

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Pekalongan merupakan kota yang terletak di provinsi Jawa Tengah. Kota ini memiliki lokasi strategis di jalur Pantura yang menghubungkan Jakarta - Semarang – Surabaya. Kota Pekalongan juga dikenal sebagai kota batik karena komoditas utama perekonomiannya adalah produk batik.

Batik merupakan suatu hal yang telah melekat erat pada masyarakat dan budaya Kota Pekalongan. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya kampung batik. Indozone.id menjabarkan bahwa kampung batik merupakan sebuah kampung yang menjadi pusat produksi, penjualan, wisata, dan edukasi batik (Diakses pada 22 September 2020 pk. 13.15). Salah satunya adalah Kampung Batik Pesindon yang terletak di Jalan Hayam Wuruk, Pekalongan, yang telah diresmikan pada 10 April 2010 lalu (Dinparbudpora Pekalongan, 2017, hlm. 12).

Berdasarkan wawancara penulis dengan Miftachul Huda, selaku pengurus paguyuban Kampung Batik Pesindon, ia mengatakan bahwa kampung batik ini menawarkan destinasi wisata budaya dan edukasi khususnya batik, yang telah turun-temurun sejak zaman kolonial Belanda. Keunikan kampung ini ada pada pengembangan batik ramah lingkungan dan *workshop* pembelajaran batik alami. Ia menambahkan bahwa penjual batik alami ada, namun untuk pembelajaran warna alam belum tersedia. Oleh karena itu, Kampung Batik Pesindon adalah satu-satunya kampung batik yang menawarkan pembelajaran warna alam dari pembuatan warna

hingga penguncian (fiksasi) warna ke kain batik. Hal ini membuat Kampung Batik Pesindon dikenal sebagai “Kampung Batik Warna Alam” dan menjadikannya destinasi wisata yang unggul di Kota Pekalongan.

Sayangnya, berdasarkan data yang didapat dari Staff Dinas Pariwisata, Trigandi Imamudin, menunjukkan bahwa terjadi penurunan pengunjung sepanjang 2018. Jumlah wisatawan pada 2017 adalah 3.892 yang kemudian turun 13,64% menjadi 3.361 pada 2018. Penurunan pengunjung berdampak langsung pada pendapatan yang turut berkurang. Hal tersebut terjadi karena kurangnya promosi sehingga wisatawan lebih tertarik berkunjung ke tempat wisata lain. Sejauh ini promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut dan pameran ke luar kota. Kondisi itu juga menunjukkan bahwa promosi belum maksimal dan jangkauannya kecil. Apabila promosi tidak dikembangkan, dikhawatirkan potensi Kampung Batik Pesindon sebagai tempat wisata budaya dan edukasi akan semakin tertinggal.

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, penulis bertujuan membuat promosi Kampung Batik Pesindon. Promosi ditujukan agar wisata dan kerajinan batik dari Kampung Batik Pesindon dapat dikenal dan menarik wisatawan untuk datang berkunjung.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan promosi Kampung Batik Pesindon?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis membatasi materi pada:

1. Demografis:

- Usia : 26-35 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Pekerjaan : Karyawan, Wiraswasta
- Kelas Sosial : Menengah-menengah ke atas (SES A-B)
- Status : Menikah
- Tipe keluarga : Keluarga kecil

2. Psikografis: Memiliki ketertarikan akan seni dan budaya, hobi *travelling*, rasa ingin tahu yang tinggi.

3. Geografis: Jabodetabek

4. Media: promosi *online* berupa brosur digital, *posting-an* pada sosial media, website, atribut *t-shirt*, *notebook*, *goodie bag*, *sticker*.

5. Konten: keunggulan produk pewarna alam, wisata dan edukasi di Kampung Batik Pesindon.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang promosi Kampung Batik Pesindon.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diharapkan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah:

- a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh studi di jurusan DKV dan untuk menyelesaikan program studi S1 di Universitas Multimedia Nusantara.

b. Bagi Orang Lain

Memberikan informasi mengenai Kampung Batik Pesindon yang ada di Pekalongan sehingga menjadi lebih dikenal masyarakat luas.

c. Bagi Universitas

Semoga bermanfaat sebagai referensi penelitian mengenai promosi batik Pekalongan untuk penelitian ke depannya.