

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Eksistensi Batik Tulis Madura masih belum terlihat di luar pulau Madura, Batik Tulis Madura masih belum mendapat banyak perhatian dari masyarakat luar Madura, banyak yang belum mengenal Batik Tulis Madura. Hal ini disebabkan oleh minimnya informasi yang didapatkan mengenai Batik tulis Madura serta kurangnya promosi yang dilakukan melalui media sosial untuk memperkenalkan keindahan Batik Tulis Madura.

Batik Tulis Madura sendiri memiliki eksklusivitas yang tinggi, karena proses pembuatan Batik Tulis Madura masih dilakukan secara manual mulai dari mordanting atau pencucian kain, membuat desain batik, mencanting, hingga proses pewarnaan semuanya masih dilakukan secara manual, selain itu warna batik tulis Madura memiliki ciri khas warna mencolok yang dimana membutuhkan banyak warna terang dan waktu peredaman yang lebih lama, hal ini juga yang menyebabkan Batik Tulis Madura memiliki harga yang cukup mahal sehingga menjadi barang eksklusif yang hanya menjangkau kalangan menengah ke atas (Daniswari Dini, 2023).

Batik yang merupakan warisan budaya Indonesia yang sudah diakui oleh UNESCO sebagai warisan tak benda sejak tahun 2009 (author, 2022) adalah salah satu ciri khas yang harus tetap kita lestarikan. Beberapa upaya telah dilakukan untuk tetap melestarikan batik salah satunya dengan membiasakan menggunakan batik dalam kehidupan sehari-hari.

Saat ini batik tidak hanya menjadi busana formal yang hanya digunakan untuk acara formal saja tetapi batik kini juga digunakan untuk acara non formal dan juga batik sudah sering digunakan dalam sehari-hari. Contohnya pada saat konser kpop SMTOWN SMCU yang digelar di Gelora Bung Karno (GBK) pada tanggal 23 September 2023 terlihat para

penonton menggunakan batik sebagai dresscode mereka untuk menonton konser kpop(Afifa Laila, 2023).

Media sosial tiktok #batikoutifchallenge menjadi salah satu upaya *gen-z* untuk tetap melestarikan batik dan memperlihatkan bahwa batik bisa digunakan dengan berbagai macam *look* agar tidak terlihat kuno. Kurang lebih ada 37,8 ribu postingan di media sosial tiktok yang memuat video *challenge* tersebut. Dengan adanya *trend* tersebut dengan tanpa sengaja mereka sudah memperkenalkan batik sebagai identitas Indonesia pada masyarakat luas bahkan kepada dunia.

Untuk merayakan hari Batik Nasional yang jatuh pada tanggal 2 Oktober Kementerian BUMN berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengadakan *event* Istana Berbatik dalam event ini menampilkan parade Batik di Istana negara yang sebagian batiknya merupakan koleksi Batik UMKM(Nursyamsi Muhammad & Amanda Gita, 2023).

Industri kreatif di bidang batik masih berskala mikro, berdasarkan data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementrian Perindustrian ada sekitar 3.159 unit usaha batik di Indonesia, 208 unit berskala besar-sedang dan ada 2.951 berskala micro-kecil menengah (Ahdiat Adi, 2022). Dengan adanya galeri batik juga menjadi salah satu langkah untuk tetap melestarikan Batik Indonesia serta menyediakan wadah untuk para pengrajin batik untuk menyalurkan hasil karyanya. Di Madura terdapat salah satu rumah batik yang ikut andil dalam melestarikan batik tulis utamanya Batik Tulis Madura. Seperti galeri batik Jokotole, Marlina, Nusa Indah

Galeri batik Jokotole merupakan galeri batik yang dimana arsitektur bangunanya bernuansa budaya Madura, pada galeri batik Jokotole tidak hanya menjual kain batik tulis Madura saja tetapi juga menjual tas yang bercorak batik, kerudung dengan desain batik, dan sarung batik. Toko batik Marlina merupakan toko batik yang tidak hanya menjual kain batik tulis saja namun juga menyediakan batik cetak atau batik printing yang tersedia dalam bentuk kemeja dan blouse selain itu di

toko batik Marlana juga menjual tas dengan corak batik. Toko oleh-oleh Nusa Indah merupakan salah satu pusat oleh-oleh yang ada di Kabupaten Bangkalan, pada toko oleh-oleh Nusa Indah tidak hanya berfokus untuk menjual batik Madura saja melainkan menjual semua aneka oleh-oleh khas Madura.

Tresna Art merupakan galeri batik yang sudah berdiri sejak tahun 2005 merupakan galeri Batik Tulis Madura yang berada di Kabupaten Bangkalan. Tresna Art menyediakan batik tulis dari seluruh Kabupaten yang ada di Pulau Madura, tidak hanya itu di Tresna Art Bangkalan juga menyediakan kerajinan khas Madura.

Perbedaan Tresna Art dengan rumah Batik lainnya terletak pada keunikan arsitektunya yang merupakan rumah khas Madura yang bisa dirasakan sejak pertama kali masuk dengan disambut gapura yang bercorak batik pada bagian depan gang Tresna Art, selain itu para penunjang juga mendapat pengalaman menyenangkan saat berkunjung langsung ke galeri Tresna Art seperti mendapat *welcome drink* berupa minuman khas Madura yaitu *pokak*, pengetahuan dari owner Tresna Art terhadap budaya Madura juga menjadi nilai plus yang dimiliki Tresna Art sehingga pada saat kita berkunjung ke galeri Tresna Art tidak hanya melakukan aktivitas jual beli saja namun juga dapat belajar tentang budaya Madura.

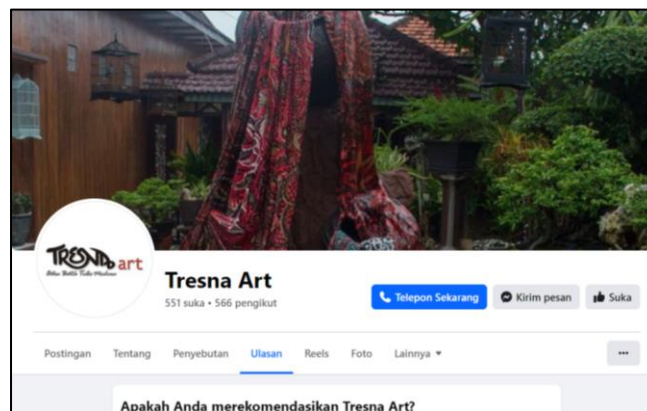
Keberadaan Tresna Art Bangkalan telah diakui secara Nasional oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Tresna Art juga pernah mendapatkan penghargaan sebagai “Perusahaan yang Memproduksi dan Memperdagangkan Batik Tulis secara Konsisten” pada tahun 2013.(Art Tresna, n.d.)

Tresna Art yang terletak di Kabupaten Bangkalan bisa menjadi pusat rumah Batik Tulis Madura karna letak geografis Kabupaten Bangkalan sebagai pintu gerbang Pulau Madura, sehingga kehadiran Tresna Art bisa membantu para wisatawan yang ingin mengenal atau mempelajari Batik Tulis Madura dari Kabupaten Bangkalan hingga Kabupaten Sumenep tanpa harus datang ke tempatnya langsung.



Gambar 1. 1 Arsitektur Bangunan Tresna Art
Sumber : Website resmi Tresna Art

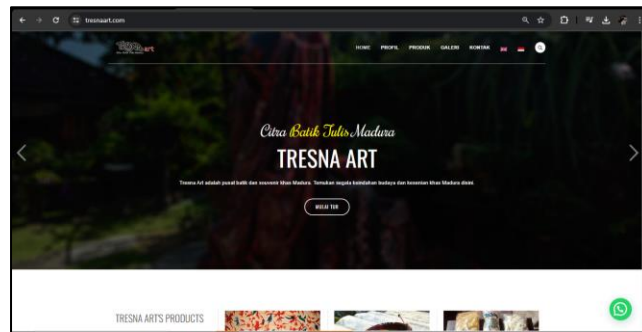
Melalui media sosial Tresna Art mulai memperkenalkan diri serta memperkenalkan koleksi Batik yang dimiliki kepada masyarakat luas, beberapa media sosial yang Tresna Art gunakan untuk media promosi yaitu facebook, website, dan instagram, akun facebook bernama Tresna art dengan followers 556 followers dan 551 like pada media sosial facebook Tresna Art terdapat ulasan-ulasan dari pengunjung yang telah berkunjung langsung ke galeri Tresna Art sehingga dapat menjadi gambaran kepada calon pengunjung yang akan datang ke galeri Tresna Art.



Gambar 1. 2 Akun Facebook Tresna Art
Sumber : Facebook Tresna Art

Website resmi Tresna Art bernama Tresna Art berisi tentang profil Tresna Art, produk yang Tresna Art jual, dokumentasi mengenai para pengunjung yang pernah datang ke galeri Tresna Art, serta dokumentasi suasana didalam galeri Tresna Art itu sendiri, pada website resmi Tresna art juga terdapat informasi kontak Tresna Art yang dapat dihubungi beserta media sosial dari Tresna Art, selain itu website resmi dari Tresna

Art juga terdapat 2 pilihan bahasa yaitu bahasa inggris sehingga dapat menjangkau *audiens* lebih luas.



Gambar 1. 3 Tampilan depan website Tresna Art
Sumber : Website resmi Tresna Art

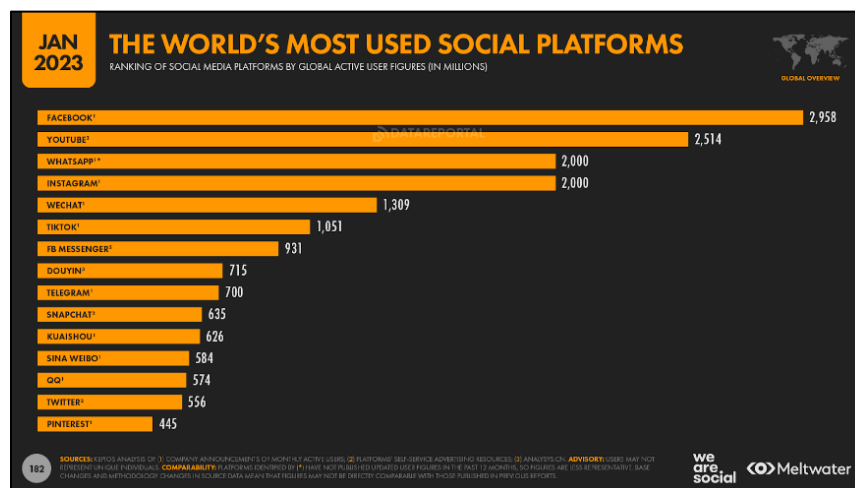
Akun instagram bernama @tresenaArt Tresna Art membagikan potret koleksi batik yang dimiliki, kebanyakan berupa batik yang sudah di oleh menjadi kemeja dan blouse. Penataan *feed* instagram yang rapi membuat akun instagram dari Tresna Art menjadi lebih menarik untuk dilihat. Dengan strategi komunikasi pemasaran yang tepat Tresna Art dapat memberikan informasi kepada para konsumen serta dapat menarik para konsumen untuk meningkatkan pendapatan.

Media sosial adalah sebuah *platform* digital yang dimana para penggunanya dapat membuat, membagikan, serta menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Media sosial juga menjadi *platform* paling cepat untuk menyebarkan sebuah informasi. Media sosial merupakan perkembangan dari teknologi yang berbasis internet yang kehadirannya memberikan banyak manfaat bagi semua orang (Dewa & Safitri, 2021).

Keberadaan media sosial sangat memudahkan bagi semua orang untuk berkomunikasi dengan banyak orang tanpa terhalang ruang dan waktu dengan kemudahan yang ada di media sosial, membuat media sosial menjadi media promosi yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi yang diharapkan dapat menarik para konsumen selain itu di media sosial sebuah perusahaan dapat membangun citra perusahaan yang dimana hal ini dapat mempengaruhi para konsumen untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Kecepatan media sosial juga bisa menjadi *boomerang* untuk sebuah perusahaan yang dimana hal ini akan menjadikan perusahaan tersebut dapat kehilangan kepercayaan para konsumen. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah Instagram.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *we are social* instagram menduduki posisi ketiga, media sosial yang paling sering digunakan di posisi pertama ada facebook dengan 2.958 juta pengguna, di posisi kedua ada youtube dengan 2.514 juta pengguna, dengan jumlah yang sama Whatsapp dan Instagram menduduki posisi ketiga dengan 2.000 juta pengguna. Instagram menjadi salah satu platform yang digunakan oleh Tresna Art dalam melakukan promosi, dengan akun bernama @tresenaArt dengan pengikut sebanyak 477 pengikut (Social Are We, 2023).



Gambar 1. 4 Data media sosial yang sering digunakan
Sumber : Website We Are Social

Penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja” merupakan penelitian terdahulu yang berjudul serupa dengan penelitian peneliti namun terdapat perbedaan didalamnya yaitu terletak pada subjek yang dipilih pada penelitian peneliti subjek yang dipilih merupakan Tresna Art sedangkan pada penelitian tersebut subjek yang digunakan adalah remaja selain itu berbeda yang terdapat pada kedua penelitian ini adalah teori yang digunakan, pada

penelitian peneliti menggunakan teori SOSTAC sedangkan pada penelitian tersebut menggunakan teori pemasaran sosial.

Tresna Art menggunakan konsep arsitektur bangunan Madura, hal ini dimaksudkan untuk memperkenalkan dan menghadirkan suasana Madura pada setiap pengunjung. Selain memajang koleksi batik tulis Madura di *Tresna Art* juga banyak memajang koleksi barang-barang jaman dahulu, bahkan untuk menyimpan koleksi batik tulis Madura *Tresna Art* menggunakan lemari kayu dengan motif yang banyak masyarakat Madura gunakan. Letak geografis *Tresna Art* yang berada di Kabupaten Bangkalan yang dimana Kabupaten Bangkalan merupakan pintu gerbang Pulau Madura, hal ini yang melatar belakangi peneliti memilih *Tresna Art* sebagai subjek penelitian yang ingin diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana *Tresna Art* memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran?
- 1.2.2 Bagaimana optimalisasi media sosial instagram pada *Tresna Art* Bangkalan sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran di Era Digital?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Dapat mengetahui *Tresna Art* dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran
- 1.3.2 Dapat mengetahui pengoptimalisasi media sosial instagram pada *Tresna Art* Bangkalan sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran di Era Digital

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin atau sedang mengembangkan topik ini dengan menggunakan teori yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yakni sebagai saranan pemecahan masalah terhadap topik yang sedang diteliti, serta dapat memberikan saran sebagai bahan evaluasi *Tresna Art* dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran, selain itu manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pengembangan penelitian yang lebih baik lagi.