BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Industri Kreatif di dunia saat ini telah bertumbuh pesat, tak terkecuali di Indonesia, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Ekonomi kreatif dunia atau kita sebut dengan Industri Kreatif global di perkirakan tumbuh 5% per tahun, akan berkembang dari USD 2,2 Triliun pada januari 2000 menjadi USD 6,1 Triliun pada tahun 2020 (Indonesia Kreatif, 2014). Sehingga hal ini dipandang sebagai salah satu kesejahteraan ekonomi di Kota Bandung, Jawa Barat yang sudah banyak mengikuti perkembangan teknologi sekarang yang semakin modern.

Sebagai pemerhati, apabila sektor industri kreatif hanya terpaku atau memanfaatkan pada sumber daya alam saja, maka masih di anggap kurang dalam pemerataannya yang lebih menyeluruh, guna terciptanya kesejahteraan kepada masyarakat di Jawa Barat. Sektor industri kreatif harusnya dapat memanfaatkan sumber daya manusia, yang meliputi kegiatan berkarya seni seperti arsitektur, animasi, desain, seni rupa, seni kriya, sastra, film, pertunjukan, patung, dan inovasi lainnya yang berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Hal tersebut terlihat dari banyaknya masyarakat yang menjaga pelestarian kegiatan-kegiatan rutin dalam berkarya, khususnya terhadap perkembangan seni dan budaya di Jawa Barat.

Perkembangan kesenian dan kebudayaan yang telah tumbuh dari dialektika antara unsur dalam sosok budaya lokal masyarakat Jawa Barat, sehingga kesenian berfungsi untuk membantu manusia agar lebih memahami arti kehidupan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, seni merupakan salah satu mediator bagi seseorang atau masyarakat dalam mengungkapkan pengalaman batinnya, baik melalui lambang atau simbol berupa gerak dan suara, ataupun perpaduan antara keduanya. Dalam eksistensinya, kesenian tradisi memiliki fungsi untuk kegiatan ritual seperti perayaan keagamaan, sekaligus juga sebagai hiburan yang mampu melahirkan berbagai jenis kreasi baru, baik yang berasal dari akar seni tradisi maupun perpaduan kebudayaan modern atau lebih yang saling mempengaruhi (akulturasi) dengan sentuhan budaya asing guna memperkaya khasanah seni dan budaya Jawa

Barat, seperti salah satu ciri khas kesenian di Jawa Barat yaitu Batik Mega Mendung, yang dihasilkan dari akulturasi antara budaya Cina dan Indonesia.

Kerajinan batik Mega Mendung bukan merupakan produk budaya yang seketika ada, tetapi kerajinan batik memiliki sejarah yang panjang dari jaman dahulu hingga sekarang. Salah satu cara untuk mempromosikannya dengan mengandalkan kemampuan komunikasi terlebih lagi di era digital sekarang, untuk memanfaatkannya dalam menjaga pelestarian batik nusantara.

Komunikasi secara harfiah merupakan suatu bentuk usaha untuk mengungkapkan perasaan, gagasan, ide dengan ucapan, kata–kata atau kalimat baik komunikasi pada dunia nyata ataupun media sosial. Kemampuan komunikasi dapat dikembangkan lebih matang lagi untuk mempromosikan batik dengan konsep yang baru seperti menggabungkan konsep antara teknologi dan budaya batik di 27 Kota atau Kabupaten di Jawa Barat, khususnya di Kawasan Batik Trusmi Cirebon. Namun bukan hanya Cirebon, pada beberapa Kota atau Kabupaten di Provinsi Jawa Barat kini telah bergerak menuju pengembangan kota pintar (*smart city*) yaitu kondisi sistem perkotaan yang memenuhi kebutuhan masyarakatnya dengan mengelola sumber daya secara optimal dan efisien dengan teknologi seperti teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu juga perkembangan *industry 4.0* yang telah mengintegrasikan seluruh elemen sistem dengan teknologi sepertinya semakin menjadi perhatian yang cukup serius di berbagai negara-negara dunia, terutama pada aspek Kepariwisataan dan Kebudayaan. Menteri Pariwisata Arief Yahya mengatakan "sektor pariwisata mencatat pertumbuhan tertinggi peringkat ke-9 di dunia, versi *The World Travel & Tourism Council*" (WTTC). (Faizal, 2018)

Identitas Mega Mendung merupakan motif batik yang sangat populer di Jawa Barat, sehingga telah diakui oleh UNESCO sebagai ciri khas kearifan lokal yang berasal dari Kota Cirebon. Mega Mendung memiliki makna pada kata "mega" yaitu awan, sedangkan pada kata "mendung" yaitu keadaan cuaca yang mendung. Perkembangan motif Mega Mendung sudah banyak diaplikasikan pada produk atau fesyen melalui teknik pengolahan yang berbeda – beda. Hal ini disebabkan oleh adanya nilai – nilai dasar dalam seni motif Mega Mendung yaitu nilai penampilan (*appearance*), nilai isi (*content*), dan nilai pengungkapan (*presentation*).

Masyarakat harus lebih kreatif tentunya untuk membentuk sebuah optimalisasi dalam pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan lingkungan berbasis budaya melalui metode *digital marketing* yang jarang digunakan untuk pelestarian budaya batik di Provinsi Jawa Barat, khususnya motif Batik Mega Mendung di Kawasan Trusmi. Oleh karena itu, dibutuhkan pemahaman yang lebih komprehensif dari masyarakatnya sendiri, agar tercipta kolaborasi yang saling menguntungkan antara masyarakat dan pelaku industri kreatif, sehingga masing-masing pihak akan lebih meningkatkan perannya sebagai penggerak utama pada sektor industri kreatif.

Kota Cirebon memiliki beberapa sentra batik tradisional, khususnya yang berada di kawasan Desa Trusmi. Trusmi terdiri dari dua wilayah yaitu Trusmi Kulon dan Trusmi Wetan. Sejak puluhan tahun yang lalu Desa Trusmi telah menjadi ikon batik di Cirebon, banyak perajin batik yang ada di kawasan Trusmi. Sejarah batik di Trusmi tidak terlepas dari peranan Mbah Buyut Trusmi serta Ki Gede Trusmi (Irianto, 2009:18). Mbah Buyut Trusmi adalah Pangeran Cakrabuana yang datang ke daerah Trusmi untuk mengajarkan agama Islam, bercocok tanam, dan mengasuh cucunya. Berdasarkan jurnal Prasetyaingtyas yang berjudul 'Perkembangan Motif Dan Warna Batik Mega Mendung Di Kota Cirebon' menjelaskan "Batik Trusmi merupakan perluasan dari kebiasaan membatik di kalangan warga keraton yang ada di Cirebon, karena pada awalnya para perajin batik Trusmi mengabdi di keraton Cirebon. Perajin asal Trusmi ini membuat batik motif keratonan di dalam lingkungan keraton, motif tersebut hanya digunakan oleh raja dan keluarga bangsawan."

Salah satu nama daerah asal para perajin tersebut adalah Trusmi, yang saat ini menjadi tempat wisata unggulan dan kegiatan rutinitas berbelanja untuk masyarakat Jawa Barat atau turis asing saat berkunjung ke Kota Udang ini. Semenjak itu perajin asal Trusmi mengembangkan batik Cirebonan di Trusmi. Sejalan dengan perkembangan batik-batik Cirebon yang ada di Trusmi, kini di sepanjang kawasan Desa Trusmi mulai dipenuhi oleh toko-toko atau sentra batik yang menjual batik tradisional khas Cirebon dengan berbagai macam motif.

Djoemena (1990:40) menjelaskan bahwa beberapa motif batik Cirebon itu diantaranya adalah motif *Mega Mendung, Paksinaga Liman, Patran Keris, Patran*

Kangkung, Singa Payung, Singa Barong, Taman Arum Sunyaragian, Banjar Balong, Ayam Alas, Supit Urang, Naga Seba, Sawat Penganten, Katewono, Gunung Giwur, Simbar Menjangan, Simbar Kendo, dan lain-lain. Yudhoyono (2010:41) menyebutkan bahwa sekian banyak motif batik yang ada di Cirebon, motif awan-awanan atau *Mega Mendung* adalah salah satu motif batik khas Cirebon.

Oleh sebab itu, begitu banyak pengrajin Batik di Desa Trusmi untuk segera melakukan pengembangan dan penerapan Batik Mega Mendung sesuai permintaan konsumen. Dalam perkembangan proses pembuatan Batik Mega Mendung, sebagian besar menggunakan teknik yang diambil dari dasar teknik *surface textile design* atau teknik batik cetak. Oleh karena itu, dalam studi ini penulis memiliki fokus penelitian mengenai perkembangan seni Batik Mega Mendung dengan metode Integrasi *Digital Marketing* di Kawasan Batik Trusmi Cirebon, Jawa Barat. Bahwasannya, seni batik kini selalu dijadikan konsep busana *ready to wear* yang dimaknai sebagai rancangan produk *fashion* yang bertujuan untuk mengenalkan kearifan lokal Jawa Barat, khususnya pada motif Batik Mega Mendung yang dipadu padan kan agar terlihat lebih unik sekaligus untuk melestarikan budaya Batik Mega Mendung dengan konsep Integrasi *Digital Marketing*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merencanakan atau merancang strategi promosi yang kreatif dalam mengembangkan Batik Mega Mendung pada tahun 2019 di Kawasan Batik Trusmi?
2. Apa dampak sosial yang muncul dalam mempromosikan Batik Mega Mendung pada tahun 2019 dengan konsep *digital marketing* di Kawasan Batik Trusmi?
3. Apa dampak ekonomi yang muncul dalam mempromosikan Batik Mega Mendung pada tahun 2019 dengan konsep *digital marketing* di Kawasan Batik Trusmi?

1.3 Batasan Masalah

Menghindari agar tidak meluasnya pembahasan dalam penelitian ini maka peneliti hanya membatasi pada Perkembangan Batik Mega Mendung Melalui *Digital Marketing* Tahun 2019 di Kawasan Batik Trusmi Cirebon, Jawa Barat.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk melestarikan budaya batik serta memberi alternatif teknik baru pada pengembangan dan penerapan motif dan warna Mega Mendung tanpa mengubah nilai – nilai dasar.
2. Untuk mempresentasikan visualisasi perancangan dan pengembangan motif dan warna Mega Mendung melalui integrasi *digital marketing*.
3. Untuk membantu data penelitian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat dan Kota Cirebon dalam melestarikan motif Mega Mendung.
4. Menjadikan sistem integrasi *digital marketing* sebagai sistem yang dapat meningkatkan perekonomian daerah, membuka lapangan perkerjaan, dan menciptakan inovasi pada sektor industri kreatif di Cirebon, Jawa Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Memberikan variasi teknik lain untuk membantu adanya dampak pelestarian awal dan sebagai salah satu identitas khas Cirebon tanpa mengubah nilai – nilai dasar dalam metafora seni Batik Mega Mendung.
2. Memberikan alternatif serta data baru pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat dan Kota Cirebon berupa teknik dan media promosi untuk penerapan motif Batik Batik Mega Mendung melalui konsep *digital marketing*.

1.6 Hipotesis

Salah satu warisan budaya yang dimiliki Indonesia adalah batik. Dimana kita sebagai Warga Negara Indonesia harus melestarikan khasanah budaya batik dan tetap dibudidayakan dengan cara mengembangkan pola – pola baru agar batik berkembang disetiap generasi selanjutnya, dan salah satunya adalah motif Batik Mega Mendung yang kini menjadi trendi dari eksistensi perkembangan *modern fashion*.

Menurut budayawan Keraton Kota Cirebon, jika melihat lebih rinci pada gradasi yang ada di motif Mega Mendung, sesuai dengan tujuh lapisan yang ada dilangit. Secara alamiah pembuatan motif tersebut berkaitan dengan ekuivalen batik melalui teknik lukis, maupun cetak yang memiliki perbedaan nilai terhadap

pemasaran produknya. Sayangnya, masyarakat masih banyak yang mementingkan promosi melalui bahasa (imaji abstrak), hingga terasa terlalu verbal.

Seiring dengan arus globalisasi, seharusnya kita bisa memanfaatkan seluruh bentuk dari strategi promosi secara modernisasi dengan memanfaatkan media sosial khususnya dengan metode *digital marketing* di era sekarang. Bahwasannya, Batik Mega Mendung dapat dikembangkan bukan hanya melalui komunikasi verbal, tetapi melalui nonverbal yang diikuti dengan promosi *digital marketing* secara visualnya akan lebih menarik dan mengefisienkan waktu. Hal ini yang akan mengundang perhatian masyarakat di Jawa Barat karena terlihat unik dan berbeda, terlebih lagi ditambahkan dengan ide-ide yang lebih kontemporer dalam berkarya, maka akan terlihat berbeda dan sederhana untuk pelestariannya.

1.7 Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

   Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis Batik Mega Mendung, Promosi, Kebudayaan, Sosiologi Seni, Industri Kreatif, dan Definisi Warna. Penelitian kualitatif adalah jenis yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungannya.

   Format penelitian yang digunakan adalah eksplanansi *survey*. Eksplanansi *survey* adalah penggabungan antara dua metode penelitian yaitu penelitian penjelasan *(explanatory research)* dan penelitian *survey* ke masyarakat Kota Cirebon, Jawa Barat dan para pengrajin batik.

   Penelitian penjelasan *(explanatory research)* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variable-variable melalui pengujian hipotesa.

   Sedangkan penelitian *survey* diartikan sebagai penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

2. Lokasi Penelitian

Merupakan tempat dimana penelitian dilakukan. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan adalah di Toko Batik Trusmi Kota Cirebon, Jawa Barat dengan responden masyarakat umum dan tempat pengrajin motif Batik Mega Mendung.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Tanya Jawab

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada masyarakat Desa Trusmi, Kepala Dinas Pariwisata Kota Cirebon dan Jawa Barat, pengrajin Batik Mega Mendung, pemilik atau *manager* Batik Trusmi Kota Cirebon.

b. Dokumentasi

Dalam teknik dokumentasi ini, peneliti mencatat semua hal yang terjadi di tempat penelitian atau di Kawasan Sentra Batik Trusmi dan Keraton Kota Cirebon. Setelah itu, peneliti mendokumentasikannya dalam bentuk catatan harian maupun gambar yang runtun dan jelas supaya dapat dipahami dan dimengerti oleh pembaca. Dokumen yang didapat di Kawasan Sentra Batik Trusmi itu terdiri atas tulisan pribadi (buku harian), biografi, surat-surat, foto Batik Mega Mendung dan sebagainya yang dapat dipandang sebagai narasumber dalam penelitian.

c. Observasi

Dalam penelitian ini penulis melaksanakan observasi ke tempat-tempat sanggar dan toko batik yang menjadi sumbernya seperti BT Batik Trusmi, Sanggar Batik Katura, Batik Mama, Koperasi Batik, dan Taman Budaya Jawa Barat.

d. Literatur

Penulis mendapatkan data-data dari beberapa literatur yang berkaitan dengan Batik Mega Mendung yaitu Jurnal Sejarah dan Budaya Batik, Batik Warisan Adiluhung, Filosofi Batik dan Kegunaannya, Batik Nusantara, dan lainnya.

1.8 Sistematika Penulisan

Secara teknis penulisan Skripsi ini dikelompokan menjadi beberapa sub bab dan masing-masing bab terdiri dari sub bab, dimana antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya saling berhubungan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab I berfungsi sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian, yang berisikan mekanisme penelitian yaitu menguraikan secara berurutan kegiatan penelitian dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, hipotesis, metode penelitian, alur kerja, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab II ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku, atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa ulasan literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III PENYAJIAN DATA

Dalam bab III ini berisikan pembahasan secara lebih mendalam tentang bagaimana pemaknaan suatu bahasan, dan teori-teori yang digunakan peneliti dalam penulisan tugas ini.

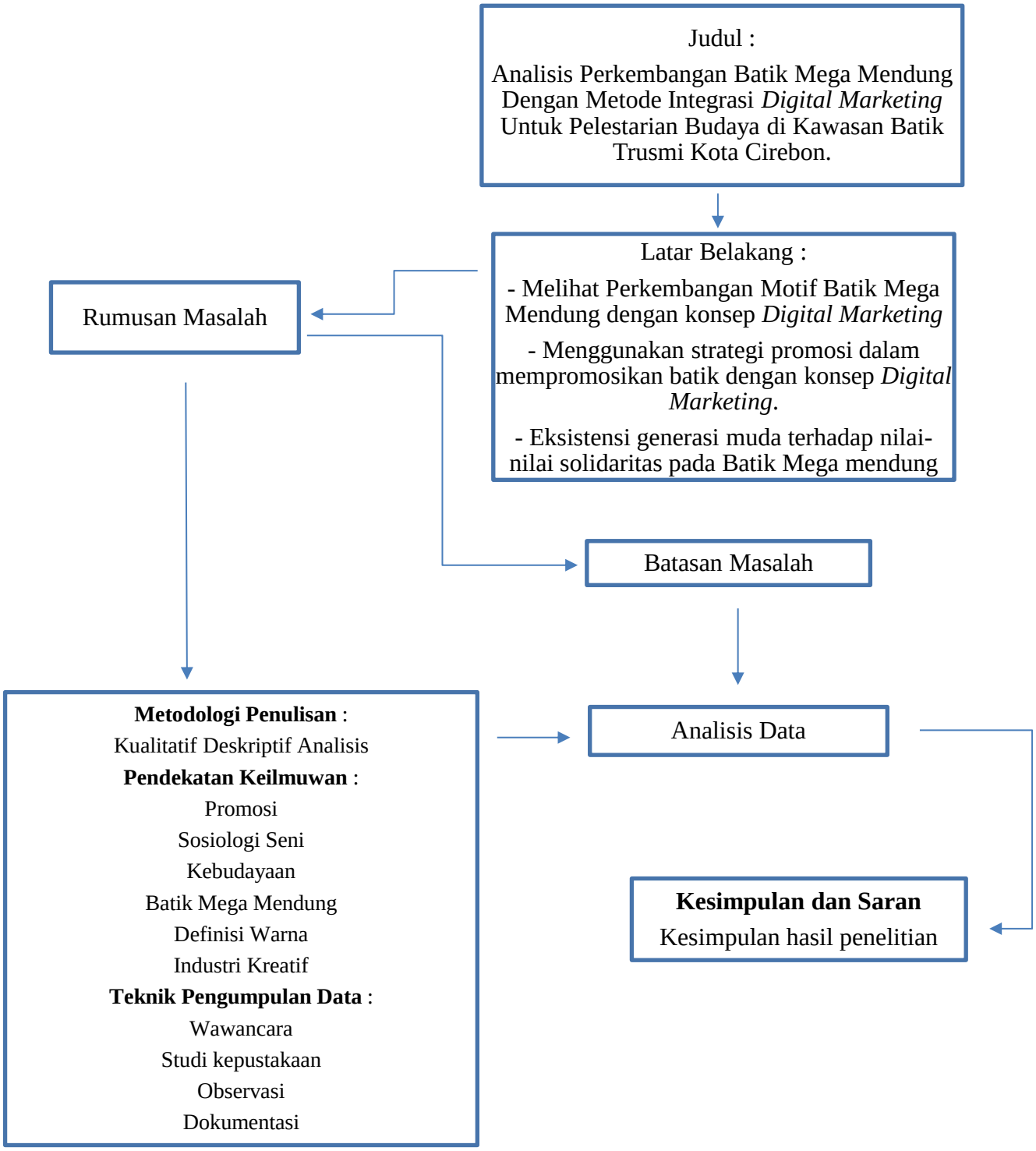
BAB IV ANALISIS DATA

Memuat tentang data-data yang diperlukan dalam menganalisa suatu data. Dalam bab IV berisikan penjelasan tentang perencanaan data penelitian, perancangan sistem serta analisis dan perancangan basis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab V berisikan tentang kesimpulan dan saran yang penulis berikan dari hasil penelitian.

1.9 Alur Penelitian



Gambar 1.1: Alur Penelitian
(Sumber: Penulis, September 2019)