

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam pemasaran yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya. Selain sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan pembeli, Promosi juga berfungsi sebagai cara untuk membujuk konsumen agar melakukan transaksi atau menggunakan jasa sesuai kebutuhan dan keinginannya. Proses ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai alat promosi [1]. Iklan adalah salah satu komponen dalam bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari lima elemen, menurut Kotler (2000). Selain iklan, elemen lainnya meliputi promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Namun, iklan menjadi alat yang paling sering digunakan, terutama untuk produk konsumsi. Walaupun iklan tidak secara langsung mendorong pembelian, ia berperan sebagai media yang efektif dalam mendukung strategi pemasaran dengan menjalin komunikasi antara perusahaan dan konsumen serta membantu perusahaan bersaing di pasar [2].

Persaingan perusahaan di pasar ini terjadi di berbagai macam daerah di Indonesia, salah satunya terjadi di perusahaan batik di Cilacap yang bernama Subama Batik Cilacap, Subama Batik Cilacap merupakan salah satu perusahaan yang didirikan pada 5 November 2013 di Kabupaten Cilacap, dengan tujuan untuk turut serta dalam mengembangkan industri batik lokal. Perusahaan ini memiliki ciri khas pada motif-motif batiknya yang sarat akan nilai filosofi, terinspirasi dari berbagai mitos dan legenda yang berasal dari daerah Cilacap. Keunikan ini menjadi daya tarik tersendiri sekaligus nilai jual utama Subama Batik Cilacap, karena tidak hanya menawarkan produk seni yang estetik, tetapi juga mengandung makna mendalam yang mencerminkan kekayaan budaya lokal.

Subama Batik Cilacap telah berdiri dan beroperasi selama 11 tahun, menunjukkan konsistensi dan dedikasi dalam melestarikan budaya batik khas daerah Cilacap. Namun, meski telah cukup lama berjalan, berdasarkan survei yang telah dilakukan, popularitas Subama Batik Cilacap masih kurang dikenal oleh generasi muda di daerah Cilacap, dengan sebagian besar orang mengetahuinya melalui promosi dari mulut ke mulut. Upaya promosi yang dilakukan pun terbilang masih minim dan kurang strategis, hanya mengandalkan platform media sosial seperti YouTube dan Instagram yang pengelolaannya belum maksimal dan cenderung tidak terorganisasi dengan baik. Selain itu, pasar Subama Batik Cilacap didominasi oleh instansi, seperti sekolah, yang biasanya membeli untuk kebutuhan seragam atau acara tertentu. Sayangnya, kehadiran pembeli individu, terutama dari generasi muda yang benar-benar memiliki minat terhadap batik khas Cilacap, masih sangat jarang ditemukan. Hal ini menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik minat generasi muda terhadap keindahan dan keunikan batik lokal.

Di zaman yang modern ini, muncul banyak media iklan dengan bentuk digital yang lebih mudah diterima oleh masyarakat, terutama generasi-generasi muda, salah satunya adalah *Motion graphic*. *Motion graphics* merupakan seni dan teknik membuat elemen visual yang bergerak, seperti teks, grafik, ilustrasi, dan objek lainnya, dalam video atau media digital. Animasi dan desain grafis tidak bisa lepas dalam membuat media *Motion graphic* untuk menciptakan elemen visual yang bergerak, biasanya digunakan dalam tujuan komunikasi, pemasaran, hiburan, bahkan Pendidikan [3]. Berdasarkan hasil survei yang melibatkan remaja dan dewasa muda Cilacap, mayoritas responden (15–25 tahun) menyukai anime dan menilai gaya visualnya “sangat menarik” ataupun “cukup menarik” untuk promosi budaya lokal. Lebih dari 80 % responden juga meyakini batik dapat “dikemas secara modern” dan tertarik melihatnya dalam bentuk motion graphic bergaya anime. *Motion graphic* sangat sesuai sebagai media promosi karena mampu menonjolkan visual, warna, dan motif batik khas Cilacap secara dinamis. Perpaduan antara ilustrasi, animasi, teks, dan audio dalam motion graphic mendukung penyampaian cerita dan makna di balik tiap motif batik secara lebih

komunikatif dan menarik. Penggunaan gaya visual anime dipilih karena sesuai dengan karakter dan preferensi target audiens. Tingginya minat responden terhadap anime menunjukkan bahwa pendekatan ini mampu menjadi penghubung antara nilai-nilai tradisional batik dengan selera visual generasi muda. Dengan demikian, batik tidak lagi hanya dipandang sebagai simbol budaya warisan, tetapi juga dapat diterima sebagai bagian dari gaya hidup modern yang relevan dengan perkembangan zaman.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perancangan *Motion graphic* Subama Batik Cilacap sebagai media promosi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah merancang *Motion graphic* Subama Batik Cilacap sebagai media promosi.

1.4 Batasan Perancangan

Batasan-batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Merancang iklan dengan topik Subama Batik Cilacap dan motif-motifnya
- 1.4.2 Merancang iklan dengan metode *Motion graphic*
- 1.4.3 Merancang iklan *Motion graphic* dengan menggunakan ilustrasi bergaya *Anime*.
- 1.4.4 Merancang media pendukung seperti postingan di *Instagram*, *flyer*, dan juga membuat Poster.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.5.1 Keilmuan DKV

Perancangan ini bermanfaat sebagai bahan referensi atau kajian bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang mengangkat tema promosi budaya lokal melalui media *motion graphic*.

1.5.2 Universitas

Perancangan ini diharapkan dapat mendukung visi dan misi Universitas dalam pengembangan ilmu pengetahuan berbasis teknologi informasi, serta mendorong lahirnya karya desain yang berkontribusi terhadap pelestarian budaya dan pertumbuhan ekonomi kreatif lokal.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Perancangan ini diharapkan dapat membantu memperkenalkan Subama Batik Cilacap kepada masyarakat, serta mendorong generasi muda untuk lebih mengenal dan melestarikan budaya lokal.