

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ikatan Celup atau jomputan merupakan salah satu teknik dalam pewarnaan kain. Dengan teknik ikatan celup ini akan menghasilkan motif-motif tertentu. Setiap motif yang dihasilkan dari teknik ikatan celup memiliki ciri khas sendiri dan tidak selalu memiliki kesamaan. Sehingga motif-motif yang unik dan beragam dapat dijumpai pada teknik ikatan celup tersebut.

Kebutuhan sehari-hari terutama dalam berpakaian di Indonesia merupakan kebutuhan utama setiap orang. Saat ini berpakaian tidak hanya sekedar menjadi kebutuhan utama saja, namun juga sudah mengarah pada sebuah trend dalam berpakaian. Tentu dengan adanya trend dalam berpakaian tersebut orang-orang akan beramai-ramai mengikuti trend yang ada pada saat itu.

Dengan adanya trend berpakaian pada saat ini yang sangat menjadi sorotan perhatian publik. Seperti fashion yang sudah menjadi hal yang tidak bisa lepas dari kebiasaan kebanyakan orang. Apalagi ditambah dengan gencarnya trend OOTD yang semakin ramai di media sosial. OOTD atau *Outfit of The Day* yang tidak memandang usia dari anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa memberi peluang besar yang dapat dimanfaatkan UMKM Ikatan Celup untuk memasarkan produknya pada masyarakat.

Produk Ikat Celup yang memiliki keunikan ini juga mampu bersaing dengan produk-produk yang berada di toko-toko. Apalagi produk Ikat Celup ini memiliki motif yang unik dan menarik dari masing-masing produknya. Tentu dengan keunikan yang dimiliki pada kaos dari produk Ikat Celup ini dapat menambah gaya berpakaian semakin *fashionable*.

Trend berpakaian atau fashion ini membawa seseorang untuk menunjukkan citra diri mereka. Yaitu dengan gaya berpakaian seseorang terhadap apa yang mereka gunakan. Gaya berpakaian yang menjadi pilihan akan menjadikan seperti apa terdapat citra diri yang ingin mereka ciptakan. Seperti misalnya dengan berpakaian rapi, lusuh, sederhana atau bahkan gaya berpakaian *full color* itulah yang nantinya akan mewakili citra diri dari seseorang tersebut pada pandangan orang lain. *Full color* ini juga merupakan suatu *trend* dalam berpakaian yaitu dengan penuh warna dalam satu outfit.

Meski fashion saat ini menjadi sebuah trend yang sangat penting, namun tidak hanya trend saja yang perlu diperhatikan. Tetapi juga bagaimana promosi yang harus dilakukan agar produk tersebut dapat menarik pembeli. Untuk saat ini produk dari UMKM Ikat Celup Purworejo sudah bergabung bersama komunitas UKM di daerah Purworejo. Bergabung bersama komunitas UKM ini merupakan suatu tahap pengenalan Produk Ikat Celup pada masyarakat Purworejo.

Meski banyaknya kompetitor dari produk Ikat Celup produksi UMKM Purworejo. Produk Ikat Celup ini memiliki ciri khas dari para kompetitor tersebut. Ciri khas dari produk Ikat Celup ini yaitu pada warna produk.

Dimana warna produk yang digunakan berasal dari pewarna alam. Selain itu perlu juga adanya ciri khas dari produk Ikat Celup ini yang membedakan dengan produk kompetitor. Yaitu dengan menggunakan *desain* kemasan yang berbeda dari produk yang lain.

Tentu dengan adanya ciri khas dari UMKM produk ikat celup Purworejo tersebut akan memberikan keunggulan tersendiri pada produk. Keunggulan disini yaitu menjadi salah satu produk yang dapat bertahan sampai jangka panjang dengan keunikan yang ada. Produk Ikat Celup ini memiliki ciri khas yang membedakan dengan produk lainnya. Ciri khasnya yaitu pada warna produk yang menggunakan bahan utama dari pewarna alam. Pewarna alam yang merupakan bahan utama dalam pembuatan produk tentu sangat mudah di temukan di Purworejo.

Produk Ikat Celup produksi UMKM Purworejo ini menjadi penelitian penulis dikarenakan keunikan yang dimiliki dari produk tersebut yaitu penggunaan pewarna alam sebagai bahan utama dalam mewarnai produk. Produk Ikat Celup ini berbeda dengan kompetitor yang kebanyakan menggunakan bahan kimia sebagai pewarna dalam produknya.

Pemilihan produk Ikat Celup ini dikarenakan produk ini merupakan salah satu produk yang unik dan menarik. Keunikan yang dimiliki dari produk ini yaitu pada proses pembuatan produk yang menggunakan bahan utama dengan pewarna alami. Penggunaan pewarna alami ini tentu lebih ramah lingkungan serta aman digunakan. Dengan begitu produk Ikat Celup

ini juga merupakan produk yang ikut peduli terhadap kelangsungan kehidupan di bumi untuk masa depan.

Pemilihan tema dari produk Ikat Celup ini yaitu dengan tema rancangan media promosi dan juga kemasan kreatif pada produk Ikat Celup. Pemilihan tema pada produk Ikat Celup ini dikarenakan menurut penulis produk Ikat Celup ini masih memerlukan media promosi yang menarik untuk mempromosikan produk tersebut. Dimana promosi suatu produk yang menarik dan kreatif tentu sangat diperlukan untuk memperkenalkan produk tersebut pada khalayak. Tentu dengan adanya promosi yang menarik tersebut diharapkan akan memberikan respon yang baik untuk produk ikat celup, sehingga nantinya akan membantu merk tersebut dalam mendapatkan pembeli.

Pembuatan media promosi dan juga kemasan kreatif ini dengan harapan memberi manfaat pada produk ikat celup tersebut. Tentu dengan adanya kemasan yang unik dan kreatif pada produk ikat celup akan menambah nilai untuk pembeli nantinya. Produk ikat celup yang memiliki ciri khas motif- motifnya yang unik tentu akan memiliki nilai tambah apabila diberi dengan kemasan yang kreatif pada produk tersebut. Karena untuk saat ini ikat celup belum memiliki kemasan produk untuk produknya. Selain itu produk ikat celup tersebut masih memerlukan media promosi yang menarik.

UMKM pada produk ikat celup tersebut sangat memerlukan media yang tepat dalam penyampaian informasinya mengenai produk yang dijual. Apalagi saat ini dunia kreatif sangatlah berpengaruh dan juga berperan

penting dalam penjualan produk tersebut. Ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut dengan melihat bagaimana produk tersebut dapat menarik pembeli.

Apabila dapat mempromosikan produk tersebut dengan menarik, tentu akan membawa calon konsumen penasaran terhadap produk tersebut. Sehingga akan membuat calon konsumen kemudian mencari tahu akan produk tersebut. Setelah calon konsumen mencari tahu produk tersebut dan kemudian tertarik untuk membelinya. Informasi yang menarik dapat melalui media *instagram*. Seperti dengan membuat *template* yang nantinya akan di unggah di *instagram* .

Dimana promosi menggunakan media merupakan salah satu cara untuk mengenalkan produk, jasa, merk dan usaha. Seperti pendapat Morrison, promosi merupakan rangkaian usaha dari pemilik brand atau merk untuk menginformasikan mengenai produk atau jasa yang dimiliki kepada target pasar serta mengajak orang untuk menggunakan barang jasa yang ditawarkannya.¹

Tidak hanya promosi menggunakan media sosial saja namun kemasan pada suatu produk memiliki pengaruh yang besar. Kemasan kini tidak hanya menjadi pelindung saja, melainkan juga sebagai sumber informasi untuk konsumen. Dengan harapan mampu memberikan daya tarik agar produk nantinya dapat bersaing dengan produk lainnya. *Packaging* juga berperan

¹ Didit Widiatmoko S, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, (Yogyakarta : PT Kanisius, 2019), hlm 34.

sebagai *representasi brand*, yang berguna untuk menarik minat konsumen, sebagai pembeda dari kompetitor, dan juga mampu meningkatkan *branding*.

Media kemasan dari produk Ikat Celup saat ini belum memiliki kemasan yang khas. Untuk kemasannya baru menggunakan plastik bening saja, belum ada keterangan nama, akun media sosial dan nomor yang bisa dihubungi apabila ingin kembali membeli. Untuk media promosinya sudah terdapat *instagram* dan juga sudah memiliki logo produk. Sedangkan untuk kemasannya belum ada. Untuk saat ini produk Ikat Celup baru dipasarkan menggunakan akun media sosial yaitu *Instagram* dan juga dari teman ke teman dan pernah sekali mengikuti acara expo.

Kebutuhan media dalam mempromosikan produk tersebut sangat dibutuhkan, hal tersebut tentu sebagai sebuah identitas dan informasi mengenai produk tersebut. Seperti konten pada *packaging* atau kemasan. Daya tarik konsumen tentu dapat dibangun dengan adanya kemasan yang menarik pada produk tersebut. Serta juga media promosi yang dapat digunakan sebagai media dalam pemasaran produk tersebut.

Pemilihan produk Ikat Celup dilakukan oleh penulis melihat dari keunikan terdapat pada produk tersebut. Keunikan dengan menggunakan bahan utama untuk pembuatan pewarna pada produk. Bahan utama yang digunakan pada produk yaitu dengan penggunaan pewarna alam. Pewarna alam yang sebagai bahan dasar dari produk Ikat Celup tersebut berasal dari bahan yang berada di alam sekitar. Pewarna alami inilah yang nantinya akan

menjadi motif. Untuk pewarna alam yang digunakan yaitu berasal dari serabut kelapa.

Serabut kelapa ini merupakan bahan dasar utama untuk pembuatan pewarna di produk ikat celup. Serabut kelapa tersebut bersama dengan air sesuai dengan takaran direbus. Direbus sampai didapatkan warna pekat pada air tersebut. Setelah selesai direbus didinginkan terlebih dahulu sebelum kemudian dapat digunakan sebagai pewarna dalam pembuatan produk tersebut.

Penggunaan serabut kelapa sebagai bahan utama dalam pembuatan produk Ikat Celup tersebut merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Tentu dengan menggunakan pewarna alam yang lebih ramah lingkungan. Selain menggunakan pewarna dalam pembuatan produk tersebut yang berasal dari alam. Proses pembuatan pada produk Ikat Celup ini juga menggunakan proses penguncian atau *fiksasi* untuk memperkuat warna dan merubah warna alam sesuai dengan jenis penguncinya.

Penguncian atau *fiksasi* yang digunakan pada produk ikat celup ini ada tiga macam. Ketiga pengunci tersebut nantinya juga akan menghasilkan warna yang berbeda antara satu sama lain. Ketiga pengunci tersebut yaitu kapur tohor, tunjang dan tawas. Untuk pengunci dengan menggunakan kapur tohor maka akan memberikan warna lebih tua dari warna aslinya. Sedangkan untuk pengunci menggunakan tunjang akan memberikan warna ke arah gelap. Dan untuk pengunci menggunakan tawas akan memberikan warna sesuai dengan warna aslinya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah : “Bagaimana Perancangan Media Promosi dan kemasan kreatif pada produk Ikat Celup produksi UMKM Ikat celup Purworejo, Jawa Tengah sebagai media dalam mempromosikan produk pada masyarakat ?

C. Tujuan

Adapun tujuan dilakukannya tugas akhir ini adalah untuk merancang media promosi dan kemasan atau *packaging* pada produk ikat celup yang di produksi oleh UMKM Ikat Celup Purworejo, Jawa Tengah sebagai media dalam mempromosikan produk pada masyarakat.

D. Manfaat Perencanaan

A. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai sarana pengembangan kreativitas dalam menerapkan media promosi.
- b. Penerapan kemampuan *desain*, kreativitas dan marketing di dunia kerja secara nyata.
- c. Penerapan kemampuan dapat dimanfaatkan oleh objek untuk menunjang ketertarikan konsumen.
- d. Menambah wawasan dan pengalaman untuk penerapan di dunia kerja.

B. Manfaat Praktis

Bagi mahasiswa ilmu komunikasi tugas akhir ini dapat memberi referensi dan penerapan kemampuan di dunia marketing dan dunia

kreatif. Ilmu yang didapatkan juga dapat membantu objek untuk menunjang perekonomian dan memperluas jangkauan konsumen. Sebagai sumbangan kepustakaan dalam mengembangkan akademis. Tugas akhir ini dapat pula memberi informasi dalam perencanaan, media promosi dan kemasan kreatif dan menarik.

C. Manfaat Sosial

Hasil tugas akhir ini memberikan wawasan kepada publik mengenai perencanaan media promosi dan kemasan yang kreatif dapat memberi informasi dengan cangkupan target yang sangat luas.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam mengerjakan skripsi aplikatif pada Ikat Celup produksi Ikat Celup Purworejo, sebagai berikut:

A. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan yaitu mendatangi langsung Ikat Celup Purworejo yang ada di dusun Sumurwatu, Wangunrejo, Banyuurip, Purworejo, Jawa Tengah.

B. Wawancara

Penulis melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan pada Ikat Celup dan juga mengetahui lebih dalam tentang Ikat Celup. Penulis mewawancarai satu orang sumber yang memiliki peran penting pada Ikat Celup. Yaitu saudari Shinta selaku pengrajin dan juga pemilik dari

Ikat Celup. Wawancara dilakukan kepada saudari Shinta dikarenakan beliau yang memiliki kuasa akan produk Ikat Celup tersebut.

C. Dokumentasi

Dokumentasi yang diambil merupakan proses atau tahapan penulis ketika berada di lapangan. Seperti saat mewawancarai narasumber, datang langsung ke tempat produksi Ikat Celup untuk mengumpulkan bahan, memberi arahan kepada pengelola untuk pembuatan kemasan.

D. Alat dan Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data verbal adalah *notebook*, *bolpoin* dan *handphone* sebagai alat perekam saat wawancara dan dokumentasi. Proses pembuatan *desain* dikerjakan menggunakan perangkat manual seperti pensil, kertas hvs, penghapus, dan *bolpoin*. Selama itu juga menggunakan perangkat *komputer* diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa laptop, *handphone*, dan kamera. Serta *software* (perangkat lunak) berupa program Adobe *Illustrator* dan *software Microsoft word*. Proses finising dilakukan dengan sistem *digital printing*.