

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik adalah salah satu ciri khas budaya Indonesia yang perlu dipertahankan keberadaannya. Batik Indonesia sangat beragam dan setiap daerah pasti memiliki motif batik yang berbeda dan keunikannya tersendiri. Seperti yang terdapat pada motif batik mangrove yang tidak dapat disamakan dengan motif batik yang terdapat di daerah lain. Batik mangrove merupakan seni budaya yang lahir dari kearifan lokal masyarakat Kutawaru di Cilacap. Batik Mangrove memiliki motif yang berbeda dengan motif batik dari daerah lain karena bertemakan flora dan fauna yang ada di Kutawaru. Ide tersebut didapatkan oleh Titing Budiaarti, selaku pendiri UMKM Leksana Batik Jaya.

Leksana Batik Jaya merupakan UMKM yang memproduksi dan mengembangkan batik mangrove, lokasinya di Desa Jojog, Kelurahan Kutawaru, Cilacap. Motif dari batik mangrove ini merupakan representasi dari flora dan fauna yang ada di Kutawaru sehingga motifnya berbeda dengan daerah lain. Hal ini dikarenakan oleh letak geografis yang berbeda, daerah Kutawaru dikelilingi oleh sungai dan lautan. Maka dari itu, banyak tanaman seperti mangrove, kelapa, kayu putih dan tumbuhan lainnya di sekitar Kutawaru. Faktor inilah yang membuat motif batik mangrove tidak serupa dengan motif batik lainnya [1].

Motif batik mangrove merupakan representasi keindahan dan kekayaan alam yang diterjemahkan dengan apik oleh pengrajin batik di Kutawaru, lalu diwujudkan ke dalam motif batik yang menjadi andalan Leksana Batik Jaya. Setiap motif pada batik mangrove mempunyai filosofi yang mendalam, misalnya seperti pesan agar warga lebih peduli dengan lingkungan sekitar. Batik mangrove masuk ke dalam kategori motif batik kontemporer, karena motif batik mangrove kebanyakan terinspirasi dari flora dan fauna. Hal ini memotivasi Leksana Batik Jaya untuk menciptakan motif batik yang unik dan berbeda, serta memiliki jangkauan pasar yang luas. Namun sayang, Leksana Batik Jaya mempunyai permasalahan dengan kemasannya. Desain kemasan terlihat kurang menarik,

informasi serta identitas produknya juga sangat kurang. Untuk promosi, selama ini Leksana Batik Jaya melakukan promosi dengan cara mengikuti pameran, *event*, kegiatan dari dinas dan memanfaatkan jaringan yang dimiliki oleh sang pemilik. Dan pada bulan-bulan tertentu Leksana Batik Jaya mengadakan diskon besar-besaran. Selain itu, Leksana Batik Jaya juga memanfaatkan media sosial untuk promosi, yaitu *Facebook* dan *Instagram*. Akan tetapi, Leksana Batik Jaya masih tidak begitu dikenal oleh masyarakat Cilacap. Padahal Leksana Batik Jaya memproduksi batik-batik yang beragam dan berkualitas.

Saat ini, desain kemasan sudah berkembang pesat dengan berbagai macam bentuk yang dapat ditemui dimana-mana. Namun, masih banyak produsen yang minim pengetahuan tentang pemasaran dan menganggap sepele peran kemasan. Desain kemasan sangat berperan penting dalam menarik perhatian konsumen dan berfungsi sebagai media komunikasi. Dan untuk mempengaruhi tindakan konsumen, desain kemasan harus memiliki daya tarik visual [2].

Kemasan adalah salah satu faktor yang menciptakan *image* yang ingin ditampilkan oleh suatu produk. Desain kemasan menggabungkan bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi, dan elemen desain dengan informasi produk untuk membuat produk dapat dijual. Fungsi kemasan adalah untuk membungkus, melindungi, mengirimkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan produk dalam pemasaran [3].

Leksana Batik Jaya memerlukan desain kemasan yang menarik agar menciptakan daya jual dan memberikan respon positif konsumen terhadap produk tersebut. Tujuan dari perancangan ini adalah ingin melestarikan batik mangrove sekaligus menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kekayaan batik yang beragam melalui desain kemasan dengan ilustrasi motif batik mangrove, sehingga para wisatawan maupun masyarakat dapat mengingat dan mengenal batik mangrove sebagai cinderмата khas dari Cilacap melalui kemasan yang dibuat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1 Bagaimanakah merancang desain kemasan untuk produk Leksana Batik Jaya Cilacap dengan menggunakan ilustrasi motif batik mangrove?
- 1.2.2 Bagaimanakah perancangan media pendukung untuk produk Leksana Batik Jaya Cilacap dengan menggunakan ilustrasi motif batik mangrove?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Merancang desain kemasan untuk produk Leksana Batik Jaya Cilacap dengan menggunakan ilustrasi motif batik mangrove.
- 1.3.2 Merancang media pendukung untuk produk Leksana Batik Jaya Cilacap dengan menggunakan ilustrasi motif batik mangrove

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Merancang sebuah kemasan untuk produk Leksana Batik Jaya Cilacap dengan menggunakan ilustrasi motif Batik Mangrove.
- 1.4.2 Media pendukung untuk perancangan ini adalah brosur, poster, x-banner, lanyard, notebook, totebag, hang tag, wrapping paper, dan sticker.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.5.1 Bagi peneliti
Menambah pengalaman dan pembelajaran dalam hal merancang kemasan, serta bentuk penerapan dari hasil studi selama perkuliahan.
- 1.5.2 Bagi Leksana Batik Jaya
 - 1.5.2.1 Meningkatkan *brand image* dengan cara menggunakan motif batik mangrove karena ingin menonjolkan ciri khas batik Kutawaru sebagai cinderamata, sehingga mempermudah seseorang yang

melihat mengenal dan mengingat bahwa produk tersebut dari Leksana Batik Jaya.

1.5.2.2 Meningkatkan *brand positioning* untuk menonjolkan persepsi tentang Batik Mangrove yang ada di Leksana Batik Jaya di mata konsumen sebagai toko yang menjual batik khas Kutawaru, Cilacap yang cukup lengkap dengan berbagai macam jenis, serta harga yang terjangkau, dan berkualitas baik.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Agar masyarakat semakin mengenal dan mengingat Leksana Batik Jaya, sehingga masyarakat tertarik membeli produk dari Leksana Batik Jaya.