

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Batik merupakan karya seni bangsa Indonesia yang telah ada semenjak zaman kerajaan Majapahit dan terus ada hingga sampai saat ini (Salma & Eskak dikutip dari Siregar, Raya, Nugroho, Indana, Yoga Prasada, Andiani, Simbolon, dan Kinasih, 2020). Berdasarkan data yang diambil dari *katadata.co.id* pada tahun 2018-2021 provinsi D.I Yogyakarta memiliki usaha batik yang terdaftar dengan jumlah usaha kecil-menengah berjumlah 128 unit usaha dan usaha batik besar-sedang berjumlah 12 unit usaha. Berdasarkan data dari *dataindonesi.id*, Kementerian Perindustrian mencatat ekspor batik Indonesia mencapai 2.117 ton dengan nilai US\$ 35,46 juta pada tahun 2021. Jumlah ini meningkat dari tahun lalu dimana tahun lalu Kementerian Perindustrian mencatat ekspor batik sebanyak 1.745 ton dengan nilai US\$28,01 juta.

Salah satu UMKM yang menjual batik adalah Batik Tulis Giri Indah. Batik Tulis Giri Indah merupakan sebuah UMKM yang berdiri sejak tahun 2009 atas dasar pemikiran bersama untuk membangun dan mengembangkan usaha batik. Usaha batik ini didirikan oleh ibu Rusni Iskandar bersama suami dan anaknya dengan sejumlah anggota pengrajin batik sekitar 20 orang. Batik Tulis Giri Indah memproduksi batik tulis warna alami dengan berbagai motif tradisional hingga modern sebagai produk unggulan mereka. Untuk lokasi dari UMKM ini sendiri berada di Desa Wisata Batik Giri Loyo tepatnya di Jalan Giriloyo Rt.5 Karang Kulon, Wakirsari, Kecamatan. Imogiri, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam melakukan penjualannya pemilik Batik Tulis Giri Indah mengalami kendala dalam mempromosikan batik yang dijualnya kepada pembeli mancanegara yang datang mengunjungi toko batiknya, hal tersebut dapat menghalangi penjualan batik tulis yang dibuat oleh Batik Tulis Giri Indah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis memutuskan untuk memproduksi media promosi untuk membantu permasalahan yang dialami oleh Batik Tulis Giri Indah. Dalam pemilihan media promosi harus sesuai dengan kebutuhan dan fungsi dalam promosi produk atau jasa, hal ini dikarenakan setiap media promosi memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing baik itu dari segi *visual* maupun audio. Informasi yang disampaikan harus diterima dengan baik oleh target penerima informasi. Banyak ragam media promosi yang dapat digunakan, salah satunya adalah media cetak. Media cetak yang penulis gunakan untuk produksi media promosi ini adalah buku katalog.

Dengan membuat sebuah media promosi berbentuk buku katalog produk batik secara fisik dan digital yang didalamnya terdapat informasi mengenai produk batik tulis yang sering dibeli oleh pembeli dengan format 2 bahasa, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Dibuatnya buku katalog tersebut bertujuan untuk membantu pemilik Batik Tulis Giri Indah dalam memberikan gambaran dan informasi dan filosofi mengenai jenis produk batik tulis yang dijual kepada konsumen yang datang secara langsung maupun batik konsumen yang membeli secara online.

Di sini peran dari desainer grafis dibutuhkan, dimana keahlian desainer grafis untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens secara *visual* melalui media yang digunakan tersebut. Dengan menggunakan desain kita mampu menyampaikan informasi atau pesan menarik perhatian audiens melalui media foto, video, ilustrasi, foto, animasi, dan media *visual* lainnya. Semakin kreatif dan menarik *visual* yang ditampilkan, maka akan semakin banyak orang yang melihat apa yang ditampilkan. Untuk bisa melakukan tugas tersebut, desainer grafis harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu untuk membuat suatu desain. Terutama desain yang sesuai dengan media promosi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, desainer grafis dituntut untuk membuat desain promosi yang mudah untuk dimengerti namun tetap menarik perhatian dari audiens.

Dalam pembuatan desain tersebut perlunya konsep desain dan ide desain yang kreatif dan matang.

1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran desainer dalam pembuatan buku katalog filosofi batik Giri Indah yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai filosofi batik dan jenis batik kepada pelanggan, terutama pelanggan luar negeri?

1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran desainer grafis dalam pembuatan buku katalog dan filosofi batik Giri Indah.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Teoritis

Menambahkan referensi terkait penelitian dengan objek penelitian karya desain *visual* dan memberikan pemahaman tentang peran desainer grafis dalam pembuatan karya buku katalog dan filosofi batik Giri Indah.

1.4.2. Manfaat Praktis

Karya buku katalog dan filosofi Batik Tulis Giri Indah merupakan bagian dari media promosi untuk mengembangkan penjualan batik. Oleh karena itu, hasil penelitian ini penulis harapkan bisa menjadi referensi untuk para desainer grafis lainnya dalam memecahkan masalah yang serupa.