

STRATEGI PROMOSI-EDUKASI UNTUK MENINGKATKAN EKSISTENSI BATIK GARUTAN

Suci Solihatun
snoogums@student.telkomuniversity.ac.id
Program Studi S2 Magister Desain, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

ABSTRAK

Hampir seluruh wilayah di Indonesia tidak terkecuali Jawa, mengembangkan seni membatik yang terus berkembang hingga kini. Di Jawa Barat wilayah Priangan Timur merupakan kawasan pemberdayaan produksi batik sunda klasik, salah satunya adalah Kota Garut. Batik Garutan memiliki makna yang lebih bebas dan mandiri, tidak terikat dengan hal yang berkaitan dengan nilai spiritual maupun filsafat tertentu sebagai ungkapan karakter masyarakat Garut yang familier, adaptif, lugas, terbuka, dan harmonis. Namun eksistensi Batik Garutan sangat rendah karena informasinya yang terbatas sehingga sulitnya mendapatkan informasi mengenai Batik Garutan. Sedangkan saat ini sarana yang membahas mengenai Batik Garutan hanya berupa buku dengan harga yang cukup mahal menjadikan hanya target dan kalangan tertentu saja yang memiliki minat dalam batik, pelaksanaan publikasinya pun belum optimal antar pengrajin batik, pengusaha batik dan lembaga pemerintahannya, belum ada yang khusus menaungi promosi Batik Garutan. Oleh karena itu untuk meningkatkan eksistensi Batik Garut dilakukan promosi dalam bentuk edukasi. Pentingnya mengedukasi disini karena batik merupakan warisan budaya yang perlu dilestarikan, nilai-nilai makna filosofis dan lain sebagainya dalam batik perlu diketahui oleh masyarakat umum, tidak hanya diketahui sebagai barang pakai saja, tetapi makna filosofisnya juga tersampaikan kepada masyarakat yang bisa membuat bangga pengguna nya memakai salah satu warisan budaya Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan dalam desain dengan kerangka penelitian *double diamond*, yaitu menemukan (*discover*), mendefinisikan (*define*), mengembangkan (*develop*), dan menyampaikan (*deliver*). Analisis menggunakan SWOT dari IFAS&EFAS, dan TOWS. Hasil penelitian ini berupa terancangnya promosi dalam bentuk edukasi menggunakan *Augmented Reality* sebagai media utama, poster dan banner sebagai penanda dari media utama, dan media sosial menggunakan metode AISAS dan teknik *microblogging*.

Kata kunci: *Augmented Reality*, Batik Garutan, Edukasi, Promosi.