

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang Masalah

Solo merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki banyak objek wisata. Kota Solo memang merupakan salah satu tempat wisata belanja kain batik terkenal di Indonesia. Di sini banyak sekali terdapat sentra kain batik, yang tersohor antara lain kawasan Kampung Batik Laweyan dan kawasan Kampung Batik Kauman. Kedua kawasan ini dikelola secara baik oleh Pemerintah Kota dan pelaku usaha batik.

Laweyan merupakan kawasan sentra industri batik yang sudah ada sejak zaman kerajaan Pajang tahun 1546 M. Karya seni tradisional batik terus ditekuni masyarakat Laweyan sampai sekarang. Suasana kegiatan membatik di Laweyan tempo dulu banyak didominasi oleh keberadaan para juragan batik sebagai pemilik usaha batik. Sebagai langkah strategis untuk melestarikan seni batik, dalam era kekinian kampung Laweyan di desain sebagai kampung batik terpadu dengan memanfaatkan lahan seluas kurang lebih 24 Ha yang terdiri dari 3 blok. Konsep pengembangan terpadu dimaksudkan untuk memunculkan nuansa batik dominan yang secara langsung akan mengantarkan para pengunjung pada keindahan seni batik. Diantara ratusan motif batik yang dapat ditemukan dikampung batik Laweyan, jarik dengan motif Tirta Tejo dan Truntun merupakan ciri khas utama batik Laweyan. Spray dan garmen dengan motif warna abstrak adalah seni batik pendukung yang melengkapi koleksi batik Laweyan. Kampung batik Laweyan juga dilengkapi dengan fasilitas untuk memberikan pendidikan dan pelatihan untuk belajar membatik tanpa batasan jumlah orang yang belajar dan asih bersifat sosial. Pengelolaan kampung batik Laweyan diorientasikan untuk menciptakan suasana wisata dengan konsep rumahku adalah galeriku. Artinya rumah memiliki fungsi ganda sebagai showroom sekaligus rumah produksi. Keroncong, karawitan dan rebana merupakan jenis kesenian tradisional yang banyak ditemukan di masyarakat Laweyan, makam Kyai Ageng Anis (tokoh yang menurunkan raja-raja Mataram), bekas rumah Kyai Ageng Anis dan Sutowijoyo (Panembahan Senopati), bekas pasar Laweyan, bekas Bandar Kabanaran, makam Jayengrana (Prajurit Untung Suropati), Langgar Merdeka, Langgar Makmoer dan rumah H. Samanhudi pendiri Serikat Dagang Islam. Laweyan juga terkenal dengan bentuk bangunan khususnya arsitektur rumah para juragan batik yang dipengaruhi arsitektur tradisional Jawa, Eropa, cina dan Islam. Bangunan-bangunan

tersebut dilengkapi dengan pagar tinggi atau "beteng" yang menyebabkan terbentuknya gang-gang sempit spesifik seperti kawasan Town Space. Kelengkapan khasanah seni dan budaya Kampung Batik Laweyan tersebut menjadi sebab tingginya frekuensi kunjungan wisatawan dari dinas dan institusi pendidikan, swasta, mancanegara (Jepang, Amerika Serikat dan Belanda).

Batik merupakan hasil karya seni tradisional yang banyak ditekuni masyarakat Laweyan. Sejak abad ke-19 kampung ini sudah dikenal sebagai kampung batik. Itulah sebabnya kampung Laweyan pernah dikenal sebagai kampung juragan batik yang mencapai kejayaannya di era tahun 70-an. Menurut Alpha yang juga pengelola Batik Mahkota, di kawasan Laweyan banyak terdapat perkampungan yang penduduknya banyak menjadi produsen batik dan pedagang batik sejak dulu sampai sekarang. Di sinilah tempat berdirinya Syarekat Dagang Islam, sebuah asosiasi dagang pertama yang didirikan oleh para produsen dan pedagang batik pribumi, yang dipimpin oleh KH.Samanhudi, pada tahun 1912. Kalau kita berkeliling di kawasan Laweyan, terdapat banyak lorong-lorong sempit yang hanya cukup dilalui oleh sepeda motor saja. Lorong tersebut diapit oleh pagar tembok yang tingginya 3 sampai 5 meter. Ternyata dibalik tembok tersebut terdapat rumah-rumah mewah dengan arsitektur yang menawan, bekas kejayaan para pedagang batik pribumi tempo dulu. Menelusuri lorong-lorong sempit disini merupakan keasyikan tersendiri bagi kaum turis. Kita seolah-olah berjalan di antara monumen sejarah kejayaan para pedagang batik tempo dulu.

Banyak juga rumah-rumah bekas saudagar batik yang kini difungsikan sebagai hotel atau losmen dengan tetap mempertahankan arsitekturnya aslinya. Sejak Laweyan dicanangkan sebagai kampung wisata batik, banyak rumah yang membuka diri dengan memajang dan menjual batik untuk para turis. Jenis batik yang ditawarkan bermacam-macam mulai dari batik tulis, batik cap, pakaian jadi, blus, baju tidur, kebaya sampai sarung bantal.

Kampoeng batik Laweyan ini mempunyai banyak sekali sejarah yang sangat menarik untuk didokumentasikan. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini saya ingin membuat suatu buku yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk berwisata ke kampoeng batik Laweyan dan mengkoleksi buku tentang kampoeng batik Laweyan di Solo.

## **1.2. Rumusan Masalah**

- Bagaimana merancang sebuah komunikasi visual yang tepat dan efektif supaya mampu menunjang peningkatan *awareness* masyarakat dan menarik minat untuk mengunjungi perkampungan batik Laweyan.
- Bagaimana merancang sebuah buku yang dapat dijadikan media untuk promosi sekaligus memberikan identitas untuk perkampungan batik Laweyan dan menggugah minat pembaca untuk mengunjungi tempat yang dibahas dalam buku.
- Bagaimana membuat buku yang menarik luar dan dalamnya tentang kampoeng batik Laweyan di Solo.

## **1.3. Tujuan Perancangan**

- Merancang buku dan aplikasinya pada media yang tepat dan efektif untuk promosi kampoeng batik Laweyan di Solo.
- Merancang sebuah komunikasi visual yang tepat dan efektif supaya mampu menunjang peningkatan *awareness* masyarakat dan menarik minat untuk berkunjung ke kampoeng batik Laweyan di Solo.
- Merancang buku yang menarik luar dan dalamnya agar masyarakat mau membeli buku dan berkunjung ke kampoeng batik Laweyan di Solo.

## **1.4. Batasan Masalah**

- Obyek perancangan ini adalah Perancangan buku Kampoeng Batik Laweyan di Solo.
- *Target audience* dari perancangan ini pada umumnya adalah masyarakat dari berbagai kalangan sosial ekonomi, baik laki-laki maupun perempuan, berumur 17-50 tahun, dan para pencinta wisata pada khususnya.
- Lokasi survei dilakukan di Solo dan sekitarnya.
- Waktu survei dan perancangan pada bulan Februari-Maret 2009

## **1.5. Manfaat Perancangan**

- Bagi mahasiswa adalah mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra mendapatkan informasi dan mendapatkan ilmu pengetahuan untuk perancangan setiap tugas

di bidang promosi. Dan dapat mengetahui tentang bagaimana dapat membuat buku yang efektif.

- Bagi Universitas Kristen Petra adalah teori yang ada selama kuliah dapat diterapkan secara praktek ke dalam masyarakat.
- Bagi masyarakat agar lebih mengenal dunia wisata di Indonesia khususnya Solo yang terkenal dengan batiknya.
- Bagi masyarakat agar mengenal dan mengerti tentang latar belakang sejarah dari kampoeng batik di Laweyan Solo.
- Bagi masyarakat agar lebih mengenal dan melestarikan hasil dari Bangsa Indonesia sendiri yaitu batik.
- Bagi masyarakat agar lebih menggugah minat baca tentang kebudayaan Indonesia.

## **1.6. Metodologi Perancangan**

### **1.6.1. Metode Mengumpulkan Data**

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.

#### **1.6.1.1. Data Primer**

##### **a. Metode Wawancara**

Metode wawancara termasuk salah satu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi secara langsung.

##### **b. Kuisisioner**

Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kertas kuisisioner yang berisi daftar pertanyaan seputar fakta, pendapat atau sikap, informasi dan persepsi diri yang diberikan kepada *audience*. Metode ini digunakan dengan harapan memperoleh tujuan yang relevan dengan tujuan survei, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin.

### 1.6.1.2. Data Sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan termasuk majalah jurnal.

#### a. Metode Kepustakaan

Metode ini adalah cara dengan mengkaji informasi melalui media-media cetak seperti koran, buku, majalah, jurnal. Ini termasuk teknik observasi dengan tidak langsung.

#### b. Internet

Metode ini dilakukan dengan penelitian terhadap data yang ada lewat jaringan internet. Data tersebut biasanya berupa artikel atau komentar-komentar seseorang.

#### c. Metode Dokumentasi Data

Metode Dokumentasi data dalam hal ini yang dimaksudkan adalah dengan penelitian historis dokumenter yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen dengan mengali, memotret, meniru, dan sejenisnya. Dokumentasi ini berupa buku, gambar, foto, arsip, film.

## 1.6.2. Metode Analisis

### 1.6.2.1. Analisis Kualitatif

Metode yang digunakan bersifat deskriptif, maksudnya meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran mengenai fakta-fakta sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki.

### 1.6.2.2. SWOT analisis (*Strength, Weakness, Opportunities and Threats*)

(*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang untuk peningkatan (*Opportunity*) dan ancamannya (*Threat*). Dari analisis tersebut maka dapat diketahui posisi kita ada dimana dan bagaimana cara mengatasi permasalahan yang ada dalam analisis kita.

### 1.6.2.3. USP (*Unique Selling Promotion*)

Teknik ini menganalisa keunikan daerah wisata yang kemudian diangkat untuk menjadi nilai lebih dibandingkan dengan daerah wisata lainnya.

## 1.7. Definisi Operasional

- Batik  
suatu seni Indonesia yang menggunakan tehnik untuk tekstil dan memakai motif-motif khas Indonesia dan warna-warna khas.
- Laweyan  
Suatu daerah perkampungan di kota Solo yang jaman dahulu kala dijadikan gudang benang dan sekarang telah menjadi perkampungan wisata batik.
- Buku sebagai media promosi.

### 1.7.1. Tinjauan Teoritis

#### ▪ Promosi

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran terdiri dari *product, price, place, promotion* (4P). 4P menggambarkan pandangan penjual tentang alat-alat pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pembeli. Dari sudut pandang pembeli, masing-masing alat pemasaran harus dirancang untuk memberikan suatu manfaat bagi pelanggan. Pasar sasaran adalah sasaran pasar yang dituju dengan ditentukan dan dipilih oleh produsen sesuai dengan konsep pasar. Konsumen sasaran adalah pasar sasaran ditambah faktor-faktor disekitarnya untuk mempengaruhi pasar sasaran untuk mengambil keputusan.

### 1.7.2. Konsep Perancangan

Buku akan dibuat dengan konsep perancangan berdasarkan pengambilan data dari media cetak, responden (kuisisioner), artikel, buku-buku referensi, serta media lainnya.

Data-data tersebut diolah menjadi suatu intisari/kesimpulan, lalu pesan tersebut disampaikan dengan menggunakan pendekatan visual melalui media – media yang ditemukan saat mencari *point of contact* dari *target audience*.

Profil *target audience* yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- Segi Demografis

*Target audience* dari perancangan ini pada umumnya adalah masyarakat dari berbagai kalangan sosial ekonomi, baik laki-laki maupun perempuan, berumur 17-50 tahun, dan para pencinta wisata pada khususnya.

- Segi Geografis

*Target audience* yang berdomisili di Indonesia dan sekitarnya.

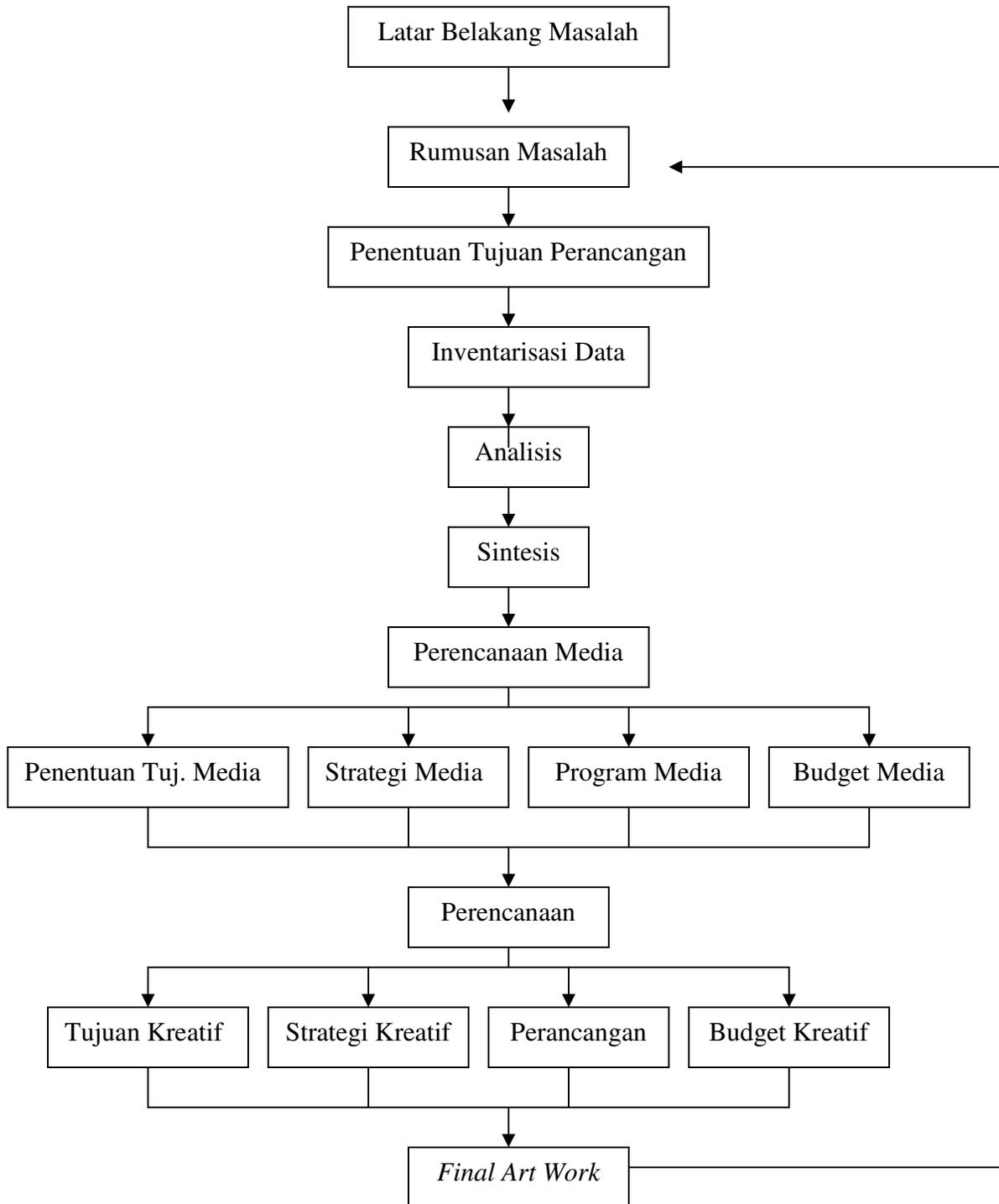
- Segi Psikografis

*Target audience* yang dimaksudkan disini adalah *audience*, mengikuti perkembangan wisata, menyukai kerajinan tangan, aktif, dinamis, suka membaca, teliti, suka terhadap detail, tidak cepat bosan dalam mengikuti sesuatu.

- Segi Behavioral

*Target audience* yang suka beraktivitas, menyukai dunia wisata, menyukai seni, suka membaca, menyukai hal baru.

### 1.8. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan