BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan warisan budaya, salah satunya adalah Batik yang merupakan elemen warisan budaya Indonesia yang sangat berharga dan merupakan identitas Nasional. Hal ini ditegaskan pada tanggal 2 Oktober 2009, ketika UNESCO, organisasi global untuk pendidikan, ilmu pengetahuan, dan budaya, secara resmi mengakui batik sebagai warisan budaya takbenda (Fitri Widiastuti et al., 2024). Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas dan filosofi tersendiri dalam motif serta teknik pembuatan batiknya, yang mencerminkan nilai-nilai kehidupan, kepercayaan, dan kearifan lokal masyarakat setempat. Batik menjadi kesenian turun temurun rakyat Indonesia dan menjadi identitas yang mengekspresikan spiritual bangsa Indonesia (Maulana Hakim, 2018)

Salah satu daerah penghasil batik yang masih mempertahankan teknik pembuatan secara tradisional adalah Kecamatan Salem, yang terletak di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Daerah ini dikenal sebagai salah satu sentra batik yang tetap menjaga keaslian dan kemurnian proses pembuatannya hingga saat ini. Batik Tulis Salem memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari batik-batik daerah lain di Indonesia, baik dari segi motif, warna, maupun teknik pengerjaannya. Dari sehelai batik dapat terungkap segala sesuatu tentang daerah pembuat batik tersebut seperti, ketrampilan, selera, sifat, letak geografis dan sebagainya (Masiswo, 2020). Motif yang dihasilkan pada Batik Tulis Salem umumnya terinspirasi dari keindahan alam pedesaan, seperti bentuk tumbuhan, bunga, dan pepohonan. Beberapa motif menggambarkan nasihat dan pandangan mengenai kehidupan masyarakat Kecamatan Salem, Kabupaten Brebes (Kamelia & Suyanto, 2025). Batik Tulis Salem sendiri termasuk dalam kelompok batik pesisir yang berkembang di wilayah pantai utara Pulau Jawa. Setiap guratan pada kain batik dibuat dengan penuh ketelitian dan kesabaran menggunakan canting secara manual, sehingga menghasilkan karya yang memiliki nilai seni tinggi dan bernilai filosofis

mendalam. seiring perkembangan zaman, eksistensi batik tulis Salem mulai menurun karena kurangnya promosi visual yang menarik dan terbatasnya media publikasi yang mampu menjangkau masyarakat luas. (Jannah et al., 2020)

Promosi yang dilakukan oleh para pengrajin Batik Tulis Salem selama ini masih tergolong sederhana dan terbatas. Umumnya, kegiatan promosi hanya dilakukan melalui media sosial pribadi seperti WhatsApp yaitu dengan memposting foto biasa di WhatsApp saja, yang jangkauannya masih sempit dan kurang terarah. Selain itu, produksi Batik Tulis Salem juga masih bersifat tidak menentu karena bergantung pada jumlah penjualan setiap bulan, sehingga tidak memiliki target produksi yang tetap. Sebagian besar pengrajin juga masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, yaitu melalui rekomendasi pelanggan yang sudah mengenal produk mereka sebelumnya. Cara ini memang dapat menjaga hubungan personal antara pengrajin dan pembeli, namun dinilai kurang optimal untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat penjualan terhadap Batik Tulis Salem. Biasanya Tingkat penjualan batik sekitar 40-60 lembar per bulan. Namun dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2022–2026), terjadi ketidakseimbangan antara jumlah produksi dan penjualan, di mana rata-rata produksi mencapai sekitar 50-60 lembar per bulan, namun penjualan justru mengalami penurunan menjadi sekitar 30 hingga 20 lembar per bulan. Di sisi lain, sebagian besar pengrajin batik di Kecamatan Salem, khususnya di Desa Bentarsari, merupakan perempuan yang memiliki peranan penting dalam menjaga keberlanjutan ekonomi keluarga serta pengembangan budaya lokal melalui kegiatan industri rumahan (Emas & Nur, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penulis menjadikan Batik Tulis Salem sebagai objek penelitian. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk mengangkat popularitas Batik Tulis Salem agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karen itu, penulis mengambil judul penelitian:

“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI VISUAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS BATIK TULIS SALEM DI KABUPATEN BREBES”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Promosi Batik Tulis Salem masih terbatas pada media sosial pribadi dan dari mulut ke mulut.
2. Belum tersedia media promosi visual yang efektif untuk memperkenalkan keunikan Batik Tulis Salem kepada masyarakat luas.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang media promosi visual yang efektif untuk meningkatkan brand awareness Batik Tulis Salem di Kabupaten Brebes?
2. Bagaimana memvisualisasikan media promosi yang mampu memperkenalkan keunikan Batik Tulis Salem kepada masyarakat luas?

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

Untuk memastikan perancangan lebih terarah dan memiliki fokus yang jelas, penulis telah mengidentifikasi beberapa Batasan lingkup perancangan sebagai berikut:

1. Perancangan berfokus pada Batik Tulis Salem dengan media promosi Katalog Produk sebagai media utama.
2. Media pendukung berupa Kemasan, media sosial Instagram, Totebag, Kartu Panduan, Stiker, X banner, Poster.
3. Segmentasi di targetkan pada pria dan wanita yang berusia 30 – 55 tahun di wilayah Kabupaten Brebes. Target ini memiliki karakter yang matang, menghargai nilai budaya, dan memiliki daya beli yang stabil. Gaya visual yang digunakan bersifat elegan, sederhana, dan informatif dengan warna natural serta tipografi yang mudah dibaca.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Merancang media promosi visual yang mampu menampilkan keunikan Batik Tulis Salem agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2. Menghasilkan media promosi visual berupa katalog Batik Tulis Salem untuk meningkatkan brand awareness.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

   Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah wawasan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam perancangan media promosi.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Penulis

      Penelitian ini merupakan pengalaman sekaligus menambah wawasan dalam merancang media promosi.

   b. Bagi Pengusaha dan Pengrajin Batik

      Sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk, memperluas pasar, dan meningkatkan brand awareness batik tulis salem.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang
1.2 Identifikasi Masalah
1.3 Rumusan Masalah
1.4 Batasan Lingkup Perancangan
1.5 Tujuan Perancangan
1.6 Manfaat Perancangan
1.7 Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORETIS

2.1 Kajian Teori dan Studi Literatur
2.2 Tinjauan Perancangan Terdahulu
2.3 Skema Penggunaan Teori

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Metode Perancangan
3.2 Objek Perancangan dan Analisis Data

3.3 Konsep Kreatif
3.4 Konsep Visual
3.5 Konsep Media
3.6 Program Kreatif

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengolahan Ide
4.2 Eksekusi Visual
4.3 Penerapan pada Media
4.4 Tahapan Setelah Perancangan

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan
5.2 Saran