

Brand Identity Batik Panoragan sebagai Identitas lokal Masyarakat

Vol 2 Issue 1
(April, 2018)

Arifatul Mua Dlomah¹, Eli Purwati², Krisna Megantari³

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: arifatulmuad.07@gmail.com¹, elipurwati@umpo.ac.id^{2*}, megantarikrisna@gmail.com³

ARTICLE INFO

Article history:

Received: xxx

Revised version received: xxx

Accepted: xxx

Available online: xxx

Keywords:

Strategy; Branding; Batik Ponorogo;

How to Cite:

APA Style 7th

ABSTRACT

Ponorogo district government making an attempts to resurrect the glory of batik in Ponorogo district. Various kinds of strategies that have been carried out making batik Ponorogo Know as "Batik Ponoragan". This becomes the attraction of researchers to find out what strategy the government has done to restore the glory of "Batik Ponoragan". This type of research is descriptive qualitative. Researchers obtained data by conducting in-depth direct interviews with Mr.Zainal as a ILMEA Staff of Cooperative trade and micro-enterprises office, Mr.Ahmadi as a chairman of the batik association, Mr. Tridi as a Disbudparpora creative economy staff. Mr. Franky as a promotion and cooperation staff and Mr. Hari Setiyowahyono as a head of UPTD Industry center. This analysis process is carried out by using a brand identity. And the result of this research is participation of the ponorogo district government has made the existence of Batik Ponoragan begin to appear, especially after registering the copyright of the batik design which is currently used as a compulsory uniform for civil servants and ponorogo students. And take advantage of existing facilities such as batik centers, that are not only used as a place for training batik craftsmen but also a tourist destination in Ponorogo, although there are some parts that are not yet optimal.

Available online at <https://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/IJGCS>
Copyright (c) 2018 by IJGCS



1. Pembahasan

Indonesia sangat terkenal dengan batiknya. Batik ini sangat erat kaitannya dengan budaya Jawa, yang dimana dahulu batik hanya boleh dipakai oleh keturunan kerajaan saja, motif dalam kain batik pun sarat akan makna. Dahulu corak batik bisa menggambarkan status atau kedudukan seseorang, maka dari itu tidak sembarang orang boleh memakai kain batik. Tetapi semakin berkembangnya zaman batik ini boleh dipakai oleh semua kalangan masyarakat. Membuat batik pada awalnya adalah sebuah pekerjaan turun temurun dari zaman dahulu. Dulu perempuan-perempuan di Jawa menggunakan keterampilan membuat batik sebagai pekerjaan, demi untuk melestarikan budaya yang ada berdirilah industri-industri batik di Indonesia. Begitupun dengan Kabupaten Ponorogo yang dikenal dengan banyaknya pengrajin batiknya. Batik Ponorogo mempunyai ciri khas tersendiri dalam setiap motifnya. Motif dalam batik Ponorogo menggambarkan kebudayaan dan kesenian yang ada di Ponorogo, diantaranya ada motif merak, motif adepan, motif kembang soko, motif serat aji, motif sendang jenduk, motif reyog mukti wibowo, motif pelajar tujuh belas, motif reyog parang cecek, motif- motif ini biasa disebut dengan Batik Ponoragan. Para pengrajin batik yang ada di Ponorogo masih mempertahankan ketradisionalannya dalam membuat batik, yaitu dengan masih mempertahankan

batik tulisnya. Tidak heran jika harga yang dipatok dari kain batik Ponorogan ini masih tergolong mahal. Dalam upaya untuk melestarikan batik Ponoragan Pemerintah Kabupaten Ponorogo mewajibkan Aparatur Sipil Negara yang ada di lingkup Kabupaten Ponorogo menggunakan Batik Ponoragan sebagai pakaian dinas, agar batik Ponoragan dapat dikenal sebagai salah satu identitas dari Kabupaten Ponorogo sendiri. Hal yang menjadi fokus peneliti disini adalah bagaimana sebenarnya *Branding* Batik Ponoragan yang dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Ponorogo dalam memperkenalkan batik Ponoragan sebagai salah satu identitasnya, dengan menjadikan Batik Ponoragan sebagai salah satu *Brand Identity* Kabupaten Ponorogo selain dapat mengembalikan kejayaan batik di Kabupaten Ponorogo juga dapat mengenalkan lebih dalam lagi tentang Ponorogo selain Reyognya, karna hingga kini perkembangan batik di Ponorogo masih jauh dari harapan, dan keberadaannya juga masih jauh dari kata makmur.

Dahulu banyak berdiri industri-industri batik di Ponorogo, akan tetapi karena kalah saing dengan batik printing ini membuat industri batik yang ada di Ponorogo mengalami mati suri. Untuk mengembalikan kejayaan batik Ponorogo dibutuhkan upaya untuk mengembangkan industri batik ini, salah satunya adalah dengan mendaftarkan hak cipta dari Batik Ponoragan, dalam hal ini peran pemerintah sangat dibutuhkan, Pemerintah Ponorogo harus lebih berusaha keras dalam menangani industri batik yang masih bertahan di Kabupaten Ponorogo agar batik Ponorogo bisa berjaya lagi. Peneliti menggunakan teori *Brand Identity* yang bertujuan untuk mengetahui Konsep *Brand Identity* dan aktivitas *Branding* yang dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Ponorogo dalam menjadikan dan mengenalkan Batik Ponoragan sebagai salah satu identitasnya, serta agar dapat mengembalikan kejayaannya.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deksriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori *Brand Identity* dengan melakukan wawancara mendalam kepada Bapak Zainal Kasi ILMEA Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo, Bapak Ahmadi Ketua Paguyuban Batik Bina Bangsa Kabupaten Ponorogo, Bapak Tridi Staff Kasi Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo, Bapak Frangky Andrias Matalata Staff Kasi Promosi dan Kerjasama Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo, Bapak Hari Setiyowahyono Kepala UPTD Sentra Industri Kabupaten Ponorogo.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, yaitu proses pengamatan terhadap subjek dan objek penelitian serta teori yang digunakan. Selanjutnya Wawancara, wawancara sendiri dilakukan secara langsung terhadap subjek penelitian. Selanjutnya Dokumentasi, yaitu dokumen-dokumen penting pendukung penelitian seperti foto motif batik ponoragan, foto surat pencatatan ciptaan Batik Ponoragan, foto pada saat memproduksi batik, serta foto pada saat melakukan wawancara secara langsung. Proses penelitian ini dilakukan selama 3 Bulan yaitu pada Bulan April 2020 hingga Bulan Juni 2020. Dibulan April 2020 peneliti melakukan proses observasi terhadap objek dan subjek penelitian. Dibulan Mei 2020 peneliti melakukan wawancara secara mendalam terhadap informan-informan dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti sebelumnya. Dan dibulan Juni 2020 peneliti melakukan analisa data terhadap data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara mendalam secara lansung. Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006). Pada validitas data peneliti menggunakan teknik Triangulasi Sumber. Trianggulasi sumber berarti membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada. (Bachri, 2010). Analisis Data yang digunakan dalam penelitan ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan

menggunakan teori Brand Identity. Setelah semua data sudah terkumpul langkah selanjutnya adalah mengolah data sesuai dengan permasalahannya.

3. Hasil dan Pembahasan

Batik Ponorogo sempat menghilang dan tenggelam dari pasaran, padahal Ponorogo adalah salah satu kabupaten yang pernah menjadi bukti sejarah perbatikan di Indonesia. Ada dua paguyuban batik yang menjadi produsen tekstil dan mampu menyaingi Solo dan Jogja sebagai produsen batik pada waktu itu, yaitu Koperasi Batik Bakti dan Koperasi Pembatik. Dua koperasi ini berkembang sangat pesat hingga mampu membangun pabrik tekstilnya sendiri, ada dua pabrik tekstil yang didirikan, yang pertama milik Koperasi Batik Bakti yang berlokasi di desa Purwosari Kecamatan Babadan, dan yang kedua milik Koperasi Pembatik yang berlokasi di Jl. Arif Rahman Hakim. Dulu pabrik tekstil ini memproduksi kain mori (kain putih polos untuk dasar batik) hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan para pengrajin batiknya saja, padahal kain yang dihasilkan dari pabrik tekstil ini bisa lebih dari 9.000 meter perharinya, bisa dibayangkan betapa besarnya industri batik yang ada di Ponorogo pada waktu itu. Bukti betapa sangat besar dan majunya industri batik pada waktu itu juga bisa dilihat dari bangunan-bangunan tua megah yang ada di Ponorogo dari perempatan pasar legi ketimur sampai pasarpon masih banyak ditemui bangunan-bangunan lama besar, ini adalah hasil dari kejayaan batik pada masa itu serta beberapa bukti bahwa Ekonomi Ponorogo pernah berjaya karna batiknya. Masuknya batik printing adalah awal dari banyaknya pengrajin batik yang ada di Ponorogo memilih untuk gulung tikar, banyak konsumen yang memilih untuk beralih menggunakan batik printing daripada batik tulis karna coraknya yang lebih bervariasi dan lebih modern, harga dari batik printing pun juga lebih murah dibandingkan batik tulis. Selain itu persaingan yang ketat dengan batik Solo dan Jogja juga menjadi faktor tenggelamnya batik Ponorogo, karna pada waktu itu batik Solo dan Jogja sangat menekan harga penjualan batiknya sementara Ponorogo tidak bisa menekan harga yang cukup murah seperti batik Solo dan Jogja, karena untung yang didapatkan tidak memenuhi modal yang dipakai. Selain itu tidak adanya manajemen dan kaderisasi dalam membatik ini juga menjadi faktor para pengrajin memilih untuk menutup industrinya karna dari putra-putri para pengrajin batik itu sendiri belum cukup memiliki rasa kepercayaannya dan merasa bahwa mereka dibesarkan dari batik namun tidak bisa melestarikan dan meneruskan dalam membatik.

1. Brand Identity

Implementasi Brand Identity Prisma :

a. Physique (Fisik)

Batik Ponoragan mempunyai ciri fisik atau corak yang sangat berbeda dengan batik lainnya, yaitu menggambarkan unsur-unsur atau strecing dari Kabupaten Ponorogo itu sendiri. Batik ponoragan yang sudah di daftarkan hak ciptanya oleh kabupaten Ponorogo ada tiga, yaitu: Motif Batik Reyog Mukti Wibowo, Motif Batik Reyog Parang Cecek, dan Motif Batik Reyog Pelajar Tujuh Belas.

b. Personality (Kepribadian)

Kepribadian yang memakai batik ponoragan ini juga sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian karna batik ponoragan ini dikenal dengan corak yang berani dan tegas, meskipun dibebberapa motif batik ponoragan yang sekarang sudah banyak berinovasi dengan lebih menggambarkan corak yang kalem. Jika dahulu batik hanya dipakai pada acara-acara formal saja tetapi sekarang batik juga sudah bisa dipakai pada pakaian harian, dikarenakan motifnya yang sudah sangat modern dan desain baju yang beragam, tetapi tanpa menghilangkan pakem yang ada.

c. Culture (Kebudayaan)

Pada setiap motif dari batik ponoragan menggambarkan ciri khas dan keunikan dari ikon ponorogo, tidak hanya ikon ponorogo tetapi juga strecing dari Kabupaten Ponorogo. dengan berkembangnya zaman batik ponorogo mulai berinovasi terhadap motifnya tetapi tidak merubah pakem yang ada.

d. Relationship (Hubungan)

Pemerintah Kabupaten Ponorogo tidak hanya fokus terhadap inovasi batik saja tetapi juga menjalin hubungan dengan relasi atau media partner yang ada di Kabupaten Ponorogo, di era revolusi 4.0 ini perkembangan media sangat pesat, setiap orang juga lebih sering mengakses berita atau informasi melewati media online atau Smartphone. Pemerintah Kabupaten Ponorogo menggadeng beberapa media partner yang cukup berpengaruh dan sudah mempunyai banyak followers yang ada di lingkup kabupaten Ponorogo. Dengan menggandeng beberapa media partner ini diharapkan dapat mempromosikan dan mengenalkan batik ataupun event-event yang ada dan akan dilaksanakan di Kabupaten Ponorogo serta informasi yang disampaikan ini bisa lebih cepat diterima oleh masyarakat.

e. Reflection or image (Refleksi atau gambar)

Secara visual batik ponoragan ini cukup mudah dikenali oleh masyarakat luas, karna salah satu motif atau corak dari batik ponoragan ini sangat identik dengan reyognya. Yang dimana reyog sudah sangat dikenal sampai manca negara bahwa reyog adalah kesenian milik Indonesia khususnya Kabupaten Ponorogo. dimana dalam satu lembar kain terdapat berbagai macam corak perangkat reyog, diantaranya ada gamelan, klono sewandono, reyog, merak, jathil, kendang, dan perangkat lainnya. Inilah salah satu ciri khas yang membedakan batik ponoragan dengan batik lainnya.

f. Self-Image (Citra diri)

Citra diri dari batik ponoragan dibandingkan dengan batik lainnya adalah warnanya yang tidak mudah luntur, karna batik ponoragan masih mempertahankan pewarna alaminya, meskipun ada beberapa motif dari batik ponoragan yang menggunakan pewarna sintetis tetapi itu tidak mengurangi kualitas btaiknya itu sendidri. Batik ponoragan juga dikenal dengan harganya yang mahal karna memang batik ponoragan ini masih menggunakan kualitas bahan yang bagus dibandingkan dengan batik luar ponorogo yang beredar dipasaran, jika dibandingkan dengan batik lain batik ponoragan ini cenderung lebih awet karena kulit bahan malam dan pewarna yang digunakan yang masih alami.

2. Aktivitas dan Konsep Branding

Sentra Industri

Langkah pertama yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Ponorogo adalah dengan membangun sentra industri batik. Sentra Industri ini didirikan dengan tujuan untuk mewadahi IKM Batik yang masih bertahan hingga saat ini, dengan diberikannya fasilitas tempat produksi dan peralatan produksi untuk para pengrajin batik ini adalah sebagai bentuk upaya untuk mengembalikan kejayaan batik oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo. Selain itu sentra industri ini juga digunakan sebagai tempat untuk merelokasi IKM yang terpisah, agar lebih mudah dalam pengawasan dan pembinaan. Dengan dibangunnya sentra industri Kabupaten Ponorogo yang ada dikawasan Tambakbayan oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo yang salah satu komoditi kerajinannya adalah batik merupakan pusat produksi dan pemasaran produk batik khas ponorogo. Selain kegiatan tersebut Pemerintah Kabupaten Ponorogo juga memfasilitasi IKM dengan berbagai pembinaan dan pelatihan agar kemampuan para IKM khususnya batik mengalami peningkatan yang nantinya agar mereka dapat menerapkan ke industrinya masing-masing.

a. Pelatihan dan pembinaan Batik di Sentra Industri

Industri batik yang ada di Ponorogo sekarang sudah mulai berkembang dan menjadi lebih baik dari sebelumnya karna dibangunnya Sentra Industri pada tahun 2017 yang dijadikan sebagai pusat pembinaan sekaligus balai pelatihan untuk para pengrajin batik. Sentra ini dipilih agar dapat memudahkan dalam pengawasan dan parelokasian para pengrajin batik, karna mereka mempunyai home industry batik sendiri dan tempatnya yang terpisah-pisah, maka dibangunlah sentra ini. Selain itu sentra juga dijadikan sebagai salah satu tempat tujuan wisata di Kabupaten Ponorogo jika ada wisatawan yang berkunjung, karena di sentra ini disediakan juga galeri batik yang bisa di beli langsung oleh wisatawan, tidak hanya itu wisatawan juga bisa melihat langsung proses produksi batik disini.

- b. Mengadakan Lomba Desain Batik
 Dengan masih bertahannya para pengrajin batik di Ponorogo ini, Pemerintah kabupaten Ponorogo dengan Dinas Perdagkum mengadakan lomba batik. Lomba ini diadakan untuk memberi ruang bagi para pengrajin untuk mengekspresikan karyanya lewat lomba ini, selain itu untuk memacu dan membangkitkan batik Ponorogo yang sempat meredup. Hasil karya atau juara dari lomba ini akan didaftarkan hak ciptanya dan akan menjadi hak milik Pemerintah Kabupaten Ponorogo, selain itu juga hasil juara batik ini akan dijadikan seragam wajib untuk Aparatur Sipil Negara, Pelajar, dan untuk umum.
- c. Mengadakan dan Mengikuti Event Batik
 Dengan membangun branding batik ponoragan sebagai identitas dari kabupaten Ponorogo Dinas Parawisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo mengadakan berbagai kegiatan guna melestarikan batik ponoragan, event-event yang diadakan ini juga melibatkan berbagai kalangan seperti pembatik, pengrajin batik, desainer, sekolah modeling dan sekolah tata busana, diantaranya event-event yang sudah dilakukan adalah Batik Street Exhibition, Lomba Desain Batik Khas Ponorogo, dan Sarahsehan Batik Khas Ponorogo
- d. Hak Cipta Batik Ponoragan
 Hasil juara lomba Desain Batik yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo nantinya akan didaftarkan hak ciptanya sebagai hak milik yang sah dari Kabupaten Ponorogo, yaitu: Motif Batik Mukti Wibowo yang sekarang dipakai seragam wajib ASN yang ada di Ponorogo, Motif Batik Pelajar Tujuh Belas yang sekarang dipakai seragam pelajar yang ada di Ponorogo, serta Motif Parang Cecek, motif ini diperuntukan untuk masyarakat umum.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Branding Batik Ponoragan sebagai salah satu Identitas dari Kabupaten Ponorogo dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Brand Identity berupa didirikannya UPTD Sentra Industri untuk merelokasi IKM batik yang terpisah, mengadakan pelatihan dan pembinaan dalam membatik di sentra industri, mengadakan lomba desain batik yang hasilnya akan didaftarkan hak ciptanya dan menjadi hak milik Pemerintah Kabupaten Ponorogo, serta mengadakan dan mengikuti event batik dalam skala regional maupun nasional. Adanya Identitas baru yaitu “Batik Ponoragan” dengan mendaftarkan hak cipta desain batik hasil dari juara lomba yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo di Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hasilnya dijadikan sebagai seragam wajib Aparatur Sipil Negara dan pelajar yang berada di lingkup Kabupaten Ponorogo hingga saat ini, eksistensi Batik Ponoragan sudah mulai terbangun pada saat setelah di daftarkannya hak cipta desain batik yang sampai sekarang di jadikan sebagai seragam wajib para Pegawai Negeri Sipil dan Pelajar yang berada di lingkup Kabupaten Ponorogo. Serta adanya sentra industri yang tidak hanya digunakan sebagai tempat perelokasian dan pembinaan para pengrajin batik akan tetapi juga dijadikan sebagai salah satu tempat tujuan wisata yang ada di Kabupaten Ponorogo.

Berdasarkan hasil dari kesimpulan di atas, peneliti berharap semoga dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis. Tentu saja hasil dari penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna, akan tetapi berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti akan memberikan saran yang diharapkan mampu di jadikan sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Peningkatan konsep secara khusus branding dari Batik Ponoragan oleh pemerintah Kabupaten Ponorogo.
- b. Membatasi batik yang masuk dari luar ponorogo dan lebih memprioritaskan batik dari hasil pengrajin yang ada di Ponorogo.
- c. Lebih banyak mengadakan event-event terkait Batik Ponoragan agar masyarakat juga lebih tahu dan tertarik dengan Batik Ponoragan.

- d. Pentingnya membangun komunikasi yang baik terhadap para pengrajin yang belum tergabung dalam sentra industri agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kecemburuan sosial diantara pengrajin yang ada di kemudian hari.

Acknowledgment

Terimakasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendukung pengerjaan artikel ini hingga selesai.

References

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan* , 46-62.
- Gelder, S. (2005). *Global Brand Strategy*. London: Kogan Page.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets : a conceptual model. *Journal of Product &*, 4-12.
- Konecnik, M., & Go, F. (2013). Tourism Destination Brand Identity: The Case of Slovenia. *Journal of Brand Mangement* , 2-8.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Linando, J. (2013). Tingkat Pengetahuan Karyawan JW Marriott Hotel Surabaya Terhadap Brand Identity Perusahaan. *E-Komunikasi*, 1-12.
- Mawardhi, D., & agustin, s. a. (2018). Perancangan Buku Visual Eksplorasi Motif Batik Ponorogoan sebagai Upaya Pelestarian Warisan Budaya Daerah. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 102-108.
- Rachmawati, R., & Sicillia Sawitri. (2015). Implementasi Strategi Branding Usaha Batik Dan Pengembangan Terhadap Perilaku Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Pada UMKM Batik Pekalongan Jawa Tengah. *TEKNOBUGA*, 19-40.
- Schultz, D., & B. B. (1999). *strategic brand communication campaigns*. USA: NTC Business Books.
- Supriono, Y. P. (2016). *Ensiklopedia The Haritage Of Batik, Identitas Pemersatu Kebanggaan Bangsa*. Yogyakarta: Andi.
- Swasty, W. (2016). *Branding ; Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wheeler, A. (2006). *Designing Brand Identity : A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands* . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: an Essential Guide for the Entire Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons.