
PERANCANGAN BRANDING SONGKET SILUNGKANG

Riki Iskandar, Rosta Minawati, Martion

ABSTRACT

The title of this final project is “Designing the Branding of Songket Silungkang.” The purpose of the designing is to get identity which is always remembered so that it changes the behavior of targeted audience. Even though the city government has managed and organized the weavers, the songket weavers in the outside of Silungkang area also want to create the songket name according to the names of their areas. Therefore in the design of this songket Silungkang branding, it is highlighted through verbal and visual messages which are effective and efficient.

The media of its design was the logo along with its description. The application of this media was in the forms of poster, x-banner, banner, flag-change, bumper logo, pin, sticker, key chain, postcard, billboard, brochure and facebook cover. All those media were the part of songket Silungkang branding process.

Keywords: Designing, Branding, Songket, Silungkang

A. 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. Bahan yang digunakan untuk tenun adalah 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 benang *Macau*

(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. Benang tenun songket Silungkang tidak serapat dan seberat songket Pandai Sikek. 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.

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 merk tidak akan dikenal dan tidak mempunyai arti apa-apa bagi konsumen atau target konsumennya.

Komunikasi merupakan interaksi manusia yang meliputi segala bentuk baik itu bentuk pengumuman-pengumuman maupun bentuk pernyataan individu-individu. 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.

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. Warna (*color*) merupakan unsur penting dalam obyek desain. Warna yang tepat akan menghasilkan desain yang baik. Acer, Alexander dan Jones menyatakan bahwa:

1. Disain merupakan pemecahan masalah dengan satu target yang jelas.

2. Desain merupakan temuan unsur fisik yang paling objektif.
3. Disain adalah tindakan dan inisiatif untuk merubah karya manusia.

Data yang telah diperoleh dalam tulisan ini 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.

B. PEMBAHASAN

1. Branding Songket Silungkang

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*
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

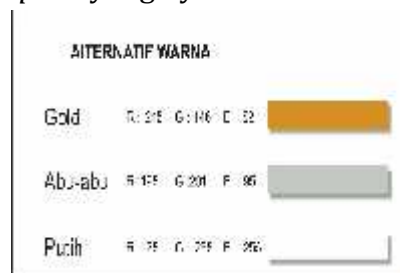


Gambar 2
Alternatif Tipografi
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

Alternatif tipografi merupakan beberapa pilihan huruf yang akan digunakan dalam rancangan. Terdapat empat 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. 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.

Warna, pada perancangan *branding* songket Silungkang dan pada aplikasi media lainya, 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 lainya, dikarenakan warna abu-abu dan putih dapat memberikan *blankspace* yang nyaman untuk dilihat.



Gambar 3
Alternatif Warna
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

Pengolahan *icon* adalah penyederhanaan bentuk dari beberapa alternatif *icon* yang dipilih. *Icon* merupakan salah satu identitas atau variasi sebuah benda. Penyederhanaan dilakukan supaya lebih menarik dan komunikatif. Sebelumnya penulis telah mencoba membuat 50 alternatif *icon*. Dari 50 *icon* dikerucuti menjadi 10 *icon*. Dari 10 *icon* dikerucutkan menjadi tiga alternatif *icon*. Adapun 10 alternatif *icon* yang telah dilakukan pengolahan dari 50 *icon* sebelumnya sebagai berikut :



Gambar 4
Alternatif 10 *Icon* yang Telah Dilakukan
Pengolahan dari 50 *Icon* Sebelumnya
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

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



Gambar 5
Alternatif *icon* 1
(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 dengan 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 marawa dikarenakan marawa 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 *icon*nya merupakan pengolahan dari bentuk motif songket seperti: *motif itiak pulang patang* yang disusun menjadi kesatuan dan merupakan singkatan dari kata Songket Silungkang. 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
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

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

Penggabungan di sini merupakan tahapan yang dilakukan penyatuan antara *icon*, dan tipografi, sehingga mendapatkan bentuk logo. Setelah proses tersebut didapatkan maka penulis mendapatkan beberapa alternatif logo. Alternatif logo dilakukan perancangan dari 3 bentuk *icon* komfrensif yang disusun dengan huruf yang telah dipilih sehingga mendapatkan beberapa alternatif logo yang memiliki tataletak huruf yang berbeda.



Gambar 8
Alternatif logo
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

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 di dinding, 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.

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. Di dalam 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 9
Alternatif Poster 1
Sumber : Rancangan Riki Iskandar, 2016



Gambar 10
Alternatif Poster 2
(Rancangan Riki Iskandar, 2016)

Desain poster yang kedua yang berukuran 59,4 cm x 84,1 cm ini didesain dengan menggunakan model yang diposisikan di sebelah 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. Di dalam 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
(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.

C. KESIMPULAN

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 ber-

dasarkan 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*, brosur *postcard*, 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. 1999. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Nirmana volume 1 nomor 1, Universitas Kristen Petra: Surabaya.
- Cotton, Bob. 1990. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon: Oxford.
- Hisrich, Robert D. & Michael P. Peters. 1991. *Marketing Decisions for New and Mature Products*. Macmillan Publishing Co.: New York.
- Kertajaya, Hermawan. 1996. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persainagn Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Knapp, Duane. 2006. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1998. *Marketing: An Introduction*, 3rd Edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Rustan, Suryanto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia
- Sarwono, Jonathan. dan Hary Lubis. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.