

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu kain yang memiliki motif-motif tradisional yang dibuat dengan cara ditulis maupun menggunakan cap. Kain batik memiliki ragam hias dan pola yang berbeda-beda di setiap daerah yang menghasilkan ragam kain batik. Motif batik sendiri memiliki pengertian yaitu suatu kerangka bergambar yang membentuk motif batik secara keseluruhan dengan pola-pola tertentu. Batik sendiri merupakan salah satu kesenian asli Indonesia yang telah disahkan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non Benda (Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) sejak 2 oktober, 2009.

Menurut data Kementrian Perindustrian menunjukkan jumlah unit usaha batik dan *ekspor* ke mancanegara selama 5 tahun, sejak 2011 hingga 2015 mengalami peningkatan yang besar. Daerah Sumedang sejak dahulu tidak dikenal memiliki tradisi perbatikan di wilayahnya (Mashuri, dikutip Surviati 2004). Namun, pada tahun 1999 telah muncul sebuah kreasi batik di daerah Sumedang yang mampu merebut perhatian banyak pihak (Rusmana, dikutip Surviati 2004).

Berdasarkan hasil observasi secara langsung (Jumat, 2 Desember 2016) Sanggar Batik Umimay merupakan suatu sanggar yang menjual batik khas Kasumedangan antara lain kain batik tulis, kain batik cap dan tersedia pelatihan untuk dapat mengenal batik lebih dekat. Ciri khas yang hanya dimiliki Sanggar Batik Umimay yaitu satu-satunya sanggar batik di Sumedang yang membuat, memproduksi, dan menciptakan motif-motif dari setiap Kecamatan yang berada di daerah Kabupaten Sumedang.

Menurut data Sanggar Batik Umimay ini berdiri berawal dari kepedulian untuk menggali nilai-nilai budaya kerajaan Sumedang Larang yang meninggalkan banyak ragam hias yang bisa dikonversikan menjadi motif-motif khas batik Kasumedangan. Sejak awal berdirinya Sanggar Batik Umimay pada tahun 2012 sampai saat ini hanya

melakukan penjualan melalui relasi-relasi saja dan biasanya yang memesan hanya untuk seragam dinas, sehingga penjualan tidak banyak peningkatan. Jika dilihat, penyebab fenomena dan permasalahan ini diakibatkan oleh beberapa hal, antara lain, kurangnya promosi dari pihak terkait dan peran pemerintah daerah dalam mensosialisasikan pakaian batik Kasumedangan belum optimal. Padahal bila Sanggar Batik Umimay ini dipromosikan lebih baik akan menjadi aset bagi Kota Sumedang itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis merasa perlu merancang program promosi untuk membantu mengenalkan kepada masyarakat dan meningkatkan penjualan Batik, khususnya di daerah Sumedang, Jawa Barat. Melalui Sanggar Batik Umimay, sehingga batik Sumedang dapat bersaing dengan butik-butik yang sudah terkenal. Oleh karena itu penulis hendak mengangkat topik permasalahan ini kedalam proyek tugas akhir yang akan penulis kerjakan. Semua ini bertujuan agar produk lokal (asli Sumedang) terutama batik khas Kasumedangan ini dapat menjadi lebih terkenal, dan banyak masyarakat yang sadar dan mau memakai produk tersebut. Menurut penulis topik ini layak diangkat karena perusahaan tersebut memiliki potensi yang baik. Sehingga jika permasalahan ini dapat dipecahkan, nanti hasilnya bisa memberi dampak *positive* bagi pemerintah khususnya kota Sumedang untuk mempromosikan produk kearifan lokal yang berada di Kota Sumedang.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah disampaikan di atas, penulis merangkum rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana memperkenalkan motif batik khas Kasumedangan bagi masyarakat muda yang datang ke Sumedang khususnya orang Sumedang supaya mengenal dan bangga terhadap batik tersebut?
2. Bagaimana merancang visual program promosi yang menarik bagi target khususnya orang Sumedang supaya dapat membeli dan meningkatkan penjualan bagi Sanggar Batik Umimay yang bisa menjadi aset bagi

Kabupaten Sumedang?

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah pengenalan produk Sanggar Batik Umimay di Sumedang, Jawa Barat, Indonesia. Waktu penelitian dan perancangan pada bulan Februari-Mei 2017. Rancangan ini dibatasi pada perancangan media informasi yang memperkenalkan produk Sanggar Batik Umimay bagi masyarakat remaja dewasa yang memiliki penghasilan tinggal di perkotaan sebagai *target audience*.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

- Memperkenalkan motif batik khas Kasumedangan khususnya bagi orang Sumedang supaya dapat mengenal dan bangga terhadap batik tersebut.
- Merancang program promosi ini dapat membuat orang Sumedang membeli dan dapat meningkatkan penjualan Sanggar Batik Umimay, dan agar diketahui *target audience*.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke Sanggar Batik Umimay.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik Sanggar Batik Umimay mengenai produk-produk dan sejarah Sanggar Batik Umimay.

3. Studi Pustaka

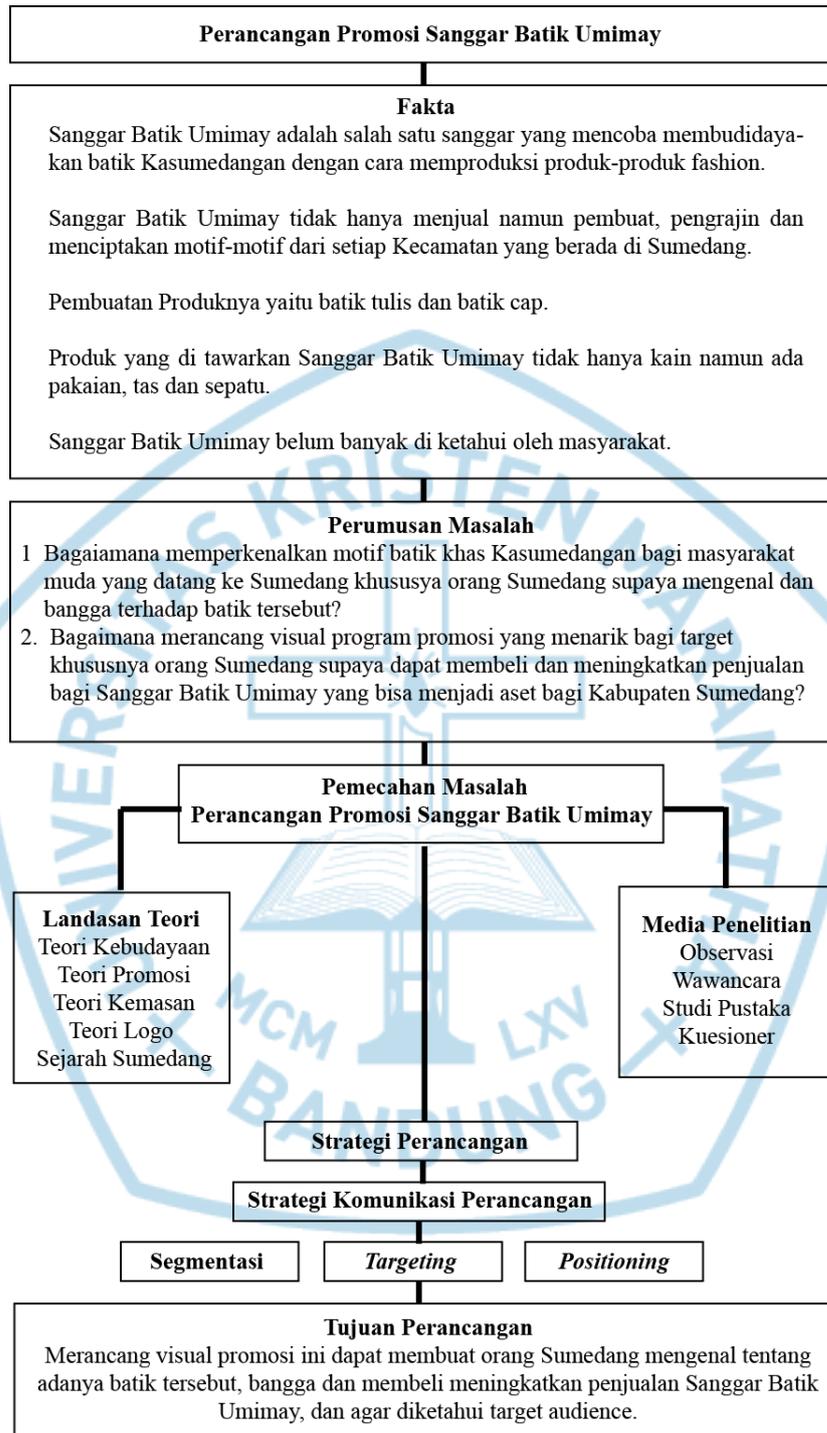
Penulis mengumpulkan data melalui buku, artikel, dan internet yang berhubungan dengan permasalahan perancangan promosi.

4. Kuesioner

Penulis mengumpulkan data kuesioner untuk membantu memilih media yang efektif untuk membuat rancangan promosi.



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
Sumber: Data Pribadi, 2017