

DESAIN MOTIF BATIK IKONIK SEBAGAI PENGUATAN IDENTITAS VISUAL DALAM KONTEKS *BRANDING* ISBI BANDUNG

**Nadia Rachmaya Budiono Ningrum,
Haidarsyah Dwi Albahi**



PENDAHULUAN

Fenomena persaingan yang semakin intensif dalam sektor pendidikan tinggi telah menggeser posisi pengembangan citra atau merek institusional dari sekadar opsi strategis menjadi suatu imperatif esensial untuk mencapai keunggulan kompetitif dan memastikan keberlanjutan jangka panjang. Dalam lanskap global yang kian kompetitif, *branding* institusional tidak lagi dapat dipandang sebagai aktivitas tambahan, melainkan sebagai komponen integral dari strategi manajerial, akademik, dan kultural sebuah perguruan tinggi.

Prinsip ini menjadi semakin relevan bagi institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada bidang seni dan budaya, seperti Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung, yang menghadapi tantangan ganda: pertama, mempertahankan dan meningkatkan kualitas akademik; kedua, mengartikulasikan secara konsisten identitas, filosofi, serta kontribusi khas yang membedakan institusi ini dalam khazanah pendidikan tinggi dan kebudayaan nasional. Tantangan tersebut menuntut sebuah strategi identitas visual yang tidak hanya berperan sebagai elemen representatif, melainkan juga sebagai medium komunikasi simbolik yang mampu membangun citra institusional yang otentik, kredibel, dan berdaya saing.

Logo Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung merupakan representasi visual yang merefleksikan identitas, visi, dan nilai-nilai filosofis lembaga pendidikan tinggi seni yang berakar pada kearifan lokal Sunda serta berorientasi pada perspektif global. Secara konseptual, logo ini dirancang untuk menegaskan karakter ISBI Bandung sebagai institusi yang menjunjung tinggi nilai budaya, kreativitas, dan pengembangan ilmu pengetahuan berbasis riset.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Husen Hendriyana pada tanggal 6 Juli 2025, secara bentuk, logo ISBI Bandung menampilkan stilisasi dari alat musik rebab, yang dikenal sebagai salah satu ikon budaya Jawa Barat. Bentuk tersebut tidak hanya menunjukkan kedekatan institusi dengan warisan seni tradisional, tetapi juga merepresentasikan harmoni antara unsur estetika, filosofi, dan intelektualitas. Jika diamati secara lebih mendalam, bentuk visual logo ini juga menyerupai figur Dewi Saraswati, dewi ilmu pengetahuan dan kesenian dalam tradisi Hindu, yang digambarkan dengan sampur (selendang) sebagai simbol keanggunan, pengetahuan, dan kreativitas. Menariknya, terdapat lima helai sampur yang melambangkan lima bidang riset utama dalam lingkup keilmuan seni dan budaya, sekaligus mengacu pada dasar ideologis bangsa, yakni Pancasila.



Gambar 1. Logo Institut Seni Budaya Indonesia Bandung



Gambar 2. Logo Institut Seni Budaya Indonesia Bandung di putar 90°

Apabila logo ISBI Bandung diputar 90° ke arah kanan, bentuk tersebut menyerupai struktur fishbone (tulang ikan), di mana elemen sampur bertransformasi menjadi rangka tulang-tulangnya. Hal ini secara simbolik menggambarkan struktur keilmuan dan sistem pengetahuan yang saling terhubung dan menopang perkembangan seni dan budaya. Warna biru tarum yang digunakan pada logo melambangkan kearifan, kedalaman pengetahuan, ketenangan, serta keabadian nilai seni dan budaya, sejalan dengan filosofi ISBI Bandung sebagai pusat pengembangan ilmu dan kreativitas yang mengakar pada budaya lokal dan bersinergi dengan perkembangan global.



Gambar 3. Institut Seni Budaya Indonesia Bandung

Sumber: <https://campus.quirper.com/directory/institut-seni-budaya-indonesia-bandung>



Gambar 4. Institut Seni Budaya Indonesia Bandung Jika dilihat
dari parkiran sisi Kanan

Dokumentasi: Tim Peneliti, 2025

Dalam konteks ini, identitas visual memegang peranan krusial sebagai garda terdepan dalam arsitektur strategi penjenamaan (*branding*). Identitas visual tidak hanya bertugas menghadirkan estetika, tetapi juga berfungsi sebagai sarana konversi nilai-nilai abstrak, etos, serta visi-misi institusional ke dalam bentuk artefak visual yang komunikatif, sistematis, dan

mudah diingat oleh publik. Dengan kata lain, identitas visual berperan sebagai narasi visual institusi, yang mampu memperkuat positioning, meningkatkan visibilitas, serta menginternalisasi nilai budaya dalam benak masyarakat luas.

Penelitian di bidang *heritage branding* menunjukkan bahwa konsumen modern semakin tertarik pada merek yang memiliki cerita asli dan akar yang kuat. Urde, Greyser, dan Balmer (2007) dalam artikel mereka tentang merek korporat dengan warisan budaya, menekankan bahwa identitas harus "diwariskan dari masa lalu, hidup di masa sekarang, dan dipersembahkan untuk masa depan". Dengan kata lain, strategi *branding* visual ISBI Bandung harus berhasil menggali kekayaan historis dan filosofinya, lalu menyajikannya dalam bahasa visual yang relevan untuk audiens kontemporer. Ini menegaskan bahwa identitas institusi bukan sesuatu yang " diciptakan" dari nol, melainkan "digali" dari esensi yang sudah ada.

Batik, sebagai salah satu pusaka budaya bangsa Indonesia, merupakan warisan tak benda yang memiliki nilai historis, filosofis, dan estetis yang tinggi. Hingga kini, asal-usul batik masih sering menjadi bahan kajian dan perdebatan di kalangan akademisi maupun pemerhati budaya, mengingat keberadaannya yang telah menyatu dengan kehidupan sosial dan tradisi masyarakat Indonesia sejak berabad-abad lalu. Secara etimologis, istilah *batik* berasal dari bahasa Jawa, yaitu dari kata "*bathik*" yang merupakan bentuk pelafalan sehari-hari di kalangan masyarakat Jawa. Kata tersebut diyakini berasal dari gabungan dua suku kata, yaitu "*amba*" yang berarti menulis atau menggambar, dan "*titik*" yang berarti titik atau pola titik-titik. Gabungan makna tersebut merefleksikan teknik pembuatan batik yang menggunakan canting untuk menorehkan malam dalam pola titik dan garis pada permukaan kain, sehingga

membentuk ragam motif yang sarat makna simbolik dan filosofi kehidupan masyarakat Nusantara (Mashadi, dkk, 2015).

Batik, sebagai warisan budaya tak-benda Indonesia yang diakui oleh UNESCO, merupakan medium ekspresi yang kaya akan simbol, narasi, dan nilai filosofis. Lebih dari sekadar kain tradisional, batik adalah representasi identitas budaya yang merefleksikan kearifan lokal sekaligus kontinuitas sejarah bangsa. Namun, dalam era digital yang sarat dengan dinamika komunikasi visual, muncul tantangan strategis untuk menjadikan batik tetap relevan, fungsional, dan berdaya saing.

Dalam konteks ISBI Bandung, digitalisasi batik memiliki urgensi yang lebih substansial. Sebagai institusi pendidikan tinggi seni dan budaya, ISBI Bandung tidak hanya bertugas melestarikan tradisi, tetapi juga mengembangkannya melalui pendekatan kreatif dan inovatif. Transformasi batik ke dalam medium digital dapat menjadi strategi *branding* budaya yang efektif, dimana elemen-elemen filosofis, arsitektur, dan artistik khas ISBI Bandung dikonversi menjadi motif batik digital yang merepresentasikan identitas institusi secara autentik.

Motif batik digital yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai karya estetis, melainkan juga sebagai *tanda tangan visual* ISBI Bandung. Sebuah identitas visual yang dapat diaplikasikan secara fleksibel pada berbagai medium komunikasi, baik akademik, kultural, maupun promosi institusional. Dengan demikian, digitalisasi batik tidak hanya menjadi upaya pelestarian, tetapi juga strategi *branding* yang memperkuat posisi ISBI Bandung sebagai pusat pengembangan seni-budaya yang berdaya saing di tingkat nasional maupun global. Bab ini menguraikan sebuah gagasan strategis yang berorientasi pada penguatan identitas visual institusi melalui perancangan motif batik ikonik ISBI Bandung berbasis digitalisasi. Perancangan ini

tidak hanya diposisikan sebagai upaya kreatif semata, melainkan juga sebagai langkah fundamental dalam membangun citra, reputasi, serta diferensiasi institusi di tengah dinamika persaingan akademik dan kultural.

Proses digitalisasi yang diintegrasikan dalam penciptaan motif batik memungkinkan adanya presisi, fleksibilitas, serta adaptabilitas dalam mengembangkan bahasa visual yang selaras dengan tuntutan era teknologi informasi. Lebih jauh, penggalian dan transformasi elemen-elemen filosofis, arsitektur, dan artistik yang melekat pada karakteristik ISBI Bandung menjadi basis konseptual dalam penciptaan motif batik digital. Proses penciptaan motif batik bagi sebuah institusi dimulai dengan konversi elemen-elemen konseptual seperti visi, misi, atau nilai-nilai inti menjadi sebuah representasi visual. Proses ini pada dasarnya adalah praktik semiotika, dimana ide-ide abstrak ditransformasikan menjadi "tanda" visual yang dapat dikomunikasikan (Tinarbuko, 2015).

Representasi visual yang dihasilkan tidak hanya bertujuan untuk keindahan semata, tetapi wajib mengembangkan dua fungsi utama: nilai simbolik dan nilai estetis. Nilai simbolik berfungsi untuk menyampaikan makna, filosofi, dan narasi khas dari institusi, sementara nilai estetis memastikan bahwa motif tersebut menarik secara visual dan mampu meninggalkan kesan mendalam bagi audiens (Santo, 2004).

Kombinasi yang harmonis antara makna dan keindahan inilah yang melahirkan sebuah motif batik ikonik. Motif tersebut kemudian berfungsi sebagai "tanda tangan visual" (visual signature) bagi institusi, sebuah konsep sentral dalam pembangunan identitas merek (Wheeler, 2017). Sebagai tanda tangan visual, motif ini harus memenuhi beberapa kriteria krusial. Pertama, ia harus otentik, yang berarti desainnya berakar kuat pada karakter asli institusi dan tidak

mudah ditiru, sehingga menciptakan keunikan yang genuine. Kedua, ia harus adaptif, yaitu memiliki fleksibilitas untuk diterapkan secara konsisten dan efektif di berbagai medium mulai dari media digital seperti situs web dan aplikasi, hingga media cetak, seragam, cendera mata, bahkan elemen arsitektural (Aaker, 2010).

Pada akhirnya, identitas visual yang otentik dan adaptif ini akan memberikan daya saing yang signifikan. Di tengah persaingan yang ketat, sebuah "tanda tangan visual" yang kuat dan mudah dikenali akan membedakan institusi dari para pesaingnya, membangun citra positif, serta meningkatkan pengakuan dan loyalitas baik di tingkat lokal, nasional, maupun global (Wheeler, 2017).

Branding pada dasarnya adalah proses membangun persepsi yang unik dan positif di benak *audiens*. Dalam konteks institusi pendidikan tinggi, *branding* melampaui sekadar promosi untuk menarik mahasiswa baru. Menurut Wheeler (2017), *brand identity* adalah representasi nyata dari sebuah lembaga, mencakup semua hal yang dapat dilihat, didengar, dan dirasakan oleh publik. Identitas visual, yang merupakan bagian inti dari *brand identity*, berfungsi sebagai "wajah" institusi yang harus mampu mengkomunikasikan visi, misi, dan nilai-nilai secara konsisten.

Sebuah identitas visual yang efektif haruslah memiliki diferensiasi yang jelas. Sayangnya, banyak institusi terjebak dalam penggunaan elemen visual yang generik. Di sinilah letak urgensinya untuk menciptakan aset visual yang otentik dan berakar pada narasi internal institusi. Seperti yang diungkapkan dalam sebuah studi tentang *branding* perguruan tinggi di Indonesia, "Identitas visual yang kuat dan berkarakter terbukti mampu meningkatkan *brand equity* dan loyalitas dari para pemangku kepentingan, mulai dari mahasiswa, alumni, hingga mitra industri" (Prasetyo & Wijayanti, 2021, hlm. 45). Oleh

karena itu, inisiatif ISBI Bandung untuk merancang dan menciptakan motif batik khasnya sendiri dapat dipandang sebagai sebuah langkah strategis yang signifikan dalam membangun distingsi identitas institusional.

Upaya ini tidak hanya dimaksudkan sebagai bentuk ekspresi kreatif semata, melainkan juga sebagai strategi diferensiasi yang berorientasi pada penguatan citra dan legitimasi institusi. Dengan menghadirkan motif batik yang berakar pada nilai filosofis, historis, dan artistik khas ISBI Bandung, institusi memiliki peluang untuk mengkonstruksi identitas visual yang personal, autentik, serta sarat makna simbolik.

Lebih jauh, motif batik ikonik yang dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai representasi simbolis, tetapi juga memiliki dimensi fungsional yang luas. Dalam konteks akademik, motif batik khas ISBI Bandung dapat diterapkan pada seragam civitas akademika, perangkat kelengkapan wisuda, maupun atribut resmi lainnya, sehingga mampu menegaskan identitas institusi dalam setiap kegiatan akademis dan seremonial. Dalam ranah promosi dan publikasi, motif tersebut dapat diintegrasikan ke dalam media komunikasi visual, seperti desain poster, katalog, *merchandise*, maupun *platform* digital, sehingga memperkuat strategi *branding* sekaligus meningkatkan visibilitas institusi. Selain itu, dalam konteks diplomasi budaya, motif batik khas ISBI Bandung berpotensi menjadi medium representasi yang efektif pada forum-forum seni dan pendidikan internasional. Kehadiran motif tersebut dalam pameran, festival, atau kerjasama antar universitas dapat menjadi duta visual yang menegaskan karakter ISBI Bandung sebagai institusi seni yang berpijakan pada warisan budaya lokal, namun tetap adaptif terhadap perkembangan global. Dengan demikian, batik khas ISBI Bandung tidak hanya bernilai estetis, melainkan juga

strategis, karena mampu menjembatani tradisi dengan inovasi, sekaligus memperkuat posisi institusi di kancah nasional maupun internasional.

Batik sebagai Medium Narasi Identitas Kultural dan Institusional

Batik secara historis telah berfungsi sebagai medium simbolik untuk menyampaikan status sosial, harapan, serta kisah-kisah kehidupan yang sarat makna. Setiap goresan canting dan pemilihan warna pada motif batik klasik tidak hadir secara kebetulan, melainkan merepresentasikan sistem nilai, pandangan hidup, dan kosmologi masyarakat yang melahirkannya. Hal ini ditegaskan oleh Doellah (2002), yang menyatakan bahwa motif batik merupakan cerminan dari cara pandang suatu komunitas terhadap lingkungannya, sekaligus menjadi dokumentasi visual dari dinamika sosial-budaya. Dengan demikian, batik memiliki kekuatan naratif yang dapat dimanfaatkan, di rekontekstualisasi, dan diadaptasi untuk menjawab kebutuhan komunikasi visual dan *branding* institusional di era kontemporer.

Ketika sebuah institusi mengadopsi atau bahkan menciptakan motif batiknya sendiri, tindakan tersebut tidak dapat dipandang sekedar sebagai produksi seragam atau souvenir. Lebih dari itu, proses ini merupakan strategi internalisasi nilai-nilai institusional ke dalam medium budaya yang memiliki legitimasi historis dan simbolik. Batik, dalam konteks ini, bertransformasi dari sekadar komoditas estetis menjadi representasi identitas, sekaligus duta budaya yang merepresentasikan citra institusi kepada khalayak luas. Sejalan dengan hal tersebut, Santosa menegaskan bahwa perancangan motif batik kontemporer untuk identitas korporat mampu menjembatani kebutuhan komunikasi *merk* modern dengan upaya pelestarian warisan budaya lokal, sehingga

melahirkan bentuk komunikasi simbolik yang efektif (Santosa, 2019: hlm. 112).

Bagi ISBI Bandung, pengembangan motif batik khas institusional menjadi langkah strategis dalam membangun identitas visual yang kuat dan berkarakter. Motif tersebut dapat dijadikan kanvas untuk menuliskan nilai-nilai inti ISBI Bandung, mulai dari kreativitas, kekayaan budaya Sunda, hingga semangat berkesenian yang telah menjadi napas institusi sejak awal berdirinya. Dengan demikian, batik memiliki peranan menjadi wadah artefak budaya, juga sebagai instrumen *branding* yang memperkuat citra akademik, memperluas daya jangkau institusi di ranah publik, serta meneguhkan posisinya sebagai pusat inovasi seni dan budaya di Indonesia.

PEMBAHASAN

Pemanfaatan teknologi digital dalam perancangan motif batik menghadirkan peluang baru bagi pengembangan desain yang lebih adaptif, aplikatif, serta relevan dengan dinamika kebutuhan pada era kontemporer. Integrasi teknologi ini tidak hanya memberikan keunggulan berupa efisiensi waktu dan presisi teknis dalam proses penciptaan, tetapi juga memperluas ruang lingkup eksplorasi visual sehingga memungkinkan lahirnya desain yang inovatif dan variatif. Digitalisasi mendorong proses kreatif menjadi lebih fleksibel, memungkinkan revisi, modifikasi, dan reproduksi dilakukan secara lebih sistematis tanpa mengurangi kualitas estetis maupun nilai filosofis yang terkandung di dalam motif batik.

Selain itu, penerapan teknologi digital memperluas kemungkinan pemanfaatan desain pada berbagai medium komunikasi, baik yang bersifat konvensional maupun berbasis digital. Motif batik yang dihasilkan dapat diaplikasikan secara

konsisten pada produk cetak, perangkat promosi institusional, *merchandise*, hingga *platform* digital interaktif yang berorientasi pada kebutuhan publik modern. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya berfungsi sebagai instrumen teknis untuk menghasilkan desain yang presisi, melainkan juga sebagai strategi strategis dalam memperluas jangkauan representasi visual batik agar lebih inklusif, komunikatif, dan selaras dengan tuntutan globalisasi.

Transformasi ini sejalan dengan konsep *digital heritage* yang menekankan urgensi pemanfaatan teknologi digital untuk melestarikan sekaligus mengembangkan warisan budaya, sehingga warisan tersebut dapat lebih mudah diakses, dipahami, dan dimaknai ulang oleh generasi masa kini (Giaccardi, 2012). Dengan demikian, batik digital tidak hanya hadir sebagai artefak estetika, melainkan juga berfungsi sebagai instrumen *branding* yang inovatif, strategis, dan berorientasi pada keberlanjutan. Lebih jauh, penguatan identitas visual melalui penciptaan motif batik ikonik berbasis digital memiliki keterkaitan erat dengan strategi *branding* institusional. *Branding*, sebagaimana dijelaskan oleh Kapferer (2008), bukan sekadar representasi visual berupa logo atau simbol, melainkan konstruksi menyeluruh mengenai pengalaman, persepsi, serta nilai yang dibangun untuk membedakan suatu entitas dari entitas lain.

Dalam konteks ISBI Bandung, desain motif batik ikonik berbasis digital dapat berfungsi ganda: di satu sisi sebagai bentuk ekspresi budaya yang merefleksikan nilai filosofis, artistik, dan identitas lokal; di sisi lain sebagai instrumen *branding* yang memperkuat *positioning* institusi dalam lanskap akademik, kultural, dan kreatif baik di tingkat nasional maupun internasional.

Dengan demikian, integrasi teknologi digital dalam perancangan batik tidak dapat dipandang semata sebagai upaya pelestarian yang bersifat adaptif terhadap perkembangan zaman, melainkan juga sebagai strategi institusional yang visioner dan berorientasi jangka panjang. Melalui digitalisasi, warisan budaya tradisional seperti batik tidak hanya dilestarikan dalam bentuk dokumentasi statis, tetapi juga direvitalisasi dalam format yang lebih dinamis, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan generasi kontemporer. Pendekatan ini memungkinkan adanya kesinambungan antara nilai-nilai tradisi dengan tuntutan modernisasi, sehingga batik dapat berfungsi ganda: sebagai representasi identitas budaya sekaligus instrumen komunikasi visual yang strategis.

Dalam konteks ISBI Bandung, penerapan strategi ini membuka peluang bagi institusi untuk meneguhkan posisinya sebagai pusat inovasi seni-budaya yang tidak hanya berfokus pada pelestarian, tetapi juga pada pengembangan kreatif berbasis teknologi. Dengan menjembatani tradisi dan modernitas, ISBI Bandung mampu menghadirkan citra akademik yang progresif, adaptif, dan berdaya saing, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Lebih dari itu, integrasi teknologi digital dalam perancangan batik berpotensi menjadikan ISBI Bandung sebagai aktor penting dalam diplomasi budaya, dengan memanfaatkan kekayaan lokal sebagai modal simbolik untuk membangun reputasi global. Dengan kata lain, strategi ini merupakan representasi konkret dari visi institusional yang mengedepankan inovasi, keberlanjutan, dan daya saing global berbasis kearifan budaya lokal.

Dari perspektif metodologis, penelitian ini menggunakan metode *Practice-Led Research* sebagaimana dirumuskan oleh Hendriyana (2018), yakni metode penelitian berbasis praktik yang menempatkan aktivitas kreatif sebagai pusat sekaligus

instrumen utama dalam proses produksi pengetahuan. Melalui praktik perancangan motif batik ikonik berbasis digital, penelitian ini tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan produk desain yang memiliki nilai estetis, tetapi juga untuk mengkonstruksi pemahaman baru terkait strategi komunikasi visual dan penguatan *branding* institusional. Dengan kata lain, praktik kreatif di sini berfungsi ganda, baik sebagai medium penciptaan maupun sebagai mekanisme reflektif untuk mengartikulasikan teori dalam konteks aplikatif.

Sejalan dengan pendekatan tersebut, proses penciptaan karya dalam penelitian ini merujuk pada kerangka penciptaan yang dikemukakan oleh S.P. Gustami (2007), yaitu eksplorasi, perancangan, dan perwujudan. Tahap eksplorasi mencakup aktivitas penggalian ide, penafsiran nilai filosofis, serta identifikasi simbol-simbol budaya yang merepresentasikan karakteristik ISBI Bandung. Tahap perencanaan melibatkan proses digitalisasi motif, eksperimen visual, serta pengolahan komposisi yang selaras dengan prinsip estetika dan fungsi *branding*. Sementara itu, tahap perwujudan diwujudkan dalam bentuk implementasi desain yang diaplikasikan sebagai identitas visual institusi, baik pada medium akademis, promosi, maupun media komunikasi digital.

Urgensi penelitian ini terletak pada upayanya untuk merumuskan desain motif batik ikonik berbasis teknologi digital melalui pendekatan *Practice-Led Research* yang terintegrasi dengan kerangka penciptaan Gustami. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ganda: pertama, melestarikan sekaligus revitalisasi tradisi batik dalam format digital yang kontekstual dengan perkembangan zaman; kedua, memperkokoh citra dan daya saing ISBI Bandung sebagai institusi seni-budaya yang visioner, baik dalam ranah nasional

maupun internasional. Oleh karenanya, penelitian ini tidak hanya bernilai praktis dalam menghasilkan karya desain, tetapi juga bernilai teoritis dalam memperkaya kajian mengenai hubungan antara praktik kreatif, strategi *branding*, dan pelestarian warisan budaya.

Digitalisasi Desain

Proses digitalisasi merupakan elemen kunci dalam upaya mentransformasikan aset visual tradisional, seperti batik, agar tidak hanya bertahan sebagai artefak budaya tetapi juga menjadi fungsional dan relevan dalam ekosistem visual modern. Transformasi ini bukan sekadar pengalihan format dari analog ke digital, melainkan sebuah strategi untuk memperluas jangkauan dan fungsi warisan budaya di era kontemporer (Kalay, 2008).

Melalui perangkat lunak yang fleksibel perancangan motif batik tidak hanya memperoleh tingkat presisi geometris yang tinggi, tetapi juga menjadi jauh lebih efisien dan sistematis. Proses manual yang memakan waktu dapat digantikan dengan alur kerja digital yang memungkinkan iterasi desain secara cepat, eksplorasi warna tanpa batas, dan pengelolaan aset visual dalam sebuah pustaka digital yang terstruktur (Bowles, 2011).

Hal ini secara fundamental mengubah cara desainer bekerja, dari kreasi tunggal menjadi sistem desain yang modular. Selain itu, salah satu keunggulan utama digitalisasi adalah kemampuannya untuk melakukan reproduksi yang konsisten tanpa degradasi kualitas. Sebuah master file digital memastikan bahwa setiap aplikasi motif, baik pada kain maupun pada media lain, memiliki detail dan warna yang identik, menjaga integritas estetis dan konsistensi merek. Keunggulan ini menghadirkan fleksibilitas yang luar biasa dalam penerapan desain pada

berbagai medium komunikasi. Motif yang sama dapat dengan mudah diadaptasi untuk dicetak pada tekstil, diaplikasikan sebagai elemen grafis pada kemasan produk, diintegrasikan ke dalam antarmuka situs web, atau bahkan dianimasikan untuk konten media sosial. Kemampuan untuk mengalir melintasi berbagai platform ini merupakan cerminan dari budaya konvergensi, di mana sebuah konten dapat hidup dan berinteraksi dalam berbagai bentuk media (Jenkins, 2006).

Selain efisiensi dalam perancangan, digitalisasi memungkinkan pengelolaan visual yang terstruktur melalui penciptaan arsip digital atau basis data motif. Sistem ini sangat vital untuk pelestarian dan pengembangan, memungkinkan desainer atau institusi untuk mengkatalogkan, mengakses, dan rekomposisi elemen-elemen visual batik secara sistematis (Hidayat & Pribadi, 2018). Lebih lanjut, digitalisasi menjawab tantangan reproduksi massal dengan konsistensi yang sempurna tanpa mengorbankan kualitas estetis esensial dari motif aslinya.

Hal ini menghadirkan fleksibilitas aplikasi yang nyaris tak terbatas. Motif batik digital dapat dengan mudah diadaptasi pada berbagai medium komunikasi, mulai dari produk cetak (kemasan, materi promosi), produk tekstil modern, merchandise, hingga integrasi pada platform digital interaktif seperti antarmuka aplikasi (user interface), media sosial, dan realitas tertambah (augmented reality), yang pada akhirnya memperluas jangkauan dan nilai saing batik di pasar global. Dengan demikian, proses digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, melainkan juga sebagai strategi inovatif yang mendukung keberlanjutan, adaptabilitas, dan perluasan fungsi batik dalam ranah budaya, ekonomi kreatif, dan identitas visual institusional. Proses perancangan dapat dibagi menjadi tiga tahap utama yaitu sebagai berikut:

1) Tahap Ideasi dan Ekstraksi Nilai

Tahap ini diawali dengan pelaksanaan riset mendalam yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan merumuskan elemen-elemen kunci yang secara representatif mampu merefleksikan jati diri Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung. Proses riset ini tidak hanya bersifat deskriptif, melainkan juga analitis dan interpretatif, sehingga setiap elemen yang terpilih benar-benar memiliki legitimasi konseptual serta relevansi kultural.



Gambar 5. Moodboard Design Inspiration

Sumber: Tim Peneliti, 2025

Selain itu, penggunaan palet warna yang terinspirasi dari alam Priangan—seperti hijau dari lanskap perbukitan, biru dari langit pegunungan, atau coklat dari tanah yang subur—dapat dipandang sebagai strategi simbolik untuk menegaskan keterikatan institusi terhadap akar kultural dan ekologis wilayahnya.

2) Tahapan Transformasi Digital

Elemen-elemen konseptual yang telah dirumuskan kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk digital dengan memanfaatkan perangkat lunak desain grafis, sehingga menghasilkan representasi visual yang presisi, sistematis, dan fleksibel. Tahap digitalisasi ini tidak hanya berperan dalam mewujudkan gagasan artistik, tetapi juga mengimplementasikan prinsip desain modular sebagai kerangka pengembangan visual. Keunggulan utama dari proses ini terletak pada skalabilitas dan modularitas, yang memungkinkan motif dikonstruksi dalam bentuk sistem visual berlapis. Sistem tersebut mencakup motif utama (*master pattern*) sebagai representasi identitas inti, motif turunan (*secondary pattern*) sebagai variasi yang memberikan dinamika visual, serta elemen ikon tunggal yang dapat dipisahkan dan digunakan secara kontekstual sesuai kebutuhan.

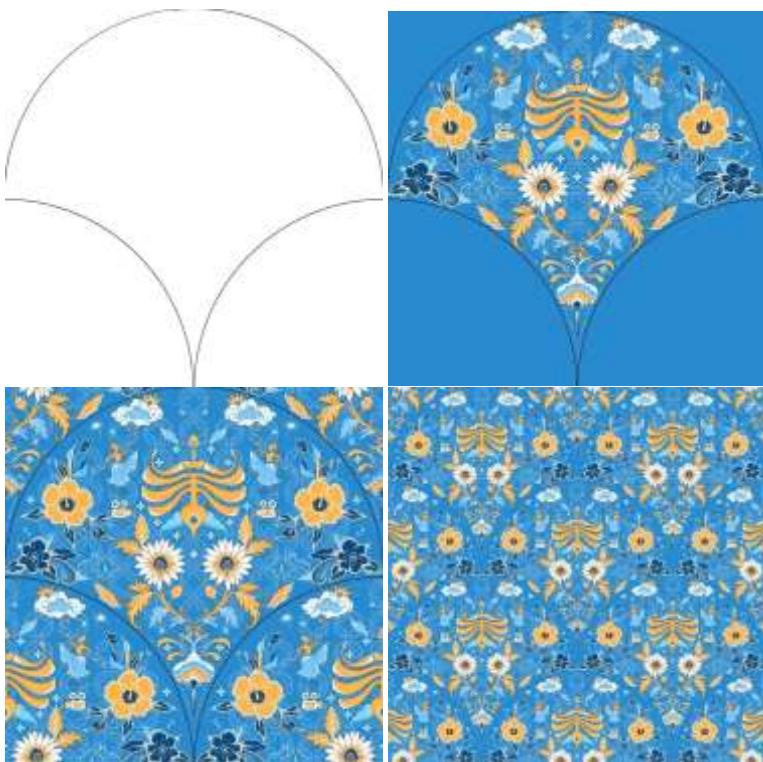
Penerapan prinsip modularitas ini memberikan peluang bagi ISBI Bandung untuk menghadirkan ekosistem visual yang adaptif. Misalnya, *master pattern* dapat diaplikasikan pada seragam resmi institusi untuk memperkuat citra kolektif, *secondary pattern* dapat digunakan pada *merchandise* seperti *tote bag*, buku catatan, dan poster promosi, sedangkan ikon tunggal dapat difungsikan sebagai elemen identitas pada media digital interaktif, seperti *website*, media sosial, atau materi kampanye visual. Dapat dikatakan bahwa rancangan motif batik berbasis digital tidak hanya menghasilkan karya estetis, tetapi juga mengonstruksi sebuah sistem komunikasi visual yang konsisten, adaptif, dan berdaya saing.

Dalam proses perancangan motif batik berbasis digital, aplikasi Procreate digunakan sebagai perangkat utama untuk merealisasikan gagasan visual ke dalam bentuk konkret.

Pemilihan perangkat lunak ini didasarkan pada keunggulannya dalam mendukung fleksibilitas kreatif sekaligus presisi teknis yang dibutuhkan dalam desain kontemporer. penggunaan perangkat lunak *Procreate* dalam perancangan motif memungkinkan desainer untuk menciptakan pola yang dapat diaplikasikan pada media sekecil ikon aplikasi hingga sebesar fasad bangunan tanpa kehilangan ketajaman detail (Nugroho, 2020, hlm. 28). *Procreate* memungkinkan desainer untuk menciptakan pola dengan resolusi tinggi yang bersifat *scalable*.



Gambar 6: Sketsa Desain



Gambar 7. Proses digitalisasi desain motif

3) Tahapan Implementasi Desain Motif

Desain motif final kemudian diimplementasikan dalam bentuk tata letak desain digital yang disusun secara sistematis untuk memperlihatkan potensi aplikasinya melalui serangkaian visualisasi *mockup*. Implementasi ini bertujuan tidak semata-mata sebagai demonstrasi teknis, melainkan juga sebagai strategi evaluatif guna menguji fleksibilitas, adaptabilitas, dan koherensi visual dari motif batik digital dalam berbagai konteks pemakaian.

Penerapan desain dilakukan pada sejumlah medium, mulai dari seragam formal berupa kemeja lengan panjang maupun pendek untuk pria dan wanita, dengan penempatan motif pada area strategis seperti dada dan lengan untuk menegaskan

identitas institusional, hingga pada busana kasual, di mana motif dikembangkan sebagai pola menyeluruh (*all-over print*) pada kerudung/jilbab serta rompi. Selanjutnya, keserbagunaan motif juga diperlihatkan melalui aplikasinya pada produk cenderamata institusional, antara lain tas jinjing (*tote bag*) dan kantong (*pouch*), yang berfungsi sebagai media representasi identitas sekaligus sarana promosi kultural.



Gambar 8. Mockup Busana dan Aksesoris *Fashion*
Source: Haidarsyah, 2025

Dengan pendekatan ini, motif batik digital tidak hanya berfungsi sebagai karya estetis, tetapi juga diartikulasikan sebagai sebuah ekosistem desain yang mampu menjangkau berbagai medium dengan konsistensi simbolik dan daya adaptasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perancangan motif batik ikonik berbasis digital memiliki potensi strategis untuk memperkuat identitas visual ISBI Bandung sekaligus memperluas jangkauan komunikasi institusional melalui produk busana maupun media fungsional lainnya.

Studi ini menghasilkan sebuah solusi branding dalam wujud motif batik ikonik yang secara efektif mempertegas identitas visual ISBI Bandung. Dengan mentransformasikan elemen-elemen budaya Sunda yang kaya makna menjadi bahasa desain kontemporer, motif ini memiliki tingkat otentisitas tinggi yang berakar pada identitas kultural yang unik (Hall, 1997). Fleksibilitas penerapannya pada berbagai media, yang dimungkinkan oleh teknologi desain digital, memastikan relevansi dan konsistensinya dalam ekosistem media yang kompleks (Jenkins, 2006; Bowles, 2011). Proses perancangannya sendiri menjadi refleksi atas bagaimana tradisi dapat direvitalisasi melalui inovasi. Oleh karena itu, motif ini tidak dipandang sebagai elemen dekoratif semata, melainkan sebagai sebuah aset branding fungsional yang secara senyap namun kuat mengkomunikasikan nilai dan keunikan institusi kepada publik.

PENUTUP

Digitalisasi desain motif batik ikonik ISBI Bandung dapat dipandang sebagai sebuah proyeksi strategis yang merepresentasikan bagaimana sebuah institusi seni mampu menghidupkan, menafsirkan, dan mengaktualisasikan nilai-

nilai yang dikandungnya melalui medium visual. Upaya ini tidak semata-mata berorientasi pada penciptaan karya estetis, melainkan juga sebuah langkah konseptual untuk membangun identitas visual yang artistik, komunikatif, simbolik, dan fungsional. Dengan berakar pada filosofi, kearifan lokal, serta kekhasan internal ISBI Bandung, motif batik yang dihasilkan tidak hanya hadir sebagai logo atau pola, melainkan berkembang menjadi simbol kebanggaan kolektif, penanda identitas institusional, serta narasi visual yang otentik mengenai eksistensi dan peran strategis Institusi ISBI Bandung.

Pada tataran yang lebih luas, inisiatif ini dapat dimaknai sebagai manifestasi peran kelembagaan ISBI Bandung dalam lanskap seni dan budaya: merawat tradisi, merayakan kreativitas, sekaligus memimpin inovasi di tengah perkembangan era digital. Motif batik digital ini dengan demikian berfungsi bukan hanya sebagai medium ekspresi visual, melainkan juga sebagai warisan budaya kontemporer yang bersifat dinamis, adaptif, dan berdaya saing dalam konteks lokal, nasional, maupun global.

Dari segi kontribusi dalam ranah akademik, penelitian ini memperkaya kajian tentang *Practice-Led Research*, di mana praktik kreatif berfokus pada luaran hasil karya penelitian yakni desain digital motif. Hal ini diposisikan sebagai inti dari penggalian pengetahuan dan strategi penciptaan. Melalui integrasi pendekatan *Practice-Led Research* dengan kerangka penciptaan S.P. Gustami, penelitian ini menghadirkan kontribusi ganda: pertama, melestarikan tradisi batik dengan mengadaptasinya ke dalam format digital yang relevan dengan konteks kontemporer; kedua, memperkuat identitas visual institusional melalui strategi *branding* berbasis warisan budaya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menghasilkan

sebuah karya desain, tetapi juga menghadirkan sumbangan teoritis dan praktis bagi pengembangan wacana desain visual, pelestarian budaya, serta strategi komunikasi institusi seni di era digital.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi langsung bagi pengembangan ekonomi kreatif melalui diversifikasi produk turunan berbasis batik digital yang dapat dipasarkan sebagai seragam, *merchandise*, maupun cinderamata institusional. Lebih dari itu, keberadaan motif batik digital berpotensi menjadi media promosi budaya yang efektif, memperluas jangkauan ISBI Bandung di ranah publik sekaligus memperkuat jejaring kolaborasi dengan industri kreatif, sektor pendidikan, dan mitra internasional.

Adapun untuk penelitian lanjutan, disarankan adanya eksplorasi lebih mendalam terkait integrasi teknologi interaktif, seperti *augmented reality* (AR) atau *virtual reality* (VR), guna memperluas dimensi pengalaman visual dari motif batik digital. Selain itu, penelitian juga dapat diarahkan pada studi tentang penerimaan publik (public perception study) terhadap implementasi batik digital dalam konteks *branding*, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi visual ini dalam membangun citra institusional. Dengan demikian, pengembangan motif batik digital tidak hanya berhenti pada tataran estetik, melainkan juga berkontribusi pada penciptaan nilai tambah ekonomi, sosial, dan kultural bagi masyarakat luas.

REFERENSI

- Aaker, D. A. (2010). *Building Strong Brands*. Pocket Books.

- Danesi, M. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*. Canadian Scholars' Press.
- Doellah, H. (2002). *Batik: Pengaruh Zaman dan Lingkungan*. Danar Hadi.
- Gustami, S.P. (2007). *Butir-butir Mutiara Estetika Timur*. Yogyakarta: Prasista.
- Mashadi, Wisjnuwati, dkk. (2015). *Batik Indonesia Mahakarya Penuh Pesona*. Jakarta: Kakilangit Kencana
- Nugroho, E. (2020). Aplikasi Desain Grafis Vector dalam Pengembangan Ornamen Kontemporer. *Jurnal Titik Imaji*, 3(1), 25-34.
- Prasetyo, B., & Wijayanti, T. (2021). Pengaruh Strategi *Branding* dan Identitas Visual terhadap Brand Equity Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 42-55.
- Santosa, H. (2019). Transformasi Batik sebagai Identitas Korporat: Studi Kasus pada Perusahaan Nasional. *Jurnal Seni Rupa dan Desain Cikini*, 5(1), 108-119.
- Tinarbuko, S. (2015). *Semiotika Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- “Filosofi Logo Institut Seni Budaya Indonesia Bandung”, wawancara dengan Husen Hendriyana, 06 Juli 2025.