

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik adalah kain Indonesia bergambar yang pembuatannya memiliki banyak teknik, seperti tulis, cap ataupun dengan *printing*. Banyak Teknik yang bisa ditemui pada pembuatan Batik di Indonesia menyebabkan banyak juga jenis dan ragam batik yang berkembang di Indonesia, beberapa contoh batik yang berkembang di Indonesia adalah Batik Pecinan dari Pekalongan, Batik Yogya yang terdiri dari motif klasik dan modern dan Batik Lasem yang mengadopsi motif dari Cina (Nurainun, 2008).

Dilansir dari djkn.kemenkeu.go.id, peran UMKM dalam perekonomian Indonesia cukup besar dikarenakan kontribusi yang diberikan oleh UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) pada tahun 2018 adalah sebanyak 61,1% dan sisanya 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB sekitar 37,8%. Dari data tersebut, Indonesia mempunyai basis yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah mengalokasikan dana yang berjumlah Rp 123,46 triliun untuk membantu UMKM di Indonesia agar dapat berkembang, beberapa kebijakannya antara lain adalah subsidi bunga pinjaman, restrukturisasi kredit, pemberian jaminan modal kerja, dan insentif perpajakan. Kebijakan ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan keuangan UMKM yang merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM selama ini.

Libe Batik & Craft adalah salah satu UMKM yang merupakan salah satu produsen Batik di Tangerang, tepatnya di daerah Rajeg, Kabupaten Tangerang. Pemilik dengan Libe Batik & Craft ini memiliki tujuan untuk mengembangkan industri *fashion* di daerah Kabupaten Tangerang. Dimulai dengan pemilik mendapatkan pelatihan pembuatan batik di Semarang, sekarang pemilik mulai membuka *workshop* kecil-kecilan dari desa ke desa untuk mengajarkan teknik membuat batik dengan menggunakan teknik *shibori* dan *tie-dye* bagi warga di sana khususnya ibu-ibu. Teknik *shibori* merupakan Teknik dari Jepang yang

memanipulasi kain dengan jahitan atau ikatan untuk menciptakan pola melalui metode pewarnaan dengan cara di celup ke dalam pewarna (Kautsar, 2017). Sedangkan teknik *tie-dye* merupakan teknik yang memanfaatkan lipatan dan ikatan yang nantinya akan dicelupkan ke pewarna pakaian sehingga hasil jadinya akan menciptakan pola – pola tertentu (Belfer, 2012).

Salah satu produk Libe ini adalah Batik Comot. Batik Comot ini diambil dari kata “comot” yang berarti mengambil atau mengaut dengan kelima jari. Kata ini diambil dari teknik pembuatan kainnya. Salah satu kelebihan dari Batik Comot ini adalah proses pembuatannya yang cukup mudah dan tidak memakan waktu yang lama, tidak seperti batik tulis yang memakan waktu hingga berminggu – minggu atau bahkan berbulan – bulan. Batik Comot ini menggunakan teknik *shibori* dan *tie-dye*. Adapun satu produk lainnya dari Libe Batik & Craft adalah kain ecoprint, di mana kain tersebut diolah menggunakan bahan-bahan alami dan motif-motif yang alami, seperti motif daun yang didapatkan dari cap yang terbuat dari daun pepohonan. Produk – produk Libe biasa dijual di Pameran – pameran UMKM di Kabupaten Tangerang.

Beberapa pesaing sejenis yang sudah memiliki *brand communication* yang cukup kuat dan memiliki media promosi seperti akun Instagram, akun *e-commerce*, bahkan *website*. Untuk saat ini, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Libe Batik & Craft hanya melalui pameran UMKM dan Instagram pribadi pemilik. Pemasaran juga dilakukan langsung (*direct marketing*) kepada konsumen yang merupakan relasi dari pemilik Libe Batik & Craft. Libe Batik & Craft belum memiliki media promosi baik daring maupun luring dan identitas visual yang dimiliki hanya logo saja. Karena pemasaran yang belum maksimal, masih banyak masyarakat terutama di Tangerang belum mengetahui Libe Batik & Craft dan cakupan pasar yang tidak luas mengakibatkan angka penjualannya masih rendah. Dengan adanya *brand communication* dari Libe batik & Craft, bisa membantu dalam meningkatkan penjualan sehingga dapat memberikan kontribusi ekonomi pada daerah sekitar UMKM.

Untuk itu, diperlukan adanya perancangan sistem desain, dan juga penerapannya dalam media promosi bagi Libe Batik & Craft sebagai bagian dari *brand communication* di mana hal tersebut penting untuk membangun *brand*

dengan citra yang baik. Pesan yang disampaikan lewat *brand communication* Libe Batik & Craft dapat tersampaikan dengan baik kemudian Libe Batik & Craft dapat dikenal luas dan memiliki cakupan pasar yang lebih luas, sehingga Libe Batik & Craft dapat berkontribusi dalam perkembangan ekonomi di Kabupaten Tangerang, terutama di Kecamatan Rajeg.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Libe Batik & Craft belum memiliki *brand communication* yang kuat.
2. Promosi Libe Batik & Craft belum maksimal sehingga penjualan masih kurang maksimal dan belum adanya sistem desain serta penerapannya ke dalam media promosi Libe Batik & Craft.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka dapat ditarik rumusannya sebagai berikut:

Bagaimana strategi *brand communication* dan visualisasinya yang efektif untuk mempromosikan produk Libe Batik & Craft?

1.4 Ruang Lingkup

Untuk menghindari bahasan yang terlalu luas, maka fokus dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

a. *What*

Produk dari Libe Batik & Craft yang meliputi: Batik Comot dan *Ecoprint*. Batik Comot merupakan batik yang menggunakan teknik *tie-dye* dan ada juga yang menggunakan teknik *shibori*. Kedua teknik tersebut memanfaatkan lipatan dan ikatan dari kain polos yang kemudian dicelup ke pewarna pakaian. Sedangkan *ecoprint* merupakan motif kain yang menggunakan bahan-bahan alami.

b. *Who*

Target pasar dari media promosi yang akan dibuat adalah untuk umur 20 sampai 35 tahun.

c. *When*

Penelitian dilakukan dari awal perkuliahan mata kuliah Tugas Akhir hingga selesai.

d. *Where*

Lokasi Observasi berada di Perumahan Puri Mekar, RT 04/RW08, Desa Mekarsari, Kecamatan Rajeg, Kab. Tangerang, Banten.

e. *Why*

Perancangan ini dibuat untuk menyelesaikan masalah promosi Libe Batik & Craft yang bertujuan agar bisa mencakup pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan dan mengangkat perekonomian masyarakat sekitar.

f. *How*

Perancangan visual *brand communication* Libe Batik & Craft yang mencakup sistem desain yang diimplementasikan ke media promosi untuk menginformasikan dan mempromosikan Libe Batik & Craft.

1.5 Tujuan Perancangan

Dalam proses perancangan, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Merancang *brand communication* yang efektif untuk mempromosikan produk Libe Batik & Craft sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas dan bisa meningkatkan penjualan Libe Batik & Craft.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data

1.6.1 Metode Pengumpulan data

Dalam perancangan laporan ini data diperoleh menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 1998:111).

b. Observasi

Observasi berarti mengamati dan mencatat imaji atau gambar. Gambar dilihat secara teliti, yang kemudian nanti datanya bisa diolah. Observasi untuk bidang penelitian visual adalah mengamati dan mencatat unsur yang terdapat pada imaji atau gambar (Soewardikoen, 2019). Observasi dilakukan pada UMKM Libe Batik & Craft.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian atau pandangan dari narasumber, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara langsung oleh peneliti, atau tentang peristiwa yang terjadi di masa lampau (Soewardikoen, 2019). Narasumber yang akan diwawancara adalah pemilik dari Libe Batik & Craft, yaitu bapak Sarjiman.

d. Kuesioner

Kuesioner berasal dari kata *question* atau pertanyaan. Ada pula yang menyebutnya angket. Kuesioner atau angket adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh responden, yakni orang yang merespons pertanyaan (Soewardikoen, 2019).

1.6.2 Metode Analisis Data

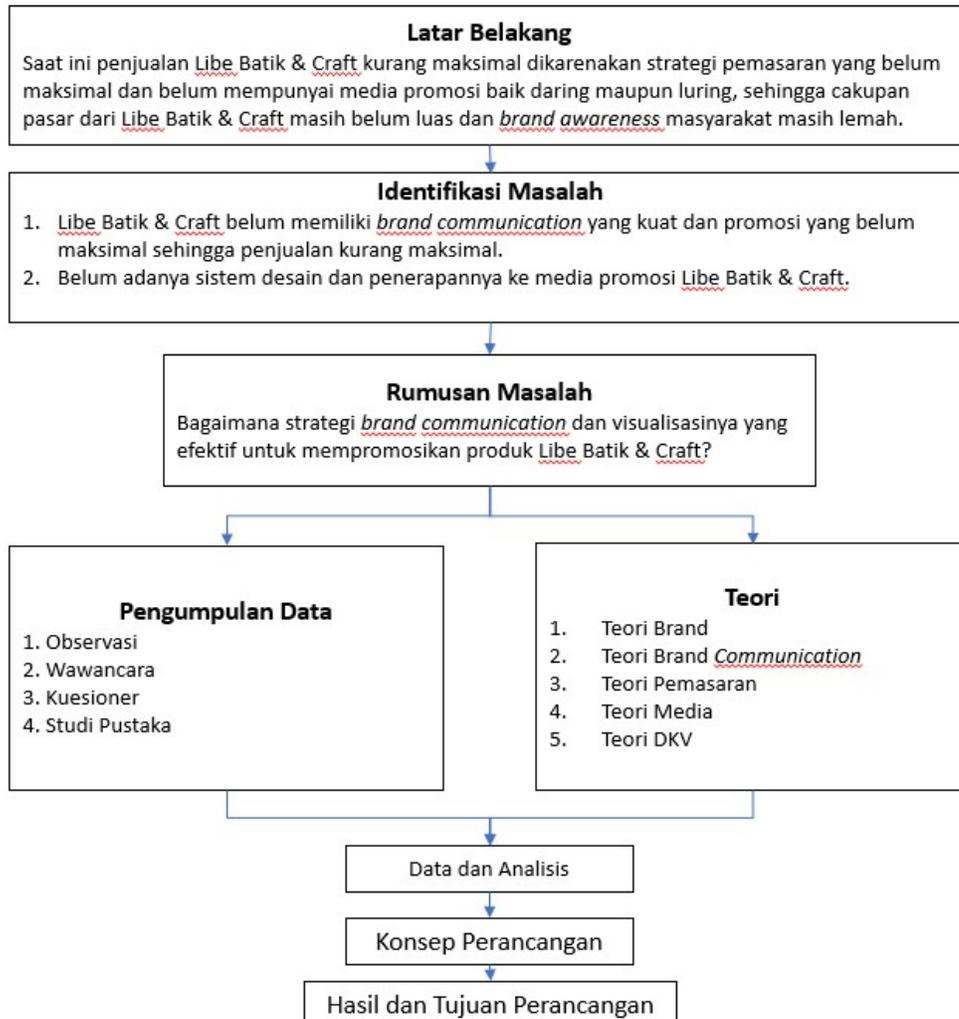
a. Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), dan *Threat* (Ancaman) dari Libe Batik & Craft.

b. Matriks Perbandingan

Matriks perbandingan digunakan untuk membandingkan data – data, seperti mengidentifikasi perbedaan dan persamaan.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.8 Pembabakan

BAB I akan memaparkan latar belakang Libe Batik & Craft, situasi dan kondisi Libe Batik & Craft saat ini, permasalahan yang ada mengenai Libe Batik & Craft, beserta tujuan, ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis, serta kerangka perancangan.

BAB II menjelaskan berbagai macam teori yang relevan dengan topik pembahasan untuk digunakan sebagai landasan dan pedoman penelitian dan perancangan. Teori-teori yang akan digunakan adalah teori *brand*, teori *brand communication*, teori pemasaran, teori media, teori desain komunikasi visual.

BAB III berisikan penjabaran hasil data yang diperoleh, baik data observasi, data wawancara, data kuesioner, data imaji, serta kesimpulan penelitian untuk perancangan.

BAB IV menguraikan konsep – konsep perancangan seperti, konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual dan konsep media, serta hasil akhir perancangan.

BAB V sebagai penutup, berisikan kesimpulan dan saran mengenai penelitian dan perancangan.