

ANALISA IDENTITAS SONGKET SILUNGKANG DENGAN KONSEP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Riki Iskandar, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,
60rikiiskandar@gmail.com

Abulwafa Muhammad, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,
abiealwafa@gmail.com

Aggy Pramana Gusman, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang,
Aggy_gusman@upiypk.ac.id

Abstrak

Songket Silungkang merupakan salah satu hasil kerajinan masyarakat Kota Sawahlunto, Sumatera Barat yang merupakan produk unggulan daerah. Penelitian ini dilakukan untuk melakukan identifikasi motif dan karakteristik khas songket Silungkang dengan konsep Desain Komunikasi Visual. Penelitian ini menggunakan konsep penelitian kualitatif dan Kuantitatif. Penelitian ini mampu menghasilkan suatu gambaran tentang identitas yang ada pada Songket Silungkang. Dengan adanya identitas tersebut diharapkan masyarakat dapat dengan mudah mengenali Songket Silungkang melalui media rancangan logo beserta deskripsinya. Aplikasi media berupa poster, xbanner, spanduk, flagchange, bumper logo, pin, sticker, gantungan kunci, spanduk, postcard, billboard, browsur, sampul *facebook*. Semua media tersebut merupakan bagian dari proses Branding songket Silungkang.

Kata Kunci : Branding, Identitas, Songket Silungkang

ANALYSIS SONGKET SILUNGKANG IDENTITY WITH THE CONCEPT OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN

Abstract

Silungkang songket is one of the crafts community Sawahlunto, West Sumatra, which is a superior product. This study was conducted to identify distinctive characteristics songket motifs and Silungkang with the concept of Visual Communication Design. This study uses qualitative and quantitative research concepts. This study was able to generate a picture of the identity that existed at the Songket Silungkang. With the identity is expected that people can easily recognize Songket Silungkang media through logo design along with its description. Media applications such as posters, xbanner, banners, flagchange, bumper logo, pins, stickers, key chains, banners, postcards, billboard, browsur, cover. facebook All media are part of the process of songket Silungkang Branding.

Keywords: Branding, Identity, Songket Silungkang

PENDAHULUAN

Tenun atau menenun adalah proses pembuatan kain dengan anyaman benang pakan antara benang lungsi dengan menggunakan alat tenun yang terbuat dari kayu, tongkat, bambu dan logam. Dari proses ini akan diproduksi menenun kain dan songket. Songket merupakan salah satu produk tenunan Minangkabau yang terkenal oleh masyarakat dan memiliki kualitas tinggi, bukan hanya karena keindahan kilau benang emas dalam berbagai motif yang unik tetapi juga karena fungsi sosial sebagai alat kelengkapan kostum tradisional. Songket berasal dari sungkit atau leverage yang cara untuk menambah benang pakan dan benang emas dalam berbagai pembuatan menghiasi dilakukan dengan menyulam benang lungsi.

Bahan yang digunakan untuk tenun benang dari kapas, serat, sutra dan benang Macau (benang emas dan perak). Thread yang umumnya digunakan adalah impor luar negeri seperti India, Cina dan Eropa. Hiasan atau motif songket disebut Cukie, beberapa menggunakan Macau benang (benang emas dan perak), sutera dan katun berwarna. Sebuah keunikan songket Minangkabau yang lama ada adalah kombinasi dari dua atau tiga jenis benang dalam motif tunggal. Salah satu yang terkenal penenun songket lokal di Minangkabau adalah desa Silungkang. Silungkang terletak di tepi jalan raya Sumatera sekitar 95 km dari selatan-timur Kota Padang. Desa ini juga terkenal dengan seni seperti kerajinan anyaman rotan, tongkat, bambu, sapu dan menenun. Songket dan sarung tangan tenunan Silungkang sudah terkenal di Sumatera Barat.

Songket Silungkang juga dibuat secara tradisional, dengan alat tenun yang mirip dengan alat tenun di Pandai sikek tapi sedikit memiliki ukuran lebih besar dari alat tenun di Pandai sikek, motif yang tidak padat, dan tidak kaku jika dibandingkan dengan songket pandai

sikek. Benang tenun songket Silungkang tidak serapat dan seberat songket Pandai Sikek. Karena penggunaan benang emasnya tidak terlalu banyak. Songket Silungkang lebih ringan dan mudah dimodifikasi, dan Motif songket Silungkang lebih sederhana dibandingkan dengan motif songket Pandai Sikek.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Brand dan Branding

Brand menurut Surya (2003:15) adalah merk yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan branding adalah kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand. Tanpa dilakukannya kegiatan komunikasi

kepada konsumen yang disusun dan direncanakan dengan baik, maka sebuah merek tidak akan dikenal dan tidak mempunyai arti apa-apa bagi konsumen atau target konsumennya.

Teori Komunikasi

Komunikasi merupakan interaksi manusia yang meliputi segala bentuk baik itu bentuk pengumuman maupun bentuk pernyataan individu-individu. Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan “communicatio”. Selanjutnya proses komunikasi pada umumnya dilakukan secara berurutan, dalam pemberian pesan artinya pesan menciptakan ide atau gagasan yang akan dikomunikasikan. Pesan yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Teori Design

Design adalah bagian dari seni, disain terdiri dari proses, menata/melayout, memperindah sesuai dengan kehendakan seseorang yang terkadang dituntut membuat sesuatu yang diinginkan oleh kliannya. Acer, Alexander dan Jones menyatakan bahwa :

- Disain merupakan pemecahan masalah dengan satu target yang jelas.
- Desain merupakan temuan unsur fisik yang paling objektif.
- Disain adalah tindakan dan inisiatif untuk merubah karya manusia.

Tinjauan Branding

Data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan konsep Brand Strategy dari Knap yang disebut Doktrin Brand Strategy. Penulis melakukan analisis terkait proses branding Songket Silungkang yang disesuaikan dengan teori Doktrin Brand Strategy, sebagai berikut.

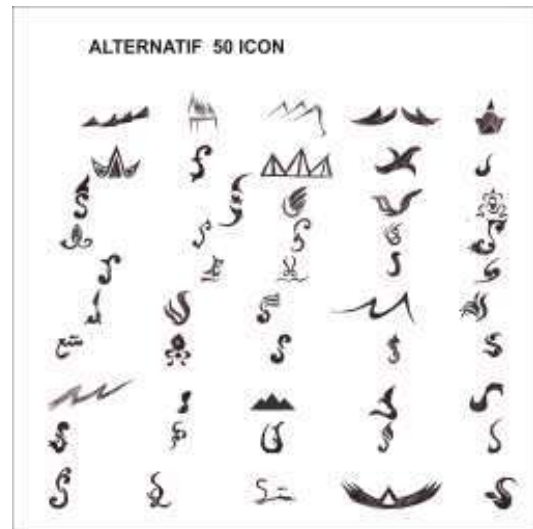
Desain komunikasi visual

Menurut Suyanto, bahwa Desain Komunikasi Visual ini diartikan sebagai sebuah seni serta komunikasi yang digunakan kebutuhan bisnis dan industri. Ketrampilan ini bisa meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan. Serta lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual melengkapi pesan dalam publikasi.

STRUKTUR KARYA SENI

Alternatif Icon

Alternatif *icon* adalah pilihan *icon* yang didapat melalui pencarian identitas melalui proses *brainstroming*. *Icon* yang digunakan merupakan bagian dari kekuatan branding nantinya. Adapun *icon* yang digunakan diambil dari motif songket Silungkang seperti : *kaluak paku*, *pucuk rabuang* dan *itiak pulang patang*. Sebelum mendapatkan 3 bentuk logo komfrensif, sebelumnya penulis melakukan pembuatan 50 alternatif icon, adapun bentuk 50 icon tersebut sebagai berikut :



Gambar 1. Alternatif 50 *icon*
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Alternatif Tipografi

Alternatif tipografi merupakan beberapa pilihan huruf yang akan digunakan dalam rancangan. Terdapat 4 alternatif jenis huruf pada rancangan branding songket silungkang Kota Sawahlunto ini. Pada akhirnya, akan terpilih satu dan akan diolah serta diaplikasikan pada perancangan nantinya. Berikut alternatif tipografi yang dipakai dalam perancangan.



Gambar 2. Alternatif Tipografi
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Jenis tipografi yang dipilih adalah Myriad Pro karena memberikan tingkat

keterbacaan yang jelas, dan nyaman. Huruf Myriad Pro akan diolah dan dipakai dalam setiap media perancangan branding songket Silungkang nantinya. Pemilihan dan penciptaan tipografi untuk logo dan tagline berdasarkan analisa, bukan berdasarkan selera perancang.

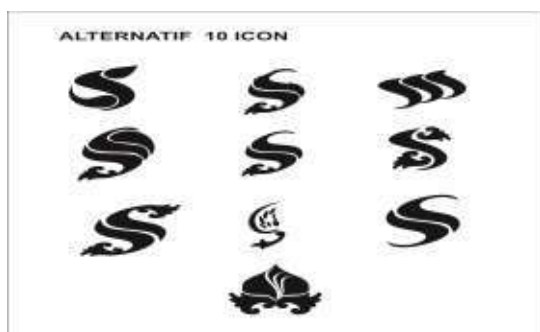
Alternatif Warna

Warna, pada perancangan branding songket Silungkang dan pada aplikasi media lainnya, penulis menggunakan warna Gold pada aplikasi logo dan warna turunan abu-abu juga warna putih. Warna Gold digunakan karena mencerminkan songket silungkang yang memiliki makna kesakralan, keindahan, ketekunan, ketelitian, kesabaran, dan juga merupakan warisan budaya yang berharga. Warna turunan abu-abu dan putih digunakan sebagai *background* pada media lainnya, dikarenakan warna abu-abu dan putih dapat memberikan *blankspace* yang nyaman untuk dilihat.

AITERNATIF WARNA			
Gold	R : 215	G : 146	B : 52
Abu-abu	R : 195	G : 201	B : 195
Putih	R : 25	G : 255	B : 255

Gambar 3. Alternatif Warna

Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016



Gambar 4. Alternatif 10 *icon* yang telah dilakukan pengolahan dari 50 *icon* sebelumnya
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Setelah mendapatkan 10 alternatif *icon*, penulis menjadikan 3 alternatif *icon* komfrensif, yang berlandasan 5 pada konsep awal, yang diangkat dari motif songket yakni : *kaluak paku*, *pucuk rabuang*, dan *itiak pulang patang*. Berikut gambar dan penjelasanya :



Gambar 5. Alternatif *icon* 1

Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Pengolahan *icon* pertama adalah penyederhaan beberapa alternatif *icon*. Diantaranya adalah motif *kaluak paku*, motif *pucuk rabuang*, dan motif *itiak pulang patang* yang dibentuk lebih dekoratif dengtan menggunakan teknik pengolahan pada *software* desain. Warna merah, kuning, dan hitam, merupakan penyederhanaan bentuk dari marawa yang dibuat menjadi satu kesatuan dalam *icon* tersebut. Alasan menggunakan warna merawa dikarenakan merawa sangat erat hubungannya dengan budaya minang.



Gambar 6. Alternatif *icon* 2

Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Pengolahan *icon* yang kedua merupakan penyederhaan bentuk yang berbeda dari yang pertama. Warna yang

digunakan adalah satu turunan warna yaitu warna gold yang mengartikan suatu peninggalan yang berharga, keagungan atau kesakralan. Pada bentuk *iconnya* merupakan pengolahan dari bentuk motif songket seperti : *motif itiak pulang patang* yang disusun menjadi kesatuan dan merupakan singkatan dari kata Songket Silungkang. Juga merupakan penyederhanaan dari motif *kaluak paku* yang merupakan motif yang sering digunakan pada tenun songket tersebut. Dari bentuk keseluruhannya memiliki makna yang lebih fleksible dan tidak rumit sesuai dengan bentuk motif pada songket silungkang yang tidak rumit tetapi tetap memberikan nilai keindahan pada tenunannya.



Gambar 7. Alternatif *icon* 3
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Pengolahan *icon* ketiga adalah penggabungan dari bentuk motif *kaluak paku* yang telah diolah menyerupai bendera marawa. Dan pada pewarnaan *iconnya* juga menggunakan warna marawa yaitu hitam, merah, dan kuning. Bentuk keseluruhan diseimbangkan supaya terlihat komunikatif dan menarik.

Alternatif Logo Akhir

Alternatif logo dilakukan perancangan dari 3 bentuk *icon* komfrensif yang disusun dengan huruf yang telah dipilih sehingga mendapatkan beberapa alternatif logo yang memiliki tatak huruf yang berbeda.



Gambar 8. Alternatif logo
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

TEKSTUR KARYA SENI

Sinopsis Alternatif Desain Poster

Poster merupakan media penyampaian pesan/ komunikasi kepada khalayak ramai yang dibuat dalam ukuran yang lebih kecil. Alasan menggunakan poster sebagai media rancangan, karena biasanya poster memiliki kekuatan tertentu untuk mempromosikan sebuah prodak. Adapun target *audience* pada poster ini adalah umum khususnya wisatawan.

Poster bergambar dan *fullcolor* biasanya dipakai sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkannya didinding, pintu, jendela toko, atau dinding ruang pameran. Ukuran yang akan digunakan 59,4 cm x 84,1 cm. Teknik produksi yang digunakan dengan estimasi harga Rp 60.000.



Gambar 9 Alternatif Poster 1
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Desain poster yang pertama yang berukuran 59,4 cm x 84,1 cm ini didesain dengan menggunakan model. Fungsi model disini memperlihatkan keindahan songket silungkang ketika dipakai dan terdapat *space* yang mendapatkan detail motif yang digunakan model tersebut serta diiringi nama motifnya. Didalam poster tersebut ditempatkan logo songket silungkang pada bagian awal dan beberapa keterangannya. Tak lupa pula penulis menempatkan logo pemerintah kota sawahlunto dan alamat *website* kota Sawahlunto untuk keterangan lebih lanjut mengenai tenun songket Silungkang.



Gambar 10. Alternatif Poster 2
Sumber Rancangan Riki Iskandar, 2016

Desain poster yang kedua yang berukuran 59,4 cm x 84,1 cm ini didesain dengan menggunakan model yang diposisikan disebelah kiri dan terdapat *space* yang mendapatkan detail motif yang digunakan model pada bagian poster kedua ini motif songket yang digunakan motif yang berwarna lebih *soft* jika dibandingkan model yang terdapat pada alternatif poster pertama. Didalam poster tersebut ditempatkan logo songket silungkang pada bagian awal dan beberapa keterangannya. Tak lupa pula penulis menempatkan logo pemerintah kota sawahlunto dan alamat *website* kota Sawahlunto untuk keterangan lebih lanjut mengenai tenun songket Silungkang.



Gambar 11. Alternatif Poster 3
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016

Desain poster yang ketiga yang berukuran 59,4 cm x 84,1 cm ini didesain dengan menggunakan model wanita yang ditempatkan pada bagian bawah dan mengenakan selendang songket Silungkang yang menutupi *space* dari kiri ke kanan.

Sehingga keseimbangan yang dibentuk dari bagian atas membentuk pola T terbalik memberikan kesan *layout* yang seimbang. Pada bagian atas ditempatkan logo songket Silungkang sebagai penanda pakaian yang digunakan simulasi merupakan tenun songket Silungkang.

PENUTUP

Branding merupakan tahapan bagaimana memperkenalkan produk kepada publik. Pengenalan sebuah produk dapat ditempuh melalui kalimat slogan, icon, eksibisi dan berbagai media yang dianggap efektif dan efisien. Pemilihan media juga dilakukan berdasarkan data yang ditemukan dalam permasalahan yang terdapat pada kota tersebut. Rancangan branding songket Silungkang Kota Sawahlunto diwujudkan dalam berbagai media komunikasi yang efektif. Adapun media rancangannya adalah logo beserta aplikasi. Pin, gantungan kunci, sticker, browsur poscard, sampul

facebook, flagchange, billboard, spanduk, xbanner, poster, dan bumper logo. Semua media tersebut merupakan bagian dari proses branding songket Silungkang.

Rancangan kreatif menjadi bagian penting dalam suksesnya branding songket Silungkang nantinya.

Sesuai dengan tujuan dalam rancangan ini adalah merancang komunikasi visual untuk memperkenalkan songket Silungkang adalah karya cipta dari Kota Sawahlunto dan memperkenalkan songket Silungkang bukan hanya pakaian adat saja, tetapi sudah pakaian yang kekinian. Dalam rancangan tentunya memiliki tingkat kesulitan tersendiri dan itu merupakan hal yang membuat penulis terus berusaha dan menjadi pengalaman sendiri agar bisa mewujudkan rancangan branding songket Silungkang, Kota Sawahlunto.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2014. *Aaker On Branding*. Jakarta : Gramedia.
- Cenadi, Christine S. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Nirmana volume 1 nomor 1, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 1999.
- Cotton, Bob. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford, 1990.
- Hisrich, Robert D. & Michael P. Peters. *Marketing Decisions for New and Mature Products*. Macmillan Publishing Co., New York, 1991.
- Knapp, Duane. 2006. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Andi
- Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1998. *Marketing: An Introduction*, 3rd

Edition. New Jersey: Prentice-Hall
Inc.

Kertajaya, Hermawan. *Marketing Plus
2000 Siasat Memenangkan
Persainagn Global*. PT. Gramedia
Pustaka Utama, Jakarta, 1996.

Rustan, Suryanto. 2013. *Mendesain
Logo*. Jakarta : Gramedia

Sarwono, Jonathan, dan Lubis, Hary.
*2007 Metode Riset untuk Desain
Komunikasi Visual*. Yogyakarta.
Penerbit Andi.