

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN ISI YOGYAKARTA
SKEMA PENELITIAN TERAPAN**



**Penciptaan Kemasan Ramah Lingkungan sebagai
Pemberdayaan Batik Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang**

Peneliti :

**P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. – NIP. 197001062008011017 (Ketua)
Danu Sukmawan Aji – NIM. 1712473024 (Anggota Mahasiswa)**

**Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta tahun 2022
Nomor: DIPA-023.17.2.677539/2022 tanggal 17 November 2021
Berdasarkan SK Rektor Nomor: 307/IT4/HK/2022 tanggal 29 Juni 2022
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian
Nomor: 3799/IT4/PG/2022 tanggal 1 Juli 2022**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN
November 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
SKEMA PENELITIAN TERAPAN**

Judul Kegiatan : Penciptaan Kemasan Ramah Lingkungan sebagai Pembedayaan Batik Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang

Ketua Peneliti

Nama Lengkap : Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta
NIP/NIK : 197001062008011017
NIDN : 0006017002
Jab. Fungsional : Lektor
Jurusan : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : FSR
Nomor HP : 08112508687
Alamat Email : gogorbangsa@gmail.com
Biaya Penelitian : DIPA ISI Yogyakarta : Rp. 12.000.000
Tahun Pelaksanaan : 2022

Anggota Mahasiswa (1)

Nama Lengkap : Danu Sukmawan Aji
NIM : 1712473024
Jurusan : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Fakultas : SENI RUPA

Mengetahui
Dekan Fakultas FSR


[Signature]
Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.
NIP 196911081983031001

Yogyakarta, 07 November 2022
Ketua Peneliti

[Signature]
Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.
NIP 197001062008011017

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian


[Signature]
Dr. Nur Sahid, M.Hum
NIP 196202081989031001

RINGKASAN

Desa Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah adalah sebuah desa yang terletak di daerah pegunungan Menoreh. Desa ini memiliki beberapa potensi seni dan budaya yang terbagi dalam kelompok-kelompok, salah satunya adalah Kelompok Batik Girijati. Kelompok pembuat batik ini dikelola oleh para perempuan di desa Kerug Batur dengan menggunakan pewarna alam dan ciri khas motif yang diambil dari relief Borobudur. Desa ini meskipun terletak hanya sekitar 4 kilometer dari Candi Borobudur, namun belum menjadi daya tarik dan tujuan pariwisata. Sehingga nampak sekali terjadi kesenjangan kunjungan wisatawan dibanding dengan objek wisata Candi Borobudur. Demikian juga yang terjadi pada Batik Girijati ini, meskipun memiliki daya pikat tersendiri namun belum mampu menarik perhatian calon konsumen. Salah satu kendalanya adalah persoalan identitas produk yang berujung pada permasalahan pemasaran. Batik Girijati selama ini hanya dijual apa adanya tanpa memiliki identitas/ciri khas produk, sehingga tidak mudah dikenali oleh konsumen maupun calon konsumen. Tujuan penelitian ini adalah merancang kemasan ramah lingkungan untuk produk Batik Girijati sebagai salah satu *tool* pemasaran untuk salah satu upaya untuk memberdayakan Kelompok Batik Girijati tersebut. Sehingga nantinya produk batik ini mempunyai ciri khas, identitas, dan *tool* pemasaran yang dapat diandalkan. Sebagai produk batik dengan pewarna alam yang ramah lingkungan, maka kemasan yang akan dirancang pun juga harus ramah lingkungan. Tahapan metode penelitian ini diawali dengan mengumpulkan data melalui observasi langsung kegiatan Kelompok Batik Girijati dan wawancara dengan pimpinan kelompok. Data yang dikumpulkan terutama mengenai produk Batik Girijati dan permasalahan pemasarannya, selain data pendukung lainnya. Setelah dipilah, dianalisis dan disimpulkan, maka data tersebut akan dipergunakan sebagai dasar pertimbangan pembuatan rancangan kemasan untuk Batik Girijati tersebut. Selanjutnya adalah proses perancangan kemasan yang diawali dengan alternatif rancangan kasar, rancangan komprehensif, hingga pembuatan *prototype*. Kemudian *prototype* diuji coba dan dilakukan evaluasi serta revisi bilamana perlu.

Kata-kata kunci: kemasan, ramah lingkungan, batik, pewarna alam, Borobudur.

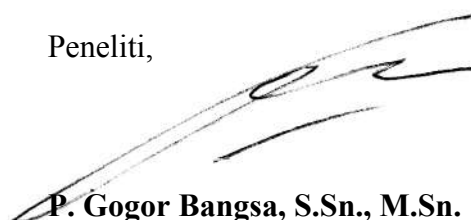
PRAKATA

Penelitian ini mengambil objek batik Giri Jati di desa Kerug Batur, Majaksing, Borobudur yang proses pembuatannya memakai bahan pewarna alam. Selama ini UMKM pembuat produk ini belum mempunyai kemasan yang relevan, sehingga tidak mempunyai ciri khas dan wadah untuk produknya tersebut. Padahal wadah atau kemasan sangat penting bagi sebuah produk selain untuk melindungi produk, juga memudahkan distribusi, ciri khas produk, dan menambah nilai produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan kemasan yang ramah lingkungan, mempunyai ciri khas yang kuat, menambah nilai produk namun juga tetap berfungsi sebagai pelindung produk dan memudahkan distribusi.

Yogyakarta, 7 November 2022

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'P. Gogor Bangsa', written over a horizontal line.

P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| Halaman Pengesahan | 2 |
| Ringkasan | 3 |
| Prakata | 4 |
| Daftar Isi | 5 |
| Bab I. Pendahuluan | 6 |
| Bab II. Tinjauan Pustaka | 9 |
| Bab III. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 11 |
| Bab IV. Metode Penelitian | 12 |
| Bab V. Hasil Penelitian dan Luaran yang Dicapai | 14 |
| Bab VI. Kesimpulan dan Saran | 23 |
| Daftar Pustaka | 24 |
| Lampiran | 25 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Desa Kerug Batur, Majaksingi, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah adalah sebuah desa yang terletak di daerah pegunungan Menoreh dan hanya berjarak kurang lebih 4 kilometer dari obyek wisata Candi Borobudur. Desa ini memiliki beberapa potensi wisata alam (Puncak Gondopurowangi, Puncak Gajah Mungkur), seni dan budaya (Jatilan Turonggo Gondorinekso), kuliner (Kopi Borobudur, Teh Majaksingi, slondok krepus, gula jawa) serta religi. salah satunya adalah Kelompok Batik Girijati. Kelompok pembuat batik ini dikelola oleh para perempuan di desa Kerug Batur dengan menggunakan pewarna alam yang diambil dari bahan dari lingkungan sekitar mereka. Motif yang menjadi ciri khas batik tersebut terinspirasi dari relief-relief yang ada di Candi Borobudur. Desa ini meskipun terletak hanya sekitar 4 kilometer dari Candi Borobudur, namun belum menjadi daya tarik dan tujuan pariwisata. Sehingga nampak sekali terjadi kesenjangan kunjungan wisatawan dibanding dengan objek wisata Candi Borobudur. Demikian juga yang terjadi pada Batik Girijati ini, meskipun memiliki daya pikat tersendiri namun belum mampu menarik perhatian calon konsumen. Salah satu kendalanya adalah persoalan identitas produk yang berujung pada permasalahan pemasaran. Batik Girijati selama ini hanya dijual apa adanya tanpa memiliki identitas/ciri khas produk, sehingga tidak mudah dikenali oleh konsumen maupun calon konsumen.

Kemasan mempunyai fungsi utama untuk melindungi barang, menambah penampilannya, dan mendukung distribusinyaⁱ. Jadi selain fungsi asalnya sebagai pelindung barang yang dikemas, Hermawan Kartajayaⁱⁱ mengatakan bahwa kemasan juga mempunyai fungsi pemasaran melalui estetika dari barang yang dikemasnya. Kemasan bahkan sering dijuluki sebagai “*the silent salesman*” karena fungsinya sebagai salah satu *tool* pemasaranⁱⁱⁱ.

Selama ini kemasan untuk produk ramah lingkungan sekedar menggunakan bahan yang bisa didaur ulang saja (kertas misalnya), namun masih jarang yang memanfaatkan bahan yang diolah dari alam sekitarnya. Dengan demikian hal ini diharapkan menjadi keunikan dari perancangan ini, yaitu kemasan yang ramah lingkungan yang memanfaatkan potensi bahan alami dari alam sekitar.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang kemasan ramah lingkungan untuk produk Batik Girijati sebagai salah satu *tool* pemasaran. Sehingga nantinya produk batik ini mempunyai ciri khas, identitas, dan *tool* pemasaran yang dapat diandalkan. Selanjutnya produk dari penelitian ini

diharapkan dapat memberdayakan Kelompok Batik Girijati yang dikelola oleh para perempuan Desa Kerug Batur tersebut. Urgensi penelitian ini adalah bahwa pada saat ini produk Batik Girijati mengalami kesulitan pemasaran, yang salah satu dugaan penyebabnya adalah tidak mempunyai ciri khas dari kemasan produk tersebut. Oleh karena itu dengan adanya kemasan yang komprehensif nantinya dapat menjadi *tool* pemasaran bagi produk batik ini sehingga dikenal dan mampu bersaing setidaknya secara regional.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana merancang kemasan ramah lingkungan untuk produk Batik Girijati sebagai salah satu *tool* pemasaran untuk salah satu upaya untuk memberdayakan Kelompok Batik Girijati tersebut?
