

---

---

## REPRESENTASI IDENTITAS KAIN TENUN PADA DESAIN VISUAL SARUNG BHS

Irwan Widodo<sup>1</sup>, Zulfikar Sa'ban<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Mercubuana; Indonesia

\* Correspondence e-mail; [irwan.widodo@mercubuana.ac.id](mailto:irwan.widodo@mercubuana.ac.id); [zulfikar.saban@mercubuana.ac.id](mailto:zulfikar.saban@mercubuana.ac.id)

---

### Article history

Submitted: 2024/02/20; Revised: 2024/02/25; Accepted: 2024/03/02

---

### Abstract

The cloth used for clothing is a marker of identity for various groups and individuals. One of the uses of cloth is the BHS Sarong, which is a woven sarong made from Indonesia whose quality is unquestionable. BHS sarongs are one of the proud products of the Indonesian people because they are famous for their quality, motifs and traditions of cultural preservation. This study aims to discuss and analyze the visual design of the completeness of the original BHS sarong stamp as the identity of woven fabrics. This research is a qualitative descriptive research with research stages consisting of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The research approach used in this study is a qualitative approach, in which the data sources come from interviews, documentation, and material involvement through direct experience emphasizing sensory and direct manipulation. The results showed that the design of visual identity was carried out to reintroduce the BHS Sarong product, which is the best sarong product made from woven fabric. The visual identity stage consists of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints and managing assets that produce logos, stamps and signatures for original BHS sarong products.

---

### Keywords

visual design, product identity



© 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

---

## PENDAHULUAN

Salah satu kekayaan budaya Indonesia adalah tenun. Tenun dihasilkan dari keterampilan tangan masyarakat Indonesia dengan menggunakan alat tenun yang sangat sederhana atau tradisional. Kain tenun merupakan salah satu perangkat hidup manusia yang terkenal sejak zaman prasejarah yang diperoleh dari perkembangan pakaian penutup badan setelah rumput-rumputan dan kulit kayu. Perkembangan tenun mengarah pada kualitas bahan-bahan yang digunakan dan mulai mengenal motif serta warna yang diprioritaskan pada produk tenun tersebut. Kain tenun memiliki manfaat pada aspek kehidupan masyarakat pembuatnya, baik secara ekonomi, sosial, religi, dan estetika (Rosiviana, 2013).

Kain tenun terkenal di antara kerajinan tangan Indonesia dan penting bagi perekonomian lokal. Menenun kain adalah pekerjaan terampil yang melibatkan pengerjaan kreatif, dan keterampilan artistik yang telah ditransmisikan melalui budaya lokal dan kearifannya yang unik (Kar, 2012). Menenun merupakan seni yang diturunkan dari kearifan lokal tertentu, seperti songket Minangkabau, Songket Palembang, Lurik Yogyakarta, Tenun Lombok, dan lain-lain. Pengerjaan dan keterampilan yang diperlukan untuk menenun kain telah dikembangkan selama bertahun-tahun dan telah memungkinkan penciptaan karakteristik unik, yang menjadi identitas struktur daerah yang berbeda (Chai-Arayalert et al., 2015; Torell & Ranglin, 2014).

Kain tenun tangan secara unik mencerminkan latar belakang sejarah komunitas tertentu serta seni dan budaya lokal mereka (Jareansok, 2013; Nakhasathien et al., 2013). Produk-produk ini membutuhkan berbagai metode produksi dan bahan di area berbeda termasuk kain seperti songket dan lurik. Fitur luar biasa dari kain tenun adalah desainnya yang indah mengungkapkan identitas lokal mereka yang harus dilestarikan (Chai-Arayalert et al., 2015).

Dulu, ada lagi kain tenun megah hasil produksi masyarakat lain, yang kini sudah punah, misalnya tenun dari Kabupaten Sambas Kalimantan Barat. Timakum (2015) dan Yang et al. (2018) telah menemukan berbagai penyebab kepunahan: misalnya, hanya sedikit penenun yang memiliki pengetahuan menenun kain tradisional yang unik. Selain itu beberapa desain telah dimodifikasi karena pengaruh dari budaya luar, atau penenun menjadi termotivasi oleh pertimbangan bisnis untuk mengubah desain kain mereka agar konsisten dengan mode atau permintaan konsumen, dan dengan demikian mereka tidak lagi mencerminkan makna atau identitas aslinya. Desain yang terhubung dengan nilai-nilai masyarakat dan cara hidup. Selain itu, konsumen dengan pemahaman yang kurang tentang budaya lokal mungkin tidak menghargai desain atau identitas yang diekspresikan dalam kain. Semua faktor ini dapat menyebabkan matinya kain tenun lokal. Salah satu cara agar kerajinan tenun tidak cepat punah yaitu dengan menggunakan seperangkat alat tenun yang lebih canggih yang terbuat dari kayu yang menghasilkan tenunan lebih cepat.

Salah satu penggunaan kain tenun adalah sarung. Sarung dapat digunakan untuk melaksanakan ibadah ataupun sebagai kain pelengkap pakaian daerah. Sarung BHS merupakan sarung tenun produk asli Indonesia yang sudah tidak diragukan kualitasnya. Sarung BHS merupakan salah satu produk kebanggaan rakyat Indonesia karena terkenal dengan kualitas, motif, dan tradisi pelestarian budayanya. PT. Behaestex merupakan perusahaan Pertenenan BHS di kota Gresik yang berdiri sejak tahun 1953. Pada awalnya Pertenenan BHS memproduksi sarung tenun dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) yang berkualitas dengan merek BHS. Merek sarung BHS hingga kini menjadi Pionir, Market Leader

di industri Sarung Tenun Tradisional (ATBM).

Kain yang digunakan sebagai pakaian adalah penanda identitas bagi berbagai kelompok dan individu (Kelly, 2010). Cara berpakaian secara historis, sosial, dan budaya memiliki kekhasan tersendiri dan dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk usia, jenis kelamin, dan kelas (Peters et al., 2011). Berpakaian adalah bagian penting dari interaksi sosial dan bagaimana usaha untuk mengelola, berkomunikasi, dan mengatur identitas dalam konteks dan ruang sosial yang berbeda. Goodman et al., 2007) menyatakan bahwa individu menggunakan pakaian untuk menciptakan eksperesi tentang siapa diri mereka dalam hubungannya dengan orang lain. Berpakaian dapat menjadi perjuangan antara bagaimana seseorang memandang diri sendiri (identitas) dan harapan dari kriteria tertentu dari masyarakat/budaya tempat tinggalnya (konteks).

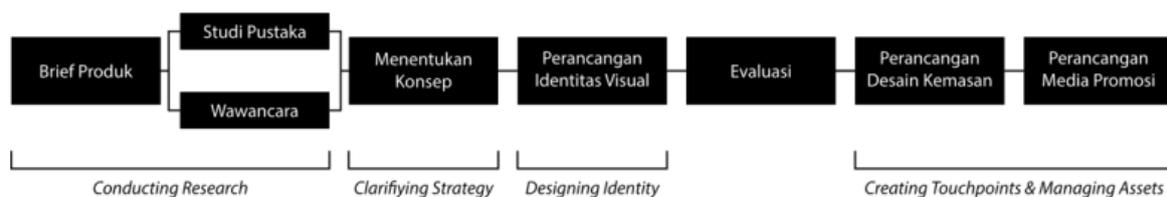
Sarung BHS merupakan sarung dengan kualitas premium dengan perancangan stempel yang melekat pada bagian depan sarung yang menunjukkan identitas dan keaslian sarung BHS. Setiap kelas sarung BHS memiliki kelengkapan stempel original yang berbeda. Studi ini dilakukan untuk menelaah dan melihat lebih dalam mengenai proses perancangan kelengkapan stempel original sarung BHS sebagai identitas keaslian dari sarung BHS.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas dan menganalisis perancangan desain visual kelengkapan stempel original sarung BHS sebagai identitas kain tenun berdasarkan *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoint, dan managing asset*.

## METODE

Penelitian ini dibatasi pada perancangan kelengkapan stempel original sarung BHS terdiri dari kelas Masterpiece, Signature, Royal, Excellent, dan Classic. Perancangan desain visual didasarkan pada tahapan perancangan menurut Alina Wheeler, yang terdiri dari *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoint, dan managing asset*

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dimana sumber data berasal dari hasil wawancara, dokumentasi, dan keterlibatan material melalui pengalaman langsung yang menekankan pada sensorik dan manipulasi langsung. Kemudian hasil akhir berorientasi pada kegiatan promosi. Tahapan penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Conducting Research*

Sarung BHS merupakan produk tekstil dari produsen BEHAESTEX yang sudah berdiri sejak tahun 1953., di Kabupaten Gresik Jawa Timur. Sarung BHS menjadi warisan budaya Indonesia yang diproduksi dari helai benang berkualitas yang ditunen untuk menghasilkan karya seni dengan nilai yang tinggi. Motif yang unik dan beragam, perpaduan corak dan warna BHS menjadikan sarung BHS sebagai ikon budaya Indonesia.

Keunggulan dan keunikan dari BEHAESTEX yaitu melestarikan dan mengembangkan alat tenun tradisional budaya Indonesia yang dikenal dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). ATBM menghasilkan produk sarung dan kain sebagai produk *handicrafts* atau pekerjaan tangan. Akibatnya, BEHAESTEX memiliki predikat produsen sarung dan kain ATBM terbaik dan terbesar di dunia.



Gambar 2. Logo BEHAESTEX

Produk yang diproduksi PT. BEHAESTEX, terdiri dari sarung BHS, sarung atlas, dan baju muslim BHS.

### 1. Sarung BHS

*Sarung BHS* adalah sarung tenun berkualitas tinggi sebagai produk khas Indonesia. Kelas sarung BHS ini terdiri dari Masterpiece, Signature, Royal, Excellent, Classic dan Cosmo. Macam tipe dari Sarung BHS sebagai berikut :



Gambar 5. Jenis tipe sarung BHS

Motif sarung BHS tipe Masterpiece terdiri dari Songket Etnik Ikat (SEI), Songket Gunung Wijaya (SGW), Songket Jacquard Nusantara (SJM), Songket Jacquard Gunung (SJG), Songket Gunung Lampion (SGL), Songket Diagonal Ikat (SDI), Songket Mutiara Ikat (SMI), Songket Star Eksklusif (SSE), dan Songket Jacquard Etnik (SJE)



Gambar 6. Motif Sarung BHS Tipe Masterpiece

Motif sarung BHS tipe Signature sarung BHS terdiri dari Songket Eksklusif, Songket Gunung Timbul (SGT), Songket Gunung,, Songket Ikat Nusantara, Songket Gunung Crepe, Ikat Timbul Gambiran dan motif lainnya.



Gambar 6. Motif Sarung BHS Tipe Signature

Motif sarung BHS tipe Excellent terdiri dari Excellent silver dan Excellent Gold. Motif Excellent Silver terdiri dari Jacquard Songket (JSK), Jacquard Gunung Krakatau (JGK), Jacquard Gunung Tambora (JGT), Jacquard Timbul (JTB), Dubai (DBI), Qatar (QAT), Turki (TUR), Songket Gunung Kunci (SGK), Songket Crepe Timbul (SCT), Songket Gambiran (SGB), Songket Pancingan Eksklusif (SPE), Songket Gunung Single (SGS), Corak Crepe Subaiya (CCS), Gambiran Eksklusif (GBE), Crepe Songket Ikat (CSI), Gambiran Dobby Ikat (GDI), dan Tumpal Kembang (TKB)



**Gambar 7.** Motif Sarung BHS Tipe Excellent Silver

Sementara Motif dari tipe Excellent Gold terdiri dari Kombinasi Dam Daman, Kombinasi, Kombinasi Es Lilin, Kombinasi Kupang, Kombinasi Dua Teropong, Kombinasi Raja, Kombinasi Krem Krem



**Gambar 8.** Motif Sarung BHS Tipe Excellent Gold

Motif sarung BHS tipe Classic terdiri dari Kombinasi Dam Daman, Kombinasi, Kombinasi Es Lilin, Kombinasi Dua Teropong, Kombinasi Krem Krem, Kombinasi Kupang, Songket Dam, Kombinasi Raja, Songket BTG, Songket Mutiara, Songket Berlian, Songket Kembang, Songket Ritmik, Gambir Liris, Tumpal Kembang Gerimis, Tumpal Kembang

Monochrome, Kawung Dobby, Kombinasi Nias, Gambiran Dobby Eksklusif, Tumpal Kembang Minahasa, Kombinasi Salur Mutiara, Kombinasi Minahasa, Tumpal Kembang Tikar, Tumpal Kembang Nias, Kombinasi Tikar, Kombinasi Salur Khatulistiwa, Kombinasi Salur Berlian, Kombinasi Spesial Rayon, Kombinasi Hitam Manis



**Gambar 9.** Motif Sarung BHS Tipe Classic

Motif sarung BHS tipe Classic sarung terdiri dari Cosmo Kombinasi, Cosmo Istanbul, Cosmo Putih Polos, Cosmo Monochrome, Cosmo Salur Besar, Cosmo Hitam Polos, dan Cosmo Warna Polos



**Gambar 9.** Motif Sarung BHS Tipe Cosmo

## 2. Sarung Atlas

Sarung Atlas adalah sarung tenun bermutu premium yang diproduksi oleh PT. Behaestex. Diproduksi dengan teknologi tenun tercanggih saat ini, dengan bahan-bahan pilihan melalui serangkaian proses yang terkontrol dan terukur secara ketat.. Kami persembahkan sarung untuk menemani ibadah dan menjaga penampilan anda untuk tampil elegan. Adapun produk sarung Atlas antara lain:





**Gambar 12.** Baju Muslim Atlas

Busana Muslim brand ATLAS terdiri dari kelas Teens, Universal, Elegant, Super, dan Premium

### 5. Songkok BHS

Diproduksi oleh PT. Behaestex, Songkok BHS Premium adalah salah satu songkok BHS paling yang banyak digemari oleh masyarakat, harga terjangkau namun pihak BHS tetap mempertahankan aspek kenyamanan dan kualitas bahan. Bisa digunakan untuk ibadah maupun untuk kegiatan santai. Songkok dengan bahan Kain Beludru yang lembut ini nyaman dipakai dan keawetanya tak diragukan lagi



**Gambar 13.** Songkok BHS

Songkok BHS terdiri dari kelas *Masterpiece*, *Signature*, dan *Royal* dengan *size* mulai nomor 5,6,7,8,9,10.

### 6. Songkok Atlas

Diproduksi oleh PT. Behaestex, Songkok ATLAS adalah salah satu songkok Atlas paling yang banyak digemari oleh masyarakat, harga terjangkau namun pihak Atlas tetap mempertahankan aspek kenyamanan dan kualitas bahan. Bisa digunakan untuk ibadah maupun untuk kegiatan santai.



**Gambar 14.** Songkok Atlas

Songkok ATLAS memiliki 2 kelas yaitu kelas Super dan Premium. Semua kelas pada produk BHS dan ATLAS memiliki perbedaan pada komposisi bahan, teknik tenun (untuk

produk sarung), serta motif dan desain.

### *Clarifying Strategy*

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa target konsumen Sarung BHS adalah laki-laki dengan usia 40 tahun keatas yang mana rata-rata merupakan pebisnis atau dengan pekerjaan wirausaha.

**Tabel 1.** Tabel Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning

<b>Rubrik</b>	<b>Target</b>	
1. Segementasi	Geografis	Pasar domestik, international, ekspor
	Demografis	Laki-laki dengan usia 40 tahun keatas
	Psikografis	Laki-laki yang senang menggunakan sarung
	Behavioris	Masyarakat level menengah ke atas
2. Targetting	Target konsumen utama adalah pebisnis atau wirausaha. Target konsumen sekunder adalah pegawai/karyawan	
3. Positioning	Posisi market dari Sarung BHS adalah pengguna sarung yang biasa dipakai pada acara-acara tertentu misalnya Solat Ied, acara pernikahan, khitanan	

Rencana strategi merupakan teknik manajemen yang dilakukan untuk mencapai target pasar dengan mudah, terarah, dan berkembang pesat yang dirumuskan dengan rencana jangka pendek dan jangka panjang. Rencana strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis 5W + 1 H. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa identitas visual Sarung BHS dirancang melalui logo, warna, tipografi, dan grafik pendukung telah direalisasikan mulai tahun 2000-an.

### *Designing identity*

Identitas dari sarung BHS adalah stempel original. Visual identity dirancang secara profesional untuk menunjukkan identitas sarung tenun yang berbeda dengan sarung lainnya. Dimana sarung BHS merupakan sarung premium dengan produk hasil tenun. Stempel original BHS dapat dilihat seperti gambar berikut ini.



Gambar 15. Stempel Original BHS

1. Masterpiece

Sarung BHS kelas Masterpiece memiliki kelengkapan stempel original: **Logo BHS + Tanda Tangan A. R. Bahasuan**

Sarung dengan kelas paling atas ini ditenun dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Memiliki komposisi bahan Premium Cotton Mercerized dan tumpal Letter BHS mendatar dengan benang songketan. Untuk motif kelas masterpiece sangat eksklusif dan terbatas.

2. Signature

Sarung BHS kelas Signature memiliki kelengkapan stempel original: **Logo BHS + Tanda Tangan A. R. Bahasuan**

Sarung dengan kelas paling atas ini ditenun dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Memiliki komposisi bahan Premium Cotton Mercerized dan tumpal Letter BHS mendatar dengan benang songketan. Untuk motif kelas Signature di antaranya SGC, SSE, SGD, SKG dan motif lainnya.

3. Royal

Sarung BHS kelas Royal memiliki kelengkapan stempel original: **Logo BHS + Tanda Tangan A. R. Bahasuan**

BHS Royal merupakan kelas ketiga dari Sarung BHS. Sarung BHS Royal ditenun dengan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) dan perpaduan karya seni serta mesin teknologi modern. Memiliki komposisi bahan Premium Cotton Mercerized dan Tumpal Letter BHS mendatar dengan benang Songketan. Adapun motif yang termasuk kelas Royal adalah STC Songket Tradisional Crepe, STT Songket Tradisional Timbul, STG Songket Tradisional Gunung IBR Ikat Border Dua Warna, GDI Gambiran Dobby Ikat, dan motif lainnya.

4. Excellent

Sarung BHS kelas Excellent memiliki kelengkapan stempel original hanya **Logo BHS**. Sarung BHS kelas Excellen ditenun dengan Karya Seni dan perpaduan Mesin Teknologi Modern. Memiliki komposisi bahan Cotton Mercerized Blend dan Tumpal Letter BHS vertical dengan benang Kembangan. Adapun motif Sarung BHS Excelent antara lain GDI Gambiran Donggala Ikat, CDI Crepe Donggala Ikat, JTI Jacquard Timbul Ikat

5. Classic

Sarung BHS kelas Classic memiliki kelengkapan stempel original hanya **Logo BHS**. Sarung BHS Classic ini ditenun dengan Karya Seni dan perpaduan Mesin Teknologi Modern. Memiliki komposisi bahan Viscose Blend dan Tumpal Letter BHS vertical dengan benang Kembangan.

### *Creating Touchpoints*

*Touchpoint* adalah media yang melakukan hubungan langsung dengan konsumen yang berperan menarik konsumen untuk membeli produk. Tujuannya adalah tercapainya penyelarasan elemen visual pada sebuah merek.media komunikasi terdiri dari promotion media set dan merchandise set.

Promosi media dilakukan menggunakan media online dan offline. Pasar offline yaitu membuka outlet di berbagai daerah di Indonesia. Pasar online terdiri dari official store marketplace di Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Zalora, Bukalapak, JD.id, Zilingo, Alibaba dan Sarung Indonesia.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Sarung BHS merupakan produk tekstil yang memegang teguh nilai-nilai budaya Indonesia. Dengan menggabungkan keterampilan tradisional menenun dengan teknologi modern, PT. Behaestex telah berhasil menciptakan produk berkualitas tinggi yang menjadi ikon budaya Indonesia. Identitas visual yang dirancang secara profesional, termasuk stempel original pada setiap kelas sarung, menegaskan keaslian dan eksklusivitas produk Sarung BHS. Strategi pemasaran yang terarah, baik melalui media online maupun offline, telah membantu Sarung BHS dalam mencapai target pasar, dengan fokus utama pada pebisnis dan wirausaha. Melalui pelestarian nilai-nilai tradisional dan inovasi terus-menerus, Sarung BHS tetap menjadi pilihan yang dihormati dalam pakaian tradisional Indonesia.

Selain itu, penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya peran identitas visual dalam menciptakan pengalaman merek yang konsisten dan menarik bagi konsumen. Dengan

merancang stempel original yang unik dan berkualitas pada setiap kelas sarung, Sarung BHS berhasil membedakan dirinya di pasar dan menunjukkan komitmennya terhadap keaslian produk. Langkah-langkah strategis dalam segmenasi pasar, penargetan konsumen, dan penempatan pasar telah membantu Sarung BHS dalam memposisikan dirinya sebagai pilihan utama dalam pakaian tradisional Indonesia. Dengan demikian, Sarung BHS tidak hanya menjadi bagian dari warisan budaya Indonesia, tetapi juga tetap relevan dan diminati dalam pasar global yang terus berkembang.

### REFERENSI

- Chai-Arayalert, S., Suttapong, K., & Weerasak, K. (2015). *Increasing the potential of SMEs with the digital economy: A case study of southern weaving community enterprises (RDG5950100)*. National Research Council of Thailand
- Goodman, J., Knotts, G. & Jackson, J. (2007). Doing dress and the construction of women's gender identity. *Journal of Occupational Sciences*, 14(2), 100-107.
- Jareansok, N. (2013). Southern woven cloths: Meaning and dynamic woven cloth in dimension for owner culture. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 9 (1), 147–165
- Kar, S. K. (2012). Knowledge process of rural handloom community enterprise. *Society and Business Review*, 7 (2), 114–133.
- Kirksey, S.E. & Helmreigh, S. (2010). The emergence of multispecies ethnography. *Cultural Anthropology*, 25(4): 545-576.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Boston, MA: Pearson.
- Levanier, J. (2020). Visual identity: Everything you need to know about this essential aspect of branding. 99designs. Retrieved from <https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity>
- Nakhasathien, K., Somtrakool, K., & Siltrakul, W. (2013). Brocades of the Southern cities: Development of woven fabric products in order to add value to community economy. *Asian Social Science*, 9(17), 128–134
- Peters, C., Shelton, J.A. & Thomas, J.B. (2011). Self-concept and the fashion behaviour of women over 50. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 15(3), 291-305
- Rosiviana, A. (2013). Kerajinan Sarung Tenun Goyor Kabupaten Pemalang Jawa Tengah. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Timakum, T. (2014). Creation of local wisdom information media: Cotton brocade weaving of lamphun. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*, 16(1), 109–121
- Torell, V. B., & Ranglin, U. (2014). Knowledge in action in weaving. *Techne Series: Research in Sloyd Education and Craft Science A*, 21(1), 22–37
- Universitas Mercu Buana. (2020). Rencana Induk Penelitian Universitas Mercu Buana 2021-2025. Jakarta: UMB
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John

Wiley & Sons.

Yang, Y., Shafi, M., Song, X., & Yang, R. (2018). Preservation of cultural heritage embodied in traditional crafts in the developing countries. A case study of Pakistani handicraft industry. *Sustainability (Switzerland)*, 10(5), 1–18