BAB II.PEMBAHASAN DAN PENYELESAIAN MASALAH(PERANCANGAN PROMOSI BATIK CIMAHI)

II.1 Ciri Khas Batik Cimahi

Batik Cimahi memiliki keunikan dari motifnya, yaitu motif yang diambil dari beberapa daerah yang menjadi khas nya kota Cimahi, warna yang berani pun menjadi alasan pembeda Batik Cimahi dengan batik daerah lain.

II.2 Sejarah Batik Cimahi

Batik Cimahi pertama kali dirintis oleh pemilik Lembur Batik Cimahi yaitu Ibu Ria Triwanto dan suaminya Bapak Triwanto dan melahirkan lima motif khas Batik Cimahi pertama yang terdiri dari Motif Kujang, Motif Ciawitali, Motif Cireundeu, Motif Curug Cimahi, dan Motif Pusdik.Motif ini masuk untuk semua usia, baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa.



Gambar II.1 Lembur Batik Cimahi

Sumber:
http://www.panoramio.com/photo_explorer#view=photo&position=1&with_photo_id=32698291&order=date_desc&user=4227718

(28 Februari 2010)

Batik Cimahi muncul pada awal bulan Juni Tahun 2009 di Lembur Batik Cimahi sendiri dan berharap kedepannya Batik Cimahi dalam perkembangannya akan terus maju dan dapat menjadi sumber pendapatan kota Cimahi.Batik Cimahi ini sendiri dipakai dalam acara-acara pernikahan,seragam sekolah, dan seragam kerja.Pemerintah sendiri tidak memberikan bantuan langsung dalam bentuk biaya kepada lembur Batik Cimahi untuk meningkatkan promosi batik Cimahi, namun pemerintah sering mengadakan pameran batik untuk meningkatkan kelestarian dari Batik Cimahi itu sendiri.

Batik Cimahi ini sendiri diproduksi langsung di Lembur Batik Cimahi, dan sudah didistribusikan ke luar kota bahkan mancanegara, untuk di luar kota sendiri batik Cimahi sudah sampai ke Jakarta, Karawang, Makasar, Kalimantan,dan Papua, sedangkan untuk mancanegara Batik Cimahi sudah sampai ke Hongkong, Thailand dan Singapura, sedangkan untuk promosi nya sendiri Batik Cimahi mempunyai website yang dapat dijangkau oleh semua orang di dunia yaitu http://www/lemburbatik-cantingart.com, hampir semua motif Batik Cimahi digemari di dalam negri maupun di luar negri, namun dalam distribusinya motif kujang lah yang paling diminati untuk dibeli.

Batik Cimahi memiliki keunikan dari motif dan warna nya yang berani, dan beberapa Batik Cimahi yang dalam teknis pewarnaannya dibuat dari pewarna alam yaitu kopi, sangat disayangkan sekali apabila masyarakat kota Cimahi yang masih belum mengenal akan batik daerahnya ini,batik ini memiliki keunikan yang membedakan dengan batik daerah lain,mengapa masyarakat Cimahi perlu ikut serta tertarik dan melestarikan batik Cimahi dikarenakan Batik Cimahi jika berkembang dan maju dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pendapatan negara.Teknis pembuatan Batik Cimahi ini sendiri yaitu ada dua cara yakni dengan menggunakan cap,dan batik tulis.Batik Cimahi ini dijual mulai dari harga per bahan yang belum jadi Rp.75.000,00 sampai Rp.85.000,00, sedangkan untuk baju yang sudah jadi kisaran harganya adalah Rp.170.00,00 sampai Rp.800.000,00, dan harga ini disesuaikan dengan bahan dan kerumitan motif yang dibuat, sedangkan dari coraknya sendiri batik Cimahi disesuaikan dari ciri khas kota Cimahi itu sendiri, motif Ciawitali dengan mengambil batang bambu sebagai coraknya, motif Cireundeu dengan mengambil daun singkong sebagai coraknya,

motif Curug Cimahi dengan mengambil air terjun sebagai coraknya, motif Kujang dengan mengambil Kujang yaitu jenis senjata tradisional provinsi Jawa Barat sebagai coraknya, dan yang terakhir adalah motif Pusdik, dengan mengambil, pistol, granat menjadikan ciri khas Cimahi sebagai kota Hijau menjadi pilihan coraknya.

II.3 Motif Batik Cimahi

II.3.1 Motif Batik Cireundeu



Gambar II.2 Motif batik Cireundeu

Sumber:Dokumentasi Pribadi

Tema motif ini mewakili kampung Cireundeu,yaitu suatu perkampungan kecil di Cimahi Selatan yang dimana para penduduknya menjadikan sampeu menjadikan makanan pokok daerahnya, menjadikan daun sampeu atau singkong ini sebagai motif batik Cimahi, motif ini berwarna merah dan kuning.Kampung Cireundeu terletak diperbatasan kota Cimahi dengan Kabupaten Bandung Barat tepatnya dengan Kecamatan Batujajar.Jarak dari kampung Cireundeu ke Kelurahan Leuwigajah kurang lebih 3 Km dan 4 Km ke kecamatan serta 6 Km ke kota atau Pemerintah Kota Cimahi,.Kampung Cireundeu dikelilingi oleh gunung Gajah Langu dan Gunung Jambul disebelah Utara, gunung Puncak Salam di sebelah Timur, Gunung Cimenteng di sebelah Selatan serta Pasir Panji, TPA dan Gunung Kunci disebelah Barat.

II.3.2 Motif Batik Ciawitali



Gambar II.3 Motif batik Ciawitali

Sumber:Dokumentasi Pribadi

Motif ini dipilih dikarenakan kampung Ciawitali menjadikan daya tarik khas dari kota Cimahi.Ciawitali merupakan perkampungan di daerah Cimahi tengah yang banyak ditumbuhi tanaman bambu,tanaman bambu inilah yang dijadikan motif pada batik, warna batik ini adalah kuning keemasan dan dipadukan dengan warna coklat,terdapat motif bambu dan daun pada batik ini, letak geografis kampung Ciawitali ini sebelah utara berbatasan dengan Jl.Encep Kartawira, sebelah barat berbatasan dengan Jl.Kolonel Masturi, sebelah timur berbatasan dengan Cihanjuang, sedangan di sebelah Selatan berbatasan langsung dengan Jl.Raya Cimahi.

II.3.3 Motif Kujang



Gambar II.4 Motif batik Kujang

Sumber:Dokumentasi Pribadi

Kujang merupakan salah satu senjata khas dari daerah Jawa Barat.Kujang bisa disebut juga sebagai sejenis arit atau sabit namun memiliki bentuk yang berbeda, arit atau sabit lebih dikenal dengan sebutan celurit,sehingga tidak ada bahasa internasional yang cocok untuk menggambarkan arti senjata tradisional ini.

Asal muasal istilah Kujang berasal dari kata “Kudhiyang” diambil dari bahasa Sunda Kuno yang memiliki pengertian senjata yang mempunyai kekuatan gaib saktidipergunakan sebagai jimat atau penolak bala misalnya untuk menghalau musuh atau menghindari bahaya penyakit.

Motif ini dipilih sebagai salah satu motif Batik Cimahi, corak kujang sendiri diambil dikarenakan kujang adalah senjata tradisional khas daerah Jawa Barat. Motif ini memiliki warna orange, kuning, dan coklat tua, dipadukan dengan gambar kujang pada motif tersebut.

II.3.4 Motif Curug Cimahi



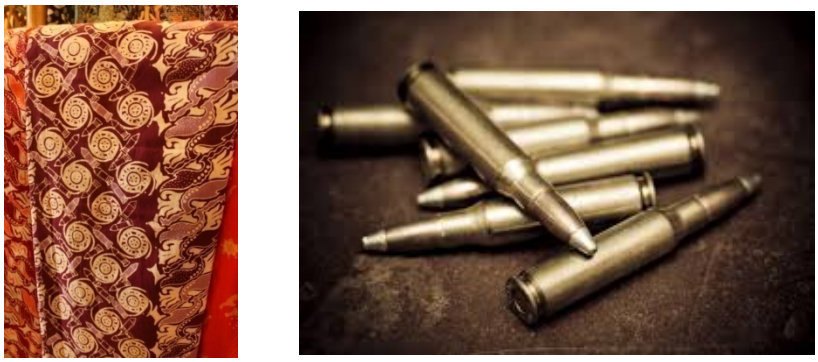
Gambar II.5 Motif batik Curug Cimahi

Sumber:Dokumentasi Pribadi

Motif ini dijadikan salah satu motif batik cimahi yang diambil dari tempat wisata air terjun yang letaknya di kota Cimahi.Letak Geografis curug Cimahi itu sendiri ,sebelah utara berbatasan dengan Jl.Kolonel Masturi,sebelah selatan berbatasan dengan Universitas Advent Indonesia, sebelah Barat berbatasan dengan Jl.Kolonel Masturi dan sebelah Timur berbatasan dengan Jl.Kolonel

Masturi.Corak batik ini mengikuti alur dari air terjun di curug tersebut, memiliki warna, coklat, kuning dan hitam pada motif nya.

II.3.5 Motif Pusdik



Gambar II.6 Motif batik Pusdik

Sumber:Dokumentasi Pribadi

Cimahi dikenal sebagai kota hijau,ini terbukti dengan adanya beberapa tempat pelatihan militer yang ada disana,tempat pelatihan pertama yaitu Pusat pendidikan artileri medan(Pusdik Armed) di Jl.Baros tepat berhadapan dengan akses keluar tol Baros, pusat pendidikan ini mengedepankan kepiawaian siswa untuk lebih mengenal medan pertempuran dan penggunaan senjata sebagai barisan pendukung para infanteri yang ada di barisan depan,yang kedua yaitu Pusat pendidikan perhubungan(Pusdik Hub) bertempat di Jl.Gatot Subroto Cimahi menjadikan tempat elatihan dan telekomunikasi militer, yang ketiga yaitu Pusat pendidikan perbekalan dan angkutan(pusdik bekang), yang keempat yaitu Pusat pendidikan jasmani(pusdikjas) bertempat di Jl HMS Mintareja yang merupakan tempat pendidikan fisik bagi siswa-siswa militer, yang kelima yaitu Pusat pendidikan peralatan(pusdikpal), yang bertempat di Jl.Poncol Selatan, pusat pendidikan ini memfokuskan siswa-siswanya tentang peralatan militer yang ada di berbagai daerah, yang terakhir yaitu Pusat pendidikan polisi militer(pusdikpom) bertempat di Jl HMS Mintareja, instansi militer ini memiliki tugas menggembleng para siswa kepolisian militer.Jadi secara keseluruhan disimpulkan bahwa Cimahi

memiliki keunikan dilihat dari pusat pendidikan militer nya, ini menjadikan pusdik sebagai salah satu motif khas Batik Cimahi.

Motif ini dipilih sebagai salah satu tema batik khas Cimahi, karena Cimahi sering dijuluki sebagai kota hijau,yang sebagian besar daerahnya ditempati oleh militer.Batik ini memiliki corak yang erat kaitannya dengan militer, seperti granat, peluru, meriam, dll.Warna motif ini lebih dominan berwarna coklat dan dihiasi berbagai macam peralatan militer seperti peluru, geranat dan meriam.

II.4 Pengelolaan Batik Cimahi

Pembuatan Batik Cimahi tidak jauh berbeda dengan batik lain pada umum nya, peralatan dan bahan yang digunakan pun tidak jauh berbeda, namun ada beberapa batik yang dibuat dengan pewarnaan alami dengan menggunakan biji kopi.Motif Batik Cimahi banyak digemari oleh konsumen,namun motif Cireundeu lah yang cenderung lebih diminati dikarenakan motif ini memiliki banyak perpaduan dan warna yang beragam.Batik Cimahi banyak didistribusikan ke luar kota seperti daerah Jakarta, Karawang, Makasar, Kalimantan, dan Papua, sedangkan untuk mancanegara Batik Cimahi sudah sampai ke Hongkong, Thailand dan Singapura.Kebanyakan orang yang membeli Batik Cimahi adalah Ibu-ibu rumah tangga dan bapak-bapak kalangan menengah keatas yang berusia antara 40 sampai 50 tahun, oleh karena itu peneliti memilih target promosi untuk Batik Cimahi ini adalah orang dewasa yaitu keluarga muda yang berumur 25 sampai 30 tahun.karena menurut hasil riset merekalah yang cocok untuk diberikan pengenalan mengenai Batik Cimahi.

II.5 Target Audience

II.5.1 Menetapkan berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis.

1.Demografis:

- Jenis Kelamin : Pria, wanita, dan anak-anak, dipilih dikarenakan target audience merupakan kelompok keluarga.
- Umur : 25-30tahun, penulis membatasi usia antara 25-30tahun dikarenakan para pengunjung lembur batik adalah mereka

yang lebih cenderung berusia diatas 30 tahun, dan untuk usia anak sendiri penulis membatasi dari usia mulai dari 5 tahun dikarenakan pada usia tersebut anak sudah bisa mengenal dan menggunakan batik Cimahi dari baju yang sudah disediakan di lembur Batik sendiri.

- Target :Keluarga
- Pekerjaan :Karyawan dan karyawati perusahaan swasta dan instansi pemerintah.
- Gedget :Menggunakan smartphone, android, laptop, tablet
- Status Sosial :Golongan menengah keatas.
- Wilayah :Seluruh wilayah Cimahi.

2.Geografis:

- Mencakup seluruh wilayah Cimahi yang bertujuan untuk memperkenalkan Batik Cimahi ke seluruh masyarakat Cimahi.

3.Psikografis:

- Cenderung menyukai hal yang simpel, tidak menetap pada suatu produk, tampil gaya merupakan suatu kebutuhan yang sangat pokok, serta membeli pakaian dengan kualitas yang baik dan mempunyai brand, berfikir sederhana, memiliki tempat nongkrong di cafe dan restaurant, bahasa yang mereka gunakan lebih mudah untuk dipahami.

II.6 Penyajian pengolahan data

Pada bagian ini akan dilakukan pengolahan data yang akan digunakan untuk mengetahui apakah masyarakat masyarakat Cimahi tahu akan batik daerahnya serta kesadaran masyarakatnya itu sendiri untuk melestarikannya.

Pengumpulan data yang diperoleh dilakukan dengan menyebarkan kuisoner kepada 30 responden yaitu karyawan dan karyawati. Perhitungan

persentase skor dan jawaban dilakukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

Pemeberian bobot skor untuk masing-masing jawaban :

Penghitungan persentase jawaban :

$$\text{Jawaban}(\%) = \frac{x}{y} * 100$$

Keterangan :

x adalah Jumlah responden yang memilih suatu jawaban tertentu (SS,S,R,TS,STS)

y adalah Jumlah kuisoner yang dianalisa

Sedangkan untuk penghitungan persentase realisasinya pada setiap pertanyaan dilakukan dengan cara proporsional, artinya dengan melihat kesesuaian responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Jawaban yang sesuai dan mendukung pertanyaan tersebut dijumlahkan dengan hasil realisasinya.

II.6.1 Kuisioner masuknya batik daerah lain ke Cimahi

No	Pertanyaan	Hasil	Bobot	Persentase%
1	Apakah batik daerah lain menjadi pemicu kurangnya kesadaranakan batik Cimahi	5	SS	16.67
		15	S	50.00
		5	R	20.0
		3	TS	8.34
		2	STS	6.67
Total		30		100.0

Tabel II.1Tabel responden faktor batik daerah lain

II.6.1 Kuisioner kurangnya sosialisasi pemerintah kepada masyarakat

No	Pertanyaan	Hasil	Bobot	Persentase%
1	Apakah kurangnya sosialisasi dari pemerintah dapat menjadi kendala kurangnya kesadaran masyarakat akan batik Cimahi	5	SS	16.67
		10	S	33.34
		6	R	20.00
		7	TS	23.34
		2	STS	6.67
Total		30		100.0

Tabel II.2Tabel responden kurangnya sosialisasi pemerintah kepada msayarakat

Kesimpulan dari hasil kuisioner membuktikan bahwa masih kurangnya pengenalan masyarakat akan batik Cimahi, oleh karena itu penulis memilih promosi sebagai solusi untuk menyelesaikan masalahnya.

II.7 Teori tentang promosi menurut para ahli

Menurut Sutojo (1998), bahwa tujuan promosi yang merupakan efek dari komunikasi yang dapat diklasifikasikan adalah sebagai berikut:

1. Menumbuhkan persepsi kosumen terhadap suatu kebutuhan.
2. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen.
3. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk.
4. Membujuk konsumen untuk membeli suatu produk.
5. Menyeimbangkan kelemahan unsur bauran pemasaran.
6. Menanamkan citra produk dan perusahaan kepada konsumen.

Berdasarkan tujuan dari promosi tersebut, maka kegiatan promosi itu dilakukan untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya serta memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut.

Menurut Kartajaya (2001), pelaksanaan promosi yang efektif akan dapat memberikan keuntungan-keuntungan kepada perusahaan. Diantara keuntungan-keuntungan dari pelaksanaan promosi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Promosi menciptakan suara bagi perusahaan yang bersangkutan di pasar,sehingga konsumen dapat mengetahuinya secara langsung.
2. Promosi membantu sebuah perusahaan memperbesar penjualan produknya pada pasar-pasar yang ada.
3. Promosi membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk-produk baru kepada konsumen.
4. Promosi membantu pendistribusian produk-produknya diantara para anggota saluran pemasaran.
5. Promosi membantu menciptakan preferensi merek untuk produk-produk yang bermerek.
6. Promosi membantu penciptaan citra perusahaan yang baik.