



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak keragaman budaya, salah satu yang dikenal erat adalah batik. Pada tanggal 2 Oktober 2009 UNESCO menetapkan batik sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Materpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*). Menurut Anshori (2011) pembuatan batik sendiri tidak terlepas dari proses pewarnaan yang mana proses tersebut dibagi menjadi dua yaitu menggunakan pewarna alami dan pewarna sintesis. Proses pewarnaan alami batik menggunakan zat pewarna yang didapatkan secara alami dari tumbuh-tumbuhan seperti serat kayu, bunga, biji-bijian, dan akar.

Masyarakat sadar akan keuntungan dari penggunaan produk-produk berbahan dasar alami, namun tidak sedikit juga kalangan yang masih belum mengenal dan terbatas pengetahuannya tentang produk batik khususnya batik indigofera yang ramah lingkungan. Berdasarkan wawancara pada tanggal 24 Februari 2017 dengan Lintu Resti Ajeng selaku *Person in Charge* Galeri Batik Jawa cabang Jakarta, minat masyarakat terhadap batik berada pada puncaknya setelah adanya pengakuan dari UNESCO. Pengusaha berbondong-bondong menciptakan inovasi terbaru tentang batik dengan harapan agar masyarakat tetap tertarik untuk membeli, salah satu produsen batik yang melakukan inovasi tersebut adalah Galeri Batik Jawa yang menggunakan tanaman *indigofera* sebagai pewarna alami untuk kain batik.

Walaupun Galeri Batik Jawa sendiri juga sudah mendapatkan penghargaan World Craft Council Award of Excellence for Handicrafts, namun sejak tahun 2011

penjualan batik Galeri Batik Jawa cenderung stagnan dan menurun. Dari hasil survey, sebanyak 91% responden tidak mengetahui tentang produk batik *indigofera*. Minimnya promosi dan edukasi secara meluas dari pihak Galeri Batik Jawa mengenai produk dan tata cara pembuatan batik *indigofera* merupakan salah satu alasan masyarakat tidak mengenal lebih dalam mengenai produk yang dijual.

Menurut Landa (2013) promosi mencakup penciptaan sebuah pesan visual yang terbentuk agar dapat meyakinkan, memprovokasi dan memotivasi audiens untuk mendapatkan informasi mengenai brand tertentu. Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan diatas, dibutuhkan perancangan promosi untuk Galeri Batik Jawa agar lebih dikenal oleh masyarakat sebagai batik yang ramah lingkungan.

1.2. Rumusan Masalah

Terdapat rumusan masalah yang akan dibahas dari permasalahan yaitu :

- 1) Bagaimanakah perancangan promosi Galeri Batik Jawa?

1.3. Batasan Masalah

Supaya perancangan tidak keluar dari tujuan, maka penulis membuat batasan masalah dalam pengerjaan sebagai berikut:

- a. Target *audiens*

- Demografis:

- a. Usia : 23 – 40 tahun

- b. SES : Menengah keatas

c. Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-laki

- Psikografis:
 - Memiliki aktivitas diluar rumah
 - Senang terhadap produk-produk yang ramah lingkungan
- Perilaku:
 - Mengenakan pakaian batik saat acara formal maupun kegiatan sehari-hari
 - Pekerja yang taat pada aturan berpakaian di kantor, terutama menggunakan batik di hari Jumat
- Geografis:
 - Berdomisili di kota Jakarta dan sekitarnya

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Perancangan promosi Galeri Batik Jawa bertujuan sebagai ajakan kepada masyarakat untuk mempertimbangkan pembelian busana yang ramah lingkungan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari pembuatan tugas akhir ini adalah untuk:

1. Penulis

Melalui perancangan tugas akhir ini penulis berharap dapat menambahkan pengetahuan serta pengalaman dalam merancang sebuah promosi, penulis juga

berharap dapat mempelajari lebih dalam tentang kekayaan budaya di Indonesia. Pada akhirnya, perancangan ini adalah salah satu syarat kelulusan jurusan desain grafis di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Universitas

Melalui karya tugas akhir, penulis berharap kedepannya dapat membantu memberikan informasi kepada mahasiswa Desain Komunikasi Visual mengenai perancangan promosi dimulai dari penelitian, pengumpulan data, analisis dan konsep visual.

3. Masyarakat

Melalui perancangan tugas akhir ini, diharapkan masyarakat lokal akan lebih menghargai karya anak bangsa dan mempertimbangkan untuk memakai produk yang ramah lingkungan.

UMMN