

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Kebudayaan Indonesia sangat kaya, yang terbentang dari Sabang sampai Merauke. Semua itu adalah warisan yang tak ternilai harganya dari bangsa ini. Salah satu warisan adiluhung yang sudah mendunia adalah Batik. Bisa dikatakan, jika berbicara mengenai batik, orang akan merujuk ke Indonesia, sebagai akar dari seni budaya tinggi ini. (Musman 2011:1)

Indonesia adalah negeri yang kaya akan warisan wastra tradisional. Hampir seluruh daerah di Tanah Air memiliki kain tradisional dengan ragam motif dan kaya warna. (Kasih, 2017:5)

Indonesia, sebagai pemilik budaya Batik semakin dikuatkan dengan keputusan *UNESCO*. Batik Indonesia sebagai “Warisan Budaya Dunia Tak Berbentuk (*Intangible World Heritage*)” pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh Badan PBB yaitu *Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO)* serta mempunyai keunggulan komperatif dibidang ekonomi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu artinya bahwa batik telah memperoleh pengakuan internasional sebagai salah satu mata budaya Indonesia, sehingga diharapkan dapat memotivasi dan mengangkat harkat para perajin batik dan mendukung usaha meningkatkan kesejahteraan rakyat. (Widiasti, 2017:2)

Batik, merupakan rangkaian kata 'mbat' dan 'tik'. 'Mbat' dalam bahasa Jawa diartikan sebagai 'ngembat' atau melempar berkali-kali, sedangkan 'tik' berasal dari kata titik. Jadi, membatik berarti melempar titik-titik yang banyak dan berkali-kali pada kain. Sehingga akhirnya bentuk-bentuk titik tersebut berhimpitan menjadi bentuk garis. Menurut seni rupa garis adalah kumpulan titik-titik. Selain itu batik juga berasal dari kata 'mbat' adalah kependekan dari kata membuat, sedangkan 'tik' adalah titik. Ada juga yang berpendapat bahwa batik berasal dari gabungan dua kata Bahasa Jawa : "amba" yang bermakna menulis dan "titik" yang bermakna "titik". (Musman, 2011:1)

Batik selalu mengacu pada dua hal. Pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain. Teknik ini disebut *wax-resist dyeing*. Kedua batik adalah kain atau busana yang menggunakan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan. (Musman, 2011:1)

Batik menggunakan teknik tutup-celup yang sudah dikenal diberbagai belahan dunia, bahkan hampir semuanya memakai istilah 'batik'. Batik Indonesia, terutama batik jawa memiliki keunggulan pada desain dan komposisi warnanya yang sangat kaya. Karya itu sudah diwujudkan secara turun-temurun sehingga menjadi tradisi masyarakat Indonesia. (Musman, 2011:2)

Pelukis batik Amri Yahya mendefinisikan batik sebagai karya seni yang banyak memanfaatkan unsur menggambar ornamen pada kain dengan proses tutup-celup maksudnya mencoret dengan malam pada kain yang berisikan motif-motif ornamentatif. Di masa lalu, karya seni yang ornamentatif ini dikatakan sebagai karya seni tulis karena sebagian batik dibuat mirip dengan teknik menulis atau

menyungging. Oleh karenanya, istilah batik itu kurang lebih sejajar dengan seni tulis atau seni lukis atau seni sungging yang ornamentis. (Musman, 2011:2)

Memang batik layak disebut sebagai karya tulis. Logika ini bermuara pada teknik membatik dengan menggunakan canting yang dapat mengeluarkan cairan berupa malam dan dikerjakan secara teliti seperti layaknya orang menulis. Istilah ini dapat juga bertumpu pada istilah batik dalam krama inggil (bahasa Jawa halus), yaitu nyerat (membatik). Kemudian istilah nyerat ini diterjemahkan menjadi tulis atau menulis dan lukis atau melukis. Jadi, batik adalah seni lukis, hal ini terbukti dengan ditunjukkannya kemampuan seorang pembatik melukiskan ornamen-ornamen (motif) pada batik yang penuh dengan simbol. (Musman, 2011:2)

Batik merupakan kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sejak lama. Kala itu, pola kerja tukang batik sangat dipengaruhi oleh siklus pertanian. Saat berlangsung masa tanam atau masa panen, mereka sepenuhnya bekerja di sawah. Namun, di antara masa tanam dan masa panen, mereka sepenuhnya mereka bekerja sebagai tukang batik. Akan tetapi seiring perkembangan zaman, pekerja batik tidak lagi di dominasi para petani. Mereka berasal dari berbagai kalangan yang ingin mencari nafkah. Hidup mereka sepenuhnya tergantung pada pekerjaan membatik. (Musman, 2011:2)

Para perempuan Jawa di masa lampau menjadikan keterampilan membatik sebagai mata pencaharian sehingga pekerjaan membatik adalah pekerjaan eksklusif perempuan. Saat ditemukan teknik membatik dengan cap, kaum laki-laki dimungkinkan masuk di bidang ini. Misalnya, batik pesisir memiliki garis

maskulin seperti yang terlihat pada corak megamendung. Di wilayah ini, pekerjaan membatik merupakan hal yang lazim bagi kaum lelaki. (Musman, 2011:2)

Dari penjelasan tersebut dapat kita melihat bahwasannya batik merupakan warisan budaya leluhur Bangsa Indonesia yang sudah ada sejak lama dan diwariskan terus-menerus kepada generasi selanjutnya hingga saat ini. Batik sudah menjadi tradisi dan budaya masyarakat Indonesia, sehingga wajar jika batik sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat dalam hal apapun.

Batik juga menjadi salah satu hal yang unik yang bisa menonjolkan identitas dari suatu daerah dari motif-motif yang di gambarkan. Selain dari pada itu juga batik tentunya juga membawa pengaruh yang positif terhadap perekonomian masyarakat, terlihat dari yang dahulunya batik hanyalah menjadi sebuah keterampilan saja, namun lama kelamaan batik sudah menjadi salah satu sumber nafkah ataupun mata pencaharian tambahan bagi keluarga selain dari bertani.

Seiring berkembangnya zaman, batik tentunya semakin berkembang pula dari semua sisi, baik dari segi corak lalu dari dari segi teknis pengerjaan. Selain daripada itu juga ilmu membatik tentunya juga ikut berkembang, bermula dari kelompok kecil di Pulau Jawa lambat laun ilmu membatik semakin berkembang dan banyak diminati sampai ke seluruh penjuru daerah di Nusantara, hal ini dapat terlihat dari beberapa batik yang terdapat di hampir seluruh daerah di Indonesia, diantaranya : Tulungagung, Mojokerto, Ponorogo, Yogya, Solo, Kebumen,

Banyumas, Pekalongan, Tegal, Tasikmalaya, Ciamis, Cirebon, Garut, Jakarta, Riau, Jambi, Bengkulu, Pontianak dan Bali.

Berbicara mengenai batik, Riau merupakan salah satu Provinsi yang ikut meramaikan jumlah motif batik di Indonesia, batik juga menjadi sangat dekat dengan masyarakat Riau dimana batik sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari terutama pada saat acara-acara penting dan biasanya digunakan saat acara formal.

Batik Riau bermula sejak zaman Kerajaan Melayu dulu, yakni Kerajaan Daik Lingga (1824-1911) di Kepulauan Riau. Batik di jaman Lingga ini tidak menggunakan lilin sebagai perintang warna, melainkan pewarna perak dan kuning dicap pada bahan kain menggunakan perunggu yang bercorak khas melayu. Kain yang digunakan adalah kain halus, seperti sutra.

Seiring perjalanan waktu, penggunaan logam perunggu ini pun berakhir dan digantikan dengan bahan kayu yang lunak yang disebut kerajinan Telepuk. Kerajinan Telepuk ini menggunakan bahan cap yang berasal dari buah-buahan keras, seperti kentang. Telepuk sendiri berarti gambar bunga-bunga dengan perada pada kain atau kertas. Kain Telepuk merupakan kain berbunga-bunga yang berasal dari India.¹

Bermula sejak pada zaman kerajaan tentunya batik Riau semakin hari semakin berkembang, baik dari cara pembuatan motif batik kemudian dari alat-alat yang digunakan dan bertambahnya motif yang di munculkan. Motif-motif batik Riau tentunya memiliki kekhasan yang memiliki unsur kental yang

¹ <http://infopku.com/sejarah-batik-riau/13756/> (diakses pada 15 November 2017 pukul 14.15 wib)

menggambarkan bagaimana kebudayaan melayu, motif ini juga menjadi pembeda dengan batik-batik yang ada di daerah-daerah lain yang juga memiliki unsur berdasarkan kebudayaan daerah tersebut.

Batik tabir merupakan batik khas Riau, merupakan salah satu produk Usaha Mikro Kecil Menengah yang memiliki potensi ekonomi untuk dikembangkan sebagai sektor pariwisata. Batik Tabir menunjukkan Riau sebagai salah satu kota di Sumatera ternyata menyimpan kekayaan model batik yang tak kalah indah dengan batik daerah lain di Indonesia, meski baru berkembang sejak 2005, batik Tabir sudah populer bagi masyarakat Provinsi Riau. (Kasih, 2017:5)

Selain menjadi pakaian yang bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari, batik saat ini juga sudah menjadi pendukung pariwisata sebagai buah tangan yang bisa didapatkan oleh para pelancong saat berkunjung ke suatu daerah termasuk Provinsi Riau. Selain mendukung sektor pariwisata batik tentunya dapat membantu pemasukan perekonomian masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil Menengah, karena dalam proses pembuatan batik tentunya banyak melibatkan masyarakat, sehingga masyarakat menjadi memiliki pekerjaan dan penghasilan yang tetap.

Proses pembuatan batik tentunya banyak melibatkan orang, baik pembuatan yang dilakukan oleh kelompok-kelompok, yakni kelompok binaan pemerintah maupun kelompok binaan swasta ataupun perusahaan. Salah satu perusahaan yang ikut berperan aktif dalam mengajak masyarakat untuk ikut serta mengembangkan batik Riau adalah PT. Riau Andalan *Pulp and Paper*. Sebagaimana banyak diketahui masyarakat PT.RAPP merupakan salah satu

perusahaan besar penghasil kertas yang berada di Provinsi Riau dan lebih tepatnya di Pangkalan Kerinci Kab. Pelalawan.

PT. RAPP sebagai salah satu perusahaan yang memiliki kawasan operasi dekat dengan masyarakat tentunya memiliki tanggung jawab untuk bisa memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan hidup masyarakat, terutama menjadikan perekonomian di sekitar daerah operasi menjadi baik dan terjamin. Hal ini sejalan dengan semboyan PT.RAPP yaitu *good for community, good for country, good for company and good for climate*.

Good for community atau bisa disebut dengan baik untuk masyarakat ini merupakan salah satu solusi dari PT.RAPP untuk bisa memberikan dampak yang positif kepada masyarakat. Untuk mewujudkan *good for community* PT.RAPP memiliki *Community Development, Community Development* ini merupakan bagian dari struktural organisasi perusahaan yang menjalankan tugas sebagai pembentuk mitra kepada masyarakat. Salah satu program yang dibuat oleh *Community Development* tersebut yaitu Rumah Batik Andalan.

Rumah Batik Andalan merupakan salah satu pusat produksi batik binaan PT. RAPP yang diresmikan pada 5 Desember 2014 di Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan, Riau. PT. RAPP memfasilitasi masyarakat sekitar Pangkalan Kerinci berupa pelatihan dasar sampai lanjutan, dan kunjungan langsung ke sentra produksi batik seperti Pekalongan sehingga prinsip perusahaan untuk selalu baik bagi masyarakat lokal – *good for community* dapat terwujud. Tidak hanya menghasilkan kain batik, Rumah Batik Andalan juga memproduksi

produk lain berbahan dasar kain batik seperti kemeja, berbagai macam tas, dompet, sarung bantal, tempat tisu dan lain sebagainya.

Dari Rumah Batik Andalan tersebut dapatlah masyarakat yang dijadikan mitra untuk dapat membuat batik. Masyarakat yang menjadi mitra dari Rumah Batik Andalan merupakan masyarakat yang memang belum memiliki pekerjaan, setelah menjadi mitra kemudian diberikan fasilitas untuk dapat belajar membuat batik ke daerah-daerah yang memang sudah terbiasa memproduksi batik seperti di pulau jawa yakni salah satunya pekalongan. Kemudian barulah mulai menciptakan motif batik yang sesuai dengan identitas ataupun adat dan kebudayaan masyarakat setempat, tidak lain gunanya adalah untuk memperkuat identitas dari suatu daerah tersebut.

Motif yang dihasilkan oleh Rumah Batik Andalan ada beberapa macam jenis berdasarkan ciri khas yang dimiliki daerah tersebut, hingga saat ini sudah ada 8 jenis motif batik yang di produksi yaitu Bono, Lakum, Akasia, Tiun Suri, Daun Jarak, Ukiran Kayu, Daun Kendur, Pucuk Rebung. Rumah Batik Andalan menjadikan Batik Bono sebagai *branding* dari setiap motif batik yang dihasilkan, hal itu diputuskan karena motif batik pertama yang di buat adalah motif Batik Bono, kemudian juga melihat dari wisata Ombak Bono yang menjadi pariwisata unggulan dan menjadi sorot mata dunia karena sudah banyak peselancar dunia yang merasakan sensasi berselancar dalam jangka waktu yang lama.

Batik Bono sejauh ini sudah menetapkan 5 motif batik yang sudah mendapatkan hak paten, 5 motif batik tersebut diantaranya adalah Motif Bono, *Eucalyptus*, Timun Suri, Akasia dan Lakum. Dari 5 motif batik yang sudah di

berikan hak paten tersebut terlihat dari keseriusan masyarakat dalam mengelola dan memperkenalkan motif batik baru yang ikut meramaikan motif Batik Riau.

Batik bono merupakan salah satu batik yang memiliki ciri khas tersendiri yaitu diantaranya adalah batik bono merupakan salah satu batik yang menjadikan objek pariwisata menjadi motif pada suatu kain. Selain daripada itu juga batik bono merupakan batik yang di produksi dengan cara tradisional dan memiliki kekhasan warna, warna yang ditampilkan oleh batik bono merupakan warna-warna yang terang dan cerah. Hal ini tentunya berbeda sekali dengan batik jawa, yang mana batik jawa itu motif yang terdapat pada kain terbilang padat, sementara pada batik bono, motif itu sendiri dibuat berjarak.

Gambar 1.1
Motif Batik dengan Motif Gelombang Bono
di Instagram Rumah Batik Andalan²



² Motif Batik dengan Motif Gelombang Bono di Instagram Rumah Batik Andalan (di akses pada 31 Januari 2018 pukul 22.00 WIB)

Gambar 1.2
Motif Batik dengan Motif Akasia Tabur
di Instagram Rumah Batik Andalan³



Batik Bono sebagai motif yang baru dimunculkan tentunya menjadi tantangan sendiri hingga batik tersebut dapat diketahui dan dikenal oleh masyarakat, upaya pun telah dilakukan guna memperkenalkan Batik Bono agar dapat di kenal oleh masyarakat secara luas, baik masyarakat yang berada di Provinsi Riau maupun yang berada di luar Riau bahkan sudah merambah hingga ke publik Internasional seperti China, Brazil, Singapura, Malaysia dan Afrika Selatan.⁴ Sistem *branding* yang dilakukan yaitu dengan turut serta dalam acara-acara yang melibatkan ataupun dihadiri oleh masyarakat luas, yaitu seperti *Expo* dan lain sebagainya, setiap ada pagelaran seperti *Expo* Batik Bono melalui PT.RAPP selalu menampilkan batik-batik hasil karya masyarakat binaan, selain menunjukkan motif, Rumah Batik Andalan juga menyediakan alat agar masyarakat ataupun pengunjung bisa merasakan langsung bagaimana caranya mencanting, mencanting meruakan proses pertama dalam pembuatan batik.

³ Motif Batik dengan Motif Akasia Tabur di Instagram Rumah Batik Andalan (di akses pada 31 Januari 2018 pukul 22.00 WIB)

⁴ <https://m.antaranews.com/berita/659975/pengrajin-batik-motif-gelombang-bono-raih-omzet-rp300-jutabulan> (Di akses pada 21 Oktober 2017 pukul 04.55 WIB)

Branding yang dilakukan oleh Rumah Batik Andalan tergolong sudah dapat dikatakan banyak, hal ini dapat dilihat dari apa yang mereka lakukan, yaitu branding melalui media sosial seperti *instagram*, kemudian selalu ikut dalam setiap acara yang diadakan oleh swasta maupun pemerintah.

Batik Bono juga sudah di perkenalkan melalui jaringan yang dimiliki oleh PT.RAPP yakni seperti instansi pemerintahan dan rekan kerja PT.RAPP yang berasal dari luar negeri. Beberapa kepala daerah juga sudah pernah menggunakan Batik Bono tersebut, seperti Bupati Pelalawan, Bupati Siak, lalu juga sudah dilihat oleh Menteri Dalam Negeri, Menteri Perdagangan, Menteri Kehutanan dan Lingkungan Hidup, hingga dilihat oleh Ibu Negara yakni Ibu Iriana Joko Widodo, buntut dari kunjungan tersebut pada acara pernikahan putri Presiden Joko Widodo yang akan di selenggarakan di Medan, Pasukan Pengamanan Presiden (PASPAMPRES) Presiden Republik Indonesia akan menggunakan Batik Bono yang langsung diserahkan oleh Isteri Bupati pelalawan kepada PASPAMPRES.

Melihat dari upaya yang sudah dilakukan semestinya sebahagian besar masyarakat sudah mengetahui terhadap Branding Batik Bono tersebut, namun pada kenyataannya ketertarikan masyarakat terhadap motif yang dihasilkan oleh mitra binaan PT.RAPP itu masih sangat sedikit dan kurang, terlihat dari jumlah minat pembeli dari bahan batik tersebut, Batik Bono yang lahir di Pelalawan justru banyak diminati oleh masyarakat di luar Riau daripada masyarakat Riau sendiri.

Seperti yang disampaikan oleh Indri selaku karyawan di salah satu toko Batik di Pekanbaru. Menurut Indri, untuk peminat batik khususnya di Pekanbaru

ini tidak terlalu banyak. Bisa jadi memang tidak begitu mencintai produk dalam negeri, atau harga untuk batik masih relatif mahal.

"Menurut aku, untuk peminat batik di Pekanbaru ini kurang, paling kalau di saat saat tertentu aja yang mewajibkan memakai batik, kalau tidak, jarang yang memakai baju batik. Terus mungkin menurut masyarakat sini, harga nya masih relatif mahal," ungkap Indri.⁵

Melihat dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Strategi *Branding Public Relations* PT. Riau Andalan *Pulp and Paper* (PT. RAPP) dalam memperkenalkan Batik Bono”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Belum banyaknya masyarakat yang mengetahui adanya Batik Bono.
2. Belum gencarnya *Branding* yang dilakukan
3. Masih banyaknya peminat batik jawa daripada Batik Riau terutama Batik Bono
4. Batik hanya digunakan pada saat waktu-waktu tertentu saja.

⁵ <http://www.bertuahpos.com/berita/sayang-sekali-peminat-batik-masih-minim.html> (diakses pada 25 Januari 2018 Pukul 22.10 Wib)

C. Fokus Penelitian

Dari beberapa identifikasi masalah diatas, dalam penelitian ini peneliti hanya akan fokus pada Strategi *Branding Public Relations* PT. Riau Andalan *Pulp and Paper* (PT. RAPP) dalam memperkenalkan Batik Bono.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yakni:

Bagaimana Strategi *Branding Public Relations* PT.RAPP dalam memperkenalkan Batik Bono agar masyarakat mengetahui adanya Batik Bono tersebut.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi *branding public relation* PT.RAPP dalam memperkenalkan batik bono.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis dimasa mendatang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk dapat meningkatkan kompetensi dan kecerdasan intelektual dalam pemanfaatan media sosial.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Rumah Batik Andalan PT. RAPP sebagai tolak ukur serta dapat menjadi masukan dan referensi bagi Rumah Batik Andalan PT. RAPP dalam melakukan strategi dan perbaikan terhadap strategi *branding* yang dilakukan agar Batik Bono dapat lebih di kenal.

