

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Batik merupakan salah satu karya bangsa Indonesia yang dianggap sebagai seni dan warisan dari para leluhur bangsa Indonesia kepada kita sebagai generasi penerus bangsa, seperti yang telah ditetapkan pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh UNESCO. Pemerintah Indonesia juga mendukung hal ini dengan menerbitkan Kepres No. 33 Tahun 2009 tentang ditetapkannya hari batik nasional untuk meningkatkan kesadaran dan kecintaan masyarakat Indonesia kepada batik.

Batik di Indonesia sendiri, diperkirakan sudah ada sejak zaman Majapahit dan mulai populer pada awal abad ke-XI. Batik merupakan gambar yang bermediakan pada suatu kain dengan berbagai macam teknik pembuatan. Batik sendiri juga dianggap menjadi sebuah refleksi keberagaman budaya yang dapat dilihat dari berbagai macam motif maupun corak yang terus berkembang. Motif maupun corak batik pada setiap daerah mengandung penuh makna dan filosofi yang mengacu ke berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif adalah corak atau pola. Motif adalah suatu corak yang dibentuk sedemikian rupa hingga menghasilkan suatu bentuk yang beraneka ragam. Selain itu, motif batik merupakan corak atau pola yang menjadi kerangka gambar pada batik berupa perpaduan antara garis, bentuk dan isen menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan. Motif-motif batik itu antara lain adalah motif hewan, manusia, geometris, dan motif lain.

Motif batik di Indonesia juga dapat dipengaruhi oleh budaya setempat, seperti letak geografis menjadi faktor yang dapat mempengaruhi lahirnya motif-motif batik. Orang yang tinggal di daerah pesisir cenderung akan menghasilkan batik dengan motif yang berhubungan dengan laut. Begitu pula dengan yang tinggal di daerah pegunungan, motif yang diciptakan akan terinspirasi oleh alam, sifat dan tata kehidupan daerah,

kepercayaan dan adat di suatu daerah serta keadaan alam sekitar termasuk flora dan fauna.

Dari sekian banyak perusahaan dan provinsi di Indonesia, kota Solo merupakan salah satu kota dengan kawasan industri batik yang tersebar di beberapa kawasan dengan penghasil batik yang cukup dikenal masyarakat. Salah satunya adalah perusahaan Batik Teko Solo. Perusahaan Batik Teko Solo bergerak dalam bidang batik cap. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2002.

Seiring berkembangnya dunia bisnis, sebuah perusahaan membutuhkan *company profile*. *Company profile* yaitu gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku (Agus Trijanto, 2001). *Company profile* sendiri memiliki peranan yang cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dijadikan sebagai media berpromosi atau dijadikan sebagai media pengenalan atau mempresentasikan perusahaan kepada konsumen yang dapat mempersingkat waktu. Dengan adanya *company profile* yang di desain dengan menarik akan menjadi daya tarik dan nilai tambah bagi perusahaan. Namun sejak berdirinya perusahaan pada tahun 2002 hingga saat ini, perusahaan Batik Teko Solo belum memiliki desain *company profile*. Namun perusahaan Batik Teko Solo sudah mempunyai kartu nama, desain logo pada packaging seperti perusahaan lainnya tetapi kurang menarik

Permasalahan yang dapat muncul jika perusahaan Batik Teko Solo tidak mengikuti perkembangan yang ada, ditakutkan akan kurang mampu bersaing dengan perusahaan sejenis yang mampu menawarkan produknya melalui *company profile* untuk mengenalkan produk-produk yang dijual. Untuk itu, dalam konsep karya yang diambil dari dalam skripsi ini adalah membangun citra perusahaan melalui desain atau perancangan *company profile* pada Perusahaan Batik Teko Solo yang dapat memberikan informasi kepada konsumen secara atraktif dan menarik.



Gambar 1 1 Logo Batik Teko Solo

Sumber: Dokumentasi Batik Teko Solo

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana merancang *company profile* yang menarik, informatif & komunikatif untuk membangun citra perusahaan Batik Teko Solo?

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah dalam sebuah perancangan dilakukan untuk menghindari adanya penyimpangan dan juga pelebaran pembahasan suatu masalah, agar perancangan tersusun secara sistematis. Maka penulis membuat batasan masalah yaitu perancangan ini hanya akan fokus membahas proses perancangan *company profile* sebagai media gambaran dari perusahaan batik Teko Solo.

D. Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada uraian diatas, tujuan yang hendak dicapai penulis dari perancangan ini yaitu merancang *company profile* sebagai gambaran dari perusahaan Batik Teko Solo yang memuat informasi perusahaan secara menarik, informatif dan komunikatif sehingga menjadi daya tarik untuk mempromosikan perusahaan kepada konsumen.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Batik Teko Solo

Diharapkan dengan adanya *company profile* dapat menjadikan wajah baru perusahaan dan dapat membantu Perusahaan Batik Teko Solo dalam mempromosikan produknya. Serta diharapkan *company profile* dapat meningkatkan produksi dan antusias dalam pembelian produk.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan perancangan *company profile* ini mampu untuk memperkenalkan produk handmade batik kepada masyarakat luas yang lebih cinta kepada produk batik.

3. Bagi Penulis

Perancangan *company profile* Batik Teko Solo, membuat penulis lebih mengetahui tentang tata cara pembuatan perancangan sampai penggunaan media yang tepat untuk Batik Teko Solo.

4. Bagi Bidang Keilmuan DKV

Untuk menambah wawasan tentang *company profile*, serta menjadi referensi untuk karya perancangan identitas visual pada bidang DKV.

5. Bagi STSRD VISI

Diharapkan menjadi referensi dan acuan dalam mengembangkan wawasan dan keilmuan khususnya bagi yang akan merancang suatu *company profile*.

F. Skema Perancangan

