

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia, di Kabupaten Donggala terdapat sebuah sanggar batik dimana sanggar batik ini tidak hanya menambah kekayaan budaya tetapi juga membantu perekonomian masyarakat sekitar. Jika sebelumnya Kabupaten Donggala terkenal dengan kain tenun Donggalanya, kini Kabupaten Donggala telah memiliki batik Banava dimana batik ini hadir untuk menambah kekayaan budaya Sulawesi Tengah dengan mengangkat kekayaan alam serta ciri khas Sulawesi Tengah khususnya Kabupaten Donggala melalui motif batiknya (KompasTV Palu, 2020).

Batik Banava didirikan pada tanggal 01 Januari 2019 di Jl. Pue Junggu No. 2 RT. 004/ RW. 002 Kelurahan Ganti Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala Provinsi Sulawesi Tengah. Sejak awal berdiri hingga saat ini Batik Banava Donggala konsisten melestarikan budaya membatik dikalangan masyarakat sekitar. Hal ini diwujudkan dengan menerima masyarakat sekitar atau siapapun yang datang ke workshop Batik Banava Donggala untuk belajar membatik khususnya bagi anak-anak putus sekolah dan ibu-ibu rumah tangga

Batik Banava tergolong masih baru, namun telah ada sekitar 16 motif yang telah dipatenkan, motifnya pun cukup beragam dengan mengangkat ciri khas Sulawesi Tengah khususnya Kabupaten Donggala. Tempat produksi batik Banava ini sendiri terdapat di Kelurahan Ganti Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah. Di tempat ini kita dapat melihat langsung proses pembuatan batik Banava ini mulai dari proses pembuatan pola hingga proses pewarnannya.

Pemasaran pada Batik Banava sendiri masih belum seluas batik lain, namun batik ini sudah banyak diminati oleh orang lokal maupun daerah lain selain di Sulawesi Tengah hal ini diungkapkan sendiri oleh Rendi (Owner Batik Banava dalam podcatnya bersama Saraba Channel dalam kanal *youtube* nya, pemasaran dari Batik Banava ingin lebih di tingkatkan agar dapat dikenal

lebih luas bahkan bisa diproduksi ke luar negeri, namun belum memiliki tim pemasaran yang khusus menjadi penghalang dalam melaksanakan strategi tersebut, maka perlu adanya strategi komunikasi untuk meningkatkan pemasaran Batik Banava, Strategi komunikasi sendiri adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam menyusun strategi komunikasi, ada beberapa langkah yang harus dilakukan yaitu mengenal khalayak, agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif, menyusun pesan yang dapat menarik perhatian para khalayak dan menetapkan metode komunikasi (Trifosa & Wijaya, 2019).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shabillah, 2022) dimana berfokus pada strategi komunikasi dalam meningkatkan produktivitas dan kreativitas pengrajin batik Jambi. Penelitian tersebut menemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Zainul Bahri yaitu dengan cara melakukan sebuah perencanaan, pelaksanaan, evaluasi. Adapun problematika yang ditemukan di sanggar Batik Bahri yaitu Problematika miskomunikasi, Problematik bahasa, Problematika psiko komunikasi, problematika gaya kepemimpinan. Sedangkan faktor pendukung dalam meningkatkan produktivitas dan kreativitas dengan baik adalah adanya kinerja pengurus yang baik, pra aktif pendiri sanggar, adanya interaksi yang baik antara pemimpin dan karyawan, sarana dan prasarana yang memadai.

Selain itu pada penelitian (Handayani et al., 2018) yang berfokus pada strategi komunikasi pemasaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh busana muslim Queenova mempergunakan jalur *Above The Line* dan *Below The Line*, dengan fokus pada promosi penjualan dan pemasangan iklan banner ad di facebook. Kesimpulannya strategi pemasaran fokus pada pada promosi penjualan dan pemasangan iklan *banner* ad di situs facebook. Faktor komunikasi visual dan rekomendasi juga memiliki pengaruh terhadap meningkatnya *brand awareness*. Saran meningkatkan hubungan dengan fans yang sudah dimiliki dibuatkan suatu bentuk aktivitas untuk menjalin hubungan dengan konsumen. Diusulkan memiliki *person in charge* yang khusus mengurus media *online*.

Masih banyak penelitian batik yang dilakukan di Sulawesi Tengah, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Woelandhary, 2021) yang meneliti kajian visual corak dan motif batik banava sebagai citra kota donggala dengan hasil penelitian yaitu penting untuk dilakukan telaah dan analisa unsur visual dan pada ragam corak batik yang dihasilkan, dan dijadikan sebagai salah satu cara untuk menampilkan citra atau branding wilayah Donggala sebagai salah satu wilayah yang memiliki keunikan wilayah, sumber daya alam dan kearifan lokal yang diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat luas.

Kemudian pada penelitian (Nuraedah & Bakri, 2017) yaitu mengenal batik nambo melalui proses membatik bagi warga kecamatan nambo luwuk banggai sulawesi tengah. Hasil penelitian Desain yang dikembangkan adalah Burung Maleo sebagai inspirasi dalam pembuatan motif batik. Selanjutnya, memindahkan desain ke selembaran kain, memberi malam atau lilin pada kain, melakukan proses pewarnaan dengan teknik colet dan teknik celup, kemudian melorod atau membersihkan lilin pada kain dengan cara direbus, proses yang terakhir adalah proses *finising*. Selain batik tulis, mitra juga diberikan keterampilan membuat batik dengan teknik ikat celup, yaitu kain diikat dengan tali atau karet kemudian dicelup ke dalam zat pewarna. Zat pewarna yang digunakan dalam kegiatan ini adalah naptol dan remasol. Setelah kegiatan ini berakhir, maka seluruh karya yang dihasilkan oleh peserta pelatihan dipamerkan pada kegiatan pertunjukan seni di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Luwuk Banggai.

Melihat penelitian yang selama ini dilakukan bahwa masih kurang penelitian yang berfokus pada strategi komunikasi pemasaran, maka peneliti motivasi peneliti yaitu mengambil objek penelitian strategi komunikasi, Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi merupakan tindakan yang *tangible*, perbuatan yang konkret oleh organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi akan berdampak positif apabila tujuan dari suatu lembaga/organisasi tercapai dan perubahan perilaku masyarakat sebagai sasaran dapat diamati.

Pentingnya strategi komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk yang dibuat oleh Sanggar Batik Banava agar Batik Banava semakin banyak

diketahui oleh banyak orang dan juga bisa meningkatkan produksinya dan juga ekspor dan import dari batik banava, dalam hal ini juga memperbaiki sistem manajemen komunikasi sehingga tujuan yang telah direncanakan bisa berjalan dan berdampak positif sebagaimana yang telah direncanakan. Berdasarkan latar belakang diatas dapat diketahui motivasi peneliti dalam penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Banava Sebagai Produk Khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah”

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat strategi komunikasi pemasaran batik Banava sebagai produk khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Hal yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran batik Banava sebagai produk khas Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **A. Manfaat teoritis**

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk untuk mengembangkan teori-teori yang berhubungan dengan strategi komunikasi

#### **B. Manfaat praktis**

- a. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang diteliti
- b. Bagi ilmu pengetahuan, untuk menjadi bahan referensi dalam meneliti tentang strategi komunikasi
- c. Bagi pengrajin Batik Banava dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi dalam meningkatkan strategi komunikasi untuk meningkatkan pemasaran produk Batik Banava

### 1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini lokasi yang akan digunakan dalam meneliti yaitu Provinsi Sulawesi Tengah, Kabupaten Donggala, Kecamatan Banawa, Desa Ganti. Penulis memiliki tahapan yang dimulai dari mencari seluruh penelitian terdahulu yang relevan dengan apa yang diteliti, setelah itu mengikuti seminar judul dan dilanjutkan dengan penyusunan proposal selama kurang lebih 3 bulan. Pada bulan ketiga peneliti akan mengikuti seminar proposal.

Peneliti berencana mengumpulkan data kurang lebih 2 bulan, ditambah dengan penyusunan, pengelolaan dan analisis data selama 3 bulan, peneliti memutuskan untuk mengikuti ujian skripsi. Adapun tahapan penelitian sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Tahapan Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Bulan					
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Penelitian Terdahulu	■					
2	Seminar Judul		■				
3	Penyusunan Proposal	■	■	■			
4	Seminar Proposal			■			
5	Pengumpulan Data			■	■		
6	Pengelolaan Data dan Analisis				■	■	■
7	Ujian Skripsi						■

Sumber : Data diolah peneliti, 2023