BAB II
BATIK BASUREK SEBAGAI IDENTITAS BENGKULU

2.1. Kain Batik Basurek Bengkulu

Kain Basurek merupakan salah satu bentuk batik hasil kerajinan tradisional daerah Bengkulu yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Dengan kata lain, kain Basurek merupakan batik tradisional daerah Bengkulu yang artinya kain yang mempunyai surat atau tulisan.

Surat atau tulisan yang di maksud terdiri atas berbagai macam ragam hiasan (ornament), baik yang berupa tulisan huruf Arab (kaligrafi) maupun bermacam ragam hiasan. Selain itu dapat juga berupa berbagai bentuk motif lainnya, seperti tumbuh – tumbuhan (flora) dan binatang (fauna), anyam – anyaman, serta ukir – ukiran.

Motif dasar kain besurek merupakan motif peninggalan para nenek moyang yang sampai saat ini belum diketahui asalnya, ada yang mengatakan bahwa motif kain Basurek ini dulunya sangat sakral di karenakan huruf arabnya yang bisa terbaca dan menandakan hubungan manusia dengan Tuhan. Berdasarkan sejarah perkembangannya hingga saat ini, motif dasar tersebut sudah banyak mengalami perubahan. Perubahan tersebut mengikuti arus perubahan generasi yang sekaligus membawa perubahan budaya baru. Akhirnya lahirlah jenis-jenis motif yang lebih bervariatif seperti saat ini.

2.2. Jenis Motif Kain Batik Basurek

Pada zaman dahulu kain Basurek hanya dipakai khusus untuk upacara dan ritual saja sesuai dengan jenis motif yang ada. Dengan demikian, kain Basurek tidak dapat dipakai di sembarang tempat yang

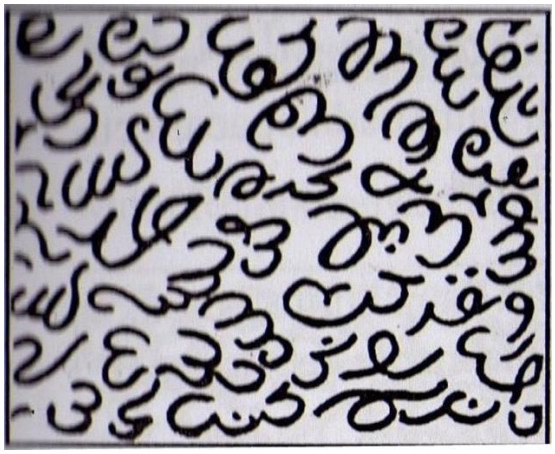
di karenakan batik Basurek lebih memiliki fungsi filosofis sebagai hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, motif dasar yang berupa kaligrafi, pohon hayat, dan lain – lain tersebut dapat digunakan untuk berbagai keperluan.

2.2.1. Motif Dasar

1. Motif Kaligrafi

   Motif ini merupakan cirri khas kain basurek, artinya motif ini selalu di ikutkan dalam semua motif kain basurek, karena motif ini merupakan ciri khas motif.

   Dahulu hanya dipakai pada rangkaian upacara pernikahan oleh raja penghulu dan apit pengantin dengan warna biru.

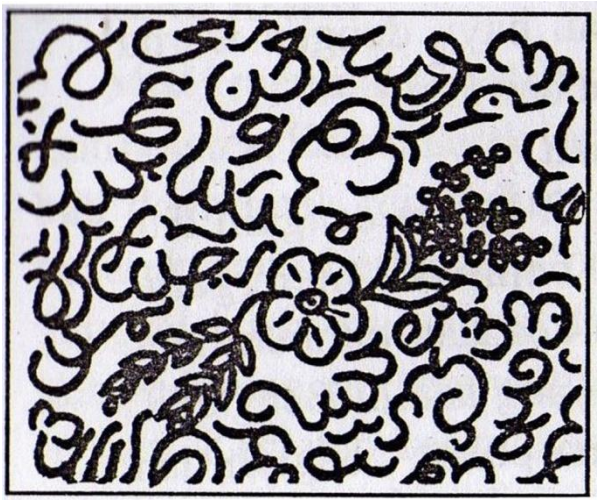


Gambar 2.1 Motif Kaligrafi

2. Motif Pohon Hayat

   Motif ini menggambarkan keadaan tumbuhan yang ada di propinsi Bengkulu. Misalnya bunga Raflesia, teratai, anggrek dan lain – lain.

Pada mulanya di gunakan pada upacara pernikahan, sebagai hiasan bilik pengantin, dengan warna biru.



Gambar 2.2 Motif Pohon Hayat

3. Motif Bunga Melati dan Kaligrafi

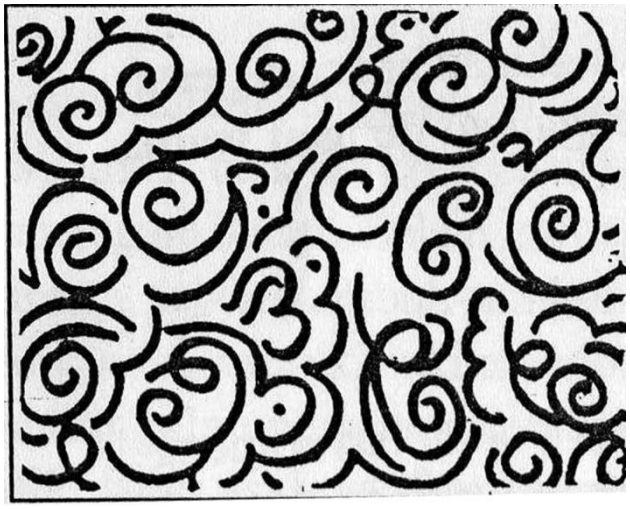
   Motif bunga melati menggambarkan keadaan tumbuh – tumbuhan dan tulisan arab. Sering di gunakan untuk upacara adat cukuran bayi, dengan warna merah kecoklatan, sebagi sampiran atau hiasan.



Gambar 2.3 Motif Bunga Melati dan Kaligrafi

4. Motif Relung Paku Perpaduan Burung

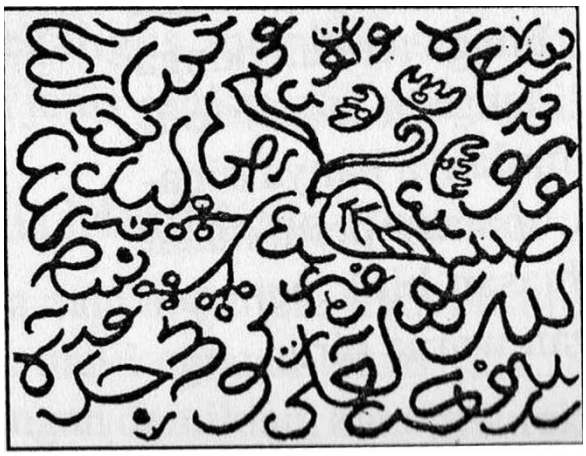
   Menggambarkan keadaan tumbuh – tumbuhan dan keadaan binatang. Sering di gunakan untuk upacara adat cukuran bayi, dengan warna cokelat dan krem.



Gambar 2.4 Motif Relung Paku Perpaduan Burung

5. Motif Bunga Cengkih dan Bunga Cempaka

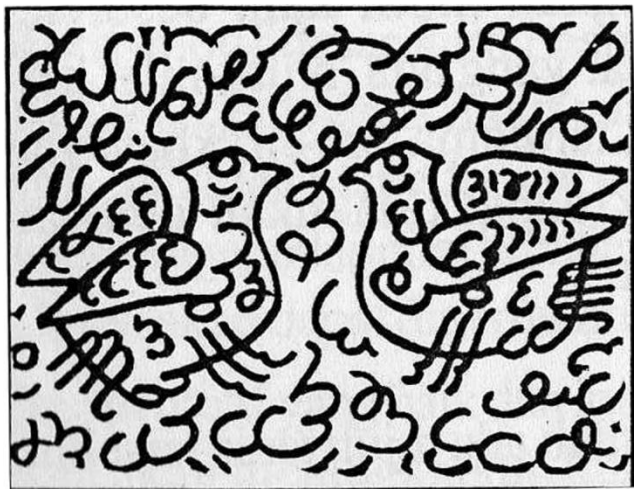
   Motif bunga cengkih dan bunga cempaka menggambarkan keadaan tumbuh-tumbuhan yang ada di Bengkulu, terutama pohon cengkih dan bunga cempaka. Motif itu digunakan pada rangkaian pernikahan, yaitu acara berdabung atau mengikir gigi.



Gambar 2.5 Motif Bunga Cengkih dan Bunga Cempaka

6. Motif Burung Kuau dan Kaligrafi

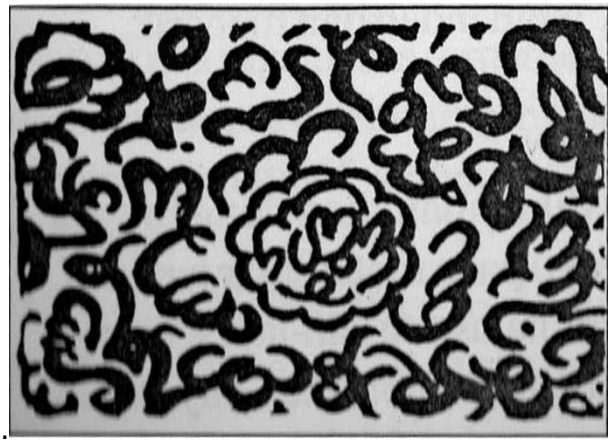
   Motif burung kuau dan kaligrafi menggambarkan keadaan binatang dan tulisan Arab. Jenis motif ini pada waktu dahulu digunakan pada upacara pernikahan, yaitu pada acara ziarah kubur, dengan warna biru.



Gambar 2.6 Motif Burung Kuau dan Kaligrafi

7. Motif Rembulan dan Kaligrafi

   Motif rembulan dan kaligrafi menggambarkan bahwa segala sesuatu yang ada di dunia ini merupakan ciptaan Tuhan Yang Maha Esa. Motif ini dipakai pada rangkaian pernikahan, yaitu pada acara siraman (mandi), dengan warna merah.



Gambar 2.7 Motif Rembulan dan Kaligrafi

2.2.2. Motif Kreasi

Motif merupakan salah satu faktor yang menentukan kualitas kain besurek. Kain besurek yang mempunyai motif indah akan menambah daya tarik tersendiri. Untuk mendapatkan jenis-jenis kain besurek yang berkualitas perlu pengembangan jenis-jenis motif yang telah ada, yaitu motif dasar kain Basurek. Motif dasar merupakan pedoman pengembangan untuk mendapatkan jenis - jenis motif baru. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam mengembangakan motif dasar tersebut dinamakan pengembangan motif. Adapun motif yang dihasilkan disebut motif kreasi (pengembangan).

Dalam membuat atau mengembangkan motif kain Basurek, hendaklah berpedoman pada motif dasar yang ada. Nilai – nilai keaslian kain basurek perlu di pertahankan, terutama ciri – ciri khasnya. Selain itu Motif kreasi juga merupakan revolusi dari batik Basurek yang membuat arti makna filosofis batik Basurek menjadi hilang karena menggabungkan motif – motif dasar dengan motif baru. Hal inilah yang membuat kebanggaan masyarakat Bengkulu sedikit menurun terhadap batik Basurek.

Pengembangan motif kain Basurek dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain sebagai berikut:

a. Perpaduan Motif Dasar

   Motif dasar kain Basurek yang jumlahnya ada tujuh jenis tersebut dapat saling di kombinasikan. misalnya, perpaduan motif pohon hayat dengan motif kaligrafi dan lain – lain.

   Dalam memadukan motif dasar ini, penempatan motif – motif yang ada perlu diatur sebaik – baiknya agar lebih indah dan menarik.

b. Memberi Ragam Hias pada Motif Dasar

   Motif dasar kain Basurek dapat dikembangkan dengan cara memberi ragam hias (ornamen) pada motif dasar tersebut. Misalnya, tanda bintik – bintik, garis – garis halus dan lain – lain sehingga lukisan atau gambar motif yang didapat memberikan daya tarik (keindahan). Perkembangan dengan cara ini tidak jauh berbeda dengan cara kombinasi atau perpaduan motif dasar. Penempatan motif dan hiasan – hiasan tambahan lainnya dilakukan sedemikian rupa agar tampak lebih serasi, indah, dan menarik.

c. Memadukan Motif Dasar dengan Ornament / Ragam Hias yang Ada

   Pengembangan motif kain basurek dapat juga dilakukan dengan cara memadukan motif dasar dengan ornamen– ornamen / ragam hias yang ada. Macam / ragam hias itu antara lain, ukir – ukiran, anyaman – anyaman dan berbagai jenis hiasan lainnya. Dengan demikian didapat jenis motif baru yang lebih menarik tanpa kehilangan ciri khasnya motif tradisional daerah Bengkulu.



Gambar 2.8 Contoh Motif Kreasi Satu



Gambar 2.9 Contoh Motif Kreasi Dua

2.3. Analisa SWOT

Analisis SWOT telah lama dikenal di kalangan para ahli manajemen strategik yang banyak dimanfaatkan untuk menganalisis perkembangan usaha. Sedemikian pentingnya hingga hampir tidak ada studi kelayakan usaha yang dapat diterima dengan baik sebelum menyertakan analasis SWOT. Salah satu kelemahan mendasar dari analisis SWOT yang digunakan selama ini adalah ketergantungannya pada usaha yang sejenis yang digunakan sebagai pembanding dan menggunakan skala industri yang berasal dari sumber resmi. Manakal keperluan mendesak sementara data pesaing belum terkumpul dan terpetakan maka analisis SWOT tidak bisa diadakan.

Dalam artikel ini, dicoba suatu kemungkinan bagaimana memanfaatkan analisis SWOT tanpa pembanding atau skala industri dengan tetap tidak menghilangkan substansi kegunaannya akan tetapi menambah sehingga akan melengkapi penggunaan dan memperbesar manfaatnya.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan baik internal maupun eksternal harus dapat dijadikan masukan bagi perusahaan guna menentukan rencana dalam mentusun sistem pamasaran yang relatif berdaya guna dan tepat guna. Model yang hingga kini banyak digunakan untuk menganalisis situasi bagi perencanaan strategis perusahaan adalah analisis SWOT.

Pada dasarnya analisis SWOT haruslah memandingkan kondisi sama yang dihadapi oleh pesaingnya berdasarkan kriteria subjektif atau objektif (skala industri), sebab dengan membandingkan maka perusahaan yang berkepentingan dapat menentukan rencana strategis untuk menghadapi persaingan tersebut. Akan tetapi bila perusahaan yang dimaksud hingga pada saat dilakukan pengkajian

situasi ternyata tidak memiliki data tentang pesaing dan pesaingnya belum terpetakan baik dalam skala industri (kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang yang sama) maupun dari hasil inteligen perusahaan, sedangkan perusahaan mendesak sekali untuk mempersiapkan rencana usaha strategis terutama dari segi pemasaran dan manajemen organisasi, maka dengan menggunakan analisis SWOT yang dimodifikasi sedemikian hingga menjadikan ia dapat digunakan oleh perusahaan tanpa harus mengetahui skala industri atau data inteligen mengenai pesaingnya. Untuk hal ini terdapat beberapa penyesuaian dalam pembentukan model analisis yaitu:

1. Pembobotan tetap menggunakan skala 1 (sangat penting) hingga 0 (tidak penting), akan tetapi penentuan nilai skala untuk masing – masing situasi total berjumlah 1 dengan cara:
   a. Urutkan faktor situasi berdasarkan skala prioritas (SP) (tertinggi nilainya 16 dari 4x4, urutan 2 nilainya 3x4=12 dan terendah nilainya 4 dari 1x4) lalu dikalikan dengan konstanta (K) nilai tertinggi yaitu 4.
   b. Masing – masing nilai situasi tersebut dibagi dengan total nilai SPxK.
2. Peringkat tetap menggunakan skala 1 (rendah) – 4 (tinggi) untuk kekuatan dan peluang, sedangkan skala 4 (rendah) – 1 (tinggi) untuk kelemahan dan ancaman, namun karena tidak ada pembanding, maka nilai skala ditentukan berdasarkan prioritas dari masing – masing situasi (misalnya skala 4 peluang yang paling utama).
3. Nilai tertinggi untuk *Bobot* x *Peringkat* adalah 1 – 2 (kuat) dan terendah adalah 0 – 1 (lemah).

Berdasarkan nilai peringkat dan pembobotan yang kemudian dikalikan akan diperoleh hasil kombinasi antara beberapa situasi sebagai berikut:

1. (Kekuatan, Kesempatan, atau S,O) artinya perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan kesempatan yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk menggunakan peluang sebaik – baiknya.
2. (Kelemahan, Kesempatan, atau W,O) artinya perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan yang selalu muncul dalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
3. (Kekuatan, Ancaman, atau S,T) artinya perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan baik dalam hal manajemen, sistem pemasaran maupun kemampuan finansial untuk mengatasi ancaman.
4. (Kelemahan, Ancaman, atau W,T) artinya perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Pada kampanye teori analisa SWOT ini bisa di gunakan untuk menentukan solusi pemecahan masalah. Data yang di gunakan adalah data hasil survey dan wawancara lapangan, sehingga di dapatkan solusi yang terbaik.

a. Internal

Strength

- Memiliki motif yang khas dari motif batik Jawa, yaitu motif huruf Arab gundul yang di padukan dengan bunga *Raflesia Arnoldi*
- Merupakan batik dari kawasan pulau Sumatra, yang mana biasanya orang hanya tahu batik Jawa saja

- Selalu membawa motif Kaligrafi huruf Arab gundul dan bunga Raflesia di setiap batik Basurek
- Sudah dikenal oleh masyarakat Bengkulu

Weakness

- Kalah pamor dari batik yang berasal dari Jawa
- Tidak mampu memproduksi dalam skala besar
- Sejarah tentang batik Basurek yang kurang
- Bahan baku yang masih di datangkan dari pulau Jawa, di karenakan harga bahan baku pulau Jawa lebih terjangkau

b. Eksternal

Opportunities

- Batik Basurek masih dalam cakupan wilayah Bengkulu
- Memiliki ciri khas motif yang unik dari kebanyakan batik Indonesia, yaitu motif huruf Arab gandul yang di padukan dengan bunga Raflesia
- Mempunyai nilai sejarah yang tinggi sebagai benda seni tradisional Bengkulu
- Karakteristik masyarakat Bengkulu yang sulit menerima budaya luar Bengkulu

Threats

- Kurang adanya loyalitas dan kebanggaan masyarakat Bengkulu terhadap batik Basurek
- Batik luar lebih laku terjual di bandingkan batik Basurek sendiri
- Pesatnya penjualan batik yang berasal dari pulau Jawa
- Masyarakat hanya cenderung mengenal jenis motif batik Jawa yang sudah terkenal sejak dulu

Analisa SWOT

Analisa Streght (Internal)

No	URAIAN	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	(SP x K)	BOBOT
		a	b	c	d
1.	Memiliki motif yang khas dari motif batik Jawa, yaitu motif huruf Arab gundul yang di padukan dengan bunga Raflesia Arnoldi	4	4	16	16/40 : 0.4
2.	Merupakan batik dari kawasan pulau Sumatra, yang mana biasanya orang hanya tau batik Jawa saja	3	4	12	12/40 : 0.3
3.	Selalu membawa motif Kaligrafi huruf Arab gundul dan bunga Raflesia di setiap batik Basurek	2	4	8	8/40 : 0.2
4.	Sudah dikenal oleh masyarakat Bengkulu	1	4	4	4/40 : 0.1
	Total			**40**	1

Sumber : Hasil pengukuran data berdasarkan Hipotesis

Analisa Weakness (Internal)

No	URAIAN	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	(SP x K)	BOBOT
		a	b	c	d
1.	Kalah pamor dari batik yang berasal dari Jawa	4	4	16	16/40 : 0.4
2.	Tidak mampu memproduksi dalam skala besar	2	4	8	8/40 : 0.2
3.	Sejarah tentang Batik Basurek yang kurang	3	4	12	12/40 : 0.3
4.	Bahan baku yang masih di datangkan dari pulau Jawa, dikarenakan harga bahan baku pulau Jawa lebih terjangkau	1	4	4	4/40 : 0.1
	Total			**40**	1

Sumber : Hasil pengukuran data berdasarkan Hipotesis

Analisa Opportunities (Eksternal)

No	URAIAN	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	(SP x K)	BOBOT
		a	b	c	d
1.	Batik Basurek masih dalam cakupan wilayah Bengkulu	4	4	16	16/40 : 0.4
2.	Memiliki ciri khas motif yang unik dari kebanyakan batik Indonesia, yaitu motif huruf Arab gundul	3	4	12	12/40 : 0.3

	yang di padukan dengan bunga Raflesia				
3.	Mempunyai nilai sejarah yang tinggi sebagai benda seni tradisional Bengkulu	2	4	8	8/40 : 0.2
4.	Karakteristik masyarakat Bengkulu yang sulit menerima budaya luar Bengkulu	1	4	4	4/40 : 0.1
	Total			**40**	1

Sumber : Hasil pengukuran data berdasarkan Hipotesis

Analisa Threats (Eksternal)

No	URAIAN	Skala Prioritas (SP)	Konstanta (K)	(SP x K)	BOBOT
		a	b	c	d
1.	Kurang adanya loyalitas dan kebanggaan masyarakat Bengkulu terhadap batik Basurek	4	4	16	16/40 : 0.4
2.	Batik luar lebih laku terjual di bandingkan batik Basurek sendiri	2	4	8	8/40 : 0.2
3.	Pesatnya penjualan batik yang berasal dari pulau Jawa	3	4	12	12/40 : 0.3
4.	Masyarakat hanya cenderung mengenal jenis motif batik Jawa yang sudah terkenal sejak dulu	1	4	4	4/40 : 0.1

	Total			**40**	1

Sumber : Hasil pengukuran data berdasarkan Hipotesis

Tabel IFAS dan EFAS

Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Bobot X Peringkat
Streght (S)			
1. Memiliki motif yang khas dari motif batik Jawa, yaitu motif huruf Arab gundul yang di padukan dengan bunga Raflesia Arnoldi	0.4	4	1.6
2. Merupakan batik dari kawasan pulau Sumatra , yang mana biasanya orang hanya tau batik Jawa saja	0.3	3	0.9
3. Selalu membawa motif Kaligrafi huruf Arab gundul dan bunga Raflesia di setiap batik Basurek	0.2	2	0.4
4. Sudah dikenal oleh masyarakat Bengkulu	0.1	3	0.3
Weakness (W)			
1. Kalah pamor dari batik yang berasal dari Jawa	0.4	4	1.6
2.Tidak mampu memproduksi dalam skala besar	0.2	2	0.4
3. Sejarah tentang Batik Basurek yang kurang	0.3	2	0.6
4. Bahan baku yang masih di datangkan dari pulau Jawa, di karenakan harga bahan baku pulau Jawa lebih terjangkau	0.1	2	0.2

Sumber :Berdasarkan pengukuran data SWOT

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Peringkat	Bobot X Peringkat
Opportunities (O)			
1. Batik Basurek masih dalam cakupan wilayah Bengkulu	0.4	3	1.2
2. Memiliki ciri khas motif yang unik dari kebanyakan batik Indonesia , yaitu motif huruf Arab gandul yang di padukan dengan bunga Raflesia	0.3	3	0.9
3. Mempunyai nilai sejarah yang tinggi sebagai benda seni tradisional Bengkulu	0.2	3	0.6
4. Karakteristik masyarakat Bengkulu yang sulit menerima budaya luar Bengkulu	0.1	2	0.2
Threats (T)			
1. Kurang adanya loyalitas dan kebanggaan masyarakat Bengkulu terhadap batik Basurek	0.4	4	1.6
2. Batik luar lebih laku terjual di bandingkan batik Basurek sendiri	0.2	3	0.6
3. Pesatnya penjualan batik yang berasal dari pulau Jawa	0.3	3	0.9
4. Masyarakat hanya cenderung mengenal jenis motif batik Jawa yang sudah terkenal sejak dulu	0.1	3	0.3

Sumber : Berdasarkan pengukuran data SWOT

IFAS / EFAS	**Streght (S)** 1. Memiliki motif yang khas dari motif batik Jawa, yaitu motif huruf Arab gundul yang di padukan dengan bunga Raflesia Arnoldi 2. Merupakan batik dari kawasan pulau Sumatra , yang mana biasanya orang hanya tau batik Jawa saja 3. Selalu membawa motif Kaligrafi huruf Arab gundul dan bunga Raflesia di setiap batik Basurek 4. Sudah dikenal oleh masyarakat Bengkulu	**Weakness (W)** 1. Kalah pamor dari batik yang berasal dari Jawa 2.Tidak mampu memproduksi dalam skala besar 3. Sejarah tentang Batik Basurek yang kurang 4. Bahan baku yang masih di datangkan dari pulau Jawa, di karenakan harga bahan baku pulau Jawa lebih terjangkau
Opportunities (O) 1. Batik Basurek masih dalam cakupan wilayah Bengkulu 2. Memiliki ciri khas motif yang unik dari kebanyakan batik Indonesia , yaitu motif huruf Arab gandul yang di padukan dengan bunga Raflesia 3. Mempunyai nilai sejarah yang tinggi sebagai benda seni tradisional Bengkulu 4. Karakteristik masyarakat Bengkulu yang sulit menerima budaya luar Bengkulu	**Strategi SO** 1. (1.6 ,1.2) Kuat , Kuat 2. (0.9 , 0.9) Lemah , Lemah 3. (0.4 ,0.6) Lemah , Lemah 4. (0.3 , 0.2) lemah , lemah **Rata - rata : 0.8 , 0,7**	**Strategi WO** 1. (1.6 ,1.2) Kuat , Kuat 2. (0.4 , 0.9) Lemah , Lemah 3. (0.6 , 0.6) Lemah , Lemah 4. (0.2 , 0.2) lemah , lemah **Rata - rata : 0.7 , 0,7**
Threats (T) 1. Kurang adanya loyalitas dan kebanggaan masyarakat Bengkulu terhadap batik Basurek 2. Batik luar lebih laku terjual di bandingkan batik Basurek sendiri 3. Pesatnya penjualan batik yang berasal dari pulau Jawa 4. Masyarakat hanya cenderung mengenal jenis motif batik Jawa yang sudah terkenal sejak dulu	**Strategi ST** 1. (1.6 ,1.6) Kuat , Kuat 2. (0.9 , 0.6) Lemah , Lemah 3. (0.4 ,0.9) Lemah , Lemah 4. (0.3 , 0.3) lemah , lemah **Rata - rata : 0.8 , 0,8**	**Strategi WT** 1. (1.6 ,1.6) Kuat , Kuat 2. (0.4 , 0.6) Lemah , Lemah 3. (0.6 ,0.9) Lemah , Lemah 4. (0.2 , 0.3) lemah , lemah **Rata - rata : 0.7 , 0,8**

Matriks SWOT

Kesimpulan analisa:

Melihat dari hasil tabel matriks SWOT, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

- Batik Basurek merupakan batik yang memiliki ciri khas yang berbeda dari pada batik lainnya, yaitu memiliki motif huruf Arab gundul yang di padukan dengan bunga Raflesia. Hal ini bisa menjadi kekuatan dalam membangun sebuah tindakan, apalagi masih dalam kawasan daerah Bengkulu saja. (Strategi SO)
- Batik Basurek sendiri masih kalah pamor dari batik yang berasal dari daerah Jawa, sehingga di perlukan upaya untuk meningkatkan pamor batik Basurek di kawasan Bengkulu khususnya (Strategi WO)
- Kurangnya Loyalitas dan kebanggaan masyarakat Bengkulu terhadap batik Basurek merupakan ancaman terbesar yang di hadapi batik ini, sehingga perlunya di adakan sebuah tindakan untuk menumbuhkan kembali rasa cinta dan bangga akan batik Basurek yang merupakan batik dari kawasan Bengkulu sendiri. Apalagi batik ini sendiri memiliki ciri khas yang sangat unik dan tidak di miliki oleh kebanyakan batik lainnya. (Strategi ST)
- Kurangnya loyalitas serta kebanggan dan kalah pamor dari batik Jawa merupakan kendala besar yang di hadapi batik Basurek, di saat bersamaan juga penjualan pesat batik jawa menjadi ancaman tersendiri bagi batik Basurek. (Strategi WT)
- Berdasarkan hasil keseluruhan maka di ambil kesimpulan, yaitu diperlukannya suatu tindakan untuk meningkatkan kembali rasa bangga dan loyalitas masyarakat Bengkulu terhadap batik Basurek, dengan meminimalkan ancaman yang datang serta memanfaatkan peluang yang ada sebagai kekuatan tersendiri. Di lihat dari realita dan hasil data tindakan yang dirasa tepat adalah kampanye.

2.4. Khalayak Sasaran

Sasaran dari kampanye ini ditujukan kepada masyarakat kota Bengkulu yang bertujuan untuk memunculkan kembali kecintaan, loyalitas serta kebanggaan masyarakat Bengkulu terhadap batik

Basurek sebagai benda yang mempunyai nilai seni yang tinggi, dengan di lihat dari beberapa segi:

a. Demografis

- Masyarakat, mulai dari anak muda sampai orang dewasa

  - Target Primer: Mahasiswa dan Orang Dewasa (17 tahun – 45 tahun). Di pilih karena pada saat umur segitu masyarakat sangat banyak melakukan tindakan sosial, sehingga proses diharapkan kampanye berjalan lancar.

  - Target Sekunder: Anak – anak dan orang tua (10 – 17 tahun dan +45 tahun). Di pilih sebagai target sekunder di karenakan pada umur segitu tingkah dan pola hidup sulit di pengaruhi. Khusus buat anak umur 10 – 17 tahun, kehidupan mereka lebih bersifat individu dan kelompok serta belum terlalu mengerti akan kehidupan bersosial, sehingga sering mengabaikan tentang kampanye itu sendiri.

- Status Ekonomi Sosial: Menengah ke atas

  Menengah ke atas dipilih karena harga batik yang tidak murah, dan jarang terjangkau oleh tingkat bawah.

b. Geografis

Berdasarkan lokasi yang akan di buat tempat kampanye adalah Bengkulu, terutama di perkotaan.

c. Psikografis

Secara Psikologis adalah masyarakat yang berniat menjaga arti penting batik Basurek sebagai benda seni dan bangga akan benda seni tersebut.