

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki keunikan dalam seni yang telah diakui dan menjadi kebanggaan bangsa Indonesia di mata dunia, batik tersebar di berbagai pulau di Indonesia dengan berbagai macam ciri khas dan karakteristik, baik dari segi bentuk maupun motif. Salah satu kerajinan batik yang terdapat di Sumatera Barat yaitu batik tanah liak. Bila dilihat dari bahan pewarnaan yang digunakan dan cara pembuatan, teknologi pembuatan batik Tanah liak ini merupakan teknologi tertua dalam pembuatan batik di Indonesia. Diduga batik ini muncul dari pengaruh budaya Cina. Menurut Elliott (2004:22) menerangkan bahwa: “Teknik rintang warna menggunakan material-material alami seperti lilin, beras dan umbi-umbian yang dilumutkan, bahkan lumpur yang di bubuhkan pada selembar kain dilumutkan dimanamana, sejak sebelum masehi di Mesir pada masa dinasti Tang abad ke-8 di Cina, bahkan di Afrika, India dan Jepang hingga saat ini”.

Usaha Batik Tanah Liak *Hj. Wirda Hanim* adalah salah satu industri batik Tanah Liak yang terletak di Kota Padang. Batik tanah liak ini berlokasi di Jalan Sawahan Dalam No.33 Padang Timur. Bisnis ini telah beroperasi sejak tahun 1995 dan telah memperluas jangkauannya dengan membuka beberapa cabang di Sumatera Barat dan Jakarta. Batik Tanah Liak merupakan batik khas Sumatera Barat. Cara pembuatan batik Tanah Liak

hampir sama dengan batik biasa, namun terdapat perbedaan dalam proses pengerjaan dan motif yang digunakan. Proses pembuatan batik tanah liat meliputi pencelupan kain dengan tanah liat untuk menjaga warna alami tanah liat (E. H. Putri & Midawati, 2020)

Produk yang dihasilkan oleh Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim meliputi berbagai macam yaitu kemeja batik tulis, sarung selendang motif kuno, sarung selendang motif gelamai, kemeja lengan pendek, kemeja lengan panjang dan tas Bundo Kandung. Dalam perjalanan 10 tahun menghasilkan produk melalui kesulitan menemukan pengajar yang sesuai, beliau mengkaji seorang pengajar dan mulai eksperimen dengan bahan kimia, Batik Tanah Liek berhasil diciptakan dan dipatenkan. Produk awal dinamakan "Citra Monalisa," tetapi setelah beberapa tahun eksperimen, Hj. Wirda Hanim mendapat Batik Tanah Liek yang sesuai dengan contoh. Produk ini kini menjadi warisan khas Sumatera Barat, dipajang di show room. Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim terus menjadi bagian dari warisan budaya Indonesia yang dihargai hingga kini.

Batik Tanah Liek yang dikelola oleh Hj. Wirda Hanim, telah melakukan kegiatan promosi iklan.guna mengatasi persaingan pasar.bebrapa diantaranya yaitu postingan di media sosial berupa Instagram, Facebook maupun Website.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara media promosi usaha Batik Tanah Liek Hj.Wirda Hanim belum sepenuhnya efektif salah satunya adalah adalah video promosi yang belum ada, Batik Tanah Liek Hj.Wirda Hanim sudah memiliki media sosial, tetapi kurang dalam memanfaatkan

fitur-fitur yang sudah ada seperti iklan berbayar dll. Dengan adanya video promosi yang tepat di harapkan usaha Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim dapat menarik minat *audience* dan mampu bersaing di pasaran. Tantangan promosi yang dihadapi oleh Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim mencakup kurang optimalnya penggunaan media sosial dan belum adanya video promosi yang dapat menarik minat audiens. Meskipun usaha ini sudah menggunakan platform seperti Instagram dan Facebook, mereka belum sepenuhnya memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia, seperti iklan berbayar, untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan menambahkan rincian lebih lanjut tentang ketertarikan audiens internasional terhadap produk ini, khususnya dari negara-negara seperti Malaysia dan Jepang, strategi promosi Batik Tanah Liek bisa lebih efektif dalam meningkatkan eksposur dan bersaing di pasar global.

Dalam perancangan video promosi berfungsi sebagai meningkatkan kesadaran *audience*, membangun citra UMKM, menarik *audience* yang lebih banyak. Selain itu video promosi juga bertujuan sebagai penetrasi pasar baru, meningkatkan penjualan, penguatan identitas merek dan sebagai media yang menginformasikan produk kepada pelanggan. Dengan alasan itulah yang melatar belakangi penulis untuk mengangkat judul “Perancangan Video Promosi Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim”

B. Identifikasi Masalah

1. Usaha Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim kurang menarik dan bervariasi dalam memperkenalkan produk.
2. Promosi yang kurang dalam UMKM batik tanah liek adalah video promosi yang belum ada.
3. Persaingan pasar yang ketat dapat membuat konsumen beralih kepenjual atau pasar yang lain.
4. Batik Tanah Liek Tidak secara aktif memasarkan produknya pada aplikasi *e-commerce*.
5. Tidak memanfaatkan fitur-fitur media sosial yang sudah ada.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah difokuskan pada kurangnya strategi pemasaran yang terukur dan eksposur yang optimal melalui video promosi untuk memperkenalkan, mempertahankan, dan mempromosikan Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim sebagai warisan budaya Indonesia.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana UMKM yang memproduksi Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim khas Sumatera Barat dapat meningkatkan minat *audience*?
2. Bagaimana UMKM yang menghasilkan Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim dapat meningkatkan strategi pemasaran melalui video promosi untuk memperkuat eksposur dan mempertahankan eksistensi serta keaslian batik tradisional Sumatera Barat?

E. Tujuan Perancangan

1. Dengan perancangan video promosi diharapkan dapat meningkatkan pemasaran serta menarik minat dan menjangkau *audience* yang lebih banyak
2. Untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif melalui media promosi guna meningkatkan eksposur, pemahaman pasar, dan kesadaran akan keunikan serta keaslian batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim, sehingga dapat memperkuat eksistensi dan daya saingnya.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat
 - a. Perancangan ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat akan kekayaan budaya Indonesia, terutama terkait batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim sebagai bagian dari warisan budaya.
 - b. Melalui promosi yang lebih baik, perancangan ini dapat meningkatkan minat masyarakat dalam membeli produk batik Tanah Liek, memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal dan mendukung pertumbuhan UMKM di Sumatera Barat.
2. Bagi pemilik Usaha Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim
 - a. Menggambarkan proses pembuatan batik melalui video dapat memberikan pelanggan potensi pengalaman yang lebih dekat dengan produk Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim

- b. Video promosi dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap brand atau usaha Batik Tanah Liek Hj. Wirda Hanim. Dengan menampilkan produk-produk unik dan proses pembuatan batik, dapat membuat *audience* lebih mengenal dan mengingat produk.
- c. Diharapkan dapat meningkatkan penjualan terhadap perusahaan terutama pada produk batik tanah liek.

3. Bagi Perancang

- a. Proses perancangan ini akan menghasilkan data dan informasi yang berharga mengenai strategi pemasaran, perilaku konsumen, serta respon pasar terhadap promosi batik Tanah Liek.
- b. Hasil dari perancangan ini dapat memberikan sumbangan penting dalam kajian tentang bagaimana kebudayaan lokal dapat dipertahankan dan dipromosikan secara efektif, menggali wawasan tentang pentingnya warisan budaya dalam konteks pasar global.
- c. Dari analisis data yang diperoleh, peneliti dapat mengusulkan inovasi dan pengembangan lebih lanjut dalam strategi pemasaran yang dapat diterapkan tidak hanya untuk batik Tanah Liek, tetapi juga untuk warisan budaya lainnya.

4. Bagi Universitas

- a. Penelitian yang dilakukan oleh universitas dalam mendukung perancangan ini akan memperkuat reputasi akademiknya sebagai

lembaga yang peduli terhadap pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi lokal.

- b. Melalui penelitian dan pengembangan strategi pemasaran, universitas dapat membangun kerjasama yang lebih erat dengan UMKM di bidang batik, menciptakan lingkungan kolaboratif yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.