

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman kekayaan budaya. Salah satu kekayaan budaya yang dimiliki turun temurun oleh masyarakat Indonesia adalah batik. Batik Indonesia telah ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) oleh UNESCO sejak 2 Oktober 2009. (<http://www.unesco.org/culture>) (di akses pada 5 september 2017 pukul 10.45). Batik merupakan salah satu kain tradisi di Indonesia yang memiliki perbedaan di setiap daerah yang ada dan memiliki perbedaan atau keunikan masing-masing di setiap daerahnya sebagai ciri khas tertentu yang menonjolkan daerahnya. Banyak juga strategi yang dilakukan untuk mengangkat citra kain tradisi Indonesia demi memunculkan identitas visual kain tersebut menurut kekhasan motifnya dari setiap daerah yang ada. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menggunakan strategi promosi. Salah satu hasil budaya Indonesia yang khas dengan motifnya adalah kain Batik Cirebon.

Cirebon terkenal dengan kain batiknya yang memiliki kekhasan motifnya yang mulai dikenaldan diminati oleh banyak kalangan masyarakat. Ragam hias yang ada dalam motif batik Cirebon diantaranya adalah motif Batik Mega Mendung, Motif Batik Paksi Naga Liman, Motif batik Singa Payung, Motif Batik Sawat Pengantin dan Motif Batik Kompeni. Motif Batik Cirebon sendiri biasanya berisi tentang filosofi dari masyarakat Cirebon baik harapan maupun cerita tentang kehidupan masyarakat pada masanya. Selain itu kota Cirebon juga semakin berkembang dan maju dalam bidang pariwisata dan budayanya yang mulai dikenali masyarakat secara luas. Masyarakat dari luar kota Cirebon sendiri sudah banyak yang mengakui bahwa Cirebon merupakan salah satu sentra batik yang ada di Jawa Barat apalagi didukung dengan kemajuan dalam infrastruktur pembangunan Indonesia sehingga kota Cirebon semakin mudah di akses dari kota besar seperti Jakarta dan Bandung.

Semenjak Pembangunan Infrastruktur Jalan tol Cipali kota Cirebon semakin maju dan ramai dikunjungi dan menjadi salah satu destinasi wisata bagi para wisatawan pecinta batik Nusantara dan kuliner. Dengan semakin banyaknya wisatawan dari luar kota Cirebon yang mengunjungi dan singgah di kota Cirebon oleh karenanya hotel dan tempat penginapan pula menjadi ramai khususnya di akhir pekan, banyak wisatawan dari luar kota Cirebon sengaja datang dan mengunjungi kota Cirebon untuk sekedar berwisata kuliner dan berbelanja kain khas batik Cirebon. Namun sayangnya dari banyaknya motif batik Cirebon wisatawan dan warga kota Cirebon sendiri tidak begitu paham filosofi dari motif batik Cirebon yang ada. Selain itu pula penerapan tekstil batik Cirebon pada interior dan seragam hotel dapat meningkatkan pandangan pengunjung terhadap ciri khas Hotel Bentani Cirebon sebagai salah satu hotel yang sudah terkenal sejak lama di kota Cirebon sehingga secara tidak langsung dalam penerapan tekstil batik Cirebon pada interior dan seragam hotel dapat mempromosikan batik serta hotel Bentani sendiri.

Penulis memilih metode penerapan kebudayaan Cirebon pada interior dan seragam hotel di hotel Bentani Cirebon adalah karena Hotel Bentani Cirebon merupakan salah satu hotel terbaik di daerah Cirebon yang sudah ada dan terkenal sejak lama. Namun hotel ini masih memerlukan program promosi karena belum banyak dikenal. Penerapan keilmuan Desain Komunikasi Visual yang penulis gunakan adalah dengan menggunakan metode promosi yang diterapkan pada seragam serta interior Hotel Bentani Cirebon.

1.2 Permasalahan dan ruang lingkup

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

1. Bagaimana caranya agar masyarakat tahu mengenai hotel Bentani Cirebon dan memilih hotel tersebut?

2. Bagaimana cara yang tepat untuk mendesain visual untuk promosi hotel Bentani ?

Ruang lingkup pada permasalahan ini meliputi perancangan penggunaan motif batik Cirebon pada seragam dan interior hotel di hotel Bentani di kota Cirebon sebagai langkah promosi hotel dan kebudayaan Cirebon.

1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah diatas, tujuan secara umum yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Merancang strategi promosi untuk meningkatkan rasa ingin tahu pengunjung tentang Hotel Bentani Cirebon
2. Merancang program promosi dengan penerapan kebudayaan Cirebon agar memperkuat brand image hotel Bentani Cirebon sebagai hotel bisnis.

1.4 Sumber dan tehnik pengumpulan data

1.4.1 Sumber data

Sumber data yang penulis gunakan untuk tugas akhir ini berasal dari Hotel Bentani Di Cirebon.

1.4.2 Informan / Responden

Responden yang penulis libatkan untuk mendapat informasi dan data secara jelas dan detail adalah ibu febri ramadhan selaku staf dari hotel Bentani Cirebon.

1.4.3 Teknik pengumpulan data

Dalam proses ini penulis melakukan beberapa pendekatan untuk memperoleh data sekunder agar lebih memahami secara mendalam sehingga dapat memecahkan masalah dalam penelitian dengan menggunakan beberapa tehnik pengumpulan data, antara lain seperti:

A . Studi pustaka

Penulis memperoleh data sekunder dengan mempelajari buku serta web atau melalui mediacetak dan internet

B. Metode wawancara

Wawancara atau interview merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan pada responden. Dalam metode ini penulis mewawancarai pihak yang berwenang di Hotel Bentani Cirebon

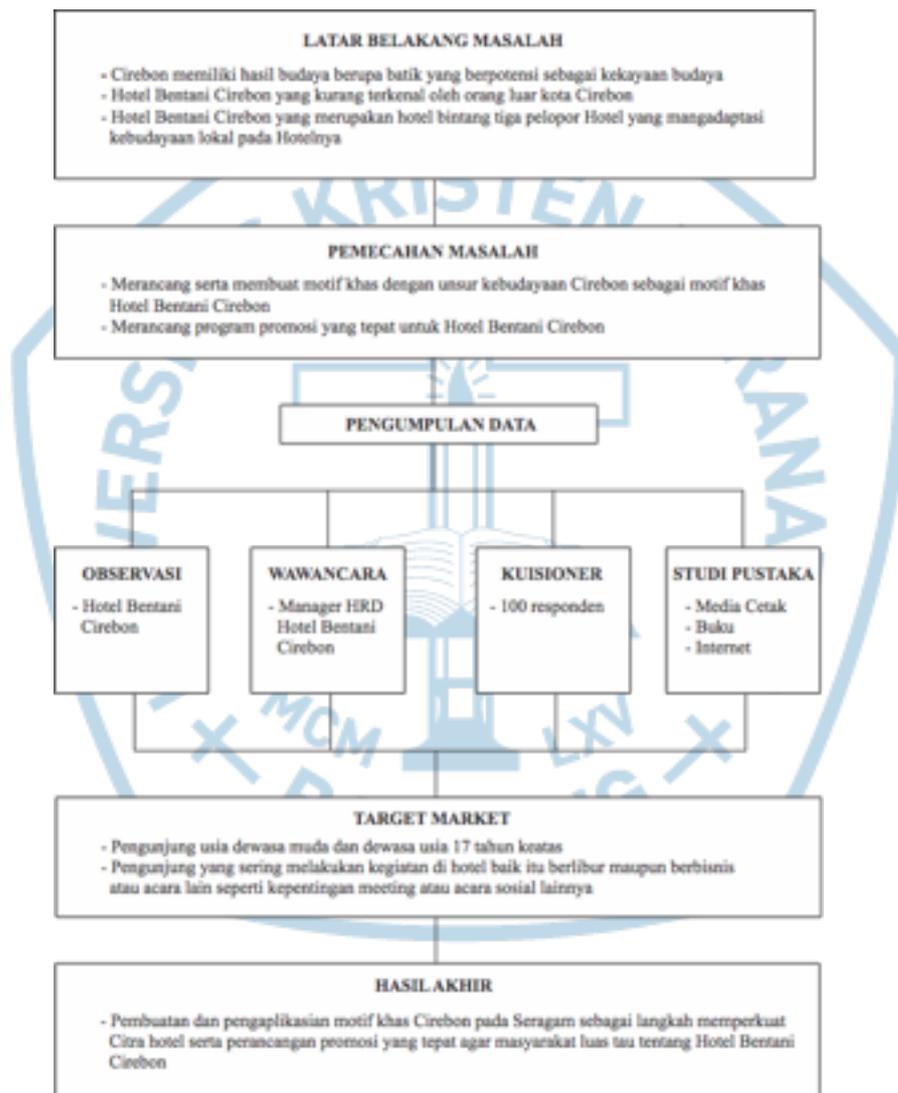
C. Metode observasi

Observasi merupakan suatu tehnik pengumpulan data secara langsung dengan mengamati, mencatat dan meninjau secara langsung ke lingkungan terkait dalam hal ini penulis melakukan observasi langsung ke Hotel Bentani Di kota Cirebon.

D. Metode kuisisioner

Kuisisioner merupakan suatu tehnik pengumpulan data dengan membuat daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan menurut opini atau tanggapan masyarakat terhadap topik yang diambil, dalam hal ini mengenai Promosi Hotel Bentani Cirebon dengan menerapkan kebudayaan lokal Cirebon ke Hotel Bentani agar menguatkan citra Hotel Bentani Cirebon di masyarakat luas.

1.5 Skema perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(sumber: data penulis, 2017)