

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang besar yang banyak keunikan mulai dari beragamnya bahasa, suku bangsa, dan agama, Indonesia juga mempunyai banyak kepulauan yang terbentang mulai sabang sampai Merauke.” Indonesia terdiri atas sejumlah besar kelompok etnis, budaya, agama, dan lain-lain yang masing-masing plural (jamak) dan sekaligus juga heterogen “aneka ragam” (Kusumohamidjojo, 2000:45)”. Indonesia memiliki beberapa kesenian yang unik dan masih dipertahankan oleh masyarakat.

Batik adalah kesenian Indonesia yang telah lama dilestarikan, batik memiliki nilai-nilai yang unik dengan menjadikan bagian dari kebudayaan Indonesia, batik Indonesia sudah ditetapkan oleh UNESCO menjadi salah satu warisan budaya dari Indonesia. Batik hasil karya masyarakat Indonesia sudah dikenal sejak dahulu, batik mempunyai filosofi yang dalam sesuai dari asal batik yang terletak di Indonesia termasuk Pulau Jawa. Batik merupakan citra budaya kriya yang dimiliki oleh Indonesia yang mempunyai keunikan dari kerumitan motif, beragam motif yang tertulis di kain dengan menggunakan malam yang dipanaskan dan digoreskan dengan canting, kemudian diproses dengan cara tertentu. Batik merupakan kain bergambar yang dibuat secara khusus dengan cara menuliskan *malam* pada kain dan pengolahannya diproses dengan cara tertentu (Asikin, 2008:10). Salah satunya Batik Jetis Sidoarjo yang berada di tengah kota Sidoarjo, Desa Lemah Putro tempatnya dan sekarang terkenal dengan Kampong Batik Jetis Sidoarjo.

Kampong Batik Jetis Sidoarjo adalah suatu daerah yang memiliki potensi batik, kebanyakan masyarakatnya menjadi pengrajin batik, dengan banyaknya pengrajin di Kampong Batik Jetis Sidoarjo ini bisa menghasilkan banyak batik.



Gambar 1.1 Motif Kembang Bayem Batik Jetis

(Sumber : infobatik.id/batik-kembang-bayem-khas-sidoarjo/)

Beragam motif yang digambarkan oleh para pengrajin, secara umum, motif yang dihasilkan oleh para pengrajin Batik Jetis Sidoarjo terdiri berbagai macam flora dan fauna. Sidoarjo yang berlambang udang dan bandeng menjadikan suatu pakem motif batik yang khas dari Sidoarjo. Batik Jetis juga memiliki salah satu motif dari fauna yang berupa kembang bayem, beras wutah, dan kembang tebu. Selain itu batik tulis jetis tidak bisa lepas dengan tiga corak tersebut sebagai identitas Sidoarjo.

Industri Kecil Menengah (IKM) adalah industri yang berskala kecil dan menengah. Di Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo ialah sentra batik terbesar di Sidoarjo, disana banyak Industri Kecil Menengah (IKM) yang memproduksi Batik yang masih berkembang dan bertahan, ada kurang lebih dua puluh IKM Batik, dan sepuluh diantaranya masih bertahan hingga saat ini. Kampoeng Batik Jetis yang kini tidak lagi dipedulikan oleh masyarakat hingga pemerintah berimbas kepada pengrajin batik, dari sepuluh yang bertahan pun masih ada yang tidak mempunyai generasi penerus untuk melanjutkan membatik, dan ada juga IKM atau Pengrajin Batik yang masih kuat dan sudah ada generasi penerusnya yaitu Batik Kamsatun, Batik Namiroh, Batik Wardhani, Batik Azizah, dan Batik Amri.

Jefkins (dalam Lukitaningsih 2013:117) menjelaskan bahwa periklanan merupakan proses komunikasi lanjutan yang membawa khalayak ke informasi terpenting yang memang perlu mereka ketahui. Dengan penjelasan yang diutarakan Jefkins diatas dimana iklan ditempatkan sebagai salah satu bentuk pesan yang

disampaikan oleh produsen pada khalayak sebagai calon konsumen mereka. Dengan iklan khalayak atau audiens diharapkan dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dari suatu produk maupun jasa yang diiklankan tersebut. Dengan ini suatu iklan atau promosi itu sangat penting untuk sebuah produk, jasa ataupun tempat, untuk memperkenalkan atau meningkatkan citra sebuah tempat. Iklan yang sangat efektif pada saat ini adalah iklan yang interaktif, terukur, dan bervariasi.

Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo untuk saat ini masyarakat kurang menyadari akan keberadaan, sejarah, dan keunggulan wisata budaya yang ada di kota Sidoarjo ini. Meningkatkan kesadaran adalah cara kerja memperluas sebuah *brand* dan suatu citra wilayah. Itulah mengapa pentingnya melakukan promosi untuk berkali-kali untuk memberikan informasi pada audiens atau konsumen. Dalam upaya promosi yang dilakukan oleh Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo ini selain promosi mengikuti pameran, batik jetis ini juga melakukan promosi di media lain-lain seperti brosur, poster.



Gambar 1.2 Promosi S&G Collection Pada Tahun 2011

(Sumber :www.facebook.com/pg/S.and.G.Collection/photos/?tab=album&album_id=245868165433445&ref=page_internal)

Pada saat melakukan observasi dilapangan dan wawancara kepada beberapa pengrajin batik di Kampoeng Batik Jetis ini mereka sangat menyayangkan dengan

sikap Pemerintah Kabupaten Sidoarjo saat ini. Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo ini sudah tidak menjadi perhatian atau prioritas lagi dari Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, dengan ini pengrajin yang ada di Kampoeng Batik Jetis ini sangat membutuhkan support dari pemerintah. Salah satu contoh pada saat melakukan pencarian data ada *sign system* yang berada di sebrang jalan Kampoeng Jetis dan gapura pintu masuk Kampoeng Jetis ini sudah mengalami gambar dan warna yang pudar.



Gambar 1.3 Pintu Masuk Kampoeng Batik Jetis Tahun 2009

(Sumber : rimandajetis.wordpress.com/2018/07/14/batik-jetis-sidoarjo/)



Gambar 1.4 Pintu Masuk Kampoeng Batik Jetis Tahun 2019

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Dari gambar diatas itu adalah satu bukti dimana Kampoeng Batik Jetis ini perlu perhatian pada pemerintah setempat, sehingga promosi dan perawatan dimana semestinya yang dulunya terkenal dengan Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo, sekarang

sudah tinggal nama dan tidak ada pembaruan atau perawatan untuk Kampung Batik Jetis ini.

Oleh karena itu perlu adanya kesadaran masyarakat sekitar untuk mengembalikan eksistensi Kampung Batik Jetis ini, dengan kegiatan mempromosikan produk batik dan wilayah Kampung Batik Jetis Sidoarjo ini. Bentuk media promosi yang tepat untuk Kampung Batik Jetis ini. Kotler (dalam Tasruddin 2015: 109) menjelaskan bahwa promosi adalah bagian proses untuk merencanakan strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi. Dimana jelas Kampung Batik Jetis Sidoarjo ini memerlukan strategi promosi dan bentuk promosi yang tepat untuk Kampung Batik Jetis ini diperlukan promosi yang efektif dan menarik. Tasruddin (2015: 107), menjelaskan bahwa iklan di era kekinian ini tampak lebih menarik, impresif, memiliki sisi artistic yang dikemas melalui tampilan yang begitu memuaskan secara seni. Dunia pertelevisian misalnya, iklan produk menjadi lebih hidup dan menggugah selera konsumen karena didukung kemutakhiran perangkat audio-visual dengan sedikit *setting* fitur-fitur unik dan memikat yang bersifat digital dan sinematografis.



Gambar 1.5 Dinding Gang Utama Jetis Pada Tahun 2020

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Saat melakukan observasi dilapangan, baru-baru ini masyarakat Kampung Batik Jetis ini sedang melakukan renovasi mulai dari selokan yang di perbesar, drainasenya pun bersih dan kini kampung tersebut kini warna-warni dengan hiasan

mural bertema khas Batik Jetis. Perbaikan di segala sisi dari Kampung Batik Jetis ini sangat berpengaruh terhadap pengrajin batik disana, tempat *workshop* Batik Amri yang kemarin terlihat sepi dan tutup dan sejumlah batik yang dikerjakan dirumah dengan sistem melijo untuk saat ini mulai kembali dan adanya siswi magang dari SMKN 2 Jabon di tempat Batik Amri untuk ikut membantu pengerjaan batik.



Gambar 1.6 Tembok Masuk Kampung Jetis Pada Tahun 2020

(Sumber : <https://sidoarjonews.id/kerennya-lukisan-mural-di-kampung-batik-jetis-sidoarjo-yang-instagramable/>)

Perbedaan di Kampung Batik Jetis Sidoarjo kini berbeda, Dinding-dinding lukisan mural dengan corak batik tersebut tidak hanya penegas Kampung Jetis sebagai Kampung Batik yang ada di Sidoarjo. Kampung Jetis pada awal tahun 2020 kini bersih dan memesona, dan bisa juga menjadi spot instagramable baru di Kota Sidoarjo. Adanya perbaikan Kampung Batik ini sangat mendukung untuk di angkat kembali melalui Video Promosi, dalam promosi sudah tentu perancang harus menemukan wadah atau tempat untuk beriklan dengan tepat, sehingga promosi ini menjangkau khalayak. Puntoadi (dalam Purbohastuti 2017: 216) mengemukakan pendapat bahwa sosial media memiliki fungsi memberikan sebuah kesempatan berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Dengan ini media sosial juga menawarkan konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial bagi para pembisnis ataupun pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih mendalam. Media

sosial adalah situs jaringan sosial yang memiliki layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil public ataupun semi public, Henderi (dalam Purbohastuti 2017: 215).

Kesimpulan dari penjabaran diatas Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo ini adalah salah satu wisata budaya yang ada di Sidoarjo, dan memiliki sejarah yang mempunyai nilai bagi kota Sidoarjo. Dalam perancangan ini perancang bertujuan mempromosikan Kampoeng Batik Jetis ini agar lebih dikenal oleh khalayak, dengan itu promosi juga bertujuan untuk meng *update* bagaimana kondisi Kampoeng Batik Jetis pada saat ini. Dalam rencana merancang promosi ini lebih tepatnya media ini bisa di implementasikan keberbagai media seperti gadget, internet, untuk *pra launching* sebuah pameran, dan sebagainya. Perancangan media promosi ini akan membantu menginformasikan secara efektif dan menarik kepada masyarakat *audiens*, guna mengangkat citra batik dan wilayah Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo ini selain itu juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang didapat saat observasi dan wawancara di beberapa pengrajin batik yang ada di Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo antara lain :

1. Minat pembeli atau konsumen batik yang surut, dikarenakan kurang pemahannya tentang promosi yang menarik dari beberapa pengrajin batik di Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo.
2. Pengrajin batik di Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo kebanyakan tidak mengerti perkembangan zaman untuk promosi pada penjualan batiknya, pengrajin pasrah dan berfikir yang penting terjual meskipun sedikit.
3. Para Pengrajin Batik di Kampoeng Jetis banya yang mengutamakan kompetisi daripada kolaborasi dengan sesama pengrajin batik, sehingga para pengrajin menghiraukan dengan eksistensi Kampoeng Jetis.
4. Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo bukan lagi menjadi prioritas Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, sehingga yang dulunya terkenal dengan Kampoeng Batik, sekarang sudah tinggal nama tidak ada pembaruan atau perawatan untuk Kampoeng Batik Jetis.

5. Kurangnya masyarakat Sidoarjo belum tau keunggulan Kampung Batik Jetis Sidoarjo, sehingga Batik Jetis ini dihiraukan oleh masyarakat sekitar.
 - *Observasi dan Wawancara dengan pak RW 3 jetis, pengrajin batik Kamsatun, Batik HI dan Amri Jaya yang berada di Kampung Batik Jetis Sidoarjo.*

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Video Promosi Kampung Batik Jetis Sidoarjo untuk meningkatkan kembali eksistensinya, dan video promosi ini dikemas secara efektif dan menarik.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam Perancangan Video Promosi Kampung Batik Jetis Sidoarjo ini adalah konten utama yang diangkat pada perancangan ini meliputi Kampung Batik Jetis, pengrajin batik yang masih aktif. Perancangan bersifat homogen hanya jenis dan tipe kategori Kampung Batik Jetis dan tidak memuat konten diluar konten utama Kampung Batik Jetis Sidoarjo.

1.5 Tujuan

Tujuan dari Perancangan Video Promosi Kampung Batik Jetis Sidoarjo ada beberapa poin penting diantaranya adalah :

1. Membantu pengrajin Batik Jetis untuk mempromosikan kampung dan batiknya.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk media video yang berisi konten Kampung Batik Jetis Sidoarjo beserta pengrajin batik yang masih aktif.
3. Menunjukkan keunggulan kepada khalayak, kalau Kampung Batik Jetis yang ada di Sidoarjo adalah Batik yang mempunyai nilai sejarah.
4. Mengangkat kembali eksistensi Kampung Batik Jetis Sidoarjo untuk menjadikan Kampung Batik Jetis dikenal oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat luas.

1.6 Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Hasil Perancangan Video Promosi Kampong Batik Jetis Sidoarjo ini diharapkan memberikan perkembangan untuk pengrajin Batik Jetis, dikarenakan banyak pengrajin yang kurang paham tentang keefektifan promosi di dunia digital.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perancang

Hasil Perancangan Video Promosi Kampong Batik Jetis Sidoarjo diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam praktik langsung di lapangan sesuai bidang Desain Komunikasi Visual. Selain itu juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan perancangan atau kegiatan yang lain.

2. Bagi Masyarakat dan Pemerintah

Masyarakat terbantu oleh informasi yang disampaikan, bagi masyarakat sekitar untuk lebih peka terhadap tempatnya yang seharusnya di pertahankan dengan cara apapun, contohnya mempromosikan dalam media digital yang sekarang lagi banyak digunakan oleh khalayak luas. Bagi pemerintah sebagai bahan masukan untuk mempromosikan secara berkala destinasi wisata yang ada di Kota Sidoarjo, dengan pemerintah Sidoarjo dalam membuat kebijakan yang ada kaitanya dengan strategi menarik konsumen atau pengunjung yang ada di kabupaten Sidoarjo, khususnya dalam pengembangan objek Kampong Batik Jetis.

1.7 Skema Perancangan

Skema Perancangan Video Promosi Kampong Batik Jetis Sidoarjo untuk mencapai promosi yang efektif memiliki beberapa poin diantaranya :

1. Merancang Video Promosi Kampong Batik Jetis Sidoarjo dengan menggunakan teknik *cinematic*.

2. Merancang Video Promosi Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo yang berisi tentang sejarah singkat batik jetis, beberapa pengrajin batik, keunggulan dari batik jetis dan menunjukkan beberapa tempat menarik yang ada di Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo.
3. Merancang Video Promosi sebagai media utama yang akan di implementasikan ke berbagai media seperti videotron yang ada di Sidoarjo, media digital mempromosikan lewat media sosial diantaranya Instagram dan Youtube, digunakan pengrajin Batik Jetis pada saat mengikuti pameran batik, dan digunakan pada website pengrajin Batik Jetis maupun website resmi milik Dinas Kabupaten Sidoarjo.