

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Banyaknya budaya di Indonesia menjadikan bangsa ini memiliki beraneka ragam identitas budaya, salah satunya yaitu batik, batik merupakan karya seni adiluhung bangsa Indonesia yang sudah dikenal sejak zaman kerajaan Majapahit dan terus berkembang hingga saat ini, pada akhir tahun 2009, UNESCO secara resmi mengakui batik sebagai warisan budaya tak benda. Batik memiliki beberapa teknik dalam proses pengerjaannya, seperti batik tulis, batik cap, dan juga batik printing. Seiring dengan perkembangan zaman, batik telah mengalami banyak peningkatan, pada era saat ini batik dahulunya bernuansa classic dan dengan warna yang dominan coklat dan hitam sudah dibilang “kuno” bagi generasi sekarang. perkembangan motif batik pada era saat ini tidak terkesan kaku dan formal, motif motif batik sudah mulai disilangkan dengan motif modern yang berkesan kekinian (Elmiani, 2020).

Menurut Djoemena (1990) di setiap daerah memiliki kenunikan dan ciri khas dalam pembatikan, baik dalam tata warnanya mapupun ragam hias. Namun demikian, dapat terlihat adanya persamaan ataupun perbedaan antar batik dari berbagai daerah tersebut. Sebagai bangsa yang memiliki semboyan bineka tunggal ika, yang merupakan berbagai suku bangsa dengan adat yang berbeda, sedangkan Bangsa Indonesia memiliki selera dan citra yang hampir sama. Jika ada perbedaan dalam suatu cara atau selera, hal itu terjadi karena beberapa factor, seperti : kepercayaan yang dianut, tata kehidupan dan juga alam sekitar dari daera yang bersangkutan. (Akhsanah, 2015). Seperti halnya Batik Pitutur Luhur, Batik Pitutur Luhur yang berlokasi di Cerme Lor. Batik ini sudah ada sejak tahun 2009, pemilik dari Batik Pitutur Luhur ini ialah Bapak H. Ilham. Selain berperan sebagai pemilik Batik Pitutur Luhur H. Ilham juga sebagai desain dari motif Batik Pitutur Luhur. Nama Batik Pitutur Luhur berasal dari Bahasa jawa “pulut” yang mempunyai arti perekat dan menimbulkan daya tarik. Motif yang diangkat dari Batik Pitutur Luhur

ini merupakan gabungan dari macam macam khas Kabupaten Gresik dalam segala aspek. Seperti, aspek sejarah, budaya, dan juga industrial yang ada di Gresik. Batik Pitutur Luhur merupakan salah satu batik yang cukup terkenal di masyarakat Gresik, karena dengan motif yang berkaitan dengan khas kabupaten Gresik.

Dalam dunia bisnis, Batik Pitutur Luhur kurang diketahui oleh masyarakat luas, hal ini dikearenakan kurangnya *visual branding* dari Batik Pitutur Luhur, menurut Soehadi (2005) suatu produk dapat dikatakan mencapai potensi yang optimal ketika memiliki sebuah *branding*, sekaligus dapat menciptakan identitas dan *image* yang baik bagi suatu usaha, dengan adanya *visual branding* yang jelas, perusahaan dapat mencerminkan *brand* yang dimiliki dengan tepat sehingga dapat mengunggulkan suatu keunikan yang dimiliki. *Visual branding* merupakan salah satu komponen dari *branding*, yang memiliki aspek *visual* dengan peran sangat berpengaruh dalam membangkitkan perasaan dan pengalaman tertentu terhadap suatu merek, *visual branding* berperan dalam menciptakan suatu identitas dan juga kepribadian dari suatu merek, dan juga dapat mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan sehingga dapat menimbulkan hubungan emosional antara konsumen dengan merek (Kwanda, et al., 2019).

Menurut Simamora (2003) merek memiliki *image (brand image)* dapat dengan mudah dalam mendeskripsikan *image*, konsumen akan melakukan asosiasi merek. Asosiasi merek merupakan sesuatu yang berkaitan dengan ingatan konsumen terhadap sebuah merek, asosiasi ini tidak hanya ada tetapi mempunyai suatu kekuatan. *Brand image* atau citra merek adalah sebuah kepercayaan konsumen kepada suatu produk dengan citra merek yang ada dalam ingatan konsumen berdasarkan pengalaman dalam menggunakan sebuah produk (Miati, 2020). Dalam sebuah perusahaan atau *brand* promosi dapat menghasilkan citra atau *image* yang bersifat satu atau konsisten bagi konsumen, promosi juga dapat meningkatkan kesadaran bagi konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga membuat para konsumen menjadi lebih tertarik dan melakukan pembelian. Promosi saat ini juga membutuhkan media dalam memasarkan atau mempromosikan produk / jasa, salah satunya yaitu dengan penggunaan media *online*. Salah satu media *online* yang biasa dipakai oleh suatu perusahaan atau brand adalah media instagram sebagai media promosi suatu produk atau jasa menjadi cukup efektif. Instagram



merupakan salah satu aplikasi smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital, instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi pengguna dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, hal ini karena instagram mempunyai berbagai fitur yang dapat membuat foto terlihat indah, dan juga dapat membangun interaksi antara pengguna dan pengikut.

Desain Grafis mempunyai peran yang sangat penting dalam capaian target penjualan, sebuah desain mampu menggambarkan suatu kualitas maupun pencapaian citra dari sebuah produk atau usaha yang dibangun. Desain yang baik dapat menggambarkan apa yang akan ditampilkan atau yang ingin dicapai dari sebuah produk maupun perusahaan. Desain bukan mengatur tata letak tulisan dan menggambar dengan bagus, desain harus mampu menggambarkan dari tujuan yang ingin dicapai dengan diimplementasikan secara visual. Sebuah desain juga harus mampu untuk mengidentifikasi produk atau perusahaan dengan karakteristik atau ciri khas yang akan menjadi pembeda dengan produk atau perusahaan lain. Dalam dunia marketing desain grafis sangat berpengaruh, sebuah produk, perusahaan, atau brand jika tidak memiliki sebuah desain yang menarik maka akan sulit dalam proses pemasaran (Kusnadi, 2021).

Desain grafis merupakan sebuah penyampaian pesan, pesan yang didapat berupa informasi produk, jasa atau gagasan yang disampaikan kepada *audience*, dalam upaya meningkatkan usaha penjualan, meningkatkan citra dan juga promosi “Batik Pitutur Luhur”. Pada dasarnya desain merupakan sebuah perancangan untuk menyampaikan pola pikir dari penyampaian pesan kepada penerima dengan bentuk *visual* yang komunikatif, efektif, efisien, serta estetis, melalui desain yang mudah diterima dan dipahami oleh *audience*. Batik Pitutur sendiri sudah mempunyai media sosial, tetapi media sosial tersebut tidak digunakan dengan maksimal. Hal tersebut menjadi salah satu alasan Batik Pitutur perlu perancangan *visual branding* karena semakin banyaknya kompetitor, ditengah persaingan tersebut Batik Pitutur perlu memiliki citra, identitas dan juga media promosi yang dapat diingat dan diketahui oleh masyarakat. Dengan adanya perancangan visual branding akan meningkatkan kualitas dari produk.

Dari pemaparan diatas solusi yang tepat ialah dengan merancang visual branding yang akan menjadi identitas dari Batik Pitutur Luhur , visual branding yang akan dirancang meliputi perancangan logo, beserta panduannya dalam (*Graphic Standard Manual / GSM*), perancangan konten promosi Instagram, dan media pendukungnya seperti kemasan, kartu nama, x banner, gantungan kunci, stiker, dan neon box. Dengan adanya perancangan *visual branding* diharapkan perusahaan dapat lebih berkembang dan mencapai visi misinya, dan memperkuat *image* dari Batik Pitutur Luhur.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari pemaparan latar belakang yang telah dibahas dalam poin sebelumnya, maka peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang *visual branding* Batik Pitutur Luhur sebagai upaya untuk meningkatkan citra merek “Batik Pitutur Luhur”?
2. Bagaimana merancang media promosi instagram sebagai upaya pembentukan citra merek “Batik Pitutur Luhur”?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan tujuan masalah yang ada, maka dapat dijelaskan beberapa tujuan dari penelitian yakni sebagai berikut :

1. Merancang visual branding Batik Pitutur Luhur untuk meningkatkan kualitas produk
2. Merancang media promosi Instagram sebagai upaya meningkatkan citra merek “Batik Pitutur Luhur”

## **1.4 Manfaat**

Manfaat dari hasil penelitian ini terdapat manfaat dari beberapa pihak, antara lain :

- a. Manfaat untuk Batik Pitutur Luhur

Sebagai solusi untuk membentuk citra merek dan juga identitas dari Batik Pitutur, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk. Serta, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Batik Pitutur Luhur.



b. Manfaat untuk penulis

Sebagai sumber informasi dan referensi dalam merancang visual branding dan menjadi sarana untuk menambah pengetahuan tentang penerapannya.

c. Manfaat untuk Universitas

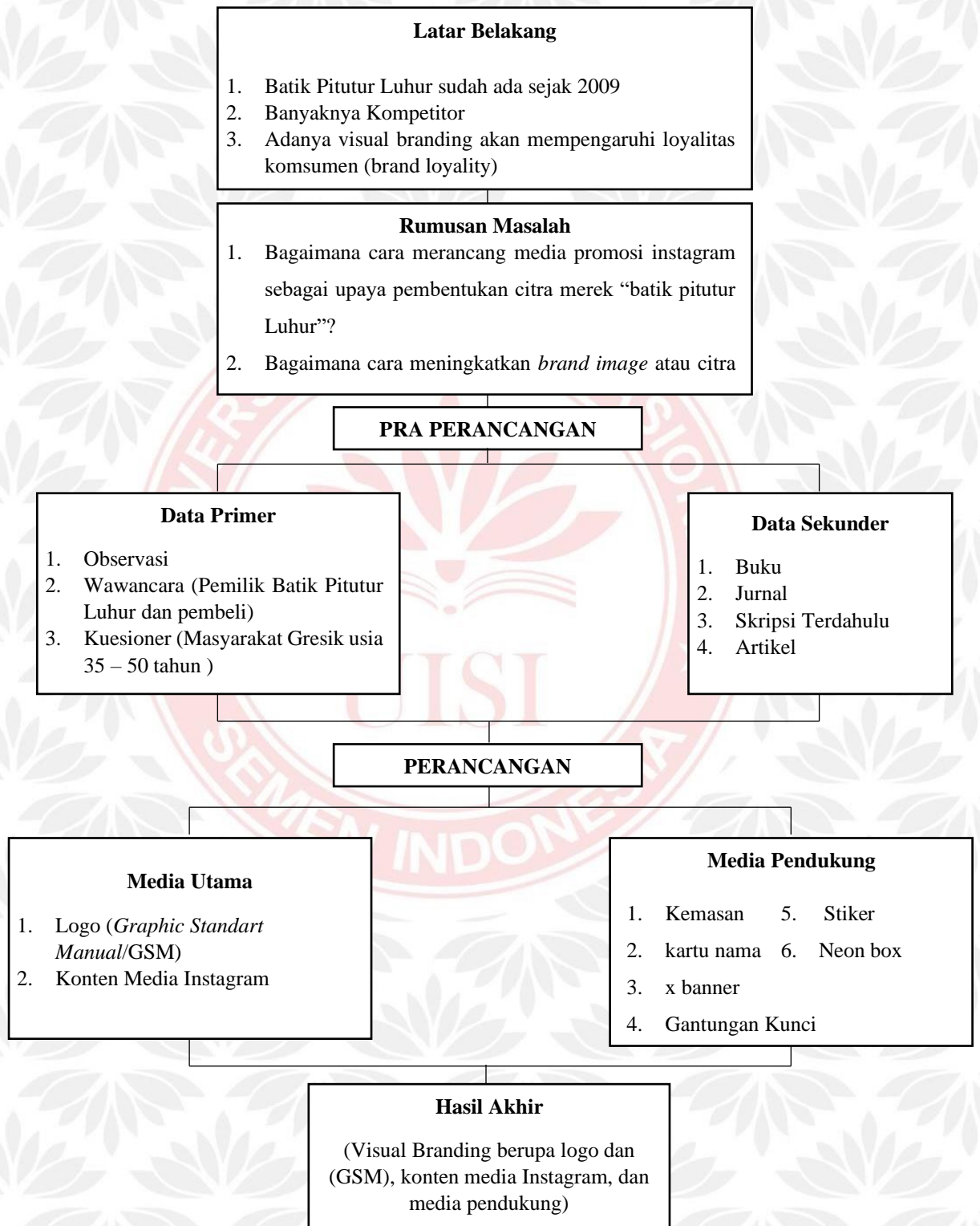
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan bahan ajar yang dapat meningkatkan pemahaman melalui penerapan ilmu desain komunikasi visual dalam mengatasi suatu permasalahan di lingkungan masyarakat melalui *campaign* bagi mahasiswa akademisi Universitas Internasional Seemen Indonesia.

### 1.5 Batasan Penelitian

Batasan yang digunakan untuk mendukung penelitian sebagai berikut :

1. Luaran berupa logo, *Graphic Standard Manual* (GSM), konten melalui media promosi Instagram sebanyak 12 post, dan media pendukung, kemasan, kartu nama, x banner, neon box, stiker, dan gantungan kunci.
2. Target riset merupakan masyarakat Gresik dengan rentan usia 30-55 tahun
3. Riset dilakukan di Batik Pitutur di Cerme Lor
4. Pengambilan data primer dilakukan langsung bersama yang bersangkutan dengan Batik Pitutur dan masyarakat Kota Gresik
5. Kuesioner dilakukan secara daring (*online*) melalui *Google Form*.

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran