

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Batik telah menjadi identitas bangsa Indonesia di mata dunia Internasional. Batik merupakan warisan budaya leluhur yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia. Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Bali dan Cirebon merupakan daerah penghasil batik yang memiliki ciri khas masing-masing. Diantara daerah-daerah tersebut, Kota Pekalongan dan Cirebon lah yang paling dikenal akan kreasi batiknya yang memadukan unsur budaya batik dengan trend pakaian masa kini, baik dalam hal model maupun pilihan dan kombinasi warnanya. Kota Pekalongan sendiri telah mendapatkan predikat sebagai “*The World City of Batik*” dari UNESCO.

Kota Pekalongan dan Cirebon memiliki karakteristik daerah yang sama yaitu berada di wilayah utara Pulau Jawa dan terletak di Jalur Pantura. Diantara Kota Pekalongan dan Kota Cirebon terdapat daerah pengrajin batik namun belum begitu dikenal oleh masyarakat luas yaitu di Kabupaten Brebes. Dengan daerah sentra pengrajin batik yaitu di Desa Bentar dan Bentarsari Kecamatan Salem Brebes. Karena daerah pengrajin batik terdapat di Kecamatan Salem maka batik Brebes sering disebut juga sebagai Batik Salem. Berbeda halnya dengan batik Pekalongan dan batik Cirebon, batik Brebes belum memiliki nama besar dan belum begitu dikenal oleh masyarakat di luar Kabupaten Brebes.

Meskipun memiliki karakteristik daerah yang sama dengan Pekalongan dan Cirebon sebagai daerah pesisir pantai utara jawa, perkembangan usaha batik Brebes sangat lamban bila dibandingkan dua daerah tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor promosi dan faktor dukungan dari Pemerintah. Pengrajin/pengusaha batik serta Pemda Kab. Brebes belum maksimal dalam mengembangkan dan mendukung promosi batik Brebes bila dibandingkan dengan promosi batik Pekalongan dan batik Cirebon.

Kabupaten Brebes memiliki 17 wilayah kecamatan, namun sentra perajin batik hanya terdapat di Kecamatan Salem. Itupun hanya terpusat di 2 desa yakni desa Bentar dan Bentarsari. Padahal di Kecamatan Salem tersebut terdapat 21 Desa. Berdasarkan catatan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Brebes tahun 2016, di Kecamatan Salem terdapat sekitar 200 pengrajin batik. Ada kemungkinan untuk bertambah meskipun dalam jumlah yang kecil. Jumlah pengrajin batik yang sedikit menjadikan variasi, model maupun desain batik Brebes tidak begitu berkembang dan terkesan monoton. Diperlukan banyak pengrajin-pengrajin batik yang baru untuk meningkatkan daya saing sehingga kualitas produk yang dihasilkan semakin baik. Namun demikian dibutuhkan stimulus dari pemerintah baik berupa bantuan permodalan maupun pelatihan untuk mendukung lahirnya pengrajin-pengrajin baru di wilayah Brebes.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Brebes pada kurun waktu tahun 2016 jumlah total keseluruhan penjualan batik di Brebes dari total jumlah 140 industri kecil dan mikro (IKM) batik tidak lebih dari **13 ribu** kodi. Hal ini sangat jauh bila dibandingkan dengan dua kota lainnya seperti di Kota Pekalongan dan Cirebon. Di Kota Pekalongan berdasarkan data Statistik di BPS tercatat bahwa kurang lebih **499.206 kodi** penjualan batik dari 1.081 IKM selama kurun waktu 2016 baik penjualan dalam negeri maupun penjualan ke luar negeri. Sementara untuk penjualan batik di Kabupaten Cirebon mencapai kurang lebih **222.650 kodi** dari total 521 IKM Batik Cirebon.

Batik Brebes mengalami beberapa permasalahan diantaranya promosi dan proses pemasaran sangat kurang, pemasaran secara meluas baru terlaksana bilamana ada pameran sementara pameran batik di Brebes hanya diadakan sekali-dua kali dalam satu tahun. Selain itu lokasi pengrajin dan pengusaha batik hanya ada di Kecamatan Salem yang merupakan daerah pegunungan dan dataran tinggi terpencil dimana membutuhkan waktu tempuh dua jam lebih dari pusat kota Kabupaten Brebes untuk menuju ke daerah tersebut serta belum tersedianya sentra penjualan atau pusat grosir batik di Kabupaten Brebes menjadikan pemasaran batik Brebes sangat lambat dan tidak optimal.

Hal ini berbanding lurus dengan kesejahteraan para pengrajin dan pengusaha batik Brebes.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas maka promosi batik Brebes dijadikan sebagai bahan penelitian skripsi saya dengan judul “Desain pada Promosi Batik Brebes (Studi tentang desain dalam promosi batik Brebes dibandingkan dengan promosi batik Pekalongan dan batik Cirebon)”. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk mengangkat popularitas batik Brebes agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, terutama masyarakat di luar Kabupaten Brebes dan bahkan sampai tingkat internasional dan dapat membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pengrajin dan pengusaha batik di Kabupaten Brebes.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang sudah mendunia tetapi batik Brebes belum banyak diminati.
2. Pengrajin/pengusaha batik Brebes belum maksimal dalam mengembangkan dan mempromosikan batik Brebes dibandingkan dengan batik Pekalongan dan batik Cirebon.
3. Angka penjualan batik Brebes rendah.

1.2.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perbandingan desain dalam promosi batik Brebes, batik Pekalongan dan batik Cirebon?

1.3. Ruang Lingkup

Pada penelitian skripsi ini, penulis fokus membahas masalah tentang desain dalam promosi serta perbandingan promosi antara batik Brebes dengan batik Pekalongan dan batik Cirebon. Penelitian dilakukan di pusat pengrajin dan pengusaha batik Brebes Rumah Batik Just 2 Aan Darwati Desa Bentar RT 004 RW 004 Kec. Salem Kab. Brebes, Pusat Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan, Museum Batik Pekalongan Jl. Jetayu No. 1 Pekalongan, Rumah Batik Dian Pelangi Pekalongan Jl. Kalimantan No. 16 Pekalongan dan Sentra

Batik Trusmi Cirebon Jl. Trusmi Kulon No 148 Plered Cirebon. Kegiatan penelitian dilakukan pada bulan Januari-Maret 2017.

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui perbandingan desain dalam promosi batik Pekalongan, batik Cirebon dan batik Brebes.
- 2) Untuk memberikan gambaran, saran dan masukan kepada pengrajin dan pengusaha batik Brebes serta Pemerintah Kabupaten Brebes tentang desain dalam promosi batik Brebes.
- 3) Untuk meningkatkan promosi batik Brebes agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- 4) Untuk membantu meningkatkan penjualan sehingga kehidupan perekonomian pengrajin dan pengusaha batik Brebes semakin baik.

1.4. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang akurat terhadap perkembangan batik Brebes, sehingga menambah wawasan dan pengetahuan mengenai batik Brebes.

b) Manfaat Praktis

a) Bagi civitas akademika, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan referensi, memberikan manfaat dan dapat memperkaya khasanah kajian ilmiah di bidang batik, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Telkom University Bandung maupun masyarakat luas.

b) Bagi pengrajin maupun pengusaha Batik Brebes, penelitian ini diharapkan berguna untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam mempromosikan atau mempublikasikan batik Brebes sehingga dapat lebih dikenal masyarakat luas bahkan sampai tingkat internasional yang berdampak pada peningkatan jumlah penjualan batik Salem.

c) Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Brebes sebagai bahan informasi guna pengambilan kebijakan dalam bidang perindustrian dan

perdagangan guna meningkatkan popularitas batik Brebes sehingga para pengrajin dan pengusaha batik Brebes semakin berkembang dan kesejahteraannya meningkat.

1.5. Metode Pengumpulan Data

1.5.1. Observasi

Mengamati sesuatu (orang, lingkungan, situasi) dengan tajam dan terperinci serta mencatat hasilnya secara akurat (Rohidi, 2011:87). Penulis melakukan observasi pada beberapa media promosi, visualisasi serta kegiatan promosi batik Brebes, batik Pekalongan dan batik Cirebon. Observasi dilakukan agar mendapatkan data visual yang tepat.

1.5.2. Wawancara

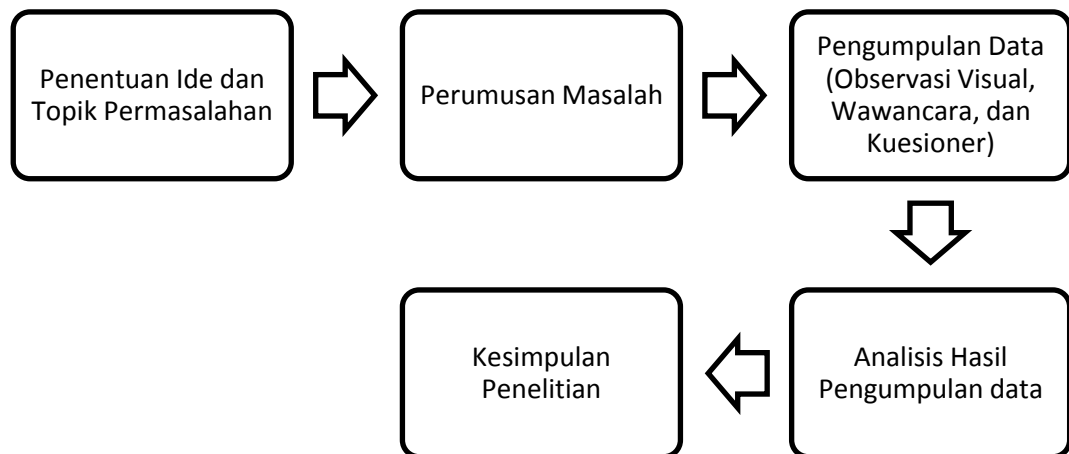
Teknik memperoleh informasi tentang suatu kejadian yang tidak bisa diamati secara langsung, karena peristiwa terjadi di masa lampau atau karena peneliti tidak diperbolehkan hadir di tempat kejadian (Rohidi, 2011:208). Untuk mendapatkan hasil yang akurat dan maksimal maka dilakukan wawancara secara terstruktur yang menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang sudah direncanakan sebelumnya, diajukan kepada narasumber dengan urutan yang sama (Soewardikoen, 2013:22).

Penulis melakukan wawancara terstruktur kepada pengrajin dan pengusaha batik, budayawan, masyarakat/konsumen serta instansi pemerintah yang berhubungan langsung dengan media promosi, visualisasi serta kegiatan promosi batik Brebes, batik Pekalongan dan batik Cirebon. Wawancara dilakukan untuk mengetahui bagaimana sejarah/budaya, ciri khas, motif batik Brebes, batik Pekalongan dan batik Cirebon serta perbandingan promosi antara batik Brebes dengan Batik Pekalongan dan Batik Cirebon. serta ahli desain untuk memberikan penilaian terhadap desain promosi batik tersebut.

1.5.3. Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan mengenai suatu hal yang harus diisi secara tertulis oleh responden yang ditentukan (Soewardikoen, 2013:25). Penulis mengajukan suatu daftar pertanyaan mengenai batik Brebes, batik Pekalongan dan Batik Cirebon kepada masyarakat/konsumen batik sehingga data yang didapat dari sudut pandang konsumen terfokus dan sesuai dengan topik.

1.6. Kerangka Penelitian



1.7. Pembabakan

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian, teknik-teknik pengumpulan data yang dilakukan, kerangka penelitian dan pembabakan dari bab-bab dalam laporan ini.

Bab II: Dasar Pemikiran

Bab ini Menjelaskan teori atau dasar pemikiran apa yang akan dipakai sebagai pijakan untuk menganalisis atau menguraikan masalah yang diteliti.

Bab III: Uraian data hasil survey & analisis

Bab ini berisi pemaparan data-data yang didapatkan dari hasil survey.

Bab IV: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari laporan penelitian yang dibuat oleh penyusun. Penyusun juga menyertakan saran apabila ada ide atau solusi dari permasalahan.

Di akhir bab ini, disertakan pula daftar pustaka.