA

08311440000035

Supervisor:

ELLYA ZULAIKHA, S.T., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2001

WALUYOHADI, SDs., MDs.

NIP. 3400 201405 001

DEPARTEMENT OF PRODUCT DESIGN

ARCHITECTURE DESIGN AND PLANNING FACULTY

INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

SURABAYA

2019

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

DESAIN PENGEMBANGAN TAS BATIK DOLLY UNTUK MILENIAL

TUGAS AKHIR (DP 184838)

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)
Pada
Program Studi S-1 Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Oleh:

Neli Narulita

NRP. 08311440000035

Surabaya, 28 Januari 2019
Periode Wisuda 119 (Maret 2019)

Mengetahui,

Kepala Departemen Desain Produk



Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2001

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2001

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya mahasiswa Bidang Studi Desain Produk Industri, Department Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Nama Mahasiswa : Neli Narulita

NRP : 083114400035

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Laporan Kerja Profesi yang saya buat dengan judul **“Desain Pengembangan Tas Batik Dolly untuk Milenial”** adalah:

- 1) Orisinil dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang pernah dibuat atau dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas- tugas kuliah lain baik dilingkungan ITS, Universitas lain ataupun lembaga- lembaga lain, kecuali pada bagian sumber- sumber infoemasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara yang smestinya..
- 2) Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atau sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia laporan kerja praktek ini dibatalkan.

Surabaya, 28 Januari 2019

Yang Membuat Pernyataan



Neli Narulita

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT karena dengan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Desain Pengembangan Tas Batik Dolly untuk Milenial” dengan sebaik baiknya dan tepat pada waktunya. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir Desain Produk (RD141530) Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Terselesaikannya tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, Ayah Mochamad Saubari dan Ibu Jami’atun Nikmah serta saudara penulis Mohammad Irfan Efendi, Evi Nur Kumala Dewi dan Mujib Bachtiar yang tak pernah lelah mendoakan, mendukung, dan selalu menghibur baik secara moral dan material.
2. Bu Ellya Zulaikha, S.T., M.sn., Ph.D dan Pak Waluyohadi, S.Ds., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang menjadi orangtua kedua penulis dan teramat sangat mendukung serta mempermudah dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Bapak Ibu Dosen yang telah membimbing dan membantu penulis dalam mendapatkan ilmu selama di Departemen ini, serta para penguji sidang, Bapak Primaditya, S.Sn, M.Ds dan Ibu Eri Naharani Ustazah, ST., M.Ds., yang selalu memberikan masukan demi pengembangan Tugas Akhir ini.
4. Putra, Mbak Putri, Fildzah, Naila, Eva, Ulin, Anggi, Yolanda, Rifa, Ana, Nafit dan Adit yang merupakan sahabat, keluarga, pemberi motivasi, pemberi bantuan tenaga dan material saat dibutuhkan, *partner* selama 4,5 tahun yang berjuang bersama sama selama penulis kuliah di Desain Produk, tempat untuk berbagi cerita dan keluh kesah, serta menjadi garda terdepan saat penulis merasa sedih dan butuh hiburan ketika berada di kampus.

5. Keluarga Kos 57B Mbak Zizah, De Ju, Mbak Nono, Mbak Peb, Mbak Bela, Mbak Sita dan anggota lain yang telah menjadi rumah, tempat kembali setelah berlelah yang memberi kehangatan keluarga di tempat rantau.
6. Yuni, Mbak Fatma, Rara, Dida sebagai sahabat yang selalu memberi dukungan, motivasi dan bantuan saat penulis mengalami kesulitan serta untuk teman yang tidak bisa namanya disebutkan satu persatu, atas dukungan, bantuan dan hiburan yang kalian berikan. Semoga Allah mempermudah urusan dan perjuangan kalian dengan kebaikan-Nya.
7. Dan semua pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Atas kerjasama dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata semoga laporan ini bermanfaat bagi berbagai pihak, khususnya bagi dunia pendidikan desan produk industri.

Surabaya, 10 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,

Penulis

ABSTRAK

Saat ini Dolly telah bangkit dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) lokal yang telah eksis di berbagai event salah satunya adalah UKM batik dimana UKM ini memiliki presentase produktivitas yang tinggi sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan lagi. Dalam usaha pengembangan UKM batik ini masih dibutuhkan inovasi yang dapat mengangkat produk batik Dolly dapat lebih dikenal masyarakat yaitu dengan pengaplikasian batik ke produk lain yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. Cara ini dinilai paling tepat untuk mengenalkan batik Dolly kepada masyarakat selain itu juga dapat meningkatkan nilai jual produk batik yang sebelumnya hanya dijual berupa lembaran kain.

Innovasi yang akan dilakukan pada Batik Dolly ini adalah membuat produk *apparel* berupa tas dengan menggunakan motif batik modern yang didapatkan dengan metode persona dengan target *user* generasi milenial. Generasi milenial merupakan konsumen potensial yang saat ini berada di usia produktif yang memiliki selera dan ketertarikan terhadap dunia . Selain itu inovasi produk ini juga mempertimbangkan tren gaya hidup *cashless* dimana penggunaan uang *cash* mulai ditinggalkan dan beralih ke uang elektronik sehingga mempengaruhi bentuk dan fungsi dalam penggunaan tas.

Dalam pembuatan batik ini digunakan beberapa teknik pengolahan *pattern*, eksperimen dalam teknik pembuatan dan pewarnaan untuk mendapatkan karakter unik yang tidak akan ditemukan pada batik daerah lain. Selain persona metode yang digunakan dalam pengembangan produk ini juga berupa *mood board*, analisis artefak, observasi, dan kuisisioner. Dengan adanya inovasi yang diterapkan pada batik Dolly ini diharapkan dapat menghasilkan produk *fashion* berupa tas yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas Surabaya yang memiliki nilai jual tinggi.

Kata Kunci : Dolly, batik, milenial, *cashless*, tas

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

ABSTRACT

Currently Dolly has risen with local Small and medium-sized enterprises (SMEs) that have existed in various events. One of them is batik's SMEs where have a high percentage of productivity so it has improvement potential. In this batik's SME development is still needed innovation that can lift Dolly batik products to be better known by applying batik to other products that can be souvenirs. This method is considered most appropriate to introduce Dolly's batik to the public and also can increase the selling value of batik products that previously sold only in the form of sheet cloth.

Innovation will be done on this Dolly's batik is to make apparel products in the form of bags by using modern batik motifs obtained with the persona method and millennial generation as user target. Millennial generation is a potential consumer who is currently in a productive age who has a taste and interest in fashion. In addition, this product innovation also considers the cashless lifestyle trends, which the use of cash money began to be abandoned and switch to electronic money thus affecting the form and function in the use of bags.

This batik making process use some pattern processing technique, experiment in making technique and coloring to get unique character that will not be found in batik from other area. In addition to persona, the method used in the development of this product is also in the form of mood board, artifact analysis, observation, and questionnaires. With the innovations applied to this Dolly's batik, it is expected to producing bags as fashion products as souvenirs of Surabaya which has a high selling value.

Keywords : Dolly, batik, millennial, cashless, bags

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Latar Belakang Dolly	1
1.1.2 Potensi UKM Kawasan Dolly.....	1
1.1.3 UKM Batik Dolly.....	3
1.1.4 Inovasi Batik Dolly pada Produk Tas	3
1.1.5 Konsep Interchangable Straps.....	5
1.1.6 Target <i>User</i> Milenial	5
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Manfaat.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Tentang Dolly.....	9
2.1.1 Profil Dolly	9
2.2 Tinjauan Tentang Batik Nusantara.....	9
2.2.1 Pengertian dan Sejarah Batik.....	9
2.2.2 Jenis Batik Indonesia.....	11
2.2.3 Corak Batik	14
2.2.4 Proses Pembuatan Batik.....	16

2.3	Tinjauan Tentang Fraktal	17
2.4	Tinjauan Tentang Jenis-Jenis Tas	18
2.5	Penelitian Terdahulu	20
BAB 3 METODOLOGI		23
3.1	Skema Penelitian.....	23
3.2	Metodologi <i>Design Thinking</i>	25
3.2.1	<i>Empathize</i>	26
A.	Literatur	26
B.	Observasi	27
C.	Kuisisioner	29
D.	Persona	30
E.	Analisis Artefak.....	31
3.2.2	<i>Define</i>	32
3.2.3	<i>Ideate</i>	32
A.	<i>Mood Board</i>	33
B.	Eksperimen	33
3.2.4	<i>Prototype</i>	34
3.2.5	<i>Test</i>	34
BAB 4 STUDI DAN ANALISIS		35
4.1	Studi dan Analisis Batik Dolly	35
4.2	Eksperimen Eksplorasi Motif	38
4.2.1	Proses Pencarian Motif / Corak	38
4.2.2	Analisis Hasil Eksperimen	44
4.3	Hasil Analisis Desain Batik	48
4.4	Eksperimen Produk.....	52
4.4.1	Studi dan Analisis Tas	52
4.5	Studi Volume	56
4.6	Analisis Pasar.....	57
4.6.1	<i>Segmenting</i>	58
4.6.2	<i>Targeting</i>	60
4.6.3	<i>Positioning</i>	61

4.7	Analisis Artefak.....	64
4.8	Analisis Persona	67
BAB V KONSEP DAN PENGEMBANGAN DESAIN		69
5.1	Konsep Desain.....	69
5.2	Pengembangan Konsep (Inovasi)	70
5.2.1	Konsep Material	70
5.2.2	Konsep Warna dan Motif	71
5.3	Konsep Bisnis.....	72
5.4	<i>Branding</i>	73
5.4.1	Nama <i>Brand</i>	73
5.4.2	Logo <i>Brand</i>	73
5.5	Alternatif Desain Leather Series	74
BAB V I KESIMPULAN DAN SARAN		83
6.1	Kesimpulan.....	83
6.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		89
BIODATA PENULIS		101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Positioning</i> terhadap Persepsi Pengembangan UKM	2
Gambar 1.2 Persentase Pembagian UKM berdasar Karakteristiknya.....	3
Gambar 1.3 Grafik presentase pembelian konsumen terhadap jenis produk pada Harbolnas 2016.....	4
Gambar 1.4 Persentasi Piramida Penduduk Indonesia 2020.....	6
Gambar 2.1 Kegiatan Mambatik.....	11
Gambar 3.1 Skema Penelitian 1	23
Gambar 3.2 Skema Penelitian 2	24
Gambar 3.3 <i>Design Thiking Process</i>	26
Gambar 3.4 Observasi ke Lokasi UKM Batik	28
Gambar 3.5 Motif-motif Batik Dolly Hasil Observasi	29
Gambar 3.6 <i>Interview</i> pada calon user	32
Gambar 4.1 Sketsa Motif Desain Batik	35
Gambar 4.2 Desain Motif Batik Bercerita	36
Gambar 4.3 Desain Motif Batik yang Diproduksi	36
Gambar 4.4 Batik Jarak Arum dengan Motif Kupu dan Jarak.....	37
Gambar 4.5 Pak Penky Narasumber tentang Batik di Rumah Batik Putat Jaya ..	37
Gambar 4.6 Sample Desain Batik untuk Survei	48
Gambar 4.7 Gambar Desain Batik yang Memenuhi Kriteria <i>Kansei Word</i>	51
Gambar 4.8 Analisis <i>positioning</i> tas batik berdasarkan harga	62
Gambar 4.9 Analisis <i>positioning</i> tas batik berdasarkan desain.....	64
Gambar 4.10 <i>Target User</i>	67
Gambar 5.1 Konsep warna <i>retro feeling</i>	71
Gambar 5.2 Logo	74
Gambar 5.3 Sketsa alternatif desain <i>clutch</i>	75
Gambar 5.4 Sketsa alternatif desain <i>sling bag</i>	75
Gambar 5.5 Sketsa alternatif desain <i>waist bag</i>	76
Gambar 5.6 Studi Model <i>Clutch</i>	76
Gambar 5.7 Gambar Alternatif Model 1 dan 2	77

Gambar 5.8 Gambar 3D sling bag	77
Gambar 5.9 Gambar 3D Alternatif 3	78
Gambar 5.10 Gambar 3D Alternatif 4	78
Gambar 5.11 Gambar Hasil Prototipe Akhir	81
Gambar 6.1 Detail Tas	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Pengumpulan Data Metode Observasi.....	27
Tabel 3.2 Tabel Pengumpulan Data Metode Kuisisioner.....	29
Tabel 3.3 Tabel Pengumpulan Data Metode Persona.....	30
Tabel 3.4 Tabel Pengumpulan Data Metode Analisis Artefak	31
Tabel 3.5 Tabel Pengumpulan Data Metode Eksperimen	33
Tabel 4.1 Eksperimen Pembuatan Motif Batik.....	42
Tabel 4.2 Eksperimen Motif Batik	45
Tabel 4.3 Tabel Analisis Data <i>Kansei Word</i>	49
Tabel 4.4 Tabel Hasil Analisis Data <i>Kansei Word</i>	50
Tabel 4.5 Analisis <i>Clutch</i>	52
Tabel 4.6 Analisis <i>Sling Bag</i>	53
Tabel 4.7 Analisis <i>Hand Bag</i>	54
Tabel 4.8 Tabel Studi Volume	56
Tabel 4.9 Segmentasi demografi	58
Tabel 4.10 Segmentasi psikografi.....	59
Tabel 4.11 Segmentasi behavioral	60
Tabel 4.12 <i>Benchmarking</i> Produk Tas Batik	61
Tabel 4.13 Hasil analisis artefak.....	65
Tabel 5.1 Konsep desain berdasarkan material	70
Tabel 5.2 Model Bisnis Kanvas	72
Tabel 5.3 Tabel Proses <i>Prototyping</i>	79
Tabel 5.4 Tabel Analisis Prototipe Pertama	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambar Peta Kawasan Dolly	89
Lampiran 2 Gambar contoh batik klasik parang rusak.....	89
Lampiran 3 Gambar contoh batik modern	90
Lampiran 4 Gambar Ragam Ornamen Utama pada Batik	90
Lampiran 5 Gambar Ragam Ornamen Tambahan pada Batik	90
Lampiran 6 Gambar Ragam Ornamen Isen-isen pada Batik.....	91
Lampiran 7 Gambar Ragam tumpal pada Batik.....	91
Lampiran 8 Gambar Ragam Hias Geometris	91
Lampiran 9 Gambar Ragam Hias Non Geometris	92
Lampiran 10 Gambar Contoh Batik Fractal	92
Lampiran 11 Karakteristik dan Ciri-ciri Suramadu.....	92
Lampiran 12 Karakteristik dan ciri-ciri Tugu Pahlawan.....	93
Lampiran 13 Karakteristik dan ciri-ciri Monumen Bambu Runcing	93
Lampiran 14 Karakteristik dan ciri-ciri Kupu	93
Lampiran 15 Karakteristik dan ciri-ciri Tanaman Jarak	94
Lampiran 16 Gambar Tampak Tas 1	96
Lampiran 17 Gambar Tampak Tas 2.....	97
Lampiran 18 Gambar Detail.....	98
Lampiran 19 Gambar Teknik Pola Tas 1	99
Lampiran 20 Gambar Teknik Pola Tas 2	100

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

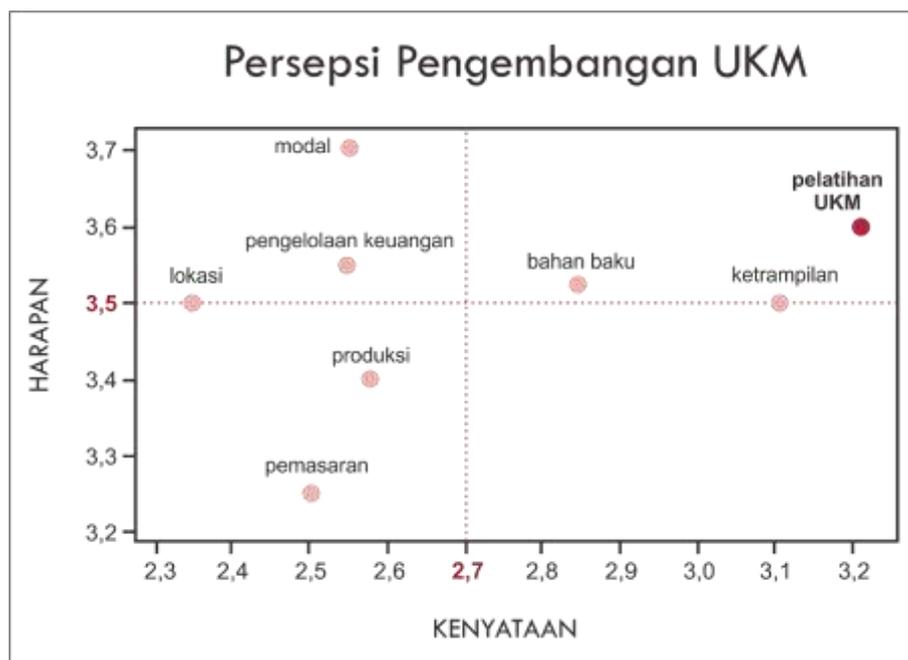
1.1.1 Latar Belakang Dolly

Pada tahun 2014 Pemerintah kota Surabaya resmi menutup Dolly dengan digelarnya deklarasi penutupan pada 18 Juni 2014. Deklarasi penutupan ini diikuti oleh 100 warga dari kelurahan yang menjadi lokasi Putat Jaya, Sawahan. Meskipun sempat mendapatkan perlawanan dari masyarakat eks lokasi pemerintah tetap menjalankan proses pemberantasan prostitusi ini. Pemerintah melakukan penutupan sebagai upaya penindaklanjutan urgensitas penyebaran HIV/Aids dan perlindungan anak-anak dimana pada tahun 2012 hingga 2014 terjadi peningkatan jumlah PSK yang dinyatakan positif sebagai penderita HIV/AIDS. Berdasarkan pemeriksaan Dinas Kesehatan di Dolly-Jarak dalam waktu 3 bulan terjadi peningkatan jumlah kasus dari 164 menjadi 218 orang (Anissa, BBC Indonesia : 2014).

1.1.2 Potensi UKM Kawasan Dolly

Penataan kembali kawasan Dolly menjadi Wisata Pusat Industri Kreatif merupakan hal yang tepat mengingat tumbuh kembang usaha mandiri UKM masyarakat yang semakin terus bertambah dan berkembang berkat pendampingan pemerintah dan dukungan masyarakat serta motivasi pribadi dari warga eks lokasi. Pertumbuhan dan perkembangan ini dapat dilihat dari munculnya beberapa UKM yang telah berhasil mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang produksi baik dalam kuliner seperti keripik Samijali, minuman Orummy, tempe, telur asin dan makanan ringan lainnya serta dalam bidang kerajinan seperti alas kaki, sablon, kerajinan tangan, serta batik. Yunus menyebutkan “jumlah UKM di Kecamatan Sawahan sekitar 200-an, sedang di Putat Jaya sekitar 50 UKM. Beberapa UKM di Putat Jaya menjadi anggota binaan program Pahlawan Ekonomi yang digagas Pemkot Surabaya” (Fernan Rahadi, Republika : 2017).

Melihat kondisi saat ini kawasan Dolly memiliki potensi yang besar untuk dijadikan kawasan pusat wisata belanja oleh-oleh Surabaya. Hal ini didukung dengan adanya berbagai macam bisnis UKM yang bergerak dalam berbagai bidang usaha dengan jumlah total 250-an UKM sangat memungkinkan untuk menjadikan kawasan ini sebagai kawasan pusat wisata belanja. Sebagai bukti salah satu usaha kuliner Vidi Cookies telah berhasil mencapai omzet Rp 30 juta – 40 juta per bulan selain itu adapula usaha alas kaki yang telah memasok sandal ke beberapa hotel di Surabaya dengan 2.000 pasang sandal per bulan dan ada juga usaha telur asin yang mampu memproduksi 2.500 – 3.000 butir telur asin per bulan (Achmad Faizal, Kompas : 2018)



Gambar 1.1 Positioning terhadap Persepsi Pengembangan UKM
(Adaptasi dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ITS 2017)

Pencapaian-pencapaian UKM tersebut telah membuktikan bahwa kawasan eks lokalisasi Dolly memiliki harapan pengembangan UKM menjadi lebih besar yang dimiliki warga sebagai tenaga kerja yang menjadi potensi pendukung realisasi pembangunan kawasan Dolly menjadi Kawasan Pusat Wisata Belanja di Surabaya.

1.1.3 UKM Batik Dolly



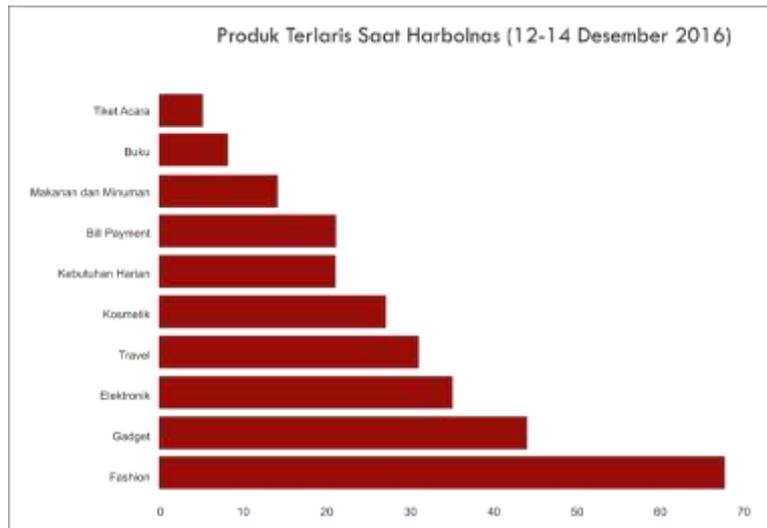
Gambar 1.2 Persentase Pembagian UKM berdasar Karakteristiknya
(Adaptasi dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ITS 2017)

Sebagai salah satu jenis UKM yang memiliki persentase besar Batik berada di urutan kedua dimana UKM ini sangat berpotensi untuk dikembangkan lagi. Sebagai salah satu cara untuk mengembangkan UKM ini maka diperlukan inovasi baru yang diterapkan pada batik yang telah diproduksi. Setelah dilakukan observasi ternyata batik batik yang sebelumnya diproduksi belum memiliki ciri khas sebagai pembeda dari batik dari daerah lain. Hal tersebut menjadi tantangan penulis untuk membantu proses pengembangan batik Dolly untuk menemukan karakteristik baik dalam motif maupun teknik pembuatan batik.

1.1.4 Inovasi Batik Dolly pada Produk Tas

Dalam pengembangan batik ini juga masih diperlukan inovasi baru yang dapat mengangkat batik ini agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Salah satu cara untuk mengenalkan batik ini kepada masyarakat adalah mengaplikasikan batik ini ke produk lain yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. Pengaplikasian produk batik untuk produk oleh-oleh merupakan salah satu cara yang tepat

untuk mengenalkan karya kepada masyarakat selain itu juga dapat meningkatkan nilai jual produk batik yang sebelumnya hanya dijual berupa lembaran kain. Hal ini juga dinilai lebih efektif dalam meningkatkan penjualan produk batik karena konsumen kain batik cenderung hanya akan membeli produk kain batik pada momen tertentu saja.



Gambar 1.3 Grafik presentase pembelian konsumen terhadap jenis produk pada Harbolnas 2016
(Adaptasi dari PT Nielsen Indonesia)

Melihat dari grafik presentase minat konsumen dalam pembelian produk pada saat Harbolnas 2016 yang di riset oleh PT Nielsen Indonesia pada 500 responden di 20 kota besar di Indonesia tercatat bahwa produk *fashion* sangat diminati oleh konsumen. Produk *fashion* yang banyak dibeli seperti pakaian, tas, sepatu, perhiasan, dan aksesoris. Hal ini dapat dijadikan sebagai acuan pengaplikasian batik pada produk *fashion*.

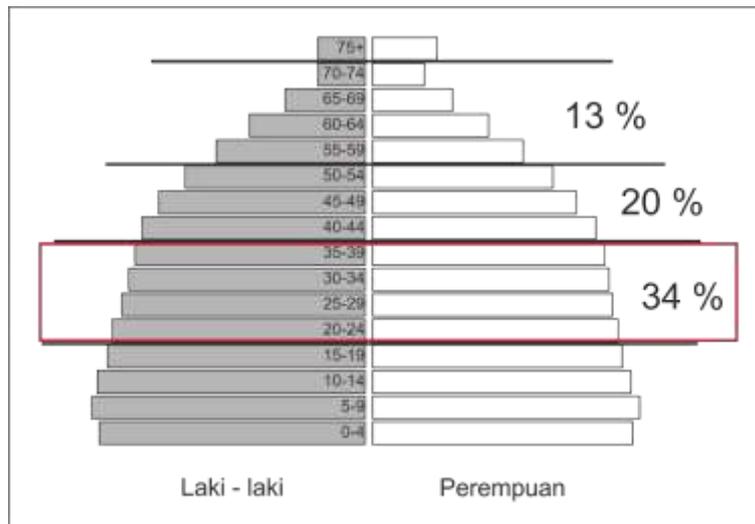
Secara umum batik telah banyak digunakan untuk pakaian, menjadikan tas sebagai produk pengaplikasian batik merupakan salah satu peluang baru karena selain banyak diminati konsumen tas juga telah dijadikan sebagai aksesoris bahkan identitas yang menggambarkan kepribadian seseorang (*style*). Untuk menjadikan produk tas batik ini lebih diminati konsumen maka digunakan material material baru yang masih jarang dikembangkan untuk produk tas seperti kayu dan bambu.

1.1.5 Konsep Interchangeable Straps

Selain penggunaan material, penambahan fungsi tas yang mendukung aktivitas *user* pun juga akan sangat diminati. Disini penulis mengungkap konsep interchangeable straps dimana konsumen dapat memiliki 2 tipe tas sekaligus hanya dengan membuka bagian khusus untuk mengekstend ukuran dan menambahkan strap untuk mengubah bentuk tas yang diinginkan. tipe tas yang ditawarkan disini adalah *clutch* yang dapat diubah menjadi *sling bag* ataupun *waist bag*.

1.1.6 Target User Milenial

Target *user* produk ini adalah generasi Milenial dimana generasi ini dinilai memiliki potensi yang besar untuk menjadi konsumen produk. Menurut buku *Millennial Nusantara* (2017) Millenia adalah mereka yang lahir antara 1980 sampai 2000-an yang kemudian disebut juga Generasi Y. Generasi ini dinilai memiliki tiga karakter utama yaitu *creative*, *confidence*, dan *connected* serta memiliki gaya hidup yang menonjol. Menurut data yang dikeluarkan BPS (Badan Pusat Statistik) yang dikeluarkan pada tahun 2013, jumlah milenial Indonesia pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 33% dari total jumlah penduduk Indonesia yang berarti jumlah populasi milenial mencapai 83 juta jiwa. Di tahun 2020, proporsi milenial Indonesia bisa mencapai 34% dan mereka akan berada pada usia 20 hingga 40 tahun dimana pada tahun tersebut generasi milenial berada pada usia produktif yang akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia.



Gambar 1.4 Persentasi Piramida Penduduk Indonesia 2020
(Adaptasi buku *Millennial Nusantara*)

Pada era digital dimana generasi milenial yang tidak bisa lepas dari internet dan teknologi semakin banyak isu tentang kemajuan teknologi seperti isu *cashless* dimana penggunaan uang *cash* yang mulai digantikan oleh uang elektronik berupa kartu, kepemilikan kartu yang semakin banyak dan menumpuk membuat seseorang membutuhkan tempat khusus yang dapat mengkompartemen kartu dengan baik termasuk akses pengambilan dan penyimpanan yang mudah.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Belum kuatnya ciri khas batik Dolly.
Batik Dolly telah diproduksi dan dipasarkan baik di dalam maupun luar Surabaya dalam Jumlah yang cukup besar, namun batik yang dihasilkan masih relatif sama dengan daerah-daerah lain karena belum memiliki ciri khas atau pembeda baik dalam segi motif, warna maupun teknik lain dalam proses produksinya.
- b. Banyaknya sisa kain batik tak terpakai sebagai sisa produksi produk *fashion*.
Batik telah banyak digunakan sebagai bahan kombinasi dalam produk *fashion* seperti tas, sepatu dan aksesoris lain yang ingin memasukkan unsur etnik, seni dan budaya daerah dalam konsep produk yang dibuat. Tidak

jarang dalam proses produksi maka *pattern* akan dipilih dan dipotong dibagian tertentu sehingga banyak bagian kain yang tidak terpakai.

- c. Kurangnya inovasi pengembangan produk batik Dolly.

Pengembangan produk dari batik Dolly yang telah diproduksi saat ini hanya berupa kain batik, beberapa kali sempat dikembangkan dengan produk *fashion* sebagai pakaian namun dalam proses produksinya masih ditangani oleh pihak lain. Dalam fenomena tersebut UKM hanya berperan sebagai pemasok kain batik yang sudah dipesan. Desain yang ditawarkanpun masih kurang inovatif jika bersaing dengan *brand* lain yang menggunakan batik sebagai material produk mereka.

1.3 Tujuan

- a. Menghasilkan batik yang dapat mempresentasikan Dolly baik dalam segi motif maupun pewarnaan.
- b. Menghasilkan batik sesuai dengan pola tas yang dibutuhkan sehingga tidak menyisakan kain batik tak terpakai (limbah kain perca).
- c. Menghasilkan produk tas dengan desain *accessible card* (kemudahan dalam menyimpan dan mengeluarkan kartu) serta eksplorasi motif yang bernilai seni, budaya dan sejarah Surabaya yang dapat bersaing dengan kompetitor.

1.4 Manfaat

- a. Bagi Desainer
 - Memberikan metode dan analisa baru dalam mengembangkan suatu produk khususnya dalam batik.
 - Sebagai peluang ide bisnis yang dapat dikembangkan dalam bidang *fashion*.
- b. Bagi Produsen Batik Dolly dan Konsumen
Produsen Batik Dolly :
 - Memberikan nilai edukasi di bidang seni dan proses kreatif dalam proses mendesain sebuah produk.
 - Memberikan alternatif pilihan baru dalam proses produksi produk *fashion* baik dalam pemilihan motif batik, proses pembuatan bahkan

pemilihan kombinasi material sebagai pertimbangan dalam membuat produk.

- Meberikan alternatif pengembangan produk yang mampu bersaing dengan *brand* lain yang bergerak dalam usaha batik

Konsumen :

- Sebagai pemenuhan kebutuhan produk *fashion* yang bernilai seni, budaya dan sejarah.
- Sebagai pemenuhan kebutuhan produk *fashion* yang sesuai dengan karakter *user*

c. Bagi Pemerintah

- Pemerintah terbantu dalam pemberian edukasi dalam bidang desain kepada UKM binaan sehingga dapat membantu meningkatkan nilai ekonomi masyarakat.

1.5 Batasan Masalah

Ruang lingkup masalah dalam perancangan ini:

1. Produk : Desain *fashion apparel* berupa tas
2. Segmentasi Produk : Wanita usia 18 – 30 (generasi milenial)
3. Sasaran Industri : Rumah Batik Putat Jaya
4. Konsep yang Ditawarkan :Desain tas wanita milenial dengan eksplorasi motif batik Dolly dan kombinasi material tambahan
5. Riset dan Metode : Literatur, *Mood Board*, *Interview*, *Persona*, *Artefak Analisis*, *Eksplorasi Motif*, *Eksplorasi Material*
6. Output : Tas kombinasi *waist bag*, *sling bag* dan *clutch*

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Dolly

2.1.1 Profil Dolly

Dolly merupakan sebuah kawasan yang dulunya dijadikan sebagai kawasan prostitusi yang berada di Surabaya. Kawasan ini dulu disebut-sebut sebagai kawasan prostitusi terbesar se Asia Tenggara. Kawasan lokalisasi Dolly tersebar di enam RW di wilayah Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan dan terbagi menjadi dua lokalisasi. Pertama lokalisasi Gang Dolly yang sebenarnya Jalan Kupang Gunung Timur I serta deretan wisma yang terletak di sisi selatan Jalan Jarak secara geografis wilayah ini merupakan bagian dari wilayah Surabaya selatan. Kedua, lokalisasi Jarak terletak tepat di seberang jalan lokalisasi Dolly (*lampiran 1 gambar peta kawasan Dolly dapat dilihat di halaman 82*). Lokalisasi ini terletak di dua Kelurahan yaitu Kelurahan Sawahan dengan luas wilayah 6,93 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 13,523 jiwa dan Kelurahan Putat Jaya dengan luas wilayah 1,36 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 31,226 jiwa (DISDUKCAPIL Surabaya, 2013)

2.2 Tinjauan Tentang Batik Nusantara

2.2.1 Pengertian dan Sejarah Batik

Batik merupakan suatu perpaduan antara seni (*art*) dan kerajinan (*craft*) pada selembar kain dengan menggunakan teknik pelapisan lilin secara tradisional. Batik merupakan warisan leluhur bangsa Indonesia yang sudah mendunia. Batik di Indonesia merupakan kombinasi dari teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya terkait, yang oleh UNESCO ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non – Bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak tanggal 9 oktober 2009 (Musman & Asti, 2011).

Batik merupakan kerajinan asli Indonesia yang merupakan perpaduan seni dan teknologi para leluhur yang memiliki nilai budaya sangat tinggi. Atas besarnya nilai budaya dalam seni batik sehingga telah diakui oleh dunia keindahannya baik dalam desain maupun proses pembuatannya. Batik sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, khususnya oleh masyarakat Jawa maka tidak heran jika kata batik diambil dari bahasa Jawa. Istilah batik asalnya dari kata “mbatik”, *mbat* dalam Bahasa Jawa dimaksudkan *ngembat* atau melemparkan. Sementara kata *tik* bisa diartikan titik. Berdasarkan perpaduan dari dua kata tersebut maka yang dimaksud dengan batik atau *mbatik* berarti melemparkan titik berulang-ulang pada sehelai kain. (Murni,2016). Adapun Yudoseputro (2000 : 98) yang mengungkapkan bahwa batik berarti gambar yang ditulis pada kain dengan mempergunakan malam sebagai media sekaligus penutup kain batik.

Secara Historis batik berasal dari zaman nenek moyang pada abad ke XVII yang ditulis dan dilukis pada daun lontar. Saat itu motif atau pola batik masih didominasi dengan bentuk binatang dan tanaman, seiring dengan perkembangan waktu batik telah mengalami perkembangan dalam corak lukisannya seperti lukisan abstrak menyerupai awan, relief candi dan perwayangan (Kemendag RI, 2016)

Batik adalah salah satu teknik/ cara yang digunakan untuk menghasilkan motif kain. Dua hal yang mengacu pada pengertian istilah batik adalah teknik pewarnaan kain menggunakan malam, yaitu teknik kuno dengan cara mencegah pewarnaan sebagian kain yang telah diberi malam. Dalam literature Internasional teknik ini dikenal sebagai wax-resist dyeing. Pengertian kedua adalah kain atau busana yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk penggunaan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan.



Gambar 2.1 Kegiatan Membatik
(Sumber : dokumen pribadi)

2.2.2 Jenis Batik Indonesia

Batik Indonesia terbagi menjadi beberapa jenis berdasarkan beberapa hal sebagai berikut :

A. Teknik Pembuatan

Berdasarkan buku *Mengenal Batik Nusantara* oleh Simarmata (2016), proses atau teknik pembuatannya batik dapat digolongkan menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Batik Tulis (*Hand-Drawn Batik*)

Batik tulis merupakan batik yang teknik pengerjaannya menggunakan sebuah alat dari tembaga yang disebut canting, berfungsi untuk menampung cairan malam/ilin sehingga dapat digunakan untuk melukis ragam hias di atas kain. Batik tulis memiliki karakter yang mewah, luwes, akan menghasilkan goresan yang berbeda antara satu dengan lainnya karena murni digambar dengan tangan oleh para pembatik, sehingga membutuhkan waktu yang lama dan proses yang panjang. Proses pembuatan batik jenis ini biasanya memakan waktu kurang lebih 2-6 bulan, oleh karena itulah harga batik tulis relatif mahal karena kualitasnya yang lebih bagus dan unik.

2. Batik Cap (*Hand-Stamp Batik*)

Batik cap adalah kain yang dihias dengan motif batik dengan menggunakan alat yang disebut canting cap terbuat dari tembaga dimana dibagian alasnya dibentuk sesuai dengan gambar atau desain suatu motif yang dikehendaki. Canting cap fungsinya mirip dengan stempel besar yang dibubuhkan malam atau lilin yang kemudian dicap diatas kain, dari jenis produksi batik cap ini pembatik dapat menghemat tenaga karena tidak perlu menggambar pola atau desain diatas kain secara manual. Proses pembuatan batik jenis ini tergolong relatif singkat kurang lebih 1-3 minggu.

Kemunculan batik cap didorong oleh banyaknya permintaan akan batik namun proses dari batik tulis yang lama sehingga muncullah metode pembuatan batik dengan menggunakan cap. Harga jual batik cap lebih murah dibandingkan dengan batik tulis, karena jumlahnya yang banyak dan memiliki banyak kesamaan antara satu dengan lainnya sehingga kurang unik, tidak istimewa, dan kurang eksklusif.

3. Batik Cetak Sablon (*Printing*)

Batik cetak sablon semakin sering kita jumpai dan penjualannya semakin marak di pasar lokal. Biasanya batik jenis ini diproduksi oleh pabrik secara massal (jumlah banyak). Dilihat dari segi harga batik cetak sablon juga lebih murah dibanding jenis batik lainnya. Meski demikian, batik ini juga masih memiliki muatan seni yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari tampilan motifnya. Perpaduan unsur motif batik yang beragam memainkan peranan penting untuk menimbulkan daya tarik untuk menciptakan keindahan. Kombinasi warnapun juga menjadi peranan penting untuk mempercantik tampilannya.

B. Motif/ Pola

Berdasarkan artikel yang dimuat di HanLee Batik.com Apabila ditinjau dari pola atau motifnya, batik di Indonesia dapat dibagi menjadi 2, yaitu :

Batik Tradisional

Batik tradisional adalah sebuah seni menggabungkan garis dan titik yang membentuk suatu motif dengan susunan motifnya yang terikat dalam suatu aturan dengan isen-isen tertentu. Banyak aturan-aturan tertentu yang harus dipatuhi dalam pembuatan susunan motif tradisional tertentu. Selain itu pengerjaan batik tradisional juga lebih rumit dan memakan waktu yang lebih lama. Oleh karena itu batik tradisional cenderung memiliki harga yang lebih mahal. Beberapa contoh batik tradisional adalah batik Pekalongan, Batik Parang Rusak dan Batik Gajah Mada (*lampiran 2 gambar contoh batik klasik parang rusak di halaman 82*).

Batik Modern

Batik modern merupakan jenis batik dimana dalam cara pengerjaannya tidak memiliki aturan tertentu baik dalam pembuatan susunan motif maupun warna yang digunakan. Hal tersebut yang membuat batik modern lebih mudah dalam teknik pengerjaannya dan dapat lebih menyesuaikan dengan perkembangan jaman. Biasanya batik modern lebih menonjolkan sisi keindahan dan menyesaikannya dengan model baju yang lebih modern agar tidak terlalu kuno (*lampiran 3 gambar contoh batik modern di halaman 83*).

Dilansir dari Serambibatik.com perbedaan antara batik tradisional dan modern dapat dibedakan dengan ciri-ciri sebagai berikut :

Batik Tradisional :

- Susunan motif berupa ular, geometris, barong dan pagoda
- Corak pada batik tradisional memiliki arti simbolik tertentu
- Warna yang digunakan cenderung gelap, yaitu hitam, coklat dan warna-warna lain yang bisa didapatkan dari pewarnaan alam
- Susunan motif memiliki atau menggambarkan ciri khas daerah asalnya.

Batik Modern :

- Susunan motif bebas, yaitu motif binatang, bunga dan lain-lain.
- Corak pada batik tidak memiliki arti tertentu.
- Warna yang digunakan pada batik modern bebas dan banyak menggunakan pewarna kimia.
- Susunan motif batik modern tidak memiliki ciri khas daerah asalnya.

2.2.3 Corak Batik

Corak batik adalah hasil lukisan dengan menggunakan alat yang disebut dengan canting. Pada umumnya corak batik sangat dipengaruhi oleh letak geografis daerah pembuatan, sifat dan tata kehidupan daerah yang bersangkutan, kepercayaan dan adat istiadat yang ada, keadaan alam sekitar dan lainnya. Menurut S.K. Sewan Susanto (1980:261) berpendapat bahwa unsur-unsur motif batik digolongkan menjadi tiga yaitu:

A. Corak/ Motif Berdasarkan Komponen Pembentuknya

Adalah komponen yang membentuk corak/ motif pada batik yang terdiri dari :

- **Ornamen Utama**, suatu corak yang menentukan makna motif tersebut. Pemberian nama motif batik kebanyakan didasarkan pada perlambangan yang ada pada ornamen utama ini, misalnya jika corak utamanya adalah parang maka batik tersebut diberi nama batik parang. Berikut contoh salah satu motif utama dari kupu kupu (*lampiran 4 gambar contoh Ragam Ornamen Utama pada Batik dapat dilihat di pada halaman 83*).
- **Ornamen Tambahan**, merupakan ornamen yang tidak terlalu mempengaruhi arti dan memiliki fungsi untuk mengisi bidang kosong pada kain, biasanya ornamen tambahan ukurannya akan lebih kecil jika dibandingkan dengan ornamen utamanya sehingga tidak mengurangi sajian makna yang terdapat pada ornamen utama. Dalam satu motif dapat terdiri dari satu atau beberapa motif tambahan.

(lampiran 5 gambar contoh Ragam Ornamen Tambahan pada Batik dapat dilihat di pada halaman 83).

- **Isen-isen**, merupakan aneka corak pengisi latar kain dan bidang-bidang kosong corak batik. Pada umumnya isen-isen berukuran kecil dan rumit. Isen-isen dapat berupa garis-garis, titik-titik, atau gabungan keduanya. *(lampiran 6 gambar contoh Ragam Ornamen Isen-isen pada Batik dapat dilihat di pada halaman 84).*
- **Tumpal**, merupakan salah satu ornamen pembentuk namun dalam penerapannya tidak semua batik memilikinya. Tumpal ini biasa di sisi tepi kain batik biasanya digunakan sebagai penutup dari sebuah motif. *(lampiran 7 gambar contoh Ragam Tumpal pada Batik dapat dilihat di pada halaman 84).*

B. Corak/ Motif Batik Berdasarkan Bentuknya

Corak/motif batik juga dapat dibedakan berdasarkan bentuknya sebagai berikut :

- **Corak Hias Geometris**, merupakan corak hias yang mengandung unsur garis dan bangun, seperti garis miring, bujur sangkar, persegi panjang, trapesium, belah ketupat, jajar genjang, lingkaran yang disusun secara berulang-ulang membentuk suatu kesatuan corak. Yang termasuk kedalam corak geometris antara lain : corak kawung, ceplok, ganggong, banji, parang dan lereng *(lampiran 8 gambar Ragam Hias Geometris dapat dilihat pada halaman 84).*
- **Corak Hias Non Geometris**, merupakan pola dengan susunan tidak teratur, artinya pola tersebut tidak dapat diukur secara pasti, meskipun dalam bidang yang luas dapat terjadi pengulangan seluruh corak. Yang termasuk kedalam corak nongeometris antara lain : corak semen, lung-lungan, buketan, pinggiran dan dinamis *(lampiran 9 gambar Ragam Hias Non Geometris dapat dilihat pada halaman 85).*

2.2.4 Proses Pembuatan Batik

Kegiatan batik merupakan salah satu kegiatan tradisional yang terus dipertahankan agar konsisten sebagaimana asalnya. Meskipun motif dan corak batik yang ada saat ini sudah semakin berkembang pesat tetapi pada dasarnya proses pembuatan batik masih tetap sama. Menurut (Anin, 2013) Proses membuat batik meliputi beberapa tahapan, yaitu :

- **Ngemplong**, merupakan tahapan awal yaitu dengan mencuci kain mori yang bertujuan untuk menghilangkan kanji yang masih melekat pada kain mori. Kemudian dilanjutkan dengan *pengeloyoran*, yaitu proses memasukkan kain mori ke dalam minyak jarak atau minyak kacang yang sudah ada di dalam abu merang supaya kain mori menjadi lemas sehingga daya serap terhadap zat warna menjadi lebih tinggi. Setelah melalui proses tersebut, kain mori dijemur kemudian dilakukan proses pengemplongan, yaitu kain mori dipalu untuk menghaluskan lapisan kain agar mudah dibatik.
- **Nyorek atau memola**, adalah proses menjiplak atau membuat pola di atas kain mori dengan cara meniru pola motif yang sudah ada, atau bisa disebut dengan ngeblat.
- **Mbathik**, proses penorehan malam/ lilin pada kain mori, dimulai dengan *nglowong* (menggambar garis-garis diluar pola) dan *isen-isen* (mengisi pola dengan berbagai macam bentuk).
- **Nembok**, adalah proses menutupi bagian-bagian yang tidak boleh terkena warna dasar.
- **Medel**, adalah proses pencelupan kain yang sudah dibatik ke cairan warna secara berulang-ulang sehingga mendapatkan warna yang diinginkan.
- **Ngerok dan Mbirah**, pada proses ini malam/lilin pada kain dikerok secara hati-hati menggunakan lempengan logam, kemudian kain dibilas dengan air bersih setelah itu kain diangin-anginkan.
- **Mbironi**, adalah menutupi warna biru dan isen-isen pola yang berupa cecek atau titik dengan menggunakan malam/lilin. Selain itu

ada juga proses ngrining, yaitu proses mngisi bagian yang belum diwarnai dengan motif tertentu.

- **Menyoga**, berasal dari kata sogu, yaitu sejenis kayu yang digunakan untuk mendapatkan warna coklat. Adapun caranya dengan mencelupkan kain kedalam campuran warna coklat tersebut.
- **Nglorod**, merupakan tahapan akhir dalam proses pembuatan kain batik tulis maupun batik cap yang menggunakan perintang warna (malam/lilin). Pada tahap ini pembatik melepaskan seluruh malam/lilin dengan cara memasukkan kain yang sudah cukup tua warnanya kedalam air mendidih, setelah diangkat kain dibilas dengan air bersih dan kemudian diangin-anginkan hingga kering.

2.3 Tinjauan Tentang Fraktal

Fraktal adalah obyek yang memiliki matra bilangan riil atau pecahan (fractional). Kata terakhir inilah yang merupakan kata fraktal. Fraktal sendiri merupakan obyek yang memiliki kemiripan dirinya-sendiri (self-similarity) namun dalam skala yang berbeda. Obyek tersebut akan diulang dengan bentuk obyek yang sama namun dengan skala yang berbeda dan diulang terus menerus menjadi sebuah obyek baru yang membuat bagian-bagian dari obyek akan tampak sama dengan obyek itu sendiri bila dilihat secara keseluruhan. Semakin banyak perulangan maka semakin detail gambar yang dihasilkan.

Susunan dari beberapa fraktal dapat menghasilkan pola baru yang dapat diterapkan menjadi batik. Meskipun fraktal dan batik memiliki konsep yang berbeda dimana batik dipandang sebagai kesenian sedangkan fraktal dapat dikonsepsikan pecahan kombinasi yang dapat diperhitungkan secara matematis. Kombinasi keduanya dapat menghasilkan suatu konsep baru yang disebut batik fraktal. Saat ini dalam pembuatan batik fraktal ini sendiri sudah dapat dibuat menggunakan software buatan anak bangsa Jbatik.

Batik *Fractal* adalah batik yang sentuhan desainnya dibuat dengan rumus-rumus matematika yang dikerjakan dengan teknologi komputer sehingga menghasilkan desain pola baru yang sangat beragam. Keragaman desain ini

dapat dilihat dari grafis, warna, ukuran, sudut dan perulangannya. Kehadiran *fractal* dalam batik menunjukkan bahwa batik merupakan suatu sistem kompleks yang terlahir dari hasil interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Batik *fractal* merupakan kombinasi dari empat elemen, yaitu seni, budaya, sains, dan teknologi (*lampiran 10 gambar contoh Batik Fraktal dapat dilihat pada halaman 85*).

2.4 Tinjauan Tentang Jenis-Jenis Tas

Menurut Sarina dalam artikel *30 types of bag you should own* disitus web *Sew Guide* jenis tas dibagi menjadi 30 macam namun dari beberapa yang sering kita jumpai dan sering digunakan adalah :

No	Gambar	Keterangan
1	<p><i>Duffel Bag</i></p> 	<p><i>Duffel bag</i> atau yang lebih dikenal dengan <i>travel bag</i> adalah tas yang biasa digunakan para atlet untuk membawa perlengkapannya. Karena sangat memudahkan saat dibawa hal tersebut membuat orang awam sering menggunakannya untuk bepergian.</p>
2	<p><i>Clutch Bag</i></p> 	<p>Tas ini sering digunakan sebagai pelengkap untuk pergi ke pesta. <i>Clutch</i> hanya mampu menampung benda yang ringan dan tidak terlalu berat seperti ponsel, kunci dan uang.</p>
3	<p><i>Totebag</i></p>	<p>Tas ini difungsikan untuk membawa banyak barang dalam satu kantong sekaligus . Umumnya tas ini berbahan kanvas, nilon dan kulit dengan tali yang pendek.</p>

		
4	<p><i>Waist Bag</i></p> 	<p>Tas kecil yang dilingkarkan pada pinggang dan berfungsi untuk membawa benda-benda kecil saat berjalan jalan. Tas ini sangat nyaman saat digunakan untuk berlari dan melompat.</p>
5	<p><i>Baguette Bag</i></p> 	<p>Fungsi sesungguhnya dari tas ini adalah sebagai dompet hampir sama dengan clutch hanya saja memiliki tali untuk mempermudah agar tidak harus selalu dipegang.</p>
6	<p><i>Backpack</i></p> 	<p>Tas ini dibawa dipunggung dengan mencangklongkan kedua talinya di bahu. Tas ini mampu menampung beberapa barang sekaligus tergantung ukuran tas dibuat.</p>

7	<p><i>Hand Bag</i></p> 	<p>Tas ini memiliki strap yang tidak panjang sehingga penggunaanya hanya bisa membawanya dengan pergelangan tangan atau jika strapnya agak panjang dapat dilingkarkan dibahu.</p>
---	--	---

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang menjelaskan mengenai batik dan pengembangan batik di kota Surabaya yang telah dilakukan sebelumnya, diantaranya :

Piranti (2017) melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Buku Visual Eksplorasi Motif Batik Jombang” Dalam penelitian ini penulis melakukan eksplorasi motif batik melalui pencarian ikon daerah yang diperoleh dari Dinas Pariwisata daerah yang kemudian dijadikan sebagai motif dan diujikan kepada para ahli budayawan, dinas perindustrian dan pengrajin batik setempat yang memiliki pengetahuan tentang sosial dan budaya daerah setempat.

Baroto (2008) melakukan penelitian dengan judul “Development of Indonesia New Batik Design by Exploration and Exploration of Recent Context” dalam riset ini bertujuan untuk mencari kemungkinan-kemungkinan desain batik baru dimana penulis memberikan inspirasi dan menggali dengan mengembangkan tema-tema kekinian sesuai selera konsumen dan pasar yang akan ditargetkan dengan berbagai macam metode pengolahan patra.

B.M. Sujoko, A.K. Asri dan C.A. Swastyastu (2017) melakukan penelitian dengan judul “Social Toponymy of Urban Ecotourism to Inventory Potential Tourism in Dolly Based on WebGIS” tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi yang dapat dikembangkan menjadi Ekowsata Urban di Dolly. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey lapangan dan wawancara berdasarkan toponim (mengidentifikasi unsur-unsur yang telah dilakukan) hasil survei toponim dianalisis menggunakan empat

pendekatan geografis (onomastik, spasial, ekologi, dan geografis) untuk menentukan deskripsi daerah, kriteria penamaan dan potensi wisata yang ada. Dari identifikasi, diketahui bahwa ada beberapa desa di Dolly yang dapat dikembangkan menjadi kawasan wisata dengan berbagai karakteristik, seperti : “Kampung Orumi” yang mana terkenal dengan minuman rumput laut, “Kampung Samijali” dengan kerupuk samiler, “Kampung Batik” dengan desain Jarak dan Semanggi daun khas Surabaya dan “Kampung Telur Asin” dengan berbagai makanan yang terbuat dari telur asin. Hasil akhir penelitian ini adalah penyajian informasi tentang Dolly yang akan dibangun WebGIS of Dolly Ecotourism.

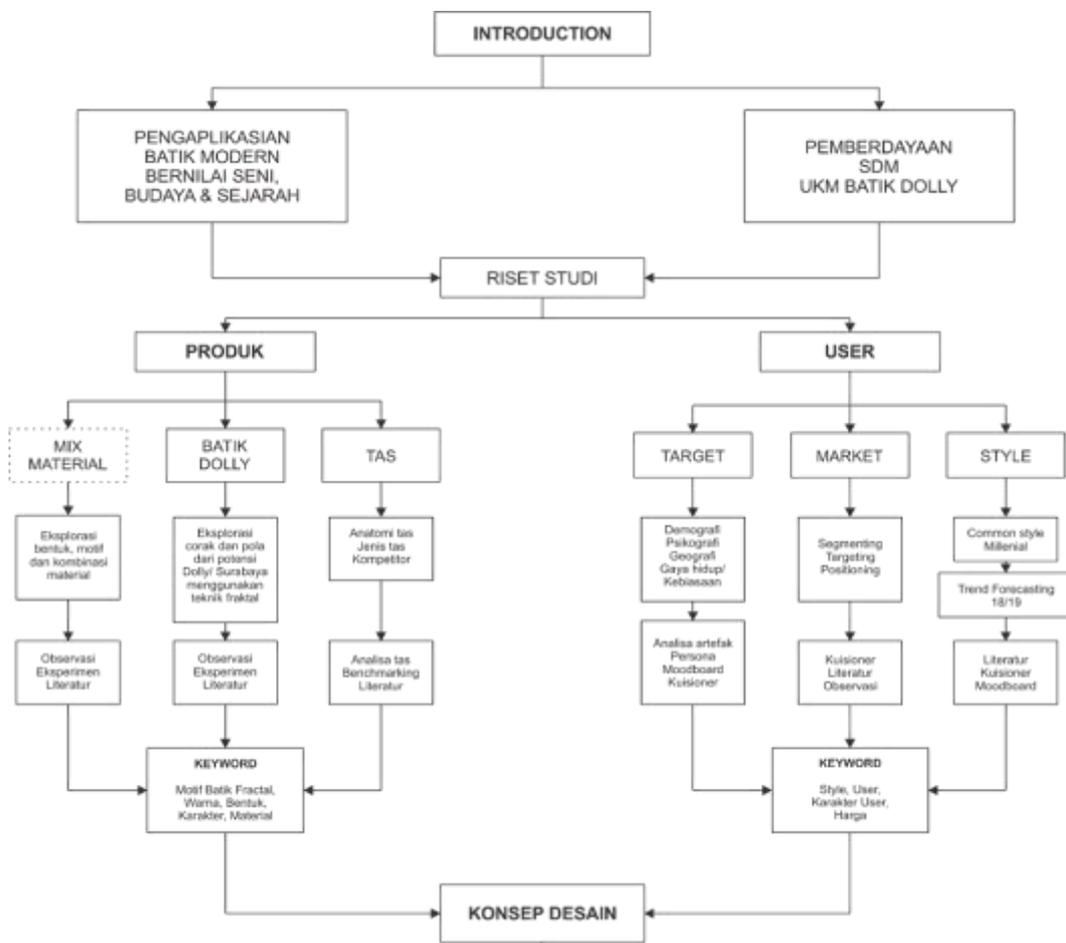
Eka A.F (2016) melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Buku Batik Tulis Jarak Arum Eks Lokalisasi Dolly dengan Teknik Watercolor guna Meningkatkan Brand Awareness” yang bertujuan sebagai media dalam upaya peningkatan citra Dolly menjadi salah satu kawasan Wisata dengan mengusung Batik Jarak Arum. Metode pengumpulan data menggunakan metode kualitatif yaitu dengan wawancara, observasi, studi literatur, studi eksisting dan creative brief untuk menentukan konsep. Hasil analisis dari data tersebut adalah charming (mempesona) yang bertujuan untuk mengkomunikasikan kepada target market yaitu kalangan dewasa dini yang kurang mengenal dan meminati batik.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

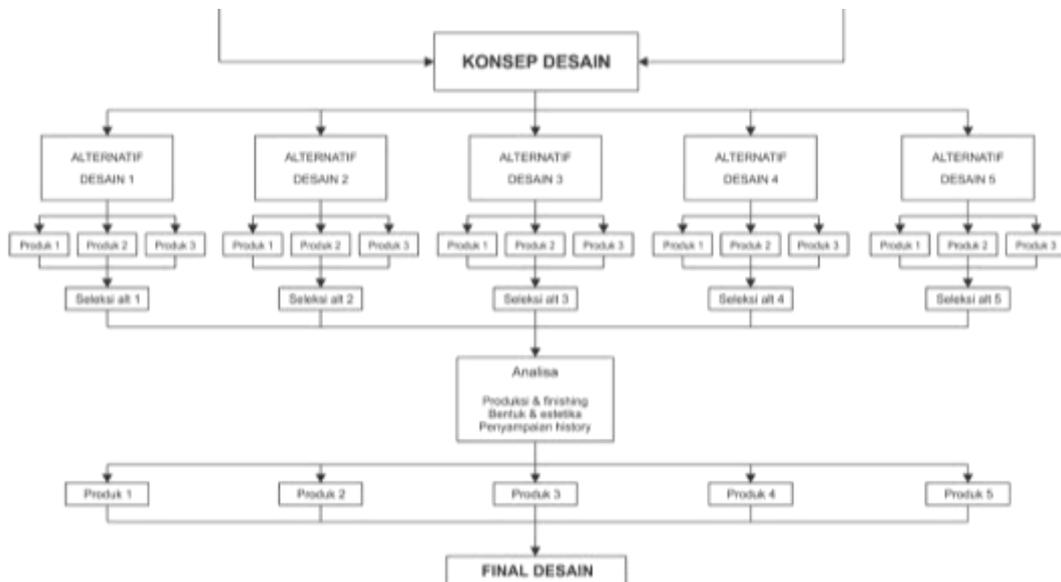
BAB 3 METODOLOGI

3.1 Skema Penelitian

Untuk mendukung aktivitas perancangan dibutuhkan metode-metode yang sesuai. Hal tersebut bertujuan untuk efektifitas dan efisiensi dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Berikut skema metodologi perancangan yang akan dijadikan landasan :



Gambar 3.1 Skema Penelitian 1
(Sumber : Penulis)



Gambar 3.2 Skema Penelitian 2
(Sumber : Penulis)

Mengidentifikasi permasalahan pengembangan batik Dolly dan menerapkannya pada sebuah produk menjadi awal dalam riset desain ini. UKM batik Dolly ini baru dirintis empat tahun yang lalu. UKM batik ini sudah membuat banyak batik untuk memenuhi pesanan konsumen dari berbagai kalangan dan keperluan di Surabaya. Meskipun telah menghasilkan batik sendiri namun motif batik Dolly ini masih sulit untuk diidentifikasi dan dibedakan dengan batik batik didaerah lain. Dari fenomena ini muncullah sebuah ide baru untuk mengembangkan produk Batik Dolly dengan teknik pengolahan motif menggunakan batik fraktal dan mengaplikasikannya untuk sebuah produk tas yang nantinya diharapkan batik Dolly dan produk turunannya dapat dijadikan oleh-oleh khas Surabaya yang memiliki nilai history.

Dalam studi riset yang dilakukan yang dilakukan penulis membagi fokus riset menjadi 2 kelompok, yaitu riset terhadap produk dan pengguna. Pada riset produk dibagi lagi menjadi menjadi 3 yaitu output yang berupa motif

batik, tas dan material. Untuk motif batik membahas tentang eksplorasi corak yang diperoleh dari potensi Dolly/ Surabaya menggunakan teknik fraktal. Dalam produk tas membahas tentang anatomi tas, jenis tas dan benchmarking produk tas eksisting. Sedangkan untuk riset material produk membahas tentang eksplorasi bentuk, motif dan kombinasi material. Dari ketiga kelompok tersebut diperoleh kata kunci yang digunakan sebagai landasan pengembangan motif, material dan bentuk produk. Sedangkan pada riset pengguna membahas tentang target konsumen dan *fashion style*. Dari riset pengguna ini juga diperoleh kata kunci yang akan digunakan untuk target pasar.

Setelah didapatkan beberapa kata kunci dari setiap proses maka didapatkan konsep desain yang akan dikembangkan menjadi beberapa alternatif desain. Dari beberapa alternatif desain kemudian akan dianalisis lebih lanjut untuk mendapatkan desain final.

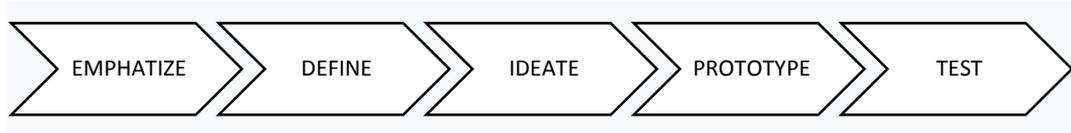
3.2 Metodologi *Design Thinking*

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode *Design Thinking*. *Design thinking* adalah sebuah metode berfikir yang diadopsi dari cara berfikir seorang desainer dalam proses kreatif untuk membuat sesuatu. Dalam *design thinking* terdapat proses pengkolaborasi yang sistematis dimana proses terencana tersebut berpusat pada manusia sebagai pengguna sehingga menghasilkan perubahan perilaku dan kondisi yang sesuai harapan.

Dengan adanya *design thinking* ini dapat memberikan solusi pemecahan masalah melalui proses berfikir yang sangat berbeda dengan cara konvensional seperti yang dipelajari pada sekolah bisnis pada abad ke-20. Hal tersebut sangat berbeda dimana kita mengandalkan otak kiri (logika) untuk menghitung pendapatan dan laba. Sedangkan pada *design thinking* kita diajarkan untuk mengambil keputusan dengan menyeimbangkan penggunaan otak kanan (kreativitas) dan otak kiri (logika).

Terdapat empat pilar dalam *Design Thinking*, yakni pilar keseimbangan, kerangka berfikir, penggunaan alat/toolkits dan pola pendekatan (Glinski, 2012). Adapun menurut Tshiteem dalam buku *Design Thinking the Guidebook* (2017 : 11)

yang membagi fase *design thinking* 5 fase yaitu *explore*, *emphatise*, *experiment*, *engage*, *evolve*. Masih dalam 5 fase namun Stanford membagi proses *design thinking* menjadi 5 fase seperti berikut.



Gambar 3.3 Design Thiking Process
(Stanford d.school)

Design Thinking yang dilansir oleh Institute of Design at Stanford design thinking dapat digunakan untuk pemecahan masalah dan men-create melalui lima fase yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*.

3.2.1 *Empathize*

Fase pertama adalah *empathize* dimana desain itu berorientasi nilai-nilai manusia dan kemanusiaan sehingga hasil produk atau jasa yang ditawarkan akan lebih relevan untuk manusia sebagai pengguna selain itu dengan memikirkan nilai kemanusiaan dimana pengembangan produk mempertimbangkan dampak terhadap kerusakan lingkungan, maka dalam memproduksinya dapat dilihat dapat sejalan atau bertentangan dengan kepentingan jangka panjang manusia. Tantangan dalam fase ini adalah bagaimana cara mengidentifikasi dan menciptakan solusi dengan melibatkan empati terhadap kebutuhan dan keinginan pengguna dari berbagai data yang dikumpulkan dalam fase ini baik melalui wawancara, survei dan kuisisioner.

A. Literatur

Metode ini digunakan sebagai pengumpulan data dengan mengumpulkan jurnal, buku, laporan penelitian, dokumentasi lain, artikel, internet, buku dan sumber lain untuk mendukung dan memberikan informasi dari sebuah topik tentang proyek desain yang berisi tentang data-data untuk menunjang riset desain yang dilakukan. Literatur-literatur yang dibutuhkan yaitu mengenai proses pembuatan batik, jenis-jenis batik, jenis jenis tas, *trend forecasting*, warna,

motif dan teknik-teknik yang menunjang dalam proses pembuatan dan pengolahan produk.

B. Observasi

Observasi adalah sebuah metode pengumpulan data dengan observasi variabel-variabel yang dibutuhkan dalam riset desain. Observasi dilakukan dengan cara mengamati, melakukan, memotret, dan menyimpulkan hasilnya. Metode observasi dilakukan untuk mengumpulkan data:

Tabel 3.1 Tabel Pengumpulan Data Metode Observasi

Metode Pengumpulan Data : Observasi	
Subjek	UKM Batik Tulis Jarak Arum (Batik Dolly)
Lokasi	Jalan Putat Jaya Punden 2/ 33 Surabaya
Waktu / Durasi	2 April 2018 / 3 jam
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kondisi SDM UKM batik Dolly Observasi ini bertujuan untuk melihat berapa banyak SDM yang tersedia serta mengetahui tingkat keahlian para pengrajin dalam pembuatan batik • Untuk mengetahui karakter batik Dolly Untuk mengetahui karakter batik Dolly dilakukan observasi dengan mengamati dan bertanya kepada pengrajin batik yang telah mengembangkan batik ini semenjak dirintis pada tahun 2014 .Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakter warna dan motif batik Dolly • Untuk mengetahui proses pembuatan batik Dolly

	<p>Untuk mengetahui proses pembuatan batik Dolly dilakukan pengamatan serta dokumentasi. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui proses apa saja yang telah diterapkan oleh pengrajin batik Dolly untuk mendapatkan metode yang tepat dalam proses pembuatan batik yang akan diproduksi</p>
--	--



Gambar 3.4 Observasi ke Lokasi UKM Batik
(Sumber : dokumen pribadi)



Gambar 3.5 Motif-motif Batik Dolly Hasil Observasi
(Sumber : Dokumen Pribadi)

C. Kuisisioner

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data dengan penyebaran kuisisioner yang telah dibuat. Kuisisioner adalah salah satu metode yang paling sering digunakan para *data researcher* untuk mengetahui pendapat *user* dan masyarakat secara umum. Kuisisioner tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi minat masyarakat terhadap produk mode yang berkembang saat ini, mengetahui preferensi gaya berbusana, kebiasaan belanja serta produk mode yang paling digemari.

Tabel 3.2 Tabel Pengumpulan Data Metode Kuisisioner

Metode Pengumpulan Data : Kuisisioner	
Subjek	Pemerhati <i>fashion</i> Usia : 17-25 tahun Jenis Kelamin : Perempuan
Lokasi	Online, kampus desain, kampus <i>fashion</i> , komunitas <i>fashion</i>

Tujuan	<p>Pertanyaan yang diajukan diantaranya untuk mengetahui :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui minat generasi milenial terhadap produk mode yang berkembang saat ini • Mengetahui preferensi gaya berbusana • Mengetahui kebiasaan berbelanja • Produk mode yang paling digemari • Mengetahui demografis calon <i>user</i> • Mengidentifikasi <i>style</i> yang sedang digemari oleh calon <i>user</i> • Mengetahui seberapa penting produk dalam penggunaan sehari-hari
--------	---

D. Persona

Persona adalah sebuah metode penelitian dengan cara mendeskripsikan pengguna menggunakan foto/gambar (bukan orang dalam kerangka data yang teadaan nyata sebenarnya) yang mendeskripsikan gaya hidup, perilaku, aktivitas, kondisi fisik, kondisi lingkungan dan lain-lain berdasarkan data yang telah dikumpulkan sehingga membawa ke arah fokus desain.

Tabel 3.3 Tabel Pengumpulan Data Metode Persona

Metode Pengumpulan Data : Persona	
Subjek	3 calon <i>user</i>
Lokasi	kampus
Waktu / Durasi	3 hari
Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi demografi calon <i>user</i> • Mengidentifikasi gaya hidup calon <i>user</i> • Mengetahui kegemaran / hobi calon <i>user</i> • Mengetahui selera dan tamplan calon <i>user</i> • Mengetahui <i>style fashion</i> calon <i>user</i>

E. Analisis Artefak

Metode penelitian dengan mengidentifikasi pengguna dalam menilai suatu produk *fashion* berdasarkan 3 unsur yaitu *behavioral*, *visceral* dan *reflektif*.

Tabel 3.4 Tabel Pengumpulan Data Metode Analisis Artefak

Metode Pengumpulan Data : Analisis Artefak	
Subjek	3 calon <i>user</i>
Lokasi	<i>Interview</i> langsung di kampus & tidak langsung (media komunikasi)
Waktu / Durasi	2 jam <i>Interview</i> langsung/ tidak langsung (media komunikasi)
Tujuan	Pertanyaan yang diajukan diantaranya untuk mengidentifikasi : <ul style="list-style-type: none">• Mengidentifikasi keputusan pengguna dalam membeli suatu produk• Mengidentifikasi kebiasaan pengguna dalam menggunakan suatu produk• Mengetahui kesan pengguna terhadap suatu produk• Mengetahui selera pengguna dari segi tampilan suatu produk• Mengetahui apakah pengguna tertarik dengan produk dengan material kain batik atau aksesoris batik dalam sebuah produk



Gambar 3.6 Interview pada calon user
(Sumber : dokumen pribadi)

3.2.2 *Define*

Fase kedua adalah *define* dimana pada fase ini kita harus mampu mendefinisikan kebutuhan dan insight yang telah kita dapat dari narasumber (target *user*) sehingga kita dapat memutuskan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna. Tantangan pada fase ini adalah dimana kita bisa memilah hasil konkret yang lebih berharga daripada cerita dari narasumber. Kita dituntut untuk lebih mengetahui apa yang dibutuhkan bukan hanya sekedar apa yang diinginkan dari hasil *interview* pada para narasumber.

3.2.3 *Ideate*

Fase ketiga adalah *ideate* dimana kita telah mengetahui permasalahan dan kebutuhan yang perlu diselesaikan sehingga pada fase ini kita harus mulai melibatkan kreativitas dalam pemberian solusi. Tantangan dalam fase ini dimana kita harus mulai memutar otak untuk mencari sebanyak mungkin ide-ide kreatif dan berani bereksperimen sebagai pemecah masalah yang ada. Setelah didapat banyak ide maka harus dilakukan penyeleksian atau pemilihan dari solusi terbaik yang ditawarkan sehingga dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu *prototyping*.

A. Mood Board

Metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menyusun beberapa gambar produk mode dengan berbagai macam gaya dan bentuk yang kemudian dikelompokkan berdasarkan kesamaan karakter, kriteria, dan *mood*. *Moodboard* dilakukan untuk memperoleh data mengenai gaya dalam produk mode, mendapatkan kata kunci dalam setiap gaya dan karakter produk mode seperti tekstur, warna, garis, siluet, motif dan sebagainya dari berbagai macam *style* tersebut.

B. Eksperimen

Eksperimen adalah metode yang dilakukan untuk mengeksplorasi material kombinasi antara kain batik Dolly dan material lain sehingga dapat memahami karakteristik material agar mendapat tamplan visual serta tekstur yang paling optimal.

Tabel 3.5 Tabel Pengumpulan Data Metode Eksperimen

Metode Pengumpulan Data : Eksperimen	
Subjek	Batik Dolly Kombinasi Material Alam
Tujuan	<ul style="list-style-type: none">• Mengidentifikasi karakteristik batik Dolly• Mengidentifikasi karakteristik material alam yang akan dikombinasikan dengan batik Dolly• Mengetahui sejauh mana material bisa dikreasikan/ diaplikasikan pada material lain• Mengeksplorasi motif dan warna dari batik Dolly Mengkreasikan batik Dolly melalui teknik fraktal dan mencoba beberapa teknik pewarnaan atau bahan pewarnaan lain• Mengetahui material lain yang dapat dikombinasikan dengan kain batik

	Eksperimen joining menggunakan beberapa teknik baik jahit, tempel atau tambahan yang lain agar dapat mengetahui bentuk tas dan material tambahan yang akan digunakan
--	--

3.2.4 Prototype

Fase keempat yaitu *prototype* dimana kita mencoba merealisasikan solusi yang kita tawarkan dengan membuat tiruannya dalam skala kecil dan sederhana namun dapat menyampaikan dan menjelaskan fungsi, kegunaan dan cara kerjanya.

3.2.5 Test

Fase terakhir yaitu *test* dimana pada fase ini kita harus melakukan pengujian terhadap *prototype* yang telah dibuat hal ini difungsikan untuk menghindari potensi terjadinya kegagalan, masalah dan resiko pada sebuah produk.

BAB 4

STUDI DAN ANALISIS

4.1 Studi dan Analisis Batik Dolly

Dalam penerapan kain batik Dolly ini pada sebuah produk selain dijadikan pakaian juga telah digunakan untuk produk *fashion* lainnya namun dalam pengembangannya UKM hanya sebagai penyedia kain batik sesuai pesanan. Batik batik yang telah diproduksi saat ini masih belum memiliki ciri khas yang unik namun belakangan telah mengalami inovasi dengan sedikit demi sedikit membuat dan mencari icon icon unik untuk diterapkan sebagai motif batik. Workshop UKM batik ini dikembangkan dan dibina oleh pemerintah sehingga dalam proses pengerjaannyapun bukan hanya ditujukan sebagai rumah industri tapi juga rumah edukasi bagi sekolah ataupun komunitas Surabaya dalam menuangkan ide mereka. Motif ide yan dihasilkan dan diproduksi seperti motif “mangrove” dan “kebun binatang surabaya”. Begitupun dengan devisi desain motif batik pada UKM ini juga mengembangkan konsep kebebasan dalam pengolahan motif batik Dolly ini. Motif-motif yang di buat adalah batik yang bercerita tentang Surabaya.



Gambar 4.1 Sketsa Motif Desain Batik
(Sumber : Dokumen Penulis)



Gambar 4.2 Desain Motif Batik Bercerita
(Sumber : Dokumen Penulis)



Gambar 4.3 Desain Motif Batik yang Diproduksi
(Sumber : Dokumen Penulis)

Selain dari batik-batik yang telah diproduksi diatas dengan menampilkan *icon-icon* kota Surabaya seperti Jembatan Suramadu, Monumen Kapal Selam, Tugu Pahlawan dan *icon* lainnya Batik Dolly ini juga dikenal memiliki dua icon utama yaitu motif Jarak dan Kupu-kupu. Menurut (Sukojo, 2017) salah satu desain batik yang “Dolly banget” adalah batik dengan tema “Kupu-kupu Malam” dari desain tersebut dapat menggambarkan Dolly dimasalalu. UKM batik ini juga sering mengikuti berbagai pameran yang diadakan Pemerintah Kota Surabaya.



Gambar 4.4 Batik Jarak Arum dengan Motif Kupu dan Jarak
(Sumber : Dokumen Penulis)



Gambar 4.5 Pak Penky Narasumber tentang Batik di Rumah Batik Putat Jaya
(Sumber : Dokumen Penulis)

Berdasarkan hasil *observasi* ke Rumah Batik Putat Jaya dan wawancara terhadap bapak Mulyadi Gunawan atau yang sering disapa Pak Pengky salah satu pengelola rumah batik ini adapun ciri-ciri batik yang telah diproduksi adalah :

- a. Motif batik yang telah diproduksi saat ini masih mengeksplorasi dari motif-motif yang telah ada sedang motif khas yang dihasilkan adalah kupu dan tanaman jarak.
- b. Saat ini mulai dikembangkan motif batik bercerita dimana setiap motif memiliki makna cerita terutama tentang Surabaya
- c. Proses pembuatan batik yang sudah pernah dilakukan adalah batik tulis dan batik cap.
- d. Pewarnaan pada batik banyak yang menggunakan proses pewarnaan colet dimana warna diaplikasikan pada motif menggunakan kuas sehingga dalam proses pewarnaannya dapat menggunakan banyak warna tanpa proses Medel (pencelupan warna) yang harus dilakukan berulang dalam proses pewarnaan tradisional.
- e. Pewarna yang digunakan adalah pewarna kimia sehingga warna-warna yang dihasilkan lebih bermacam.

4.2 Eksperimen Eksplorasi Motif

4.2.1 Proses Pencarian Motif / Corak

a. *History*/ Latar Belakang Motif Ikonik

Untuk proses mendapatkan corak utama sebagai identitas batik yang bercerita maka penulis menggunakan objek ikonik yang memiliki nilai *historis* atau memiliki latar belakang tertentu sehingga dapat dituangkan pada konsep desain batik. Untuk mendapatkan icon tersebut penulis menggunakan potensi daerah sebagai ide dalam pembuatan motif batik yang akan dikembangkan.

Dari beberapa ikon yang dapat dikembangkan sebagai motif yang akan diterapkan pada batik yaitu :

- **Jembatan Sura-Madu**

Jembatan Surabaya Madura merupakan salah satu bangunan Ikonik Surabaya. Merupakan jembatan terpanjang se Asia Tenggara dan pertama di Indonesia yang menghubungkan 2 pulau. Jembatan ini dijadikan simbol bukan hanya bersatunya dua pulau namun juga dua kebudayaan yaitu suku Jawa dan Madura. (*lampiran 11 gambar karakteristik dan ciri-ciri bangunan Suramadu dapat dilihat halaman 85*).

Adapun ciri-cirinya adalah :

- Bangunan dengan dua menara kembar
- Memiliki banyak konstruksi cable stayed sebagai penopang utama
- Dibagian tengah jembatan (jembatan layang) berbentuk lengkung untuk memungkinkan kapal melewatinya

- **Tugu Pahlawan**

Salah satu bangunan Ikonik Surabaya yang memiliki nilai *history* tinggi dimana nama Surabaya dikenal sebagai Kota Pahlawan. Tugu pahlawan ini merupakan monumen yang memiliki nilai sejarah yang tinggi bahkan disebelah tugu ini juga terdapat museum 10 November yang menceritakan kisah perjuangan arek-arek Suroboyo dalam melawan penjajah. (*lampiran 12 gambar karakteristik dan ciri-ciri Tugu Pahlawan dapat dilihat halaman 86*).

Adapun ciri-cirinya adalah :

- Tugu panjang yang semakin meruncing ke bagian atas dengan sudut berbintang di bagian sisinya
- Bagian ujung tugu meruncing seperti pensil dengan aksen berwarna emas
- Karakter warna yang ditampilkan adalah putih, hijau dan emas

- Berada disebelah bangunan museum berbentuk limas segi empat

- **Monumen Bambu Runcing**

Merupakan salah satu bangunan iconik Surabaya yang melambangkan kegigihan, semangat dan perjuangan arek-arek Suroboyo dalam memerangi penjajah. (*lampiran 13 gambar karakteristik dan ciri-ciri Monumen Bambu Runcing dapat dilihat halaman 86*).

Adapun ciri-cirinya adalah :

- Terdiri dari lima tugu panjang berbentuk tabung beruas menyerupai bambu yang saling bersinggungan
- Ujung tugu meruncing tajam menghadap ke bagian atas
- Karakter warna yang ditampilkan adalah putih kekuningan dengan aksen warna hijau
- Pada bagian alas tugu terdapat bagian menyerupai 5 kelopak bunga yang mengelilingi tugu dengan warna hijau

Hasil dari ikon yang dapat dikembangkan dari Surabaya merupakan bangunan yang dapat diterapkan pada motif geometris sedangkan untuk motif non geometris dihasilkan dua motif yang berkaitan dengan Dolly yaitu :

- **Kupu-kupu**

Adalah motif pertama yang telah banyak diproduksi UKM batik ini, karena telah tersebar ke beberapa konsumen dan telah ikut andil dalam beberapa event yang mengusung kebangkitan Dolly sehingga batik kupu ini telah menjadi icon yang di lambangkan sebagai perubahan menjadi lebih baik. (*lampiran 14 gambar karakteristik dan ciri-ciri Kupu dapat dilihat halaman 86*).

Adapun ciri-cirinya adalah :

- Serangga yang memiliki bagian utama bentuk khas tubuh, kepala dan sayap
- Setiap sayapnya terdiri dari 2 bagian (bagian atas yang memiliki ujung agak lancip dan bagian bawah yang memiliki bentuk round)

- Memiliki banyak karakter warna
- Bagian tubuh utama memiliki 3 bagian (kepala, tempat sayap fan bagian ujung)

- **Tanaman Jarak**

Jarak merupakan nama tempat dimana batik ini diproduksi sehingga diharapkan mampu menyampaikan pesan darimana produk batik ini dihasilkan kepada konsumen. (*lampiran 15 gambar karakteristik dan ciri-ciri Tanaman Jarak dapat dilihat dilampiran*).

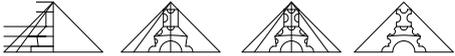
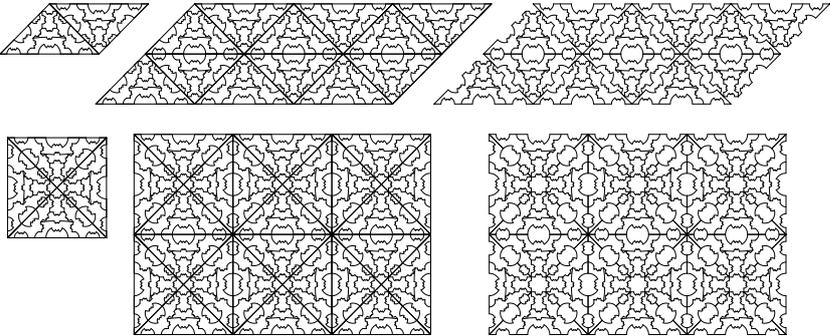
Adapun ciri-cirinya adalah :

- Tanaman lengkap yang memiliki batang, daun, bunga dan buah
- Memiliki banyak daun dengan bentuk menjari
- Berbunga dan berbuah di bagian ujung batang
- Bentuk buah yang bulat lonjong dengan warna hijau
- Bunga kecil yang bergerombol dengan warna kuning

b. Pengolahan Ikon Potensi Daerah untuk Dijadikan Motif Batik

Dalam pengolahan potensi daerah ini penulis menggunakan beberapa teknik pengolahan motif seperti fraktal dan stilasi kemudian dilakukan kombinasi dengan berbagai unsur motif tambahan dan warna sehingga dapat diperoleh motif baru.

Tabel 4.1 Eksperimen Pembuatan Motif Batik

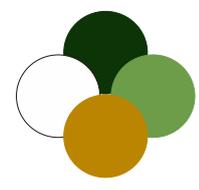
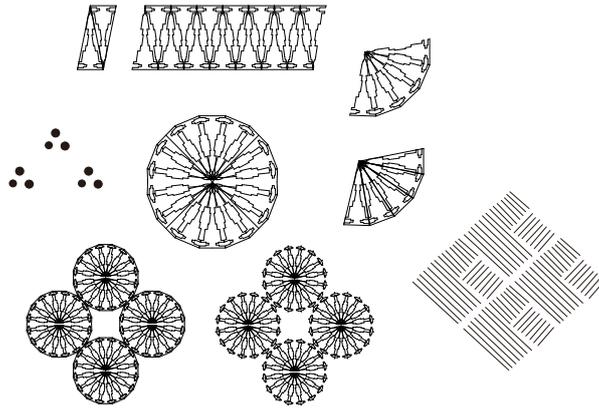
No	Ikon Motif
1	<p style="text-align: center;">Motif SuraMadu</p> <p>UNSUR BATIK</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>□ Motif</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>□ Warna</p>  </div> </div> <p style="text-align: center;">Motif Fraktal SuraMadu</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="margin-right: 20px;">  <p>Jembatan SURAMADU</p> </div> <div>   </div> </div> 

Motif Tugu Pahlawan

UNSUR BATIK

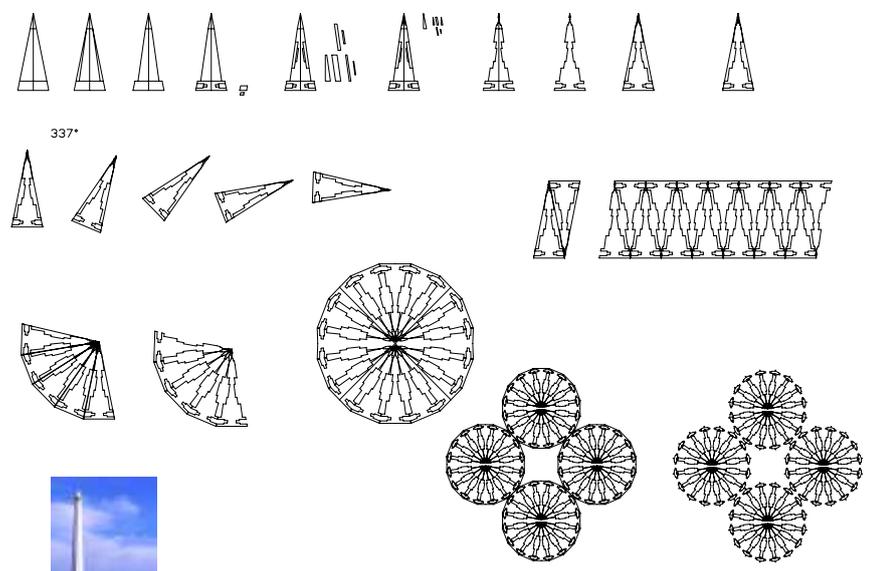
☐ Motif

☐ Warna

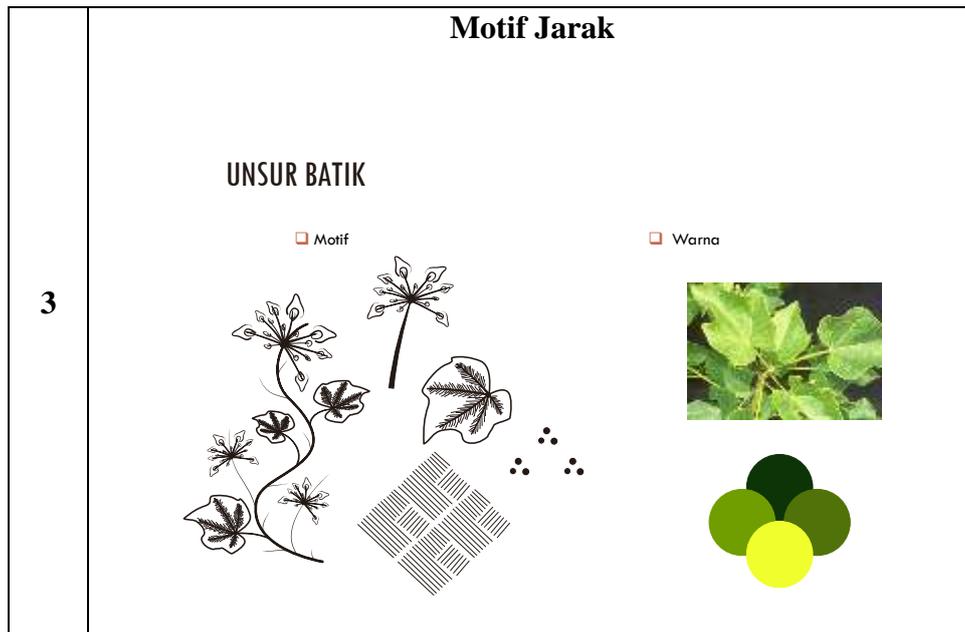


2

Motif Fraktal Tugu Pahlawan



TUGU
PAHLAWAN



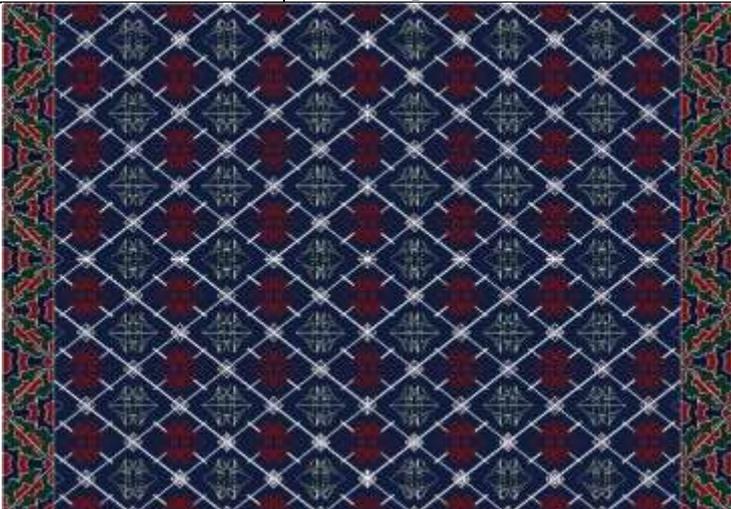
4.2.2 Analisis Hasil Eksperimen

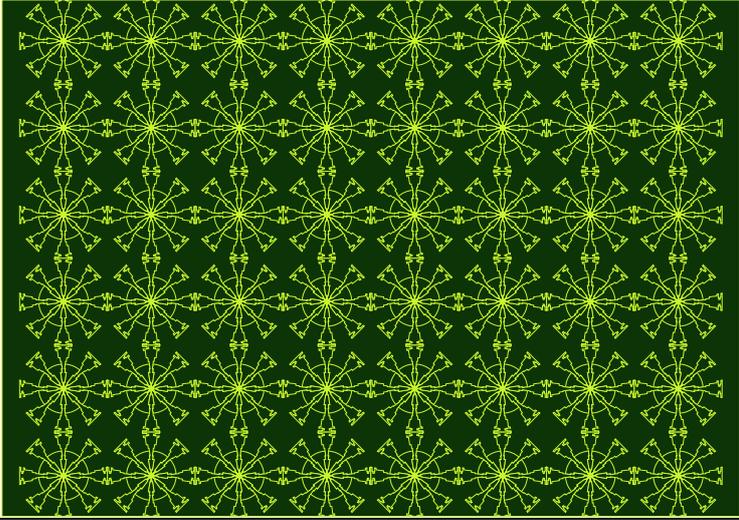
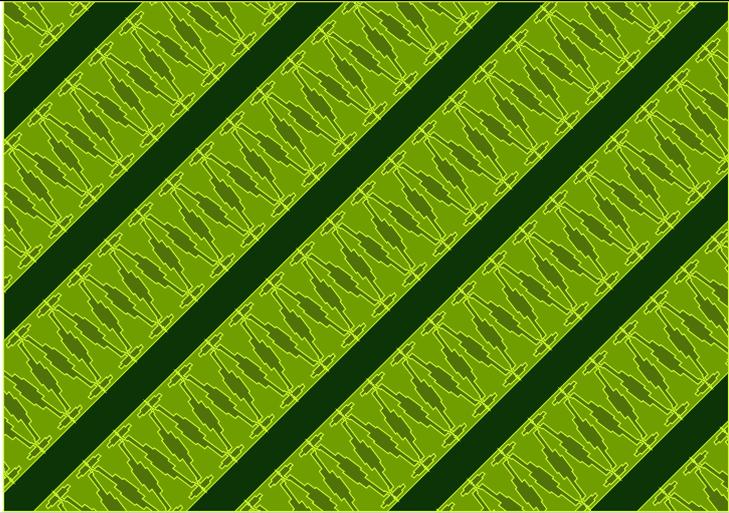
Dari eksplorasi motif yang telah dilakukan diperoleh beberapa hasil yang dapat dijadikan acuan untuk membuat motif batik yang akan dirancang. Setiap motif terdapat kelebihan dan kekurangan masing-masing, namun secara garis besar dapat disimpulkan seperti berikut :

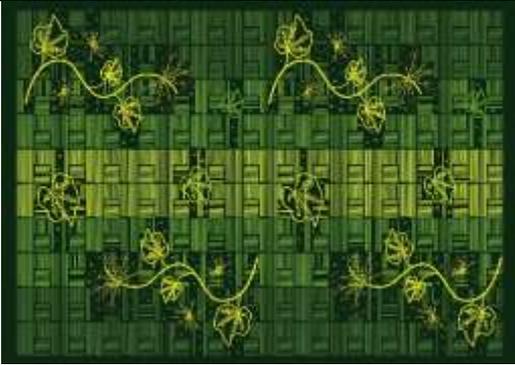
- a. Pada eksplorasi motif bangunan terbentuk bentuk bentuk geometris sedangkan pada motif hewan dan tanaman memiliki bentuk non geometris.
- b. Pada eksplorasi motif dapat diketahui bahwa proses yang cocok untuk menerapkan pada motif yang telah dibuat akan lebih mudah menggunakan teknik cap ataupun sablon untuk mempercepat proses produksi.
- c. Pada eksplorasi warna pada batik dapat disimpulkan bahwa warna yang dapat dihasilkan tidak boleh lebih dari 5 warna untuk mempermudah proses produksi.

Dari uraian kesimpulan diatas diperoleh gambaran secara garis besar bahwa karakteristik dan keterbatasan baik dalam teknik produksi, pewarnaan batik dan ukuran pengulangan pola untuk batik cap yang telah dilakukan yaitu :

Tabel 4.2 Eksperimen Motif Batik

No	Motif Batik	
1		
	Karakter	
	Motif	SuraMadu 1
	Bentuk	Geometris
	Warna	Merah, Biru, Hijau
Teknik Pembuatan	Batik Cap	
2		
	Karakter	
	Motif	SuraMadu 2
	Bentuk	Geometris
	Warna	Merah, Biru, Hijau
Teknik Pembuatan	Batik Cap	

3		
	Karakter	
	Motif	Tugu Pahlawan 1
	Bentuk	Geometris
	Warna	Hijau, Kuning, Putih (warna tugu pahlawan)
Teknik Pembuatan	Batik Cap	
4		
	Karakter	
	Motif	Tugu Pahlawan 2
	Bentuk	Geometris
	Warna	Hijau, Kuning, Putih (warna tugu pahlawan)
Teknik Pembuatan	Batik Cap	

5		
	Karakter	
	Motif	Jarak 1
	Bentuk	Non Geometris
	Warna	Monocheme Merah
	Teknik Pembuatan	Batik Sablon
6		
	Karakter	
	Motif	Jarak 2
	Bentuk	Non Geometris
	Warna	Monocheme Biru
	Teknik Pembuatan	Batik Sablon
7		
	Karakter	
	Motif	Jarak 3
	Bentuk	Non Geometris
	Warna	Monocheme Hijau dan Kuning
	Teknik Pembuatan	Batik Sablon

4.3 Hasil Analisis Desain Batik

Berikut adalah 11 sample desain batik yang akan dilakukan penilaian terhadap calon konsumen melalui survei dengan pengolahan data menggunakan metode *kansei engineering*.



Gambar 4.6 Sample Desain Batik untuk Survei
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Metode *kansei engineering* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan kriteria batik sesuai dengan kebutuhan pasar dengan melihat aspek *feeling* terhadap masyarakat melalui pemberian nilai pada skala tertentu sesuai kriteria yang dicantumkan (*kansei words*).

Proses Pengambilan Data :

- a. Kuisisioner Semantik Differensial disebar ke 55 responden
- b. Responden merupakan generasi milenial (rentan usia 18-30 tahun)
- c. Kuisisioner terdiri dari 3 form yaitu :
 - (1) Form A terdiri dari data diri responden
 - (2) Form B terdiri dari arti kata beberapa *kansei word*
 - (3) Form C terdiri dari sebelas lembar yang digunakan untuk melakukan penilaian terhadap *kansei word* dengan memberikan skala 1-5

Rekap Data

- a. Responden wanita 28 orang, Pria 27 orang
- b. Usia 18-20=13orang, 21-25=37orang, 26-30=5orang

c. Jumlah produk batik yang dimiliki 1-3=24orang, 4-7=25orang, 7-9=6orang

d. Produk batik yang diminati :

(1) Atasan = 34 orang

(2) Bawahan = 9 orang

(3) Tas = 3 orang

(4) Sepatu = 7 orang

(5) Lain-lain = 2 orang

Pengolahan Data

Hasil pengambilan data pada 11 desain, data dirata-rata untuk setiap *kansei word* pada semua responden

Tabel 4.3 Tabel Analisis Data *Kansei Word*

Kansei Word	Desain Batik										
	D 1	D 2	D 3	D 4	D 5	D 6	D 7	D 8	D 9	D 10	D 11
kw1	3,018	3,236	3,091	2,782	2,945	3,327	3,218	3,273	3,327	2,909	3,018
kw2	2,982	3,055	3,218	2,673	2,964	3,273	3,273	3,164	3,273	2,691	2,836
kw3	2,891	3,000	3,164	2,855	2,818	3,382	3,218	3,127	3,291	2,782	2,982
kw4	3,000	3,200	3,109	2,945	2,818	3,164	3,255	3,036	3,127	2,909	2,945
kw5	2,873	3,109	2,909	2,818	2,964	3,218	3,255	3,200	3,164	2,655	2,945
kw6	2,909	2,836	2,873	2,964	2,945	3,073	3,309	3,091	3,127	2,782	2,800
kw7	2,782	3,091	3,055	2,818	2,800	3,018	3,241	3,109	3,182	2,745	2,600
kw8	2,945	3,164	3,036	2,836	2,927	3,091	3,273	3,091	3,036	2,909	2,727
kw9	3,018	3,091	2,945	3,109	2,964	2,836	3,036	3,127	3,000	3,164	3,091
kw10	2,764	2,655	2,818	2,673	2,836	3,055	3,018	2,764	2,745	2,764	2,782
kw11	3,109	3,127	2,927	2,764	3,182	2,909	3,000	2,927	3,091	3,036	2,927
kw12	2,964	2,927	2,836	2,982	2,964	2,636	3,000	2,745	2,945	2,855	2,745
kw13	2,836	2,964	2,800	2,891	2,745	2,709	3,000	3,073	2,927	2,800	2,782
kw14	3,200	2,891	2,782	3,109	3,018	3,273	3,345	3,018	3,036	3,091	2,673
kw15	2,745	3,255	3,273	2,818	2,909	2,909	2,800	2,818	2,873	2,964	2,764
kw16	2,745	2,927	2,800	2,818	2,855	2,782	3,164	3,218	3,091	3,036	3,109
kw17	3,109	3,073	2,891	2,745	2,873	3,145	3,073	3,091	3,073	3,109	3,145
kw18	2,909	3,145	2,909	2,873	3,036	2,909	3,218	3,127	2,909	2,945	2,945
kw19	2,800	3,255	3,109	3,109	3,055	3,273	3,291	3,236	3,145	3,255	2,873
kw20	3,000	3,091	2,982	2,891	2,927	3,345	3,255	3,200	3,127	2,764	2,836
kw21	3,182	3,109	3,145	2,855	2,818	3,273	3,200	3,200	3,109	2,855	2,527
kw22	3,182	2,836	2,945	2,727	2,836	3,145	3,073	3,273	3,255	3,164	3,182

Penetapan Item dan Kategori Elemen Desain

- Dimana hasil dari uji validitas terdapat 18KW yang valid

- Sehingga dari validnya 18KW akan ditetapkan juga 18 Item dan Kategori Elemen Desain
 - a. Karakteristik Motif (geometris & non geometris)
 - b. Ornamen Utama (*Flora, Fauna & Abstrak*)
 - c. Ornamen Pendukung (*Flora, Fauna & Konkrit*)
 - d. Warna Utama (Terang, Gelap & Kontras)
 - e. Warna Pendukung (Terang, Gelap & Kontras)
 - f. Jumlah Isen (1 isen & 3 isen)
 - g. Lis (ada lis & tidak ada lis)

Analisis PLS (*Partial Least Square*)

- Uji PLS memiliki tujuan untuk melihat keterkaitan nilai rata-rata *Kansei Word* dengan nilai rata-rata pembobotan item & kategori Elemen Desain
- Dan Berikut hasil dari Uji PLS, Dimana yang menjadi ketetapan dalam uji PLS adalah nilai *means* Terbesar pada tiap-tiap Kategori.

Tabel 4.4 Tabel Hasil Analisis Data *Kansei Word*

	Faktor A	Faktor B	Faktor C	Faktor D	Means	Pilihan
X1	0,501	0,061	1,971	1,971	1,126	Geometris
X2	1,677	0,205	-0,044	-0,044	0,449	
X3	0,484	0,059	0,978	0,978	0,625	<i>Flora</i>
X4	-1,497	-0,183	-1,195	-1,195	-1,017	
X5	-1,229	-0,150	-1,274	-1,274	-0,982	
X6	0,760	0,093	-1,976	-1,976	-0,775	<i>Flora</i>
X7	-2,503	-0,306	-3,812	-3,812	-2,608	
X8	-0,850	-0,104	-2,231	-2,231	-1,354	
X9	2,187	0,268	0,526	0,526	0,877	Terang
X10	-0,949	-0,116	-1,767	-1,767	-1,150	
X11	-1,610	-0,197	-1,720	-1,720	-1,312	
X12	-0,676	-0,083	2,528	2,528	1,074	
X13	1,309	0,160	4,653	4,653	2,694	Gelap
X14	-1,320	-0,162	-0,539	-0,539	-0,640	
X15	3,492	0,427	0,575	0,575	1,267	Satu
X16	-2,489	-0,305	-1,365	-1,365	-1,381	
X17	-1,634	-0,200	-2,606	-2,606	-1,762	
X18	4,347	0,532	7,298	7,298	4,869	Tidak Ada

Kesimpulan

Dari hasil analisis PLS, didapatkan rancangan desain batik Dolly yang baru yakni :

—	<i>Karakteristik Motif</i>	<i>: Geometris</i>
—	<i>Ornamen Utama</i>	<i>: Flora</i>
—	<i>Ornamen Pendukung</i>	<i>: Flora</i>
—	<i>Warna Utama</i>	<i>: Terang</i>
—	<i>Warna Pendukung</i>	<i>: Gelap</i>
—	<i>Jumlah Isen</i>	<i>: 1 Isen</i>
—	<i>Lis</i>	<i>: Tidak Ada lis</i>

Dari hasil kesimpulan di atas, maka desain batik yang memenuhi kriteria adalah :



Gambar 4.7 Gambar Desain Batik yang Memenuhi Kriteria *Kansei Word*

4.4 Eksperimen Produk

4.4.1 Studi dan Analisis Tas

Setiap tas memiliki beberapa pembeda yang menjadikannya memiliki fungsi yang berbeda pula. Tas juga memiliki beberapa *part* yang memiliki fungsi khusus dan juga berbagai aksesoris yang menyertainya. Berikut uraian tentang beberapa jenis tas yang dianalisis.

a. *Clutch Bag*

Tabel 4.5 Analisis *Clutch*

No	Gambar	Keterangan
1		Tas <i>clutch</i> tampak depan, tas ini cenderung berbentuk persegi panjang
2		Tas ini biasanya memiliki satu kantung utama dan terdapat sebuah resleting dibagian sisi atas yang berfungsi sebagai penutup agar barang yang diletakkan didalamnya dapat terlindungi
3		Di bagian dalam tas ini terdapat lapisan kain furing selain untuk melindungi isi tas juga sebagai lapisan untuk memperkuat agar lebih tahan lama.

4		<p>Tas ini memiliki ukuran kecil Dan biasanya digunakan untuk mengisi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Handphone</i> • <i>Make up basic</i> • Kartu Identitas • Uang • Kunci
---	---	--

b. Sling Bag

Tabel 4.6 Analisis Sling Bag

No	Gambar	Keterangan
1.		<p>1.Terdapat pegangan tas saat ingin dibawa menggunakan tangan 2.Resleting sebagai penutup tas</p>
2.		<p>3.Ring disisi kanan dan kiri untuk tali tas</p>

3.		4. Pada bagian dalam tas memiliki 2 bagian yaitu bagian depan dan bagian belakang ditengah bagian tersebut terdapat sekat berupa kantung kecil berresleting biasanya dipakai untuk menyimpan uang
4.		Terdapat gesper untuk mengatur panjang pendek tali tas
5.		Tas ini tergolong ukuran kecil Dan biasanya digunakan untuk mengisi : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Handphone</i> • <i>Make up basic</i> • Dompet panjang • Kunci

c. Hand Bag

Tabel 4.7 Analisis Hand Bag

No	Gambar	Keterangan
1.		<p>1)Terdapat pegangan tas saat ingin dibawa menggunakan tangan</p> <p>2)Resleting sebagai penutup tas</p>

2.		3) Ring D dan pengait disisi kanan dan kiri untuk tali tas
3.		4) Terdapat tali tas dan gesper untuk mengatur panjang pendek tali tas
4.		5) Pada bagian belakang tas terdapat resleting untuk kantung tambahan
5.		6) Pada bagian dalam tas dilapisi kain furing untuk menjaga barang didalamnya lebih aman dan rapi 7) Terdapat kantung kecil dengan resleting dibagian dalam tas yang biasa digunakan untuk menyimpan uang receh ataupun uang kertas dan nota

6.		<p>Tas ini berukuran sedang Dan biasanya digunakan untuk mengisi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Handphone</i> • <i>Pouch</i> berisi <i>Make up basic</i> • Dompet panjang • Kunci • Kaca mata
----	---	---

Kesimpulan :

Setiap tas memiliki bagian yang berbeda sesuai dengan fungsi tas tersebut. Perbedaan jenis tas juga mempengaruhi aksesoris dan bagian komponen didalamnya. Untuk *clutch* biasa digunakan untuk membawa uang, kartu, kunci kendaraan dan handphone saja sedangkan *sling bag* memiliki ukuran volume lebih besar dan dapat pula menampung dompet, peralatan makeup basic. Beda dengan *Hand bag* yang ukuran volumenya jauh lebih besar sehingga dapat menampung dompet yang berukuran lebih besar dan benda lain seperti *pouch* peralatan *makeup*.

4.5 Studi Volume

Tabel 4.8 Tabel Studi Volume

No	Gambar	Keterangan
1		<p>Smartphone merupakan barang yang paling penting dijadikan sebagai alat komunikasi dan bermedia sosial. Pada umumnya memiliki ukuran : 4 – 6 inchi atau 10,16 – 15,24 cm diukur berdasar diagonal layar</p>

2		<p><i>Basic makeup</i> biasanya berupa bedak, lipstik, parfum <i>mini</i>. Pada umumnya memiliki dimensi: p x l x t 6 x 6 x 3 (bedak) 9 x 2 x 1,5 (lipstik) 11 x 2 x 2 (parfum)</p>
3		<p>Dompet berfungsi untuk menaruh tempat uang. Pada umumnya memiliki dimensi: 12 x 10 x 3,5 cm</p>
4		<p>Kartu Identitas, ATM dan kartu lain 9 x 5,5 cm</p>
5		<p>Kunci kendaraan 9 x 4 cm (bisa digantung)</p>

Kesimpulan :

Setiap tas memiliki bagian yang berbeda sesuai dengan fungsi tas tersebut. Perbedaan jenistaspun juga mempengaruhi bagian dan komponen didalamnya. Studi volume ini ditujukan untuk mengetahui berapa dimensi tas yang dibutuhkan oleh pengguna.

4.6 Analisis Pasar

Dalam analisis pasar ini penulis menggunakan metode STP atau *Segmenting, Targeting* dan *Positioning*.

4.6.1 Segmenting

Untuk mengetahui segmen secara spesifik maka penulis menggunakan metode pemilihan berdasarkan demografi, psikografi dan *behavioral* seperti berikut.

a. Segmentasi Demografi

Pada segmentasi ini dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi dan pendidikan.

Tabel 4.9 Segmentasi demografi

No	Jenis Demografi	Segmen Pasar
1	Jenis Kelamin	Perempuan
2	Lokasi Geografis	Kota besar di Indonesia dengan populasi tinggi, Intensitas kendaraan padat, dekat dengan Industri seperti Jakarta dan Surabaya
3	Pendapatan	Rp 3.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
4	Profesi	Mahasiswa dan Pengusaha Muda yang tertarik dalam dunia <i>fashion</i>
5	Status Sosial	Kelas menengah - atas
6	Status Pernikahan	Belum menikah
7	Usia	18-30 tahun

b. Segmentasi Psikografi

Pada segmen ini yang dilihat adalah segi psikologi target *user* seperti hobi, gaya hidup dan hal yang disukai.

Tabel 4.10 Segmentasi psikografi

No	Jenis Psikografi	Segmen Pasar
1	Hobi	Jalan-jalan, membaca, mendengarkan musik, menonton film
2	Gaya Hidup	Memperhatikan <i>style fashion</i> sehari-hari dari mulai pakaian, tas, sepatu dan aksesorisnya. Tidak selalu mengikuti tren tapi memiliki ciri khas <i>style</i> -nya sendiri
3	Lingkaran Pergaulan	Sering jalan-jalan dan berkumpul bersama teman kuliah, tertarik pada pameran seni dan komunitas seni
4	Sensitivitas Harga	Cukup sensitif terhadap harga terutama pada <i>budget</i> yang dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan <i>style</i> tidak dirasa berlebihan
5	Merk Kesukaan	Segmen tidak terlalu mementingkan merk terkenal, namun lebih menyesuaikan dengan <i>style</i> dan budget yang dimiliki

c. Segmentasi Behavioral

Pada segmen ini yang dilihat adalah tentang kebiasaan target *user* dan kecenderungan terhadap suatu produk.

Tabel 4.11 Segmentasi *behavioral*

No	Jenis Demografi	Segmen Pasar
1	Frekuensi belanja	Belanja kebutuhan produk <i>apparel</i> ketika membutuhkan atau saat sedang menginginkannya (sekitar 3 bulan sekali)
2	Lokasi belanja	Pusat perbelanjaan dan toko online (olshop)
3	Penggunaan internet	Intensitas penggunaan internet sangat sering bahkan cenderung tidak bisa lepas dari gadget dan media sosial. Selain untuk alat komunikasi, hiburan juga sebagai alat yang menunjang eksistensi
4	Opsinya barang yang dibeli	Lebih sering membeli produk <i>apparel</i> dan kecantikan
5	Opsinya pembelian produk <i>apparel</i>	Pembelian produk disesuaikan dengan <i>style</i> dan kesesuaian budget yang dimiliki saat akan membeli

4.6.2 Targeting

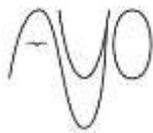
Target pasar yang ingin dijangkau adalah segmen pasar yang peduli terhadap *fashion style* sehingga produk yang dibeli dapat dijadikan sebagai salah satu aksesoris yang memperkuat jati diri dan menambah kepercayaan diri pengguna. Kesimpulan dari target pasar ini adalah wanita generasi milenial yang memiliki tingkat aktivitas tinggi, memiliki penghasilan, tinggal di kota besar, dan peduli terhadap *style* berpakaian.

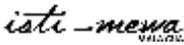
4.6.3 Positioning

Dikarenakan telah ada kompetitor yang memiliki produk sejenis, maka diperlukan inovasi sebagai pembeda dengan produk kompetitor. Beberapa inovasi yang dapat dilakukan yaitu dengan pada material yang digunakan serta konsep dari produk yang dapat menunjang *style fashion* penggunaannya. Setelah melakukan analisis STP, diperlukan analisis tambahan untuk menentukan *positioning* produk yang didesain untuk mengetahui kemampuan kompetitor berdasarkan harga seperti berikut.

Benchmarking Produk Kompetitor

Tabel 4.12 Benchmarking Produk Tas Batik

Brand	Produk	Harga (Rp)	Spesifikasi
	(Gambar 4.15 Produk clutch brand AYO dapat dilihat di lampiran)	750.000	<ul style="list-style-type: none">• Ukuran : 20.5cm x 10cm• Material : cotton & natural dyes indigo, bahera fruit, tree bark
	(Gambar 4.16 Produk clutch brand Djogja dapat dilihat di lampiran)	350.000	<ul style="list-style-type: none">• Ukuran : 20cm x 28.5cm• Material : batik printed & cow leather• Two inner pocket with zip• Inner : suede layer
	(Gambar 4.17 Produk clutch brand Indhe dapat dilihat di lampiran)	1.350.000	<ul style="list-style-type: none">• Ukuran : Diameter 26cm• Bahan : tenun handmade NTT, kulit sapi• Lapisan dalam : katun drill

			<ul style="list-style-type: none"> • Zipper YKK metal
	(Gambar 4.18 Produk clutch brand Istimewa dapat dilihat di lampiran)	630.000	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran : 27cmx 18cm • Bahan : batik cotton • Lapisan dalam : black tassel • inside pocket with zip
	(Gambar 4.19 Produk clutch brand Pribumi dapat dilihat di lampiran)	3.500.000	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran : 22cmx 14cm x 4,5cm • Bahan : kulit & batik tulis • Lapisan dalam : katun drill • Two inner pocket with zip
	(Gambar 4.20 Produk clutch brand Warnatasku dapat dilihat di lampiran)	1.700.000	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran : 35cm x 5cm x 16cm • Bahan : kulit sapi dan phyton kombinasi kain tenun Maumere

A. Positioning Berdasarkan Harga

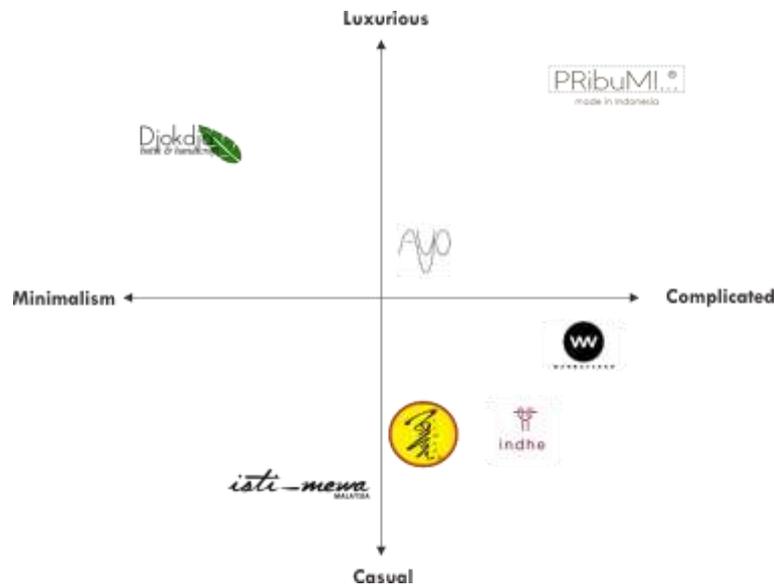


Gambar 4.8 Analisis *positioning* tas batik berdasarkan harga
(Sumber : Penulis)

Kesimpulan :

Pada *positioning* berdasarkan harga, produk semakin mahal karena berdasarkan detail dan material yang terdapat pada produk tersebut. Pada *brand* Djogja bahan yang digunakan adalah 90% batik print dan 10% kulit dari perbandingan bahan tersebut dapat diketahui bahwa yang membuat harga produk murah adalah materialnya sedang dalam segi yang ditawarkan juga sangat simpel. Untuk *brand* Istimewa produk ini terlihat lebih *elegant* tetap dengan bentuk yang sederhana produk ini bermaterial utama kain katun batik print namun dengan kualitas yang baik dan warna yang cerah dan di bagian dalam dilapisi kain tassel. Produk yang ditawarkan *brand* Ayo sudah menggunakan *mix* material dengan kayu sebagai pengganti tali untuk memegang tas bahan kain batik yang digunakanpun juga menggunakan pewarna alami namun dalam ukuran material yang lebih kecil. *Brand* Indhe selain menggunakan kulit sapi juga menggunakan kain tenun *handmade* dari NTT hal tersebutlah yang membuat produk ini lebih mahal. *Brand* Warnatasku menawarkan material kombinasi yang lebih banyak dengan menggabungkan kulit sapi, kulit phyton dan kain tenun Maumere menjadikan produk ini eksklusif dan lebih mahal. *Brand* Pribumi menawarkan tas bergaya formal dengan material 80% kuit sapi dan 20% batik tulis premium dengan ukuran yang lebih besar dan pocket didalamnya hal ini yang membuat *brand* ini jadi lebih mahal dari yang lain. Untuk produk tas batik yang akan dibuat harganya sekitar Rp 1.000.000,00 karena mempertimbangkan material tambahan selain batik cap yang ditawarkan seperti kulit, kayu, manik-manik dan material lain.

A. Positioning Berdasarkan Desain



Gambar 4.9 Analisis *positioning* tas batik berdasarkan desain
(Sumber : Penulis)

Kesimpulan :

Positioning berdasarkan desain berada di dekat *brand* Indhe dan Ayo. Produk yang dihasilkan berupa *Clutch* yang minimalis dan bisa digunakan untuk penampilan *casual* atas semi formal.

4.7 Analisis Artefak

Analisis artefak digunakan untuk mengidentifikasi pengguna yang meliputi 3 unsur, yaitu *visceral*, *behavioral* dan *reflektif* dengan cara *deep interview*. Dalam metode ini terdapat 2 orang pengguna yang akan menjadi calon atau target untuk membeli produk. Berikut adalah hasil *deep interview* dan hasil foto dari koleksi produk *apparel* pengguna.

Tabel 4.13 Hasil analisis artefak

Narasumber	Hasil Wawancara	Keterangan
 <p data-bbox="392 1339 533 1442">Mahasiswa (Wanita, 21 tahun)</p>	<p data-bbox="598 539 831 573"><i>Visceral</i> (tampilan)</p> <p data-bbox="598 618 995 920">Dalam membeli barang pengguna melihat suatu produk berdasarkan bentuk, material, warna dan harga sehingga perlu melakukan <i>browsing</i> lewat internet atau melihat ke beberapa toko sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.</p>	<p data-bbox="1019 427 1289 533">Bentuk : <i>Simple</i>, unik dan tidak banyak aksesoris</p> <p data-bbox="1019 539 1331 651">Material : Dapat disesuaikan dengan <i>style</i> dan tahan lama</p> <p data-bbox="1019 658 1337 804">Warna : Warna warna netral yang mudah di combine dengan baju</p> <p data-bbox="1019 810 1350 1034">Harga : Budget yang dikeluarkan harus sesuai dan masih dianggap wajar disesuaikan dengan fungsi dan kualitas yang ditawarkan produk</p>
	<p data-bbox="598 1048 874 1081"><i>Behavioral</i> (kebiasaan)</p> <p data-bbox="598 1126 995 1458">Pengguna tidak selalu menargetkan harus membeli barang dalam jangka waktu tertentu dan lebih sering memutuskan untuk membeli suatu produk saat sedang jalan jalan dan menemukan barang yang dirasa unik atau berfungsi maka akan dibeli.</p>	<p data-bbox="1019 1144 1342 1361">Jika menargetkan untuk membeli barang dipastikan barang tersebut memang dibutuhkan dan harus mencari referensi terlebih dahulu atau perencanaan.</p>
	<p data-bbox="598 1476 783 1509"><i>Relektif</i> (kesan)</p> <p data-bbox="598 1554 995 1928">Untuk kesan terhadap produk, pengguna biasanya akan merekomendasikan yang dirasa bagus dan nyaman digunakan sehari-hari dan dalam penggunaannya lebih sering digunakan dalam berbagai aktivitas. Target <i>user</i> juga tertarik dengan tas batik dan motif dengan <i>mix</i> material.</p>	<p data-bbox="1019 1592 1334 1854">Produk yang sering digunakan <i>user</i> adalah produk yang sangat sesuai dengan <i>style</i> untuk melengkapi aktivitas sehari-hari seperti jalan-jalan dan nongkrong.</p>

Narasumber	Hasil Wawancara	Keterangan
 <p data-bbox="316 1290 459 1397">Mahasiswa (Wanita, 20 tahun)</p>	<p data-bbox="520 495 751 528"><i>Visceral</i> (tampilan)</p> <p data-bbox="520 573 919 837">Narasumber cenderung melihat suatu produk berdasarkan bentuk, material, warna dan harga sehingga perlu melihat ke beberapa toko sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.</p>	<p data-bbox="943 360 1246 468">Bentuk : Simpel, dan tidak banyak aksesoris</p> <p data-bbox="943 479 1254 586">Material : Dapat disesuaikan dengan <i>style</i>, tahan lama dan kuat</p> <p data-bbox="943 598 1243 741">Warna : Warna warna netral yang mudah di kombinasi dengan baju</p> <p data-bbox="943 752 1270 972">Harga : <i>Budget</i> yang dikeluarkan harus sesuai dan masih dianggap wajar disesuaikan dengan fungsi dan kualitas yang ditawarkan produk</p>
	<p data-bbox="520 983 799 1016"><i>Behavioral</i> (kebiasaan)</p> <p data-bbox="520 1028 919 1357">Pengguna tidak selalu menargetkan harus membeli barang dalam jangka waktu tertentu dan lebih sering memutuskan untuk membeli suatu produk saat sedang jalan jalan dan menemukan barang yang dirasa berfungsi maka akan dibeli.</p>	<p data-bbox="943 1061 1262 1281">Jika menargetkan untuk membeli barang dipastikan barang tersebut memang dibutuhkan dan harus mencari referensi terlebih dahulu atau perencanaan</p>
	<p data-bbox="520 1413 708 1447"><i>Relektif</i> (kesan)</p> <p data-bbox="520 1458 919 1827">Untuk kesan terhadap produk, pengguna biasanya akan merekomendasikan nyaman digunakan sehari-hari dan dalam penggunaannya lebih sering digunakan dalam aktivitas dengan intensitas yang tinggi. Target <i>user</i> juga tertarik dengan tas batik dan motif dengan mix material.</p>	<p data-bbox="943 1514 1262 1733">Produk yang sering digunakan <i>user</i> adalah produk yang sesuai dengan <i>style</i> untuk dapat menampung barang yang dibutuhkan.</p>

4.8 Analisis Persona



Gambar 4.10 Target User
(Sumber : Dokumen pribadi)

Kesimpulan :

Target *user* termasuk kedalam sophisticated target yang mengikuti perkembangan jaman, meskipun terkadang menciptakan gayanya sendiri. Ketertarikan terhadap produk apabila produk tersebut sesuai dengan *style*-nya maka akan lebih besar kemungkinan untuk dibeli namun juga tetap memperhatikan budget yang tersedia.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB V

KONSEP DAN PENGEMBANGAN DESAIN

5.1 Konsep Desain

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dari sisi produk dan penggunaan dapat disimpulkan beberapa poin untuk menentukan konsep desain yang akan digunakan, yaitu :

a. Eksplorasi

Produk merupakan produk tas batik hasil eksplorasi batik Dolly dengan motif tanaman Jarak dijadikan sebagai nama daerah di gang Dolly. Metode yang digunakan untuk menentukan motif menggunakan metode kansei engineering untuk memperoleh karakteristik motif batik yang sesuai keinginan target *user* milenial.

b. Koneksi

Mendesain produk berupa tas batik yang memenuhi kebutuhan dan eksistensi generasi milenial terhadap produk *fashion styling*. Pemenuhan kebutuhan dan aktivitas seperti penambahan port kabel USB dan lubang *earphone* pada tas. Bahan dan material yang cenderung ringan, memiliki ukuran yang kecil serta dapat disesuaikan cara penggunaan sesuai kebutuhan untuk mendukung aktivitas *user*.

c. Trendforecasting

Digitarian : diilhami oleh sikap generasi Z yang tidak terpisahkan dengan internet, generasi yang diperkaya derasnya informasi di dunia maya sehingga membuat mereka tertantang untuk selalu bereksperimen dan **mencoba hal-hal baru**. Tema ini adalah gambaran tentang keberanian untuk menerobos bahkan merombak pakem dan tatanan yang dianut oleh generasi sebelumnya.

Dalam berbusana ditampilkan dengan cara mengeksplorasi dan mencampur aduk dengan berani berbagai gaya 80an dan *Post Modern*

yang dianut oleh generasi X. Palet warna digitarian sangat kaya **warna-warna cerah dan berani**, menggambarkan **optimisme** :

- Aneka warna kuat ala tahun 60an
- Warna-warna elektrik ala 80an
- Warna-warna pastel dan lebih tenang ala gaya *Art Deco* dan *Post Modern*.

5.2 Pengembangan Konsep (Inovasi)

Pengembangan konsep yang dimaksud disini adalah inovasi atau pembeda yang dapat membuat produk yang didesain memiliki karakter yang berbeda dari produk yang telah ada yaitu dengan cara mengeksplorasi material, warna dan bentuk. Tas yang dibuat merupakan sebuah tas yang dapat diunakan dengan berbagai cara dan gaya yang merupakan hasil dari kombinasi dari beberapa jenis tas yaitu *waist bag*, *sling bag* dan *clutch*.

5.2.1 Konsep Material

Material yang digunakan akan dibagi dalam beberapa kategori sesuai dengan jenis tas dan kegiatan yang sesuai jika sedang menggunakan tas tersebut.

Tabel 5.1 Konsep desain berdasarkan material

No	Jenis Tas dan Kegiatan	Material Utama	Material Pendukung	Keterangan
1	<i>Clutch</i> (santai)	Batik Dolly	Kulit Sintetis dan manik-manik	Penggunaan batik 50%
2	<i>Waist Bag</i> (santai)	Batik Dolly	Kulit Sintetis dan manik-manik	Penggunaan batik 50%

5.2.2 Konsep Warna dan Motif



Gambar 5.1 Konsep warna retro *feeling*
(Sumber : www.pinterest.com)

Sesuai dengan tema yang digunakan untuk konsep produk yaitu Digitalarian konsep warna yang digunakan untuk serial produk ini terinspirasi dari warna yang populer pada tahun 80an. Warna warna yang digunakan termasuk warna pastel yang bertabrakan dan cenderung berani untuk kombinasi warna yang ditawarkan. Konsep bentuk yang ditawarkanpun cenderung geometris dengan bentuk yang sederhana. Konsep warna dan bentuk digitalarian ini akan diterapkan pada motif batik maupun material lain sebagai bahan pembuatan produk.

5.3 Konsep Bisnis

Model bisnis kanvas adalah perangkat analisis yang digunakan untuk menemukan model bisnis yang tepat dengan cara mengerucutkan beberapa aspek bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh. Dalam penelitian ini model bisnis kanvas diperlukan untuk perencanaan dari output pengembangan batik Dolly sebagai produk tas batik milenial.

Tabel 5.2 Model Bisnis Kanvas

<i>Key Partner</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proporton</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segment</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Pengrajin batik Dolly di Rumah Batik Jarak • Pengrajin material tambahan seperti kulit, kayu, manik-manik • Pengrajin tas • Owner showroom batik Surabaya • Penyedia layanan jual online 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan warna/motif batik yang diproduksi • Pemilihan material • Produksi • <i>Branding</i> • Penjualan • Promosi 	<ul style="list-style-type: none"> • Inovasi pengembangan material • Konsep produk yang baru • Isu lingkungan (<i>recycle</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk yang menimbulkan kepercayaan pelanggan • Sistem promosi yang mengangkat cerita dibalik pembuatan motif Batik • Packaging yang menarik • Fungsi yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perempuan milenial yang memperhatikan penampilannya, sehingga seringkali mengganti tas sesuai kegiatan yang dilakukan • Perempuan milenial yang menyukai tas dengan bahan mix material dengan ketertarikan terhadap <i>retro style</i> • Wisatawan Surabaya 		
	<i>Key Resource</i>		<i>Media/ Channel</i>			
<ul style="list-style-type: none"> • Batik Dolly • Mix material • Pemilihan bahan aksesoris • Proses produksi • Tenaga produksi • Tenaga marketing • Website 		<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial (Instagram, Facebook, Twitter dll) • Media cetak (majalah, brosur) • Online marketplace • Bazar kreatif • Pameran 	<p style="text-align: center;"><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya material • Biaya produksi • Biaya pemasaran • Biaya lainnya (transportasi dll) 		<p style="text-align: center;"><i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk tas • <i>Workshop</i> 	

5.4 Branding

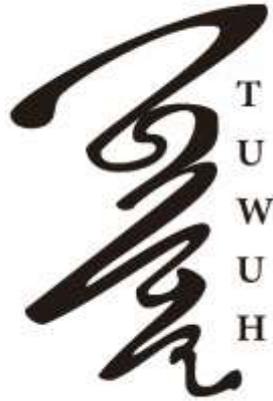
Dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan sebuah media *branding* yang berfungsi untuk menanamkan citra pada masyarakat terutama pada target konsumen dengan harapan *brand* atau merk produk akan senantiasa diingat dalam jangka waktu yang lama. *Branding* yang tepat akan dapat menguatkan konsep produk yang bersangkutan. Hasil pengembangan dari Batik Dolly berupa tas batik ini juga akan diperkuat dengan *branding* yang meliputi nama produk dan logo produk yang sesuai dengan *image* produk.

5.4.1 Nama Brand

Nama *brand* dari produk pengembangan Batik Dolly ini adalah “TUWUH” yang berasal dari bahasa Jawa yang artinya tumbuh. Diharapkan dengan nama ini Dolly dapat tumbuh dengan *image* baru dimata masyarakat dengan batik batik yang dihasilkan.

5.4.2 Logo Brand

Konsep logo menggunakan aksara Jawa dengan susunan kata “tumbuh” untuk mengangkat nilai budaya dan dikombinasi dengan *wordmark*. Pemilihan warna didasari oleh warna monorom agar cocok untuk diletakkan di media yang digunakan untuk promosi seperti website, foto dan lainnya.



Gambar 5.2 Logo
(Sumber : Penulis, 2018)

5.5 Alternatif Desain Leather Series

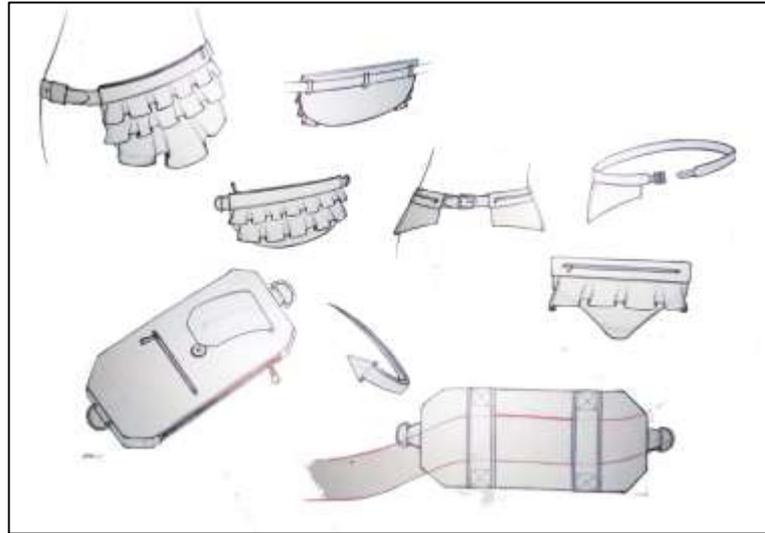
Setelah menemukan konsep yang tepat untuk diterapkan pada produk, dibuat gambaran produk melalui proses sketsa dan *mock up*.

a. Acuan

Pada saat membuat desain, diperlukan beberapa acuan untuk memberikan inspirasi dalam mengembangkan produk yang sudah ada. Berikut adalah beberapa acuan yang dipakai untuk membuat *clutch leather series*. (Gambar 5.4 acuan clutch dapat dilihat di lampiran). *sling bag leather series*. (Gambar 5.5 acuan sling bag dapat dilihat di lampiran)

b. Sketsa

Membuat sketsa dengan tahap awal menggambar bidang geometri lalu menentukan material pada bidang tersebut sehingga dapat dihasilkan beberapa alternatif.



Gambar 5.5 Sketsa alternatif desain *waist bag*

c. Model

Setelah menentukan sketsa terpilih penulis membuat studi model untuk dilakukan uji coba sehingga dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan desain.



Gambar 5.6 Studi Model Clutch



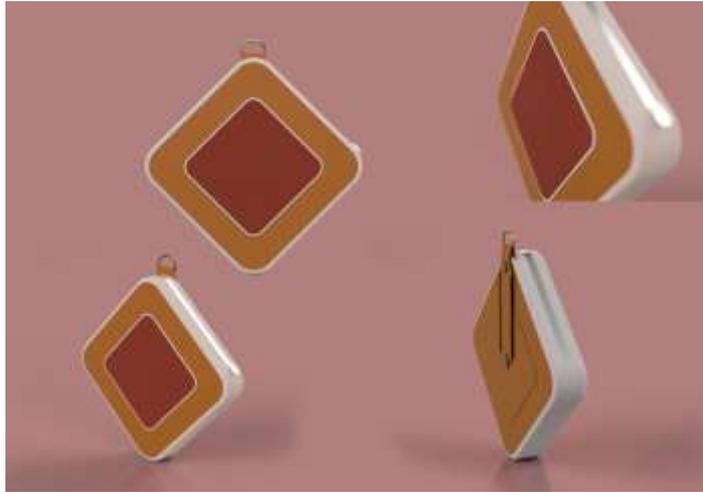
Gambar 5.7 Gambar Alternatif Model 1 dan 2

d. *3D Modeling*

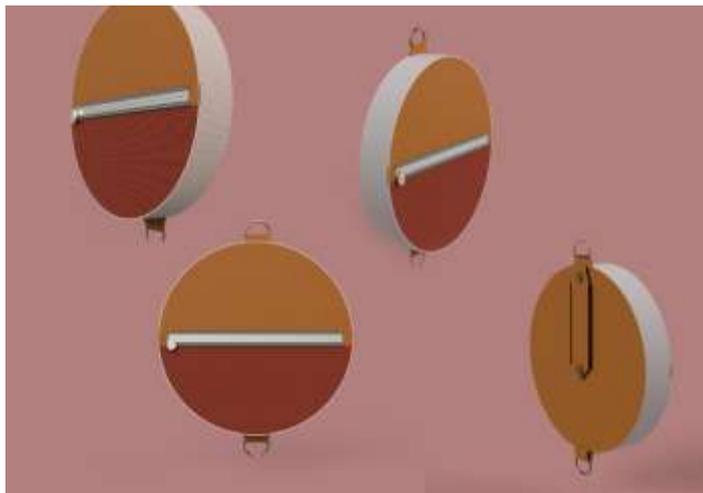
Pembuatan *3D Modeling* sling bag dengan menerapkan motif batik yang telah di eksplorasi sebagai pilihan alternatif.



Gambar 5.8 Gambar 3D *sling bag*



Gambar 5.9 Gambar 3D Alternatif 3



Gambar 5.10 Gambar 3D Alternatif 4

e. Proses *Prototyping*

Tabel 5.3 Tabel Proses *Prototyping*

No	Gambar	Keterangan
1		Proses pembuatan batik
2		Proses pemotongan pola
3		Proses penjahitan
4		Hasil prototipe pertama

Tabel 5.4 Tabel Analisis Prototipe Pertama

No	Gambar	Keterangan	
1		<p>Dimensi : p x l x t 26 x 12 x 3 cm Material : Kulit Imitasi Batik Furing saten</p>	<p>Fitur : Kompartemen utama Satu saku 3 saku kartu</p>
2		<p>Dimensi p x l x t 26 x 12 x 3 cm Material : Kulit Imitasi Batik Furing saten</p>	<p>Fitur : Kompartemen utama Satu saku 3 saku kartu</p>
3		<p>Dimensi p x l x t 18 x 18 x 1 cm Material : Kulit Imitasi Batik Furing saten</p>	<p>Fitur : Kompartemen utama</p>
4		<p>Dimensi p x l x t 15 x 15 x 3 cm Material : Kulit Imitasi Batik Furing saten</p>	<p>Fitur : Kompartemen utama</p>

f. Hasil



Gambar 5.11 Gambar Hasil Prototipe Akhir

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB V I

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan Desain Pengembangan Tas Batik Dolly untuk Milenial yang dilakukan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu produk Tas Batik dapat mencapai tujuan dari perancangan yang telah dijelaskan pada BAB 1 yaitu sebagai berikut:
 - Menghasilkan output berupa eksplorasi desain motif batik untuk generasi milenial yang diperoleh menggunakan metode kansei engineering dengan hasil sebagai berikut:

1.	Susunan Motif	Geometris	Dimaksudkan bahwa pengulangan pola yang diterapkan harus tertata dan teratur
2.	Ornamen Utama	Flora	Corak utama yang menentukan makna motif batik
3.	Ornamen Pendukung	Flora	Ornamen yang tidak terlalu mempengaruhi arti dan dijadikan sebagai pelengkap, biasanya ukurannya lebih kecil
4.	Warna Utama	Terang	Warna pada ornamen utama
5.	Warna Pendukung	Gelap	Warna pada ornamen pendukung
6.	Jumlah Isen	1 Isen	jenis isen (corak pengisi ruang kosong) yang dikehendaki hanya satu jenis
7.	Lis	Tidak Ada Lis	Ornamen tabahan yang biasanya berada di tepi kain batik

- Menghasilkan desain batik yang sesuai dengan pola tas yang dibutuhkan sehingga tidak menyisakan kain batik tak terpakai (limbah kain perca).

- Menghasilkan produk tas yang dapat menunjang aktifitas generasi milenial yang stand out dan aktif dengan penyediaan *port* USB, lubang *earphone*, *tools organize* (kartu, kunci, *power bank*, *smart phone*).



Gambar 6.1 Detail Tas

6.2 Saran

Pengembangan desain di masa mendatang sangat dibutuhkan bagi produk apparel jenis tas untuk milenial ini. Adapun saran penulis untuk membangun desain adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan motif yang ingin dijadikan sebagai motif batik dapat disesuaikan dengan bentuk tas.
2. Pertimbangan Bentuk, ukuran dan material yang ingin digunakan menyesuaikan barang bawaan.
3. Pertimbangan penggunaan mix material sebagai inovasi pengembangan desain tas agar lebih unik dan berbeda dari produk pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Millennial Nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Anissa. (2014). *Penutupan Dolly: perlindungan anak dan penghasilan?* Jakarta: BBC News Indonesia.
- Asti, & Musman. (2011). Dalam *Batik Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: G-Media.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2018). *GREYZONE Indonesia Trendforecasting 2017-18*. Jakarta: BEKRAF.
- Batik, A. R. (2018, Juni 4). *Proses Pembuatan Batik*. Diambil kembali dari Nin Rumah Batik: <http://www.rumahbatik.com/artikel/130-proses-pembuatan-batik.html>
- Binus University. (2018, September 5). *Apakah Design Thinking itu*. Diambil kembali dari Binus University: <https://sbm.binus.ac.id/2016/12/31/apakah-design-thinking-itu-bag-1/>
- Faizal, A. (2018). *Industri Kreatif ala Warga Eks Dolly, dari Batik hingga Sandal Hotel*. Surabaya: KOMPAS Regional.
- Faranniziah, E. A. (2016). Perancangan Buku Batik Tulis Jarak Arum Eks Lokalisasi Dolly dengan Teknik Watercolor guna Meningkatkan Brand Awareness. *Stikom Institutional Repositories*, 5-140.
- Firdaus, R. F. (2018, Maret 29). *Sejarah Gang Dolly sampai terbesar di Asia Tenggara*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/peristiwa/sejarah-gang-dolly-sampai-terbesar-di-asia-tenggara.html>
- Fitinline. (2018, April 2). *Batik Fractal*. Diambil kembali dari Fitinline.com: <https://fitinline.com/article/read/batik-fractal/>
- HanLee Batik. (2018, Maret 30). *Perbedaan Batik Tradisional dan Batik Modern*. Retrieved from HanLeeBatik.com: <http://www.hanleebatik.com/perbedaan-batik-tradisional-dan-batik-modern>

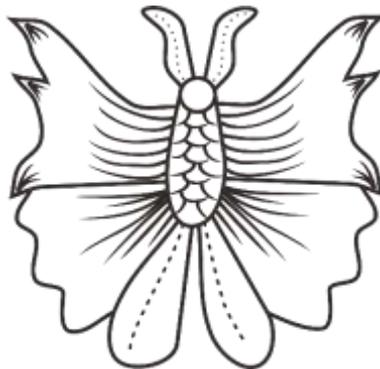
- Indrojarwo, B. T. (2008). Development of Indonesia New Batik Design by Exploration and Exploitation of Recent Context. *Institut Teknologi Sepuluh November*, 2-26.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. (2016). *Khasanah Batik Indonesia*. Jakarta: Kementrian Perdagangan Republik Indonesia.
- PDPM (Pusat Studi Potensi Daerah dan Pengembangan Masyarakat) ITS. (2017). Pengembangan Kawasan Eks Lokalisasi Dolly-Jarak Menjadi Wisata Edukasi Berbasis Industri Kreatif. Surabaya, Jawa Timur, Surabaya: PDPM ITS Surabaya.
- Pemerintah Kota Surabaya. (2015, September 10). *Kecamatan Sawahan*. Diambil kembali dari Surabaya.go.id: <http://surabaya.go.id/berita/8165-kecamatan-sawahan>
- PT Nielsen Indonesia. (2018, April 4). *Produk Fashion Paling Banyak Diburu Konsumen Online*. Diambil kembali dari Kata Data News and Research: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/22/produk-fashion-paling-banyak-diburu-konsumen-online>
- Pusat Studi PDPM ITS. (2018). Pengembangan Kawasan Eks Lokalisasi Dolly-Jarak menjadi Wisata Edukasi Berbasis Industri Kreatif. *Pengembangan Kawasan Eks Lokalisasi Dolly-Jarak* (hal. 1-28). Surabaya: Pusat Studi PDPM ITS.
- Rahadi, F. (2018, Maret 30). *Pemberdayaan UMKM Ubah Wajah Dolly*. Diambil kembali dari Republika.co.id: <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/04/20/oopmgn291-pemberdayaan-umkm-ubah-wajah-dolly>
- Sarina. (2018, December 4). *30 types of BAGS you should own*. Retrieved from Sew Guide: <https://sewguide.com/types-of-bags/>
- Sayatman, Indrojarwo, B. T., Lakoro, R., & Sabar. (2011). Developing Contemporary Batik Design for Children to Support Sustainability of Batik in Indonesia. *Research Gate*, 2-6.
- Simarmata, M. M. (2016). Mengenal Batik. Dalam L. Kiranatama, *Mengenal Batik Nusantara* (hal. 1-47). Jakarta: Penebar Swadaya Group.

- Sukojo, B. M., Asri, A. K., & Swastyastu, C. A. (2017). Social Toponymy of Urban Ecotourism to Inventory Potential Tourism in Dolly Based on WebGIS. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 3-10.
- Tshiteem, D. K. (2017). *Design Thinking the Guidebook*. Bhutan: Design Thinking Master Trainers of Bhutan.
- UNPAD. (2018, September 5). *koran bisnis*. Diambil kembali dari UNPAD: https://ftp.unpad.ac.id/koran/bisnis/2011-02-27/bisnis_2011-02-27_013.pdf

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



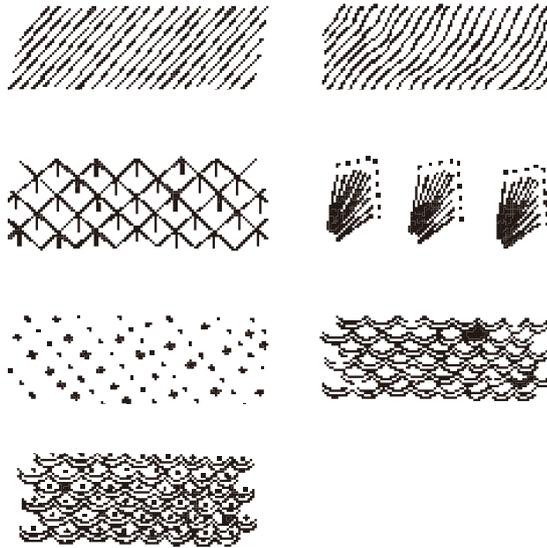
Lampiran 3 Gambar contoh batik modern
(Sumber: www.fimela.com)



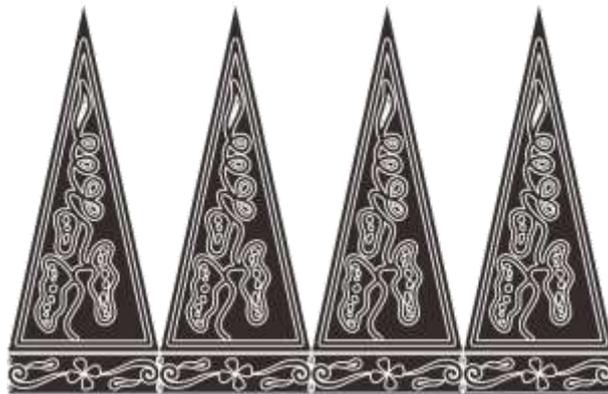
Lampiran 4 Gambar Ragam Ornamen Utama pada Batik
(Diadaptasi dari www.sekolahsenibudaya.files.wordpress.com)



Lampiran 5 Gambar Ragam Ornamen Tambahan pada Batik
(Diadaptasi dari www.sekolahsenibudaya.files.wordpress.com)



Lampiran 6 Gambar Ragam Ornamen Isen-isen pada Batik
(Diadaptasi dari www.3.bp.blogspot.com)



Lampiran 7 Gambar Ragam tumpal pada Batik
(Diadaptasi dari www.3.bp.blogspot.com)



Lampiran 8 Gambar Ragam Hias Geometris
(Sumber: [www. 3.bp.blogspot.com](http://www.3.bp.blogspot.com))



Lampiran 9 Gambar Ragam Hias Non Geometris
(Sumber: www.3.bp.blogspot.com)



Lampiran 10 Gambar Contoh Batik Fractal
(Sumber: www.batikfractal.com)

SURAMADU



Salah satu bangunan Ikonik yang terletak di Surabaya

Jembatan terpanjang seasia tenggara

Jembatan pertama di Indonesia yang menghubungkan 2 pulau

- Bangunan dengan dua menara kembar
- Memiliki banyak konstruksi cable stayed sebagai penopang utama
- Dibagian tengah jembatan (jembatan layang) berbentuk lengkung untuk memungkinkan kapal melewatinya

Lampiran 11 Karakteristik dan Ciri-ciri Suramadu

TUGU PAHLAWAN



Surabaya terkenal sebagai “Kota Pahlawan”

Dikenang dengan adanya Tugu Pahlawan

Terletak di museum 10 November

Salah satu icon di Surabaya

- Tugu panjang yang memiliki sudut bintang
- ujung tugu meruncing dengan ujung emas menyerupai pensil
- Karakter warna putih,emas dan hijau
- berada di sebelah bangunan museum berbentuk limas segi empat

Lampiran 12 Karakteristik dan ciri-ciri Tugu Pahlawan

MONUMEN BAMBU RUNCING



“Bambu Runcing” senjata yang identik

Dengan perang kemerdekaan dan

Perjuangan arek-arek Suroboyo

Melawan Penjajah

Salah satu icon di Surabaya

- Lima tugu panjang berbentuk tabung beruas yang saling bersinggungan
- Ujung tugu meruncing tajam menghadap keatas
- Karakter warna putih kekuningan dengan aksent warna hijau
- Pada bagian alas tugu ini terdapat bagian menyerupai 5 kelopak bunga yang mengelilingi tugu dengan warna hijau

Lampiran 13 Karakteristik dan ciri-ciri Monumen Bambu Runcing

KUPU



“Kupu” merupakan motif pertama

Yang telah diproduksi oleh UKM batik,

Kupu juga dilambangkan sebagai bentuk

Perubahan (morfologi) menjadi lebih baik

- Serangga yang memiliki bagian tubuh dan dua sayap
- Setiap sayapnya terdiri dari 2 bagian (bagian atas yang memiliki ujung agak lancip dan bagian bawah yang memiliki bentuk round)
- Memiliki banyak karakter warna
- Bagian tubuh utama memiliki 3 bagian (kepala, tempat sayap,dan badan bagian ujung)

Lampiran 14 Karakteristik dan ciri-ciri Kupu

JARAK

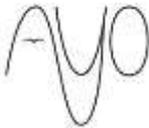


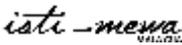
Nama tempat asal produksi batik
Salah satu motif yang telah diproduksi pembatik lokal

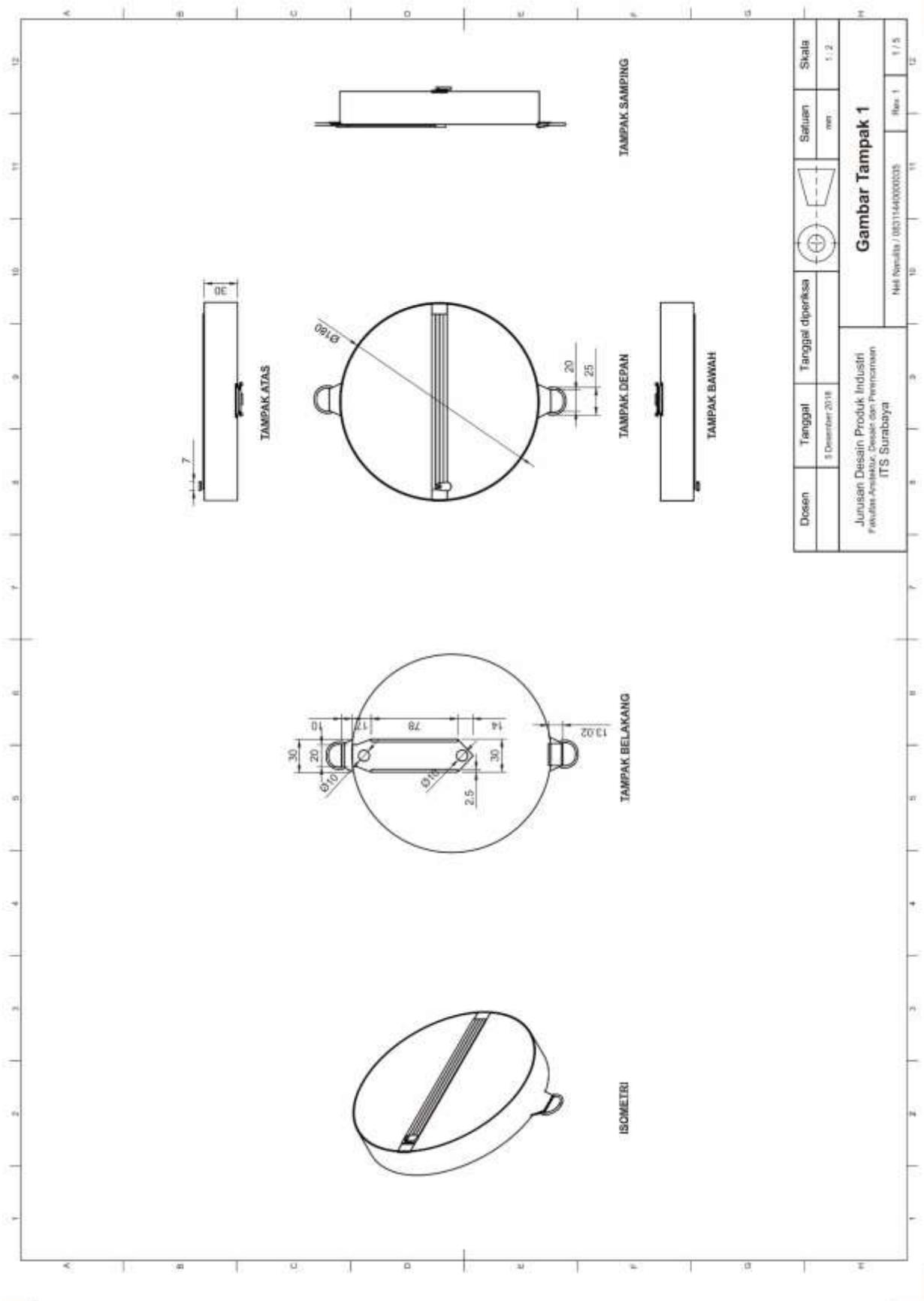
- Tanaman lengkap yang memiliki batang, daun, bunga dan buah
- Memiliki banyak daun dengan bentuk menjari
- Berbunga dan berbuah di bagian ujung batang

Lampiran 15 Karakteristik dan ciri-ciri Tanaman Jarak

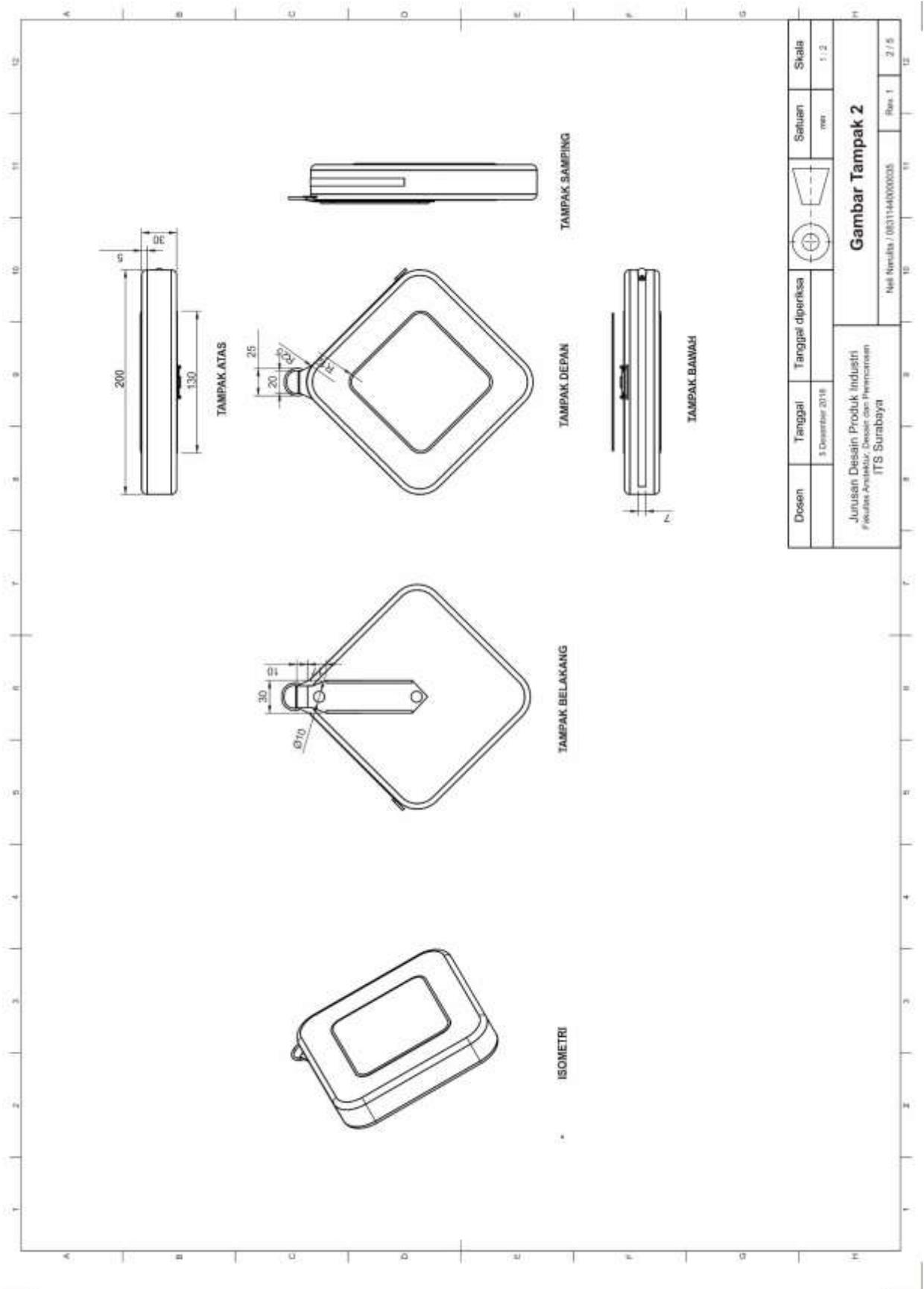
Tabel 4.12 Benchmarking *Produk Tas Batik*

Brand	Gambar Brand Produk
	 <p data-bbox="655 1447 1182 1480">Gambar 4.15 Produk <i>clutch</i> brand AYO</p>
	 <p data-bbox="647 1774 1190 1807">Gambar 4.16 Produk <i>clutch</i> brand Djogja</p>

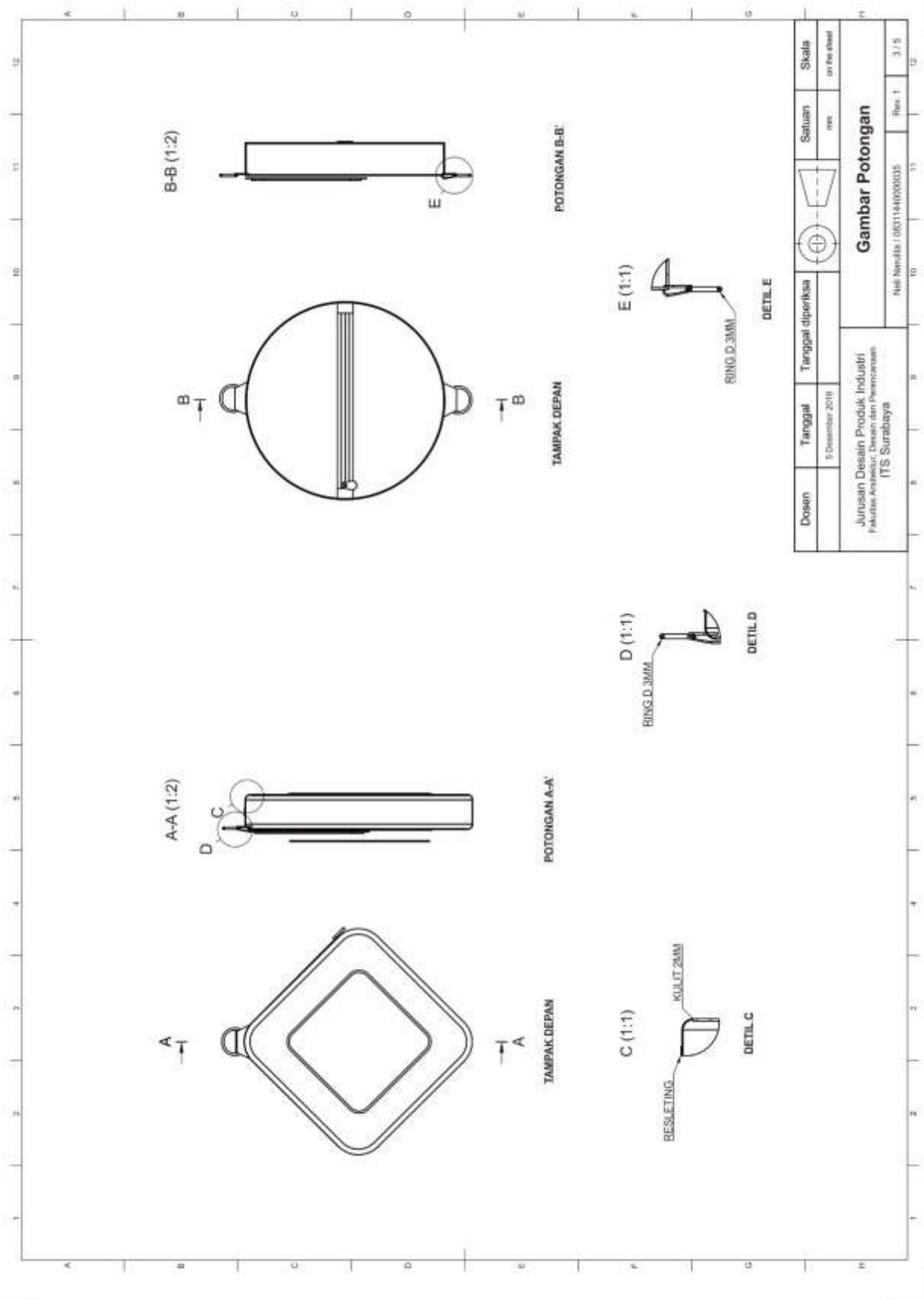
Brand	Gambar Brand Produk
	 <p data-bbox="708 685 1283 721">Gambar 4.17 Produk <i>sling bag</i> brand Indhe</p>
	 <p data-bbox="708 1066 1283 1102">Gambar 4.18 Produk <i>clutch</i> brand Istimewa</p>
	 <p data-bbox="735 1368 1257 1404">Gambar 4.19 Produk <i>sling bag</i> Pribumi</p>
	 <p data-bbox="691 1771 1302 1807">Gambar 4.20 Produk <i>clutch</i> brand Warnatasku</p>



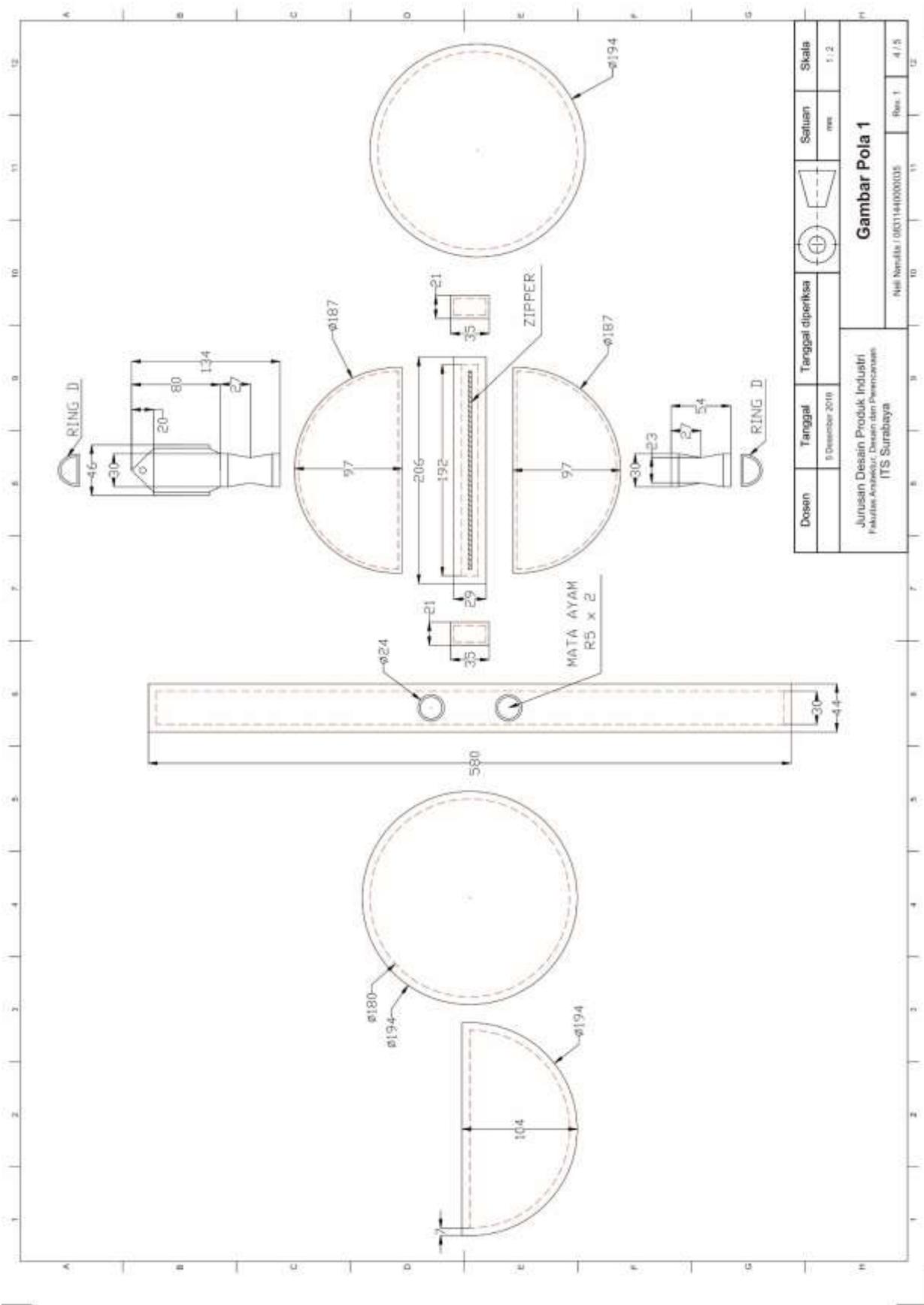
Lampiran 16 Gambar Tampak Tas 1



Lampiran 17 Gambar Tampak Tas 2



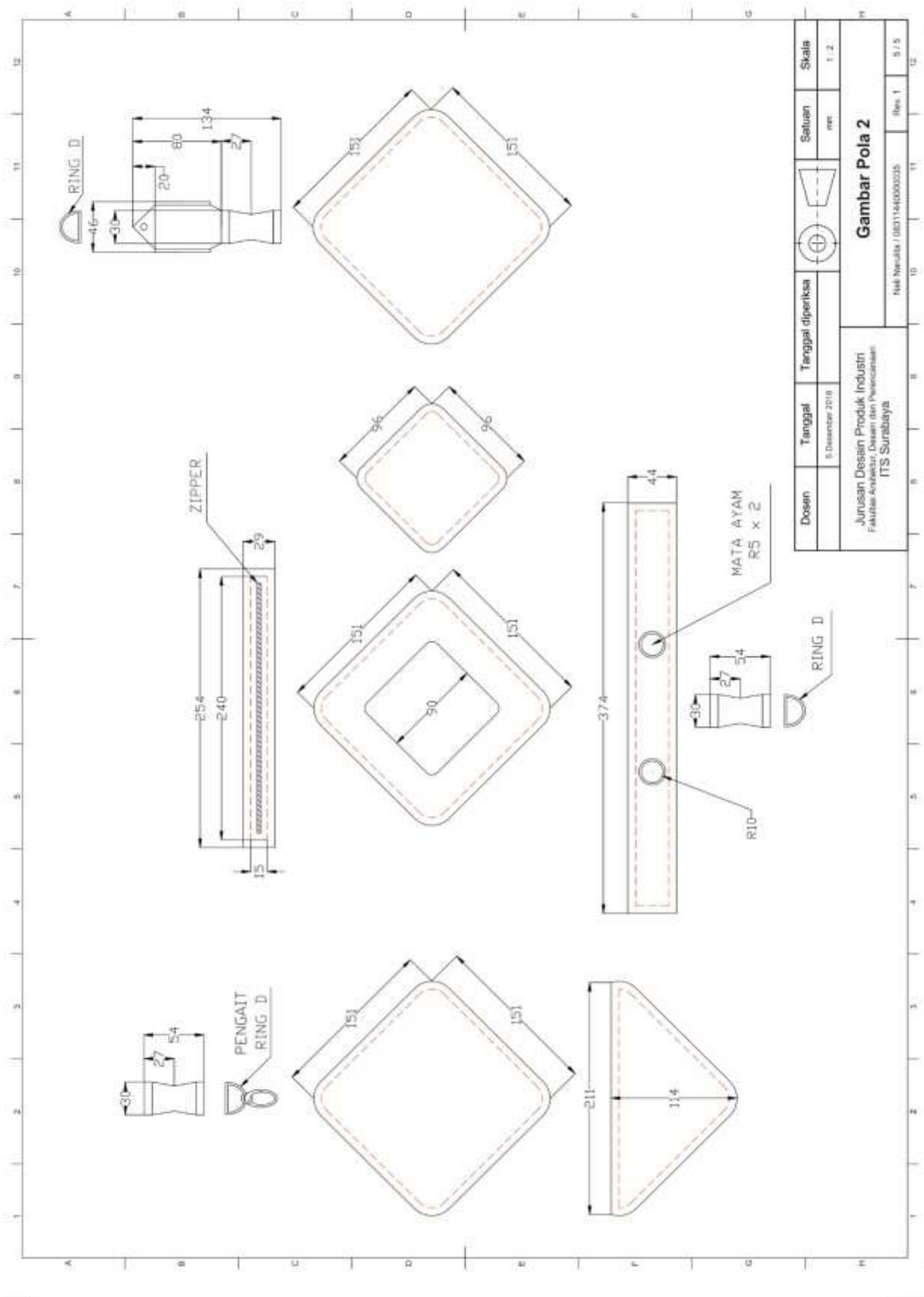
Lampiran 18 Gambar Detail



Dosen	Tanggal	Tanggal diperiksa	Seluan	Skala
	8 Desember 2019		mm	1 : 2

Gambar Pola 1	
Jurusan Desain Produk Industri Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya	
No. Nerdika / 0131141000035	Ras. 1 4 / 5

Lampiran 19 Gambar Teknik Pola Tas 1



Lampiran 20 Gambar Teknik Pola Tas 2

BIODATA PENULIS



Penulis bernama lengkap Neli Narulita. Penulis lahir dari orang tua Mochamad Saubari dan Jami'atun Nikmah sebagai anak terakhir dari 3 bersaudara. Penulis dilahirkan di Desa Megaluh, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang, Jawa Timur pada tanggal 24 Agustus 1996. Penulis menempuh pendidikan formal dimulai dari SDN Megaluh, melanjutkan ke SMP Negeri 1 Jombang, dan SMA Negeri 3 Jombang dan setelah tamat SMA di tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Departemen Desain Produk. Selama menempuh pelajaran mata kuliah di Desain ITS, penulis sadar bahwa tidak hanya menggambar saja yang dibutuhkan oleh seorang desainer, namun peluang, kreatifitas, pengalaman meriset dan aspek teknis lainnya tidak kalah penting untuk dipelajari. Beberapa proyek desain yang pernah dikerjakan adalah Desain *Styling*: Perhiasan berupa cincin dan gelang dari kayu, serta *Trolley Backpack* untuk Aktivitas Solo *Traveller* Perempuan, Desain *Appliance*: "Beat" Sendok Bayi sebagai sarana belajar makan mandiri, Desain *Furniture*: *Workstation* Pengrajin Sepatu untuk proses *assembling*, Desain Transportasi: Sarana Transportasi Khusus untuk penyandang *disabilitas* akibat kecelakaan lalu lintas sebagai sarana pendukung aktivitas wirausaha jual dan reparasi korek api dengan konsep *adjustable* dan *organize*. Pada proyek tugas akhir, penulis merancang Desain Pengembangan Tas Batik Dolly untuk Milenial, hal ini dilatarbelakangi sebagai usaha menciptakan wajah baru Dolly agar tidak lagi berstigma negatif dimasyarakat dengan mengangkat UKM batik disana sebagai obyek penelitian untuk dikembangkan. Dari perancangan ini penulis berharap kedepannya rancangan penulis dapat dikembangkan lebih lanjut dan berguna dimasyarakat khususnya UKM batik di Dolly.

Email: ruli.neli@gmail.com

(Halaman ini sengaja dikosongkan)