

PENGUATAN IDENTITAS DAN AKSESIBILITAS UKM DI DAERAH TEROGONG MELALUI PENGADAAN PAPAN NAMA SEBAGAI MEDIA LUAR RUANG

Edo Galasro Limbong^{1*}, Herliyana Rosalinda², Nurulfatmi Amzy³

Universitas Indraprasta PGRI^{1,2,3}

edogalasro_limbong@yahoo.com^{1*}, herliyanarosalinda1990@gmail.com², nurulfatmiamzy@gmail.com³

Kata Kunci: Media Luar Ruang; Papan Nama; Identitas; Pengabdian Kepada Masyarakat; Batik Betawi Terogong

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat identitas dan meningkatkan aksesibilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Betawi Terogong melalui pengadaan media luar ruang berupa papan nama. Permasalahan utama mitra adalah belum adanya tanda pengenalan visual pada jalur masuk menuju lokasi usaha yang berada di kawasan permukiman, sehingga menyulitkan pengunjung dalam menemukan lokasi. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap persiapan melalui observasi dan wawancara, tahap perancangan desain papan nama berbasis pesan verbal dan nonverbal, serta tahap evaluasi bersama mitra. Hasil kegiatan berupa konsep papan nama yang mengintegrasikan identitas visual UKM, informasi lokasi, dan elemen komunikasi visual yang mudah dikenali masyarakat. Media tersebut berfungsi sebagai identitas visual, petunjuk arah menuju lokasi usaha, sekaligus sarana komunikasi identitas dan *branding* UKM, sehingga meningkatkan visibilitas, memperjelas akses, dan memperkuat citra batik Betawi Terogong sebagai UKM berbasis budaya lokal. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung keberlanjutan dan penguatan citra UKM Batik Betawi Terogong di lingkungan masyarakat.

Keyword: Outdoor Media; Name Board; Identity; Community Service; Batik Betawi Terogong

Abstract: This community service activity aims to strengthen the identity and improve the accessibility of Batik Betawi Terogong Small and Medium Enterprises (SMEs) through the provision of outdoor media in the form of signboards. The main problem faced by partners is the lack of visual identification on the entrance road to the business location in the residential area, making it difficult for visitors to find the location. The implementation method includes a preparation stage through observation and interviews, a design stage for signboards based on verbal and nonverbal messages, and an evaluation stage with the partner. The outcomes of the program resulted in a signboard concept that integrates the SME's visual identity, location information, and visual communication elements that are easily recognizable by the public. The signboard functions as a visual identity marker, a directional guide to the business location, and a communication medium for the SME's identity and branding, thereby enhancing business visibility, improving accessibility, and strengthening the image of Batik Betawi Terogong as a local culture-based SME. This activity provides a tangible contribution to supporting



sustainability and strengthening the image of Batik Betawi Terogong SMEs in the community.

Diserahkan: 02-02-2026

Direvisi: 15-05-2026

Diterima: 30-06-2026

PENDAHULUAN

Budaya merupakan suatu tradisi yang dilakukan secara turun temurun oleh sekelompok orang pada berbagai daerah. Kata budaya berasal dari Bahasa Sansekerta “buddhaya” yang merupakan bentuk jamak dari kata budhi dan dhaya (akal). Budaya yang diwariskan dan dilakukan tersebut akan menjadi suatu peninggalan yang sering dinamakan warisan budaya. Banyaknya warisan budaya yang dimiliki oleh setiap daerah membuat suatu negara pun memiliki keanekaragaman budaya yang unik dan berbeda-beda. Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki warisan budaya berlimpah. Hal ini mengingat Indonesia memiliki 37 provinsi yang tersebar dari Sabang sampai Marauke. Banyaknya jumlah provinsi tersebut mengakibatkan banyaknya keanekaragaman warisan budaya dari setiap daerah yang tercakup di dalamnya. Setiap budaya yang terdapat pada berbagai daerah di Indonesia terdapat aspek-aspek kehidupan. Setiap warisan budaya yang dimiliki oleh setiap daerah dapat menjadi pondasi kuat bagi identitas lokal setempat. Hal tersebut karena mengandung suatu sejarah, nilai-nilai budaya hingga cara hidup yang unik dari suatu daerah. Pada sisi lain, suatu warisan budaya lokal akan menjadi suatu inspirasi dalam pengembangan sisi ekonomi lokal melalui pariwisata budaya, kerajinan tangan hingga seni pertunjukkan (Indrawati & Sari, 2024).

Berdasarkan buku digital berjudul Warisan Budaya sebagai Kekayaan Pariwisata menjabarkan bahwa jenis warisan budaya diklasifikasikan menjadi dua. Pertama berupa warisan budaya berwujud (*tangible heritage culture*), yang terdiri dari museum, monument, candi, karya seni rupa, alat musik tradisional, rumah adat, bangunan bersejarah, situs kota dan literatur. Kedua yakni warisan budaya tidak berwujud (*intangible heritage culture*) seperti tradisi dan Bahasa (Putra et al., 2024). Salah satu warisan budaya yang banyak dimiliki oleh beberapa daerah yaitu batik. Batik merupakan suatu hal karya dari bangsa Indonesia yang berasal dari perpaduan antara seni dan teknologi dari leluhur bangsa Indonesia. Namun, pada dasarnya batik itu berkaitan dengan yang namanya motif atau corak yang digubah hingga menghasilkan bentuk yang berbeda-beda.

Motif batik merupakan suatu pola yang dibuat hingga menjadi kerangka gambar berupa penggabungan antara garis, bentuk, dan isen hingga menjadi satu kesatuan untuk mewujudkan batik secara keseluruhan. Adapun motif-motif batik seperti motif hewan, manusia, tumbuhan, dan motif lainnya (Sunaryo, 2009). Bahkan motif dari suatu batik dapat digunakan untuk menunjukkan strata atau status sosial seseorang. Batik banyak dikenal oleh masyarakat luas berasal dari Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, dan sekitarnya. Namun, ada juga daerah-daerah lainnya di Indonesia yang memiliki batik yang motifnya melambangkan identitas dari daerah tersebut. Salah satu daerah tersebut yaitu D.K.I Jakarta yang merupakan ibukota negara Indonesia. Jakarta memiliki batik dengan motif yang berasal dari Jakarta sendiri. Sehingga bisa disebut dengan motif Betawi.

Batik pada dasarnya sudah banyak dikenal sejak abad ke-19 oleh masyarakat Betawi sebagai salah satu bentuk adanya pembauran budaya serta mendapat pengaruh



pada busana-busana kaum pendatang dari berbagai daerah yang berasal dari mancanegara dan Nusantara (Nofi & Setyawan, 2021). Hal tersebut banyak mempengaruhi terkait motif dan pewarnaan pada Batik Betawi. Pada awalnya motif batik Betawi dipengaruhi oleh kebudayaan Tiongkok hingga kaligrafi khas Timur Tengah. Berjalannya waktu, motif batik Betawi mulai menambahkan motif lainnya yang melambangkan hal khusus dari identitas kota Jakarta yang memiliki suku asli yakni Betawi. Adapun motifnya seperti ondel-ondel, burung hong, hingga tanjidor (Muchlison & Purnama, 2025). Pengembangan motif tersebut membuat adanya pembeda antara batik Betawi dan batik yang berasal dari daerah lainnya. Dengan demikian batik Betawi memiliki ciri khas untuk dikenal oleh masyarakat. Selain itu, dengan adanya pengembangan tersebut membuka peluang bagi industri kreatif dalam melahirkan peluang ekonomi bagi masyarakat terutama bagi kaum perempuan dan UKM (Usaha Kecil Menengah).

Hal tersebut lah yang menjadi harapan dari seorang Siti Laela. Siti Laela merupakan seorang perempuan yang berasal dari keturunan Betawi asli. Siti Laela melihat sebuah peluang bahwa batik Betawi perlu diperkenalkan secara masif, sehingga masyarakat bisa menyadari bahwa DKI Jakarta juga memiliki batik dengan motif yang khas untuk dapat diketahui oleh masyarakat luas. Usaha yang dilakukan oleh ibu Siti Laela adalah mendirikan suatu tempat produksi dan berjualan batik Betawi yang bernama Batik Betawi Terogong. Penggunaan kata Terogong dalam hal ini untuk menunjukkan suatu daerah di Jakarta Selatan yang memiliki tempat produksi batik khas Betawi. Selain itu, menggunakan kata Terogong ingin menyampaikan bahwa ibu Siti Laela merupakan keturunan Betawi yang berasal dan menetap di wilayah Terogong, Jakarta Selatan. Pada sisi lain, dulunya di wilayah Terogong banyak masyarakat yang membatik. Lambat laun, para pembatiknya mulai berkurang dan tidak lagi melakukan produksi. Batik Betawi Terogong secara resmi berdiri sejak 2012 di wilayah Terogong, tepatnya di Jalan terogong III nomor 27 Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Sebelum memulai produksi batik Betawi pada tahun 2011, Siti Laela dan keluarga belajar membatik terlebih dahulu dengan mendatangkan instruktur yang berasal dari Pekalongan, Jawa Tengah. Lama pelatihan awal yang diikuti adalah lima bulan (berdasarkan wawancara dengan Siti Laela, pada 18 November 2025).

Batik Betawi Terogong berada di kawasan yang diberi nama Kampung Batik Terogong. Kawasan ini merupakan program Pemerintah Daerah DKI yang berkolaborasi dengan Lembaga Kebudayaan Betawi (LKB) dalam melestarikan seni batik Betawi (D. R. Putra, 2024). Pada tahun 2012 Batik Betawi Terogong mulai memproduksi produk jadi kain batik Betawi dengan teknik cap dan tulis. Pada tahun tersebut mengajak ibu-ibu yang tinggal pada daerah setempat untuk belajar membatik dan menghasilkan kain batik. Walaupun begitu, pada mulanya banyak penolakan karena menganggap membatik kurang menarik dan sesuatu hal membosankan untuk dilakukan. Batik Betawi Terogong mulai banyak dikenal masyarakat sejak tahun 2014. Hal tersebut karena pada tahun tersebut pihak Batik Betawi Terogong banyak diikutsertakan dalam berbagai kegiatan, mulai dari tingkatan RW hingga Nasional. Selain itu, pada tahun yang Batik Betawi Terogong mulai dilirik oleh *public figure* termasuk yang memiliki keturunan Betawi. Tahun demi tahun berjalan pihak Batik Betawi Terogong mulai diajak kerjasama dalam merancang seragam sekolah bermotif batik Betawi hingga ibu Siti Laela dipercaya untuk menjadi pendamping dalam menjelaskan terkait batik Betawi bagi para turis Internasional pada beberapa acara kenegaraan. Selain itu, pada Batik Betawi Terogong



juga melayani pihak-pihak yang ingin belajar membuat baik sifatnya individu atau pun suatu institusi.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, serta wawancara dengan pihak mitra (Siti Laela pemilik Batik Betawi terogong) dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, menuturkan bahwa permasalahan utama berkaitan dengan tanda pengenalan sebagai identitas dan aksesibilitas untuk diketahui oleh masyarakat. Hal ini berkaitan dengan penguatan identitas branding Batik Betawi Terogong. Dan bila ada masyarakat yang ingin berkunjung ke Batik Betawi Terogong. Sehingga bila ada *customer* terutama dari luar kota ingin berkunjung ke Batik Betawi Terogong masih mengalami kendala karena belum adanya suatu tanda pengenalan di pintu masuk. Terlebih lagi Batik Betawi Terogong berada di dalam pemukiman masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mentransfer pengetahuan mengenai perancangan media identitas visual melalui pengadaan papan nama yang sesuai dengan karakter Batik Betawi Terogong. Media tersebut diharapkan mampu memperkuat identitas UKM sekaligus meningkatkan aksesibilitas lokasi usaha bagi masyarakat dan calon pengunjung.

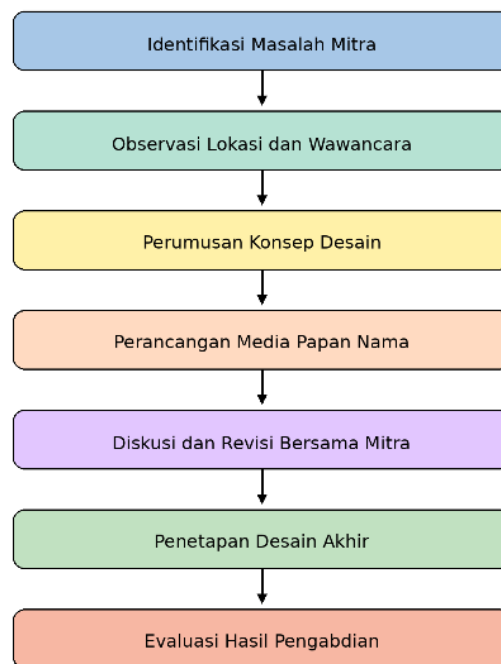
METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan berbasis masalah (*problem-based approach*) yang bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang diidentifikasi di lapangan melalui proses desain dan evaluasi bersama mitra, sejalan dengan pendekatan *problem-based* dalam penelitian sosial yang berfokus pada pemecahan masalah nyata (Jason & Glenwick, 2016). Sejalan dengan itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan identitas dan aksesibilitas yang dialami oleh UKM Batik Betawi Terogong. Fokus utama kegiatan adalah pengadaan media luar ruang berupa papan nama sebagai sarana penguatan identitas visual dan penunjuk lokasi usaha. Subjek pengabdian dalam kegiatan ini adalah UKM Batik Betawi Terogong yang dikelola oleh Siti Laela selaku pendiri dan pemilik usaha. Lokasi pengabdian berada di Jalan Terogong III nomor 27 Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Lokasi usaha berada di kawasan permukiman warga sehingga memerlukan media identitas visual yang jelas untuk memudahkan akses pengunjung. Mitra terlibat secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan pengabdian. Bentuk keterlibatan mitra meliputi pemberian informasi awal terkait permasalahan, pendampingan selama observasi lokasi, diskusi konsep desain, pemberian masukan terhadap rancangan papan nama, serta evaluasi hasil akhir desain. Keterlibatan mitra bertujuan untuk memastikan bahwa hasil perancangan sesuai dengan kebutuhan, karakter, dan identitas Batik Betawi Terogong.

Artikel ini ditulis secara deskriptif kualitatif dengan strategi partisipatif. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara dengan pemilik UKM, serta dokumentasi kegiatan. Strategi ini dipilih agar proses perancangan media luar ruang dapat disesuaikan secara kontekstual dengan kondisi mitra dan lingkungan sekitarnya. Dalam tahapan kegiatannya, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu: (1) Tahap Persiapan, tahap ini meliputi observasi lokasi mitra dan wawancara dengan pemilik Batik Betawi Terogong untuk mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan, serta karakter usaha. Selain itu, dilakukan pengumpulan data terkait sejarah usaha, motif batik, serta harapan mitra terhadap media identitas visual. (2) Tahap Pelaksanaan (Perancangan), pada tahap ini dilakukan proses



perancangan desain papan nama yang mencakup penyusunan konsep visual, pemilihan tipografi, warna, ilustrasi, serta penentuan ukuran media. Seluruh konsep desain dikembangkan berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra. Rancangan awal kemudian dipresentasikan kepada mitra untuk memperoleh masukan dan revisi. (3) Tahap Evaluasi, yang dilakukan bersama mitra untuk menilai kesesuaian desain papan nama terhadap kebutuhan identitas, keterbacaan informasi, serta ketepatan penempatan lokasi pemasangan. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam penetapan desain akhir papan nama. Proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat digambarkan melalui diagram alir berikut:



Gambar 1 Diagram Alir Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

HASIL

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana menghasilkan rancangan dan realisasi dari pengadaan media luar ruang berupa papan nama bagi Batik Betawi Terogong. Media tersebut dipakai untuk melengkapi identitas *branding* dan meningkatkan aksesibilitas pada Batik Betawi Terogong. Umumnya media luar ruang membutuhkan konsep penataan secara hierarkis dan terorganisir. Penataan media luar ruang secara hierarkis dan terorganisir dapat memberikan keuntungan ganda bagi pengelola UKM, pertama, peningkatan pendapatan yang diperoleh dari media luar ruang, dan kedua, dapat mempercantik tampilan tempat usaha serta dapat memberikan akses informasi kepada Masyarakat, khususnya mengenai informasi identitas tempat usaha Batik Betawi Terogong yang terpampang pada papan nama tersebut (Nurhadi et al., 2012). *Brand* merupakan ekuitas perusahaan yang menambah *value* (nilai) bagi produk dan jasa yang ditawarkan. Merek merupakan aset yang menciptakan *value* bagi pelanggan dengan memperkuat kepuasan dan pengakuan atas kualitas (Hermawan, 2004). Perancangan desain media luar ruang berupa papan nama ini menjadi langkah baru bagi pihak mitra dalam memajukan dan mengembangkan kualitas dan kuantitas UKM-nya.

Berikut ini tampilan desain final, *mock up* dan dokumentasi papan nama Batik Terogong yang telah terpasang di bagian depan tempat usaha.



Gambar 2 Tampilan Desain Final, *Mock Up* dan Dokumentasi Pengadaan Papan Nama Batik Terogong

PEMBAHASAN

Media berfungsi sebagai sarana perantara dalam proses penyampaian pesan kepada audiens. Keberadaan media memiliki peran strategis dalam komunikasi karena menjadi penghubung utama antara pengirim pesan dan penerima pesan. Tanpa media, proses penyampaian pesan tidak dapat berlangsung secara efektif kepada kelompok sasaran. Dengan demikian, ketepatan dalam memilih media sangat menentukan keberhasilan pesan dalam menjangkau audiens yang dituju (Wahyudin et al., 2017). Media telah banyak mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut tentunya disebabkan oleh teknologi dan industri yang semakin maju. Berdasarkan bentuknya media terdiri dari media cetak, media elektronik, dan media luar ruang. Media luar ruang merujuk pada media periklanan yang ditempatkan di luar rumah, di ruang-ruang publik, yang dirancang untuk menampilkan identitas merek, komunikasi, serta pesan promosi kepada masyarakat ketika mereka berada di luar tempat tinggalnya (Czajkowski et al., 2022).

Pada saat ini penggunaan media luar ruang sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Media luar ruang biasanya diletakkan di ruang terbuka atau di tempat-tempat yang di nilai strategis agar bisa dilihat oleh khalayak. Penggunaan media luar ruang mempunyai tujuan untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan yang berisi promosi pada suatu jasa ataupun produk. Bentuk dari media luar ruang seperti baliho, spanduk, reklame, *electronic board*, umbul-umbul, dan balon iklan cukup memberi pengaruh kepada orang yang sedang berada di luar rumah untuk melihat media tersebut dan berbeda dengan televisi, majalah, dan radio

yang diterima di rumah. Di kota Jakarta, khususnya di Jakarta Selatan pada daerah Terogong tempat mitra kegiatan abdimas ini, merupakan salah satu daerah di DKI Jakarta dengan jumlah penduduk yang cukup pada dan tinggi dalam aktivitas sosio-ekonominya. UKM Batik Betawi Terogong yang telah berdiri sejak 2012 menjadi salah satu usaha mandiri Masyarakat yang cukup kuat identitasnya dalam melestarikan batik Nusantara, khususnya batik khas Betawi. Ibu Siti Laela selaku pendiri dan penggerak UKM ini telah berhasil menempatkan Batik Betawi Terogong menjadi UKM yang cukup dikenal oleh pengrajin dan penggemar batik Nusantara. Batik Betawi Terogong memiliki beberapa motif khas yang dirancang sebagai produk unggulannya, di antaranya terdapat motif-motif batik khas kota Jakarta seperti motif ondel-ondel berbagai versi, motif tanjidor, dan motif tari topeng. Adapun motif-motif unik yang dihasilkan sebagai penguat identitas Batik Betawi Terogong, yakni motif flora endemik Jakarta tempo dulu, di antaranya yaitu motif bunga semanggi, motif daun pihong, motif tapak dara, motif tapak liman, dan motif mengkudu. Berikut ini tampilan dari batik dengan khas kota Jakarta yang dihasilkan oleh Batik Betawi Terogong:



Motif Ondel-ondel



Motif Tanjidor

Gambar 3 Motif Khas Kota Jakarta pada Batik Betawi Terogong

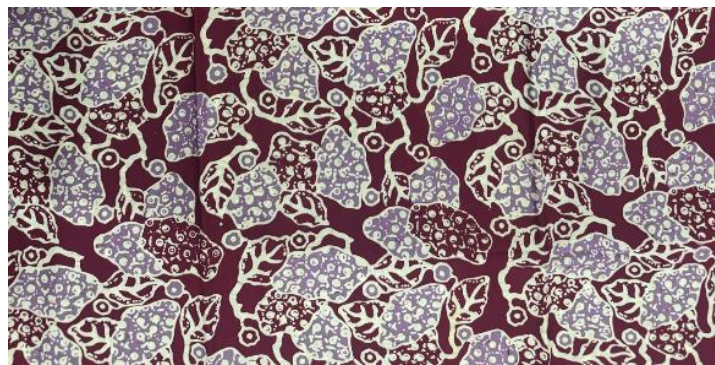
Berikut ini beberapa tampilan dari batik dengan motif flora endemik Jakarta yang dihasilkan oleh Batik Betawi terogong:



Motif Tapak Dara



Motif Tapak Liman



Motif Mengkudu

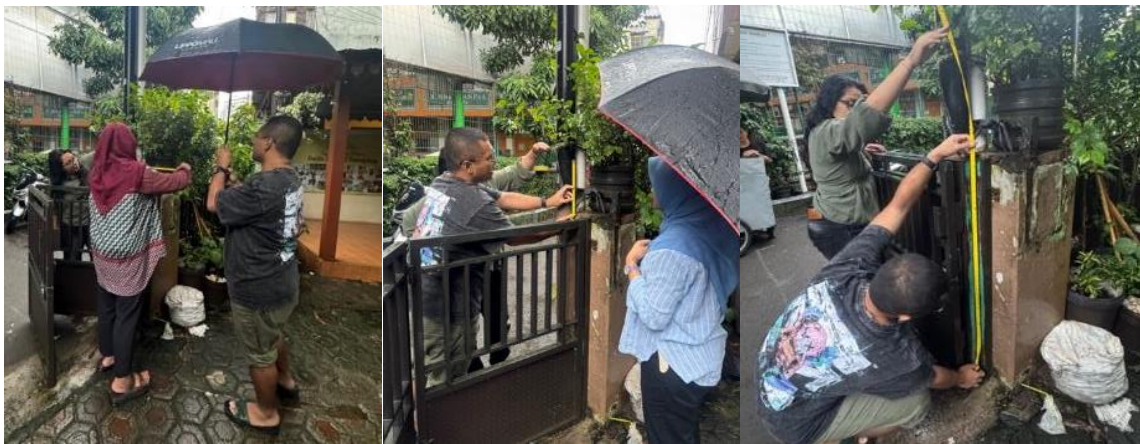


Motif Daun Pihong

Gambar 4 Motif Flora Batik Betawi Terogong

Berbagai pelatihan atau workshop membatik, pameran, dan kegiatan pemasaran lainnya telah sering diselenggarakan oleh Siti Laela sebagai upaya mengembangkan UKM-nya. Di sisi lain, UKM yang baik, harus memiliki kelengkapan usahanya yang seimbang, *up to date*, dan disertai dengan branding yang tepat. Batik Betawi Terogong sudah memiliki logo dan izin usaha, serta bentuk packaging yang cukup memadai, namun dalam kelengkapan outlet-nya perlu penambahan beberapa komponen, khususnya terkait media luar ruang berupa papan nama UKM-nya.

Melihat kondisi ini membuat kami selaku tim abdimas, untuk melakukan kegiatan ini yang diharapkan menjadi Solusi bagi permasalahan yang di hadapi oleh mitra tersebut. Media luar ruang yang digunakan adalah berupa papan nama berbahan besi hollow, dan akrilik. Perancangan media luar ruang berupa papan nama untuk mitra, yakni Batik Betawi Terogong ini menggunakan bantuan aplikasi Procreate dan Photoshop dengan media yang dihasilkan berukuran, lebar 76 cm dan tinggi 1 meter, dengan tiang yang panjangnya 185 cm. Ukuran tersebut didapat dari proses observasi dan penyesuaian dengan Lokasi mitra. Tim abdimas datang langsung ke Lokasi mitra untuk menentukan desain, ukuran, dan detail media yang dirancang pada tanggal 18 November 2025.



Gambar 5 Dokumentasi Proses Pengukuran untuk Merancang Papan Nama

Visual dari papan nama tersebut memuat informasi terkait identitas Batik Terogong, seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Komponen Visual dan Detail Informasi pada Hasil Rancangan Papan Nama Batik Betawi Terogong

Komponen Visual	Detail Informasi
- Logo Batik Betawi terogong	- Alamat Batik Betawi Terogong
- Ilustrasi <i>Background</i> : Siluet Motif Daun Pihong	- Kontak: No telpon dan No Hp.
- Ilustrasi Bagian Bawah: modifikasi potongan beberapa motif khas batik Terogong, yaitu: Motif tapak liman, motif ondel-ondel, dan motif bunga kelapa.	- Media sosial Batik Betawi Terogong: Instagram.
	- Slogan Batik Betawi Terogong
	- Sponsor: Logo Universitas Indraprasta PGRI

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai proses perancangan papan nama Batik Betawi Terogong:

1. Pemilihan ornamen

Untuk memperkuat identitas Batik Betawi Terogong dalam papan nama, tim memutuskan untuk mengaplikasikan beberapa motif batik betawi yang sudah diproduksi oleh Batik Betawi Terogong. Pada saat melakukan observasi, tim sudah melihat aset motif yang dimiliki Batik Betawi Terogong dan memilih beberapa motif untuk diaplikasikan pada papan nama, yaitu motif Tapak Liman dan Ondel-Ondel. Dua motif ini dipilih karena memiliki keterkaitan kuat dengan identitas budaya

Betawi serta mudah dikenali oleh masyarakat luas. Selain itu, kedua motif tersebut memiliki karakter visual yang kuat dan dekoratif, sehingga mampu memperkuat daya tarik visual papan nama tanpa mengurangi keterbacaan informasi utama. Penggunaan motif ini diharapkan dapat mempertegas citra Batik Betawi Terogong sebagai produsen batik yang mengangkat kekayaan budaya lokal Betawi melalui identitas visual usahanya.



Gambar 6 Motif terpilih untuk diaplikasikan dalam papan nama

2. *Typography*

Typography pada perancangan ini menggunakan jenis *font* Montserrat. Jenis *font* ini dipilih karena mudah untuk dibaca dan sangat fleksibel untuk berbagai media.

Montserrat
Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 7. Jenis *Font*

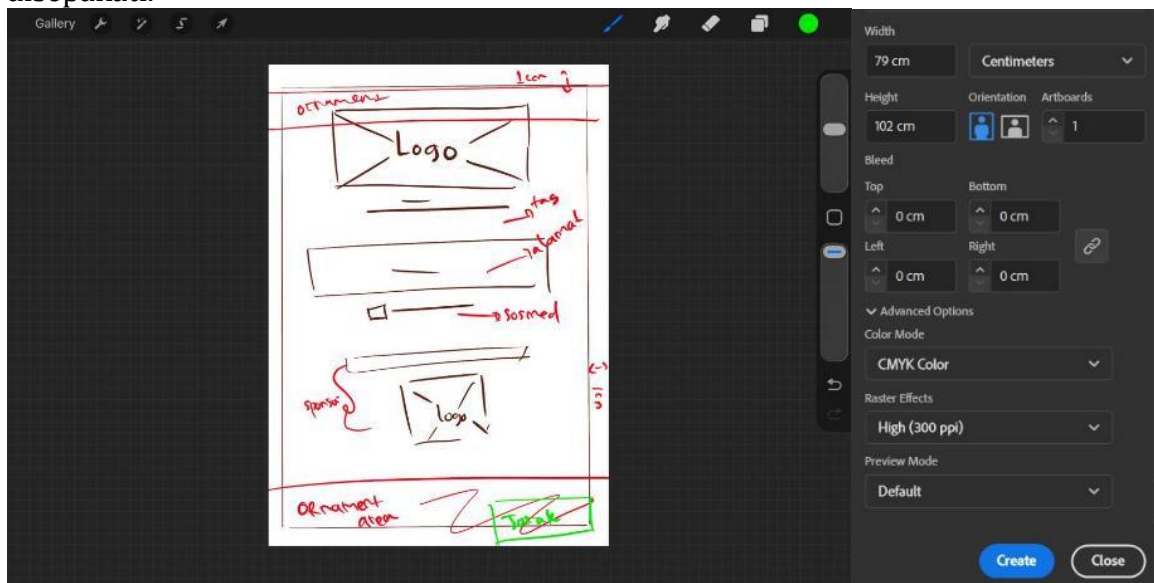
3. Pewarnaan

Adapun pewarnaan yang digunakan pada rancangan papan nama Batik Betawi Terogong ini menyesuaikan dengan identitas batik dan permintaan dari pihak mitranya. Pewarnaan yang digunakan pada desain rancangan ini yaitu dijabarkan pada *color palette* berikut ini:



Gambar 8 *Color Pallete* pada Desain Rancangan papan Nama

4. Membuat sketsa *layout* di *software* Adobe Illustrator dengan ukuran yang sudah disepakati.



Gambar 9 Sketsa *layout* dan ukuran yang digunakan

5. Menerapkan ornamen yang sudah dipilih.



Gambar 10 Penerapan ornamen pada perancangan

6. *First draft* desain rancangan papan nama.

Setelah melakukan observasi, dan menyesuaikan informasi yang di dapat dan diinginkan oleh mitra, berikut ini hasil rancangan papan nama Batik Betawi Terogong yang dibuat oleh tim abdimas.



Gambar 11 *First draft* desain rancangan papan nama



Gambar 12 *Mock up* Desain Rancangan Papan Nama

Dari selesainya proses perancangan desain tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat dengan pihak mitra yaitu Ibu Siti Laela selaku pendiri dan pengelola Batik Betawi Terogong, mengadakan diskusi dalam bentuk daring melalui *zoom meeting* pada tanggal 24 Desember 2025 guna membahas dan menginformasikan hasil rancangan kepada mitra. Berikut ini ditampilkan dokumentasi tim pengabdian kepada masyarakat dengan pihak mitra.



Gambar 13 Tim Abdimas dan Mitra Berdiskusi Hasil Rancangan

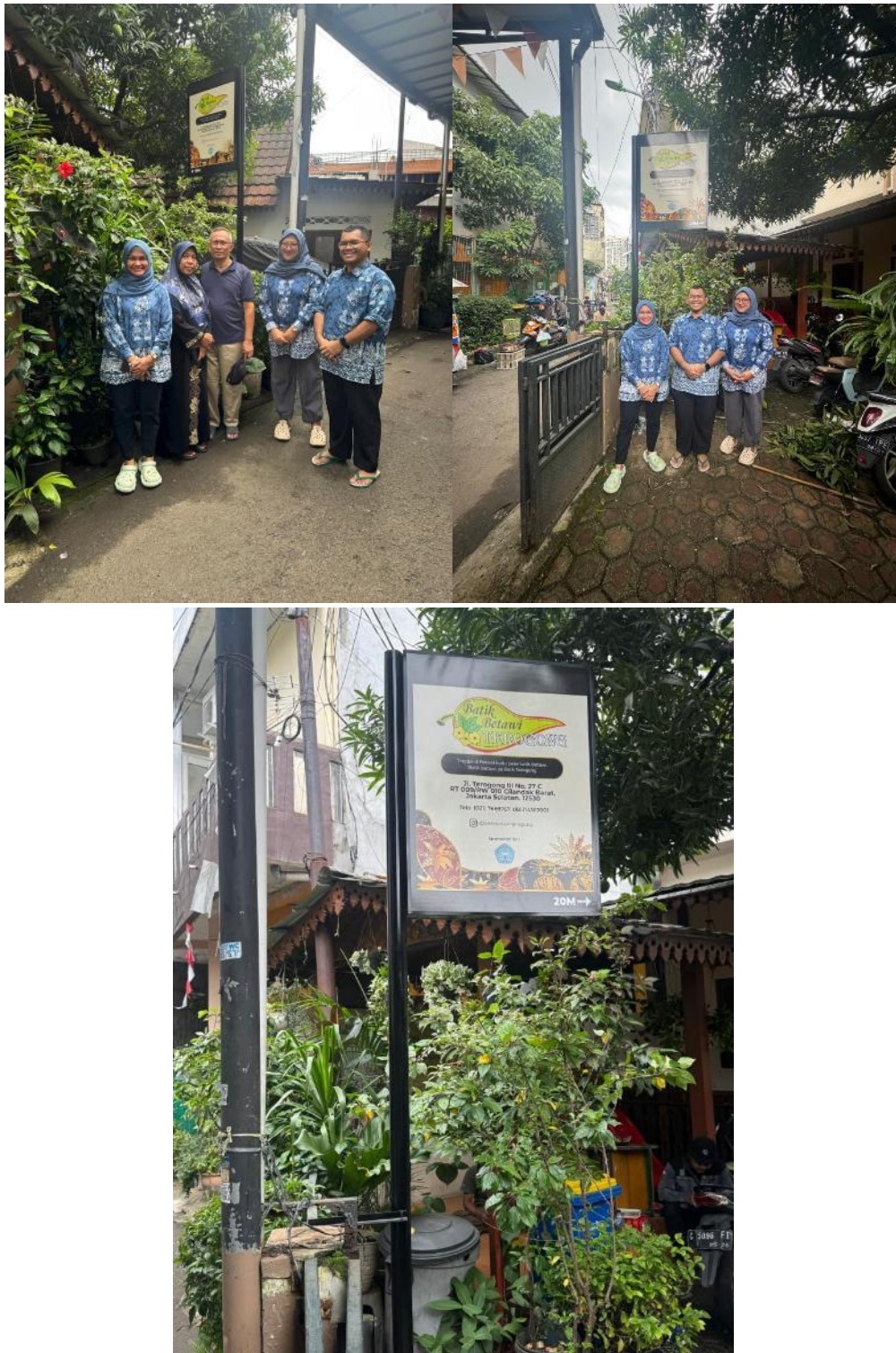
Dari pertemuan tersebut, pihak mitra merevisi beberapa bagian yang perlu ditambahkan dan disesuaikan pada desain rancangan yang telah dibuat. Maka hasil revisi tersebut diserahkan kembali kepada pihak mitra dan dijadikan sebagai *final* desain pada perancangan papan nama di abdimas ini.

Visualisasi Desain Akhir

Berikut adalah hasil akhir dari perancangan media luar ruangan berupa papan nama untuk mitra Batik Betawi Terogong. *Final artwork* tersebut nantinya akan diwujudkan sebagai papan nama yang diletakkan pada bagian depan *outlet* Batik Betawi Terogong sebagai media identitas dan informasi keberadaan *outlet* tersebut.



Gambar 14 Hasil akhir perancangan media luar ruang



Gambar 15 Dokumentasi pemasangan papan nama

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UKM Batik Betawi Terogong bertujuan untuk memperkuat identitas dan meningkatkan aksesibilitas usaha melalui pengadaan media luar ruang berupa papan nama. Hasil kegiatan berupa



perancangan dan pemasangan media luar ruang yang mengintegrasikan identitas visual, informasi lokasi, dan elemen komunikasi visual sesuai dengan kebutuhan Batik Betawi Terogong. Melalui proses observasi, perancangan, diskusi, dan evaluasi bersama, mitra memperoleh media identitas yang representatif sekaligus pemahaman mengenai pentingnya identitas visual dan aksesibilitas dalam mendukung pengembangan UKM. Keterlibatan mitra secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan berkontribusi pada terciptanya desain papan nama yang relevan, fungsional, dan sesuai dengan karakter usaha, sekaligus memperkuat kapasitas mitra dalam memahami peran identitas visual. Media luar ruang yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai penanda lokasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang mendukung proses branding dan penguatan citra usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi dalam membangun kapasitas mitra untuk mengembangkan identitas usaha secara lebih terarah dan berkelanjutan melalui pemanfaatan media komunikasi visual yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Sebagai saran, Batik Betawi Terogong diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan media identitas lainnya, terutama media digital seperti media sosial dan platform daring, sebagai sarana promosi dan komunikasi yang terintegrasi dengan media luar ruang. Selain itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan media promosi lain seperti katalog produk, konten visual digital, serta sistem penunjuk arah tambahan di lingkungan sekitar lokasi usaha guna memperluas jangkauan informasi dan memperkuat daya saing UKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (LRPM) Universitas Indraprasta PGRI atas dukungan dan pendanaan melalui Dana Bantuan Universitas Indraprasta PGRI sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Siti Laela selaku pemilik UKM Batik Betawi Terogong, atas kerja sama, dukungan, dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan.

REFERENSI

- Hermawan, K. (2004). *Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning - Diferensiasi - Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrawati, M., & Sari, Y. I. (2024). Memahami Warisan Budaya dan Identitas Lokal di Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pendidikan IPS (JPPI)*, 18(1), 77-85. <https://doi.org/10.21067/jip.v18i1.9902>
- Jason, L. A., & Glenwick, D. (2016). *Handbook Of Methodological Approaches to Community Based Research*. New York: Oxford University Press.
- Muchlison, S., & Purnama, I. Y. (2025). Warna dan Makna Motif Batik Betawi dalam Konteks Urban dan Industri Kratif: Tinjauan Terhadap SDGS dan Undang-Undang Pemajuan Budaya. *Jurnal Betawi*, 2 (2).
- Nofi, & Setyawan. (2021). Pengembangan Desain Batik Betawi dengan Sumber Ide Kesenian Betawi Menggunakan Visual Jelujur. *Dimensi*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.5583/jurnaldimensi.v2i02.37>
- Nurhadi, Purwantara, S., & Khotimah, N. (2012). Kajian Spasial Keberadaan Reklame Luar Ruang terhadap Etika dan Estetika Ruang Publik di Kota Yogyakarta. *Informasi*, 38(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/informasi.v2i2.4448>



Putra, D. R. (2024). Kajian Karakteristik Visual Melalui Pendekatan Estetika Terhadap Motif Tebar Mengkudu Sanggar Batik Betawi Terogong. *ICHES: International Conference on Humanity Education and Society*, 3 (01).

Putra, P. G. P., Kurniansah, R., Budiatiningsih, M., Istianingsih, N., & Susila, I. M. gede D. (2024). *Warisan Budaya sebagai Kekayaan Pariwisata*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.

Sunaryo, A. (2009). *Ornamen Nusantara: Kajian Khusus tentang Ornamen Indonesia*. Semarang: Dahara Prize.

Wahyudin, U., Melly, D., Purwaningwulan, M., Dipati, J., & Bandung, U. (2017). Konsumerisme pada Iklan Majalah Perempuan. In *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi: Vol. VII* (Issue 1).

