

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu pakaian tradisional yang dilukis dengan canting dan cairan lilin malam diatas kain, sehingga menghasilkan karya bernilai seni. Kata Batik dirangkai dari kata '*amba*' yang berarti kain yang lebar dan kata '*tik*' berasal dari kata titik. Artinya, batik merupakan titik-titik yang digambar pada media kain yang lebar sedemikian rupa sehingga menghasilkan pola-pola yang indah.(Tiyastuti,2019).

Batik Gedhog berasal dari Tuban, Jawa Timur dan tersebar diberbagai daerah di Tuban. Penamaan Batik Gedhog sendiri berasal dari kebiasaan masyarakat kawasan kerek yang menenun kain dengan alat tenu Gedhog, ketika pengerajin menenun menghasilkan suara "*Dog-Dog*". Selebar kain yang dihasilkan para pengerajin Batik Gedhog mempunyai ciri Khas tampilan visual serta makna yang khas, yang membedakan Batik Gedhog dengan Batik dari daerah lain. Pada Batik Gedhog, pewarna yang digunakan adalah pewarna ramah lingkungan yang hampir seluruhnya berasal dari alam, seperti dari pohon nila, indigo, atau akar mengkudu. Gedhog adalah Batik khas Tuban. Motifnya bisa berupa segala sesuatu yang biasa kita temui di alam, juga motif-motif gabungan yang merepresentasikan campuran berbagai budaya para pedagang internasional. Dalam motif Batik Gedhog tuban ada yang mempunyai keunikan dalam kepercayaan masyarakat kawasan Tuban dan ada motif yang mempunyai sejarah yang unik karena ada pengaruh dari cina. motif *Lok Can* yang dipengaruhi oleh para pedagang Tiongkok. Dalam Bahasa China, *Lok* berarti "biru" warna yang biasa mendominasi jenis Batik tersebut; dan *Can* berarti "sutera". (Kumaran.com, 2017).

Generasi milenial di jaman sekarang mayoritas kurang antusias dan kurang mengetahui terhadap karya seni tradisional dalam berbagai segi termasuk pada karya seni Batik, salah satunya adalah Batik Gedhog yang berasal dari Tuban,

sehingga seni Batik Gedhog dizaman sekarang termasuk mulai terlupakan dan lambat laun kemungkinan akan mengalami kepunahan, Salah satu penyebabnya generasi milenial yang kurang antusias untuk mempelajari kesenian atau karya seni tradisional, padahal Batik merupakan salah satu warisan budaya yang telah diakui oleh dunia. Batik Gedhog juga tidak terlalu diketahui oleh masyarakat/ wisatawan luar daerah Tuban dan hanya orang tertentu saja yang mengerti tentang Batik Gedhog. Selain itu persaingan didunia batik juga semakin ketat karena banyak batik dari berbagai daerah sudah mulai menyebarkan batiknya diluar daerahnya sendiri.

Oleh karena itu terlihat dari fenomena yang terjadi Batik Gedhog memerlukan strategi promosi untuk memperkenalkan dan meningkatkan awareness Batik Gedhog dengan penerapan strategi promosi kreatif yang menysasar sisi emosional karena salah satu elemen yang terpenting dalam sebuah iklan merupakan menanam emosi kepada audience yang dimana proses tersebut akan mempengaruhi tindakan audience, mulai dari antusias sampai pemilihan produk sehingga pesan yang disampaikan strategi promosi Batik Gedhog ini, akan tersampaikan dengan jelas kepada target sasaran yaitu generasi milenial dan masyarakat/Wisatawan luar daerah Tuban yang mayoritas kurang mengetahui tentang Batik Gedhog dari perancangan strategi promosi kreatif Batik Gedhog juga dapat meningkatkan penyebaran Batik Gedhog diluar daerah Tuban.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Batik gedhog merupakan kesenian batik tradisional yang berasal dari Tuban Jawa Timur yang memiliki ciri khas dalam motif serta dalam pembuatannya, namun dalam era sekarang batik gedhog memiliki beberapa permasalahan, antara lain

1. Generasi millennial kurang antusias dengan Batik Gedhog.

2. Wisatawan/Masyarakat luar daerah masih banyak yang awam dengan Batik Gedhog.
3. Ketatnya persaingan batik diluar market leader, karena banyak berbagi macam varian Batik dari berbagai macam daerah.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Batik Gedhog dalam era sekarang terbilang cukup memprihatinkan sehingga banyak yang mengungkapkan bahwa Batik Gedhog menuju kepunahan. ada beberapa permasalahan yang telah teridentifikasi, sehingga dibutuhkan rumusan masalah dari Batik Gedhog yang terjadi pada era sekarang. Berikut merupakan rumusan masalah Batik Gedhog Tuban:

1. Bagaimana perancangan strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan Batik Gedhog sehingga menciptakan awareness kepada generasi milenial?
2. Bagaimana strategi media dan visual yang tepat dalam mempromosikan Batik Gedhog untuk generasi milenial?

### **1.2.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam perancangan, untuk menghindari adanya pelebaran pokok masalah, agar lebih fokus dan terarah. Berikut merupakan batasan masalah dalam perancangan yang dibahas:

1. Merancang strategi kreatif menasar sisi emosional audience generasi millennial
2. Objek yang pakai merupakan Batik Gedhog Tuban

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Perancangan strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan Batik Gedhog sehingga menciptakan awareness kepada generasi millennial.

2. Perancangan strategi media dan visual yang tepat untuk generasi milenial dan agar Batik Gedhog dapat lebih bersaing dalam mempromosikan Batik Gedhog

## **1.4 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

### **1.4.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian “strategi promosi Batik Gedhog untuk generasi muda dan menarik wisatawan luar daerah” peneliti menggunakan metode kualitatif, dalam penggunaan metode tersebut diharapkan dapat memahami fenomena yang terjadi. Dalam penelitian peneliti menggunakan teknik antara lain

#### **1. Observasi**

Teknik Observasi dalam “penelitian Strategi promosi batik gedhog tuban untuk generasi muda dan menarik wisatawan luar daerah” bertujuan agar peneliti dapat mengetahui secara langsung bagaimana kegiatan, peristiwa, objek, kondisi, dll untuk dijadikan data atau informasi dalam penelitian.

#### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk pengumpulan informasi dan data dengan cara Tanya jawab dengan informan sehingga memperoleh informasi atau data secara mendalam

#### **3. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan menghimpun informasi yang relevan untuk perancangan yang akan atau sedang dilakukan. Informasi tersebut diperoleh dari buku ilmiah, laporan penelitian, jurnal, dll yang berada dimedia cetak maupun elektronik.

#### **4. Kuesioner**

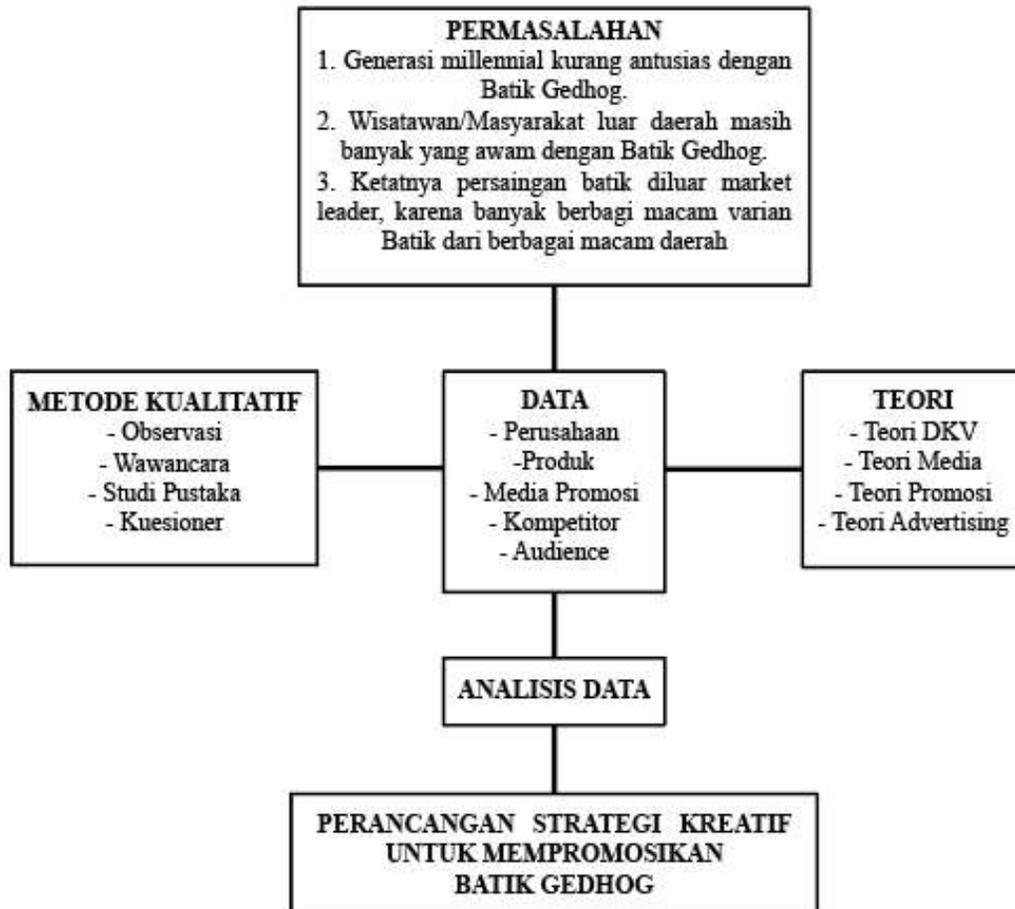
Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pemberian pertanyaan kepada responden. Dalam metode pengumpulan data kuesioner dapat menjangkau responden lebih banyak dan dapat disebar ke wilayah yang luas. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien.

#### **1.4.2 Metode Analisis Data**

##### **1. SWOT**

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai macam faktor yang berguna untuk merumuskan strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT ini berdasarkan unsur internal dan eksternal yang dinamakan unsur internal meliputi kekuatan dan kelemahan terhadap unsure sternal yang merupakan peluang dan ancaman. Dalam analisis SWOT bertujuan agar dapat memaksimalkan unsur internal yang meliputi kekuatan dan peluang setya dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman

## 1.5 Kerangka Penelitian



### 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Perancang, 2021)

## **1.6 Pembabakan**

Penulisan tugas akhir ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditetapkan, seperti berikut

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dari perancangan, metode pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan dari tiap bab tugas akhir ini

### **Bab II Dasar Pemikiran**

Bab ini berisikan penjelasan dari teori teori yang relevan yang digunakan sebagai pijakan atau acuan dalam proses perancangan

### **Bab III Data & Analisis**

Bab ini berisikan uraian hasil survey dan pengumpulan data dilapangan terhadap objek penelitian secara terstruktur. Serta menganalisis data yang diperoleh menggunakan landasan teori untuk mendapatkan simpulan berupa konsep yang akan digunakan

### **Bab IV Konsep & Hasil Perancangan**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai konsep yang telah dibuat seperti konsep pesan, konsep komunikasi, konsep media, dan konsep visual dari hasil analisis disertai dengan hasil perancangan

### **Bab V Penutup**

Bab ini berisikan kesimpulan atas perancangan yang telah dibuat, saran terhadap karya yang dihasilkan dan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk perancangan selanjutnya.