

# BAB I

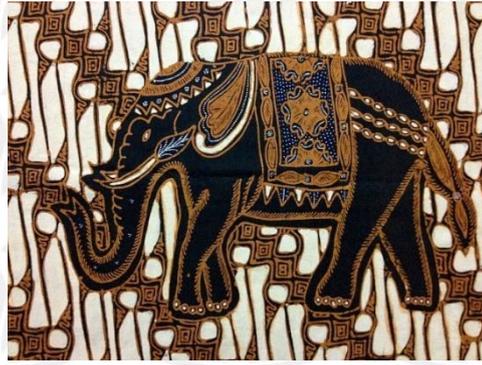
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang telah terdaftar di *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) sejak 2009 (Sujatmiko, 2022). Sejarah Batik Indonesia diakui sampai UNESCO (*United Nation Educational Scientific and Cultural Organiaztion*) pada 2 Oktober 2009, menempuh perjalanan yang panjang. Batik yang tidak hanya memiliki nilai seni, tetapi batik penuh dengan makna yang filosofis. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki batik dengan ciri khas masing-masing termasuk di Kota Gresik, Jawa Timur. Salah satu pengrajin batik di Kota Gresik adalah Batik Gajah Mungkur yang berlokasi di Jalan Nyai Ageng Arem Arem No.38, Gresik.

Berdasarkan hasil interview penulis kepada Bapak Choiril yang merupakan keturunan keempat dari pemilik Batik Gajah Mungkur, Batik Gajah Mungkur ini telah berdiri sejak tahun 1898 oleh Bapak Hadji Djaelan Bin Oemar, seorang saudagar terkenal asal Gresik. Istilah Gajah Mungkur berasal dari kata gajah yang berarti binatang gajah dan *mungkur* yang dalam Bahasa Jawa berarti putar balik. Dengan demikian, secara keseluruhan, Gajah Mungkur berarti binatang gajah yang menghadap ke belakang. Saat ini, produksi Batik Gajah Mungkur masih dilakukan di Pekalongan, Jawa Tengah. Namun demikian, saat ini Bapak Choiril telah membeli rumah yang ada di sebelah rumah Gajah Mungkur yang akan dibuat untuk produksi batik.

Batik Gajah Mungkur merupakan kain batik tematik yang mengangkat kearifan lokal Kota Gresik. Hal ini terlihat dari corak dan motifnya yang banyak mengandung simbol Gresik seperti jajanan pudhak, ikan bandeng, burung walet dan motif Gajah Mungkur itu sendiri (Fadjarudin, 2022). Dengan demikian, ketika Batik Gajah Mungkur dikembangkan maka akan dapat meningkatkan *local awareness* terhadap Kota Gresik.



Gambar 1. 1 Gambar Batik Gajah Mungkur

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/384635624396023302/> . Diakses pada 10/13/2022, Pukul 14.08

Menurut Bapak Choiril, Batik Gajah Mungkur ini telah banyak dikenal orang baik di dalam maupun di luar Kota Gresik. Namun demikian, seberapa jauh orang mengenal batik Gajah Mungkur ini juga perlu dianalisis lebih mendalam. Hal ini mengingat Batik Gajah Mungkur hanya memiliki dua akun media sosial, yaitu Instagram dan Tiktok. Berdasarkan hasil observasi pada Instagram, terlihat bahwa Batik Gajah Mungkur ini memang unggul di Kota Gresik. Hal ini dapat dilihat dari kondisi akun *Instagram @batikgajahmungkur.gresik* dengan 482 Pengikut, 727 Mengikuti, dan 154 Postingan pada 30 Desember 2022. Dengan menggunakan mesin pencarian Google, diperoleh hanya ada dua *brand* batik yang berkembang di Kota Gresik yaitu Batik Gajah Mungkur dan Batik Pitutur di Cerme. Hal ini berarti bahwa pesaing Batik Gajah Mungkur di Kota Gresik adalah Batik Pitutur. Jika dilihat dari akun Instagramnya, Batik Pitutur hanya memiliki 56 Pengikut, 0 Mengikuti, dan 9 Postingan. Dengan demikian, posisi Batik Gajah Mungkur di Instagram masih lebih unggul dibandingkan Batik Pitutur.

Namun demikian, posisi *Instagram* Batik Gajah Mungkur saat ini tentunya masih belum optimal. Jika dibandingkan dengan pengrajin batik skala nasional, posisi *Instagram* Batik gajah Mungkur masih belum bisa mengimbangi. Salah satu contohnya adalah *@batikkerisonline*.



Gambar 1. 2 Instagram batikkerisonline

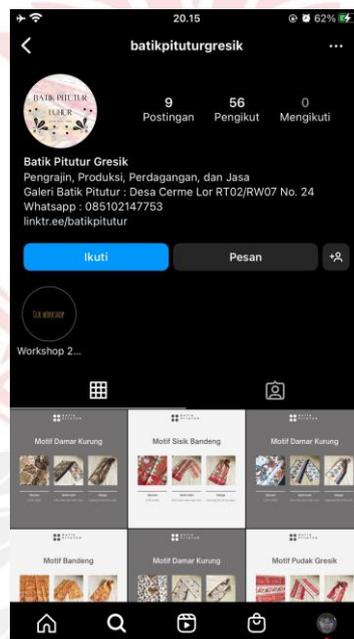
Sumber : <https://www.instagram.com/batikkerisonline/> Diakses pada pukul 20.57

Akun *Instagram* @batikkerisonline memiliki 64,5 ribu Pengikut, 4.416 postingan, dan 29 Mengikuti. Konten yang disajikan di Instagram selalu mempromosikan tentang produk-produk yang sedang dijual dan mengikuti *trend* pada saat ini. Untuk lebih menarik perhatian para penonton, *batikkerisonline* juga sering memberikan *giveaway* dan *promo* kepada para pembeli. Selain itu, *batikkerisonline* menggunakan dua model yakni laki-laki dan perempuan untuk mayakinkan para penonton jika produk yang sedang mereka jual ini cocok untuk dipakai semua kalangan, baik itu kalangan laki-laki maupun kalangan perempuan.



Gambar 1. 3 Gambar Akun Instagram Batik Gajah Mungkur

Sumber : Aplikasi *Instagram Mobile* . Diakses pada 12/30/2022, Pukul 18.35



Gambar 1. 4 Instagram Batik Pitutur Cerme

Sumber : Aplikasi *Instagram Mobile*. Diakses pada 1/2/2023 Pukul 20.15

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diketahui bahwa media promosi Batik Gajah Mungkur masih belum optimal dan perlu ditingkatkan agar dapat lebih dikenal masyarakat Indonesia secara nasional. Oleh karena itu, peneliti memberikan

solusi dengan membuat komunikasi visual yang berjudul *Perancangan Konten Video untuk Media Sosial Batik Gajah Mungkur sebagai Media Promosi dan Local Awareness*.

Konten-konten video kreatif tersebut akan diunggah pada akun Instagram Batik Gajah Mungkur. Peneliti akan membuat video menarik berdurasi satu menit dengan memaksimalkan fasilitas *reels* pada *Instagram* karena dapat diakses oleh semua kalangan tanpa perlu membuka akun Batik Gajah Mungkur terlebih dahulu. Dalam video ini terdapat Bahasa yang gaul atau bisa dibilang bahasa kekinian. Dengan bahasa ini maka akan lebih mudah untuk memikat para *viewers* dan dapat lebih mudah dipahami oleh semua kalangan yang dimana bertujuan untuk memberikan informasi terhadap para *viewers* tentang produk Batik Gajah Mungkur tersebut. Dengan memaksimalkan durasi video yang sedikit dan dapat memberikan informasi, maka dibutuhkan pengambilan gambar yang bagus dan tepat agar berbuah hasil yang maksimal. Menggunakan trend yang terbaru dan selalu *update* maka kemungkinan besar video ini akan dapat lebih mudah dijangkau oleh para pengguna aplikasi *Instagram*. *Trend* tersebut merupakan *Trend Fashion* dan *Trend Musik* yang dimana *Trend Fashion* ini model di dalam video memakai model baju atau aksesoris tertentu yang menjadi populer dan banyak digunakan oleh masyarakat pada suatu waktu tertentu, lalu *Trend Musik* genre musik atau lagu tertentu yang menjadi sangat populer dan banyak didengar oleh pendengar dalam suatu periode tertentu. Kedua *trend* tersebut sudah ada sejak lama, namun masih digunakan oleh para *content creator* hingga saat ini. Hal ini bisa dilihat dari isi konten yang ada di 3 akun yaitu, *@batikkerisonline*, *@batik.trusmi*, dan *@sejauh\_mata\_memandang*. Diperlukannya perancangan yang maksimal dalam pembuatan video tersebut, sehingga video dapat lebih mudah untuk menarik perhatian konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara aktivasi media sosial *Instagram* untuk video promosi tentang produk “Batik Gajah Mungkur” yang baik dan bisa memikat para penonton?

2. Bagaimana cara agar para remaja dapat mengetahui tentang apa itu Batik Gajah Mungkur dan produk apa saja yang sedang di jual dan di produksi hingga saat ini?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka ditemukan tujuan masalah yaitu

1. Melakukan aktivasi media sosial *Instagram* untuk video promosi tentang produk “Batik Gajah Mungkur” yang baik dan bisa memikat para penonton.
2. Melakukan perancangan video untuk produk “Batik Gajah Mungkur” ke media sosial *reels Instagram* agar semua orang dapat mengetahui tentang apa itu Batik Gajah Mungkur dan produk apa saja yang sedang di jual dan di produksi hingga saat ini.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini untuk beberapa pihak adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis sebagai informasi dan sumber referensi mengenai perancangan suatu video promosi, serta menjadi media untuk memperluas jangkauan masyarakat terhadap produk Gajah Mungkur tersebut.
2. Bagi Gajah Mungkur memperoleh konten video promosi tentang produk Gajah Mungkur yang dapat di *upload* di berbagai sosial media, dari konten tersebut Gajah Mungkur bisa menarik perhatian *viewers* agar membeli produk dan mengatasi permasalahan konten melalui video yang menarik.
3. Di kampus UISI penelitian ini menjadi contoh bagi program Desain Komunikasi Visual kedepannya, yang dimana dari hasil penelitian ini mahasiswa bisa mendapatkan gambaran bahwa jurusan Desain Komunikasi Visual dapat menghasilkan apa yang dibutuhkan oleh orang lain.
4. Bagi Kota Gresik penelitian ini menjadi keuntungan dari produk-produk yang dihasilkan oleh Batik Gajah Mungkur yang dikemas dengan efisien dan ke-estetikan dalam bentuk video promosi dan dapat di publis ke sosial media sebagai bahan promosi wisata kota lama yang ada di Kota Gresik.

### 1.5 Batasan Penelitian

Di dalam penelitian ini terdapat batasan-batasan yang harus ditentukan agar tidak terjadi kerancuan dan kesimpangsiuran hasil penelitian

1. Penelitian ditujukan untuk media sosial rumah Batik Gajah Mungkur di *Instagram*
2. Video di upload di *Instagram reels* yang dimana fitur ini ditujukan untuk konten berupa video.
3. Perancangan konten berupa video sebagai upaya meningkatkan *awareness* para *viewers* pengguna *Instagram*
4. Waktu pengupload video dan menggunakan *hashtag* yang tepat maka dapat lebih mudah untuk mendapatkan *viewers*.
5. Konsep perancangan video disesuaikan dengan kebutuhan pasar Batik Gajah Mungkur
6. Orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini adalah Bapak Choiril selaku pemilik rumah Batik Gajah Mungkur, pengguna Instagram minimal berusia 13 tahun di wilayah Kota Gresik, Kota Surabaya, dan Kabupaten Sidoarjo.
7. Luaran dari penelitian ini merupakan bentuk video promosi yang mempromosikan produk tersebut.
8. Jumlah video promosi yang diproduksi berjumlah 9 video yang akan di upload di bulan juli, yang berdurasi 1 menit.

## 1.6 Kerangka Penelitian

Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian

