

ABSTRAK

Ragam motif batik yang ada di Indonesia telah menciptakan variasi sesuai dengan daerah tempat asal masing-masing. Menciptakan motif batik sesuai dengan keunikan dan memiliki filosofi daerah setempat, seperti salah satunya Griya Batik Tegal yang menjual berbagai macam motif batik tegalan. Namun Griya Batik Tegal belum memiliki kemasan yang membedakan produknya dengan produk lainnya. Produknya hanya di kemas menggunakan plastik klip yang tidak menampilkan identitas dari Griya Batik Tegal. Dengan demikian, Griya Batik Tegal memerlukan identitas mereknya sendiri supaya calon konsumen akan lebih paham dan mengenal Griya Batik Tegal melalui media kemasan yang baru. Perancangan dibuat menggunakan metode penelitian kualitatif yang akan memperoleh data menggunakan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Penulis juga menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap Griya Batik Tegal. Konsep perancangan yang akan dibuat pada kemasan adalah tradisional modern, dimana penulis mengangkat tradisi daerah setempat dengan lebih kekinian. Serta merancang media promosi seperti Hard Box, Paper Bag, X-banner, Poster A3, Totebag, dan Stiker sebagai media pendukung Griya Batik Tegal.

Kata kunci: Identitas Merek, Kemasan, Griya Batik Tegal

