BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Batik memiliki ragam corak dan warna yang terbatas, dan beberapa corak yang hanya boleh dipakai oleh kalangan tertentu. Namun seiring perkembangan zaman menjadikan batik berkembang dan makin beragam. Sehingga sekarang batik memiliki banyak corak yang dihasilkan dari berbagai daerah di Indonesia. setiap daerah memiliki ciri khusus dalam motif atau corak yang dihasilkan. Mulai banyak seniman - seniman batik dan juga rumah batik yang bermunculan.

Salah satunya adalah rumah batik Komar yang berasal dari kota Bandung. Batik Komar selalu berusaha menampilkan desain-desain terbaru hasil penggalian ide-ide yang kreatif. Rumah Batik Komar mempunyai ragam koleksi batik yang unik seperti desain batik tua dan desain batik modern. Dengan proses pewarnaan yang inovatif membuat pruduk batik Rumah Batik Komar mudah diterima di kalangan pecinta batik. Di dalam produksi batiknya, Batik Komar menghasilkan batik bercirikan kontemporer, yaitu suatu batik yang tidak terlihat seperti batik pada umumnya, tetapi masih menggunakan proses pembuatannya sama seperti membuat batik. (Hamidin, 2002, h58). Adanya pusat pelatihan

batik untuk kelas pemula dan kelas profesional yang diajarkan langsung oleh pembatik profesional dari Rumah Batik Komar. “Rumah Batik Komar tidak semata – mata menjual produk, tetapi juga mendidik masyarakat dan mengubah pola pikir masyarakat sekitar untuk bersikap produktif dan tidak bersikap konsumtif” (Komarudin Kudiya, wawancara, 5 April 2011). Rumah Batik Komar selain menjual produk juga menjual jasa pelatihan membuat batik. Paket pelatihan dari yang mendasar sampai profesional dengan materi lengkap, meliputi pengenalan desain, pengenalan pembuatan cap batik, proses pewarnaan serta materi pemasaran batik. Sayangnya kurangnya pengetahuan tentang letak Rumah Batik Komar yang berada di dalam ditengah komplek perumahan dan juga tentang promosi pelatihan batik yang diadakan Rumah Batik Komar tidak tersampaikan ke masyarakat luas . Maka sangat dibutuhkan sebuah tindakan promosi untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Jumlah pengunjung yang datang untuk berlatih mengalami penurunan.

2. Promosi yang dilakukan sampai saat ini hanya lewat promosi dan mulut ke mulut.
3. Banyak yang tidak tahu akan program wisata di Rumah Batik Komar.

1.3 Fokus Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka akan dibatasi oleh program wisata Rumah Batik Komar dikalangan wilayah masyarakat Bandung untuk kalangan remaja umur 17 – 22 tahun.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Membuat promosi yang semenarik mungkin agar Rumah Batik Komar dikenal masyarakat.
2. Membantu meningkatkan jumlah pengunujung yang hadir untuk mempelajari cara membuat batik.
3. Selain itu juga membantu meningkatkan penjualan produksi batik di Rumah Batik Komar.
4. Membudidayakan kebudayaan batik pada generasi penerus bangsa.