

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran untuk melestarikan batik Indonesia mulai meningkat pada saat ini baik dikalangan masyarakat maupun pemerintah Indonesia. Hal ini dikarenakan adanya pengakuan kepemilikan batik dari negara tetangga yaitu Malaysia sehingga menimbulkan kesadaran bagi masyarakat untuk melestarikan budaya Indonesia yaitu salah satunya adalah batik. Kesadaran untuk melestarikan batik Indonesia diantaranya dengan menetapkan hari jumat sebagai hari batik nasional, dimana para pegawai pemerintah maupun anak – anak sekolah diwajibkan memakai batik. Selain itu, kesadaran untuk melestarikan batik juga tampak dengan pemakaian batik yang tidak hanya untuk acara formal tetapi juga dalam kehidupan sehari – hari oleh masyarakat bahkan remaja di Indonesia. Hal ini didukung oleh munculnya desain batik dengan warna – warna yang modern dan cerah sehingga pemakainya tidak terkesan tua atau kuno.

Di Indonesia terdapat beberapa kota yang terkenal dengan industri batiknya, tetapi kota yang paling terkenal sebagai kota batik adalah kota Surakarta atau yang biasa disebut kota Solo. Di kota Solo sendiri terdapat banyak sekali industri batik bahkan terdapat kampung batik yang sangat terkenal yaitu Kampung Batik Laweyan.

Kampung Laweyan merupakan kawasan sentra industri batik yang unik, spesifik, dan bersejarah yang terdapat di kota Solo. Kampung ini sangat luas dan batik merupakan bidang yang ditekuni oleh mayoritas masyarakat Laweyan sehingga kampung ini lebih dikenal sebagai Kampung Batik Laweyan. Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* resmi Kampung Batik Laweyan, dijelaskan bahwa Kampung Batik Laweyan merupakan kampung batik tertua di Indonesia yang sudah eksis sejak tahun 1546 M semasa pemerintahan Kerajaan Pajang. Saat ini terdapat

beberapa perusahaan batik yang terdaftar dari skala kecil sampai menengah yang terdapat di Kampoeng Batik Laweyan. Batik yang diproduksi yaitu batik tulis, batik cap, dan *printing* dalam berbagai bentuk seperti kain, blus, kemeja, selendang, sprei, sarung, dan lain sebagainya. Batik – batik yang dihasilkan pun sudah modern dengan penggunaan warna – warna yang cerah. Selain itu, arsitektur bangunan – bangunan di sekitar kawasan Kampoeng Batik Laweyan ini sangat khas, mewah, dan cantik yang merupakan peninggalan saudagar - saudagar batik pribumi tempo dulu.

Hal yang menarik dari Kampoeng Batik Laweyan ini adalah terdapat banyak jalan – jalan kecil dan terdapat banyak *showroom* yang menjual aneka batik. Selain itu terdapat juga *workshop* dimana wisatawan dapat melihat sendiri pembuatan batik bahkan mencoba membuat batik sendiri. Karena ke-khasan yang dimiliki oleh Kampoeng Batik Laweyan ini, maka Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Solo sering memberikan rekomendasi bagi turis – turis yang datang untuk mengunjungi Kampoeng Batik Laweyan dimana turis – turis tersebut dapat belajar membatik. Hanya saja promosi yang dilakukan hanyalah sekedar memberikan informasi bagi turis yang datang menanyakan dan promosi keluar hanya membuat leaflet dengan produksi terbatas bahkan sekarang sudah tidak diproduksi, dan promosi lainnya yaitu berupa *website* yang dibuat oleh Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan.

Kampoeng Batik Laweyan dapat menjadi sebuah tempat tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan lokal di luar kota Solo. Selain itu, dapat juga menjadi tempat wisata bagi para remaja untuk lebih mengenal tentang batik dan sejarah bahkan mengetahui dan ikut mencoba proses membatik. Melalui bidang ilmu Desain Komunikasi Visual, pemasaran Kampoeng Batik Laweyan dapat lebih maksimal dan sesuai dengan target market yang dituju dengan kegiatan promosi yang lebih maksimal dan tepat. Tujuan yang diharapkan dengan promosi yang lebih maksimal dan tepat sasaran yaitu dapat memperkenalkan Kampoeng Batik Laweyan lebih luas lagi sehingga dapat lebih banyak menarik wisatawan untuk datang ke Kampoeng Batik Laweyan terutama bagi para remaja. Dan dampak kegiatan pemasaran ini nantinya juga akan memajukan pariwisata kota Solo.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan pada bagian latar belakang, maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yang dibahas dalam Tugas Akhir ini antara lain :

- Bagaimana merancang komunikasi visual yang tepat dan efektif sehingga dapat meningkatkan *awareness* dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Kampoeng Batik Laweyan?
- Bagaimana membuat perancangan promosi Kampoeng Batik Laweyan sehingga dapat lebih dikenal sebagai tempat wisata batik dan sejarah?
- Bagaimana memperkenalkan/mempromosikan kegiatan dan usaha batik ke remaja yang ada di kota-kota besar di Pulau Jawa?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang dipilih penulis adalah promosi tempat wisata di kota Solo. Promosi ini ditujukan untuk wisatawan lokal di kota-kota besar di Pulau Jawa, terutama remaja dengan usia antara 17 – 21 tahun, berasal dari keluarga golongan menengah hingga menengah keatas, pendidikan antara SMA hingga S1, aktif, suka dengan seni, sejarah dan budaya, suka berwisata, memiliki rasa keingintahuan yang tinggi terhadap berbagai hal, dan selalu ingin mencoba sesuatu yang baru.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada permasalahan yang sudah diungkapkan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan garis besar hasil yang ingin diperoleh yaitu :

- Membuat sebuah komunikasi visual yang menarik dan efektif yang sehingga dapat meningkatkan *awareness* dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Kampoeng Batik Laweyan.

- Membuat promosi dalam berbagai media yang dapat memberikan informasi tentang Kampoeng Batik Laweyan sehingga dapat lebih dikenal sebagai tempat wisata batik dan sejarah.
- Merancang promosi batik Kampoeng Laweyan dengan pendekatan dan target usia remaja di kota-kota besar di Pulau Jawa.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian ini digunakan beberapa sumber data yang dapat dipercaya kebenarannya antara lain melalui :

- **Observasi** yang dilakukan dengan cara mengamati langsung ke lokasi Kampoeng Batik Laweyan Solo agar dapat mengumpulkan data mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki tempat wisata ini.
- **Wawancara** kepada beberapa narasumber terpercaya seperti bagian promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surakarta dan Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan.
- **Kuesioner** yang disebarakan kepada target market untuk mengetahui tanggapan dari para remaja di Indonesia mengenai Kampoeng Batik Laweyan.
- **Studi pustaka dan literatur** untuk mendapatkan informasi, landasan teori, dan referensi yang tepat dan berhubungan dengan pariwisata, batik, dan promosi.

1.5 Skema Perancangan

