

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Tentang Batik Pekalongan

2.1.1 Teknik Pembuatan Batik

Proses pembuatan batik adalah proses-proses dari permulaan yaitu dari mori batik sampai menjadi kain batik.

Proses-proses tersebut meliputi 3 bagian utama, yaitu :

A. Persiapan Kain

Persiapan dimaksudkan sebagai bermacam-macam proses pada mori sehingga menjadi kain yang siap dibuat menjadi batik, meliputi :

1. Ngetel dan Mencuci

Setelah kain mori dipotong-potong menurut panjang kain yang akan dibuat, dihilangkan kanjinya terlebih dahulu dengan jalan direndam dengan air bersih semalam. Kemudian agar kain mempunyai daya serap yang baik dan menjadi supel, kain direndam dalam campuran minyak nabati (minyak kacang, TRO) dan bahan-bahan pembuat alkali (natrium karbonat, natrium hidroksida). Pekerjaan ini dilakukan berulang-ulang dan prosesnya disebut ngetel.

2. Menganji

Kain yang akan dibatik perlu dikANJI agar malam batik tidak meresap ke dalam kain, sehingga pada akhir proses mudah dihilangkan kembali. Kanji tersebut tentu saja tidak boleh menghalangi pewarnaan kain, oleh karenanya hanya berupa kanji ringan dan kemudian dijemur.

3. Mengemplon

Kain mori yang telah dikANJI perlu dihaluskan atau diratakan permukaannya dengan dikemplong, yaitu kain yang sudah kering dan dikANJI, digulung, diletakkan di atas kayu yang rata permukaannya, dipukul dengan pemukul kayu. Setelah rata, dibuka dan dilipat satu persatu.

B. Pematikan

Proses pematikan terdiri dari beberapa proses, antara lain :

1. Pelekatan Malam

Pelekatan malam dimaksudkan untuk pembuatan desain seperti yang diinginkan. Cara pelekatan tersebut ada beberapa macam, yaitu dengan jalan ditulis dengan canting, dicap dengan cap canting atau dilukis dengan kuas.

Malam berfungsi menolak/merintang zat warna yang diberikan pada waktu pencelupan. Macam-macam pelekatan malam tersebut adalah :

a. Mencap klowong

Pekerjaan ini merupakan pelekatan malam yang pertama dan merupakan kerangka dari desain.

b. Tembakan pertama dan nerusi

Pekerjaan ini merupakan menutup kain setelah diklowong, dengan menggunakan malam yang lebih kuat dan pada tempat-tempat yang ditutup ini warnanya akan tetap putih.

c. Membironi

Pekerjaan ini dimaksudkan agar pada tempat-tempat yang berwarna tidak tertumpang warna lain atau pada warna putih agar tetap putih.

d. Cap jeblok

Pekerjaan ini dilakukan apabila tidak perlu pemisahan malam klowong dan malam tembok sehingga dilakukan bersamaan. Warna nantinya adalah putih atau warna sogu.

C. Pewarnaan

Pewarnaan ini berupa proses pencapan, dilakukan secara dingin. Macam-macam pewarnaan adalah :

1. Medel

Memberi warna biru tua pada kain yang telah di cap klowong dan tembok dengan zat warna indigo dan naftol.

2. Celupan Warna Dasar

Batik Pekalongan, Cirebon, Banyumas dan lain-lain tidak di wedel, tetapi diberi warna lain seperti warna hijau, kuning, jingga dan sebagainya. Warna-warna ini akan tetap timbul sehingga perlu ditutup dengan malam.

3. Coletan

Yaitu pewarnaan setempat dengan menggunakan kuas, biasanya digunakan zat warna rapid atau indigosol.

4. Menggadung

Yaitu menyiram kain batik dengan menggunakan zat warna sehingga pewarnaan yang diperoleh kadang-kadang tidak rata.

5. Menyoga

Yaitu memberi warna coklat, umumnya merupakan pewarnaan terakhir.

6. *Menghilangkan Malam*

Bertujuan untuk membuang malam yang telah melekat pada permukaan kain. Penghilangannya dapat setempat dan dilakukan dengan jalan ngerok atau menghilangkan keseluruhan dengan jalan melorod yaitu direbus dengan air panas sehingga malam yang melekat dapat terlepas.

2.2 Tinjauan Pusat Promosi dan Pemasaran Batik

2.2.1 Pengertian Terminologis Tentang Pusat Promosi dan Pemasaran Batik

Pengertian dari Pusat Promosi dan Pemasaran Batik dapat diartikan sebagai berikut :

a. *Pusat*

Sesuatu yang menjadi inti dan berperan sebagai medium rujukan, serta dapat diartikan sesuatu yang menjadi sasaran perhatian.

b. *Promosi*

Bentuk kegiatan yang memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang produksi kepada konsumen. Fungsi dari promosi adalah untuk mempengaruhi, meyakinkan, dan membujuk konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung agar mempunyai keinginan membeli produk yang dihasilkan guna memenuhi kebutuhannya.

c. *Pemasaran*

Suatu kegiatan jual beli, penyaluran dan pendistribusian barang secara langsung (untuk konsumsi partai kecil) maupun tidak langsung (pesanan partai

besar). Syarat untuk terwujudnya kegiatan tersebut adalah adanya permintaan (demand) dan penawaran (supply).

d. Batik

Kain bercorak yang pembuatannya dengan cara menggunakan canting atau cap sebagai alat gambar dan malam sebagai zat perintang. Secara teknis adalah suatu cara penerapan corak di atas kain melalui proses celup rintang warna dengan menggunakan malam sebagai medium perintang.

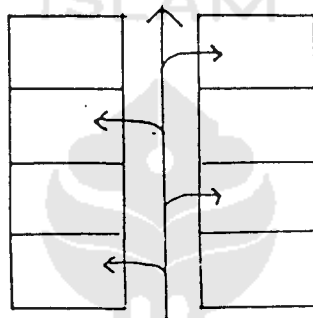
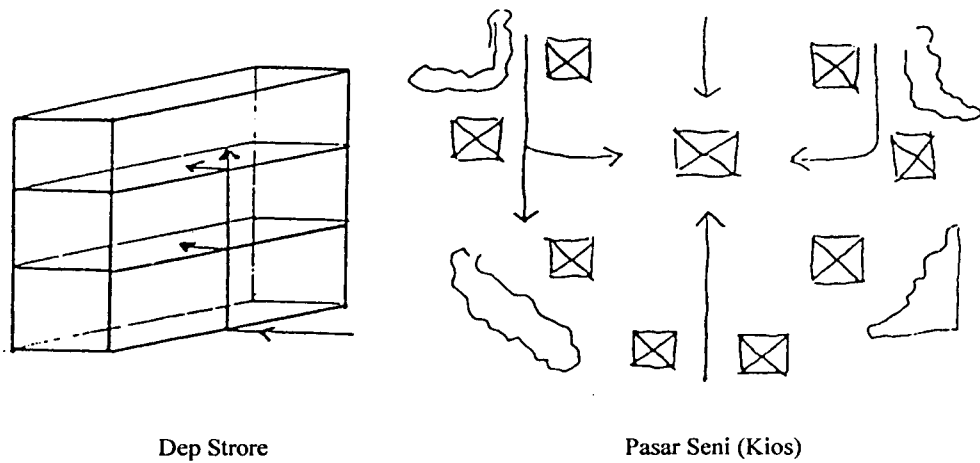
Jadi bisa diambil kesimpulan bahwa Pusat Promosi dan Pemasaran Batik adalah suatu tempat yang berfungsi untuk memperkenalkan dan memasarkan batik kepada masyarakat dan konsumen.

2.2.2 Cara Promosi dan Pemasaran

Suatu produk yang bagus harga bersaing dan terjangkau belum cukup untuk menarik minat konsumen. Produsen tidak cukup hanya aktif mempengaruhi, meyakinkan dan membujuk konsumen juga penyajian barang dan kenikmatan pengunjung di dalam berbelanja, menjadi faktor yang penting di dalam promosi dan pemasaran.

Cara promosi dipengaruhi dan ditentukan oleh :

- Cara pelayanan, beberapa cara pelayanan yang sering dijumpai yaitu pelayanan pribadi, swapilih, dan swalayan.
- Bentuk fisik wadah, akibat cara pelayanan yang berbeda, bentuk wadah yang digunakan dapat berupa dept store, pasar seni, toko, kios, retail, dan lain-lain.



Gb. 5.1 Cara pelayanan dalam pemasaran

2.2.3 Aktifitas Pada Pusat Promosi dan Pemasaran Batik Pekalongan

Sebagai pusat fasilitas, Pusat Promosi dan Pemasaran Batik merupakan sarana bagi pemakai untuk memenuhi kebutuhannya. Namun tujuan pengunjung ke fasilitas tidak selalu hanya untuk memenuhi kebutuhannya.

Pilihan pengunjung pada fasilitas, dapat merupakan hasil dari :

- Perencanaan, bila pengunjung tersebut telah mengenalnya, baik melalui kunjungan yang pernah dilakukan, maupun dari iklan rekomendasi atau observasi.

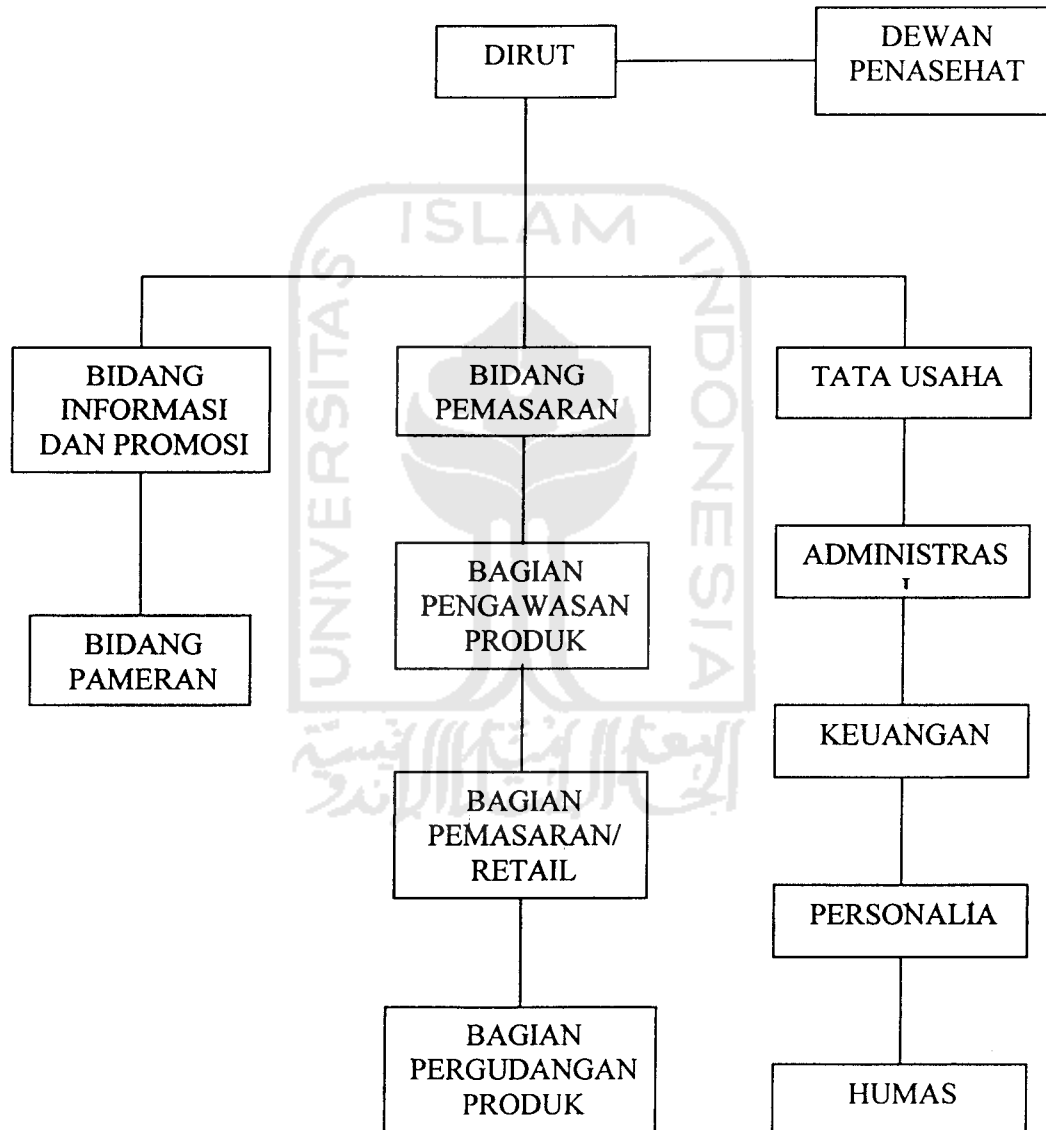
- Tindakan seketika, bila fasilitas tersebut terkenal atau mempunyai lokasi yang tepat sesuai dengan pengunjung. Dalam hal ini penampakan eksterior memegang peranan penting dalam membantu bagi pengunjung untuk menentukan pilihan.

Kegiatan pengunjung pada Pusat Promosi dan Pemasaran Batik dapat dipandang sebagai manifestasi dari proses pengambilan keputusan yang tujuannya dapat dibedakan hanya untuk melihat-lihat (sightseeing), berbelanja (shopping) dan membeli (buying).

2.3 Deskripsi Proyek

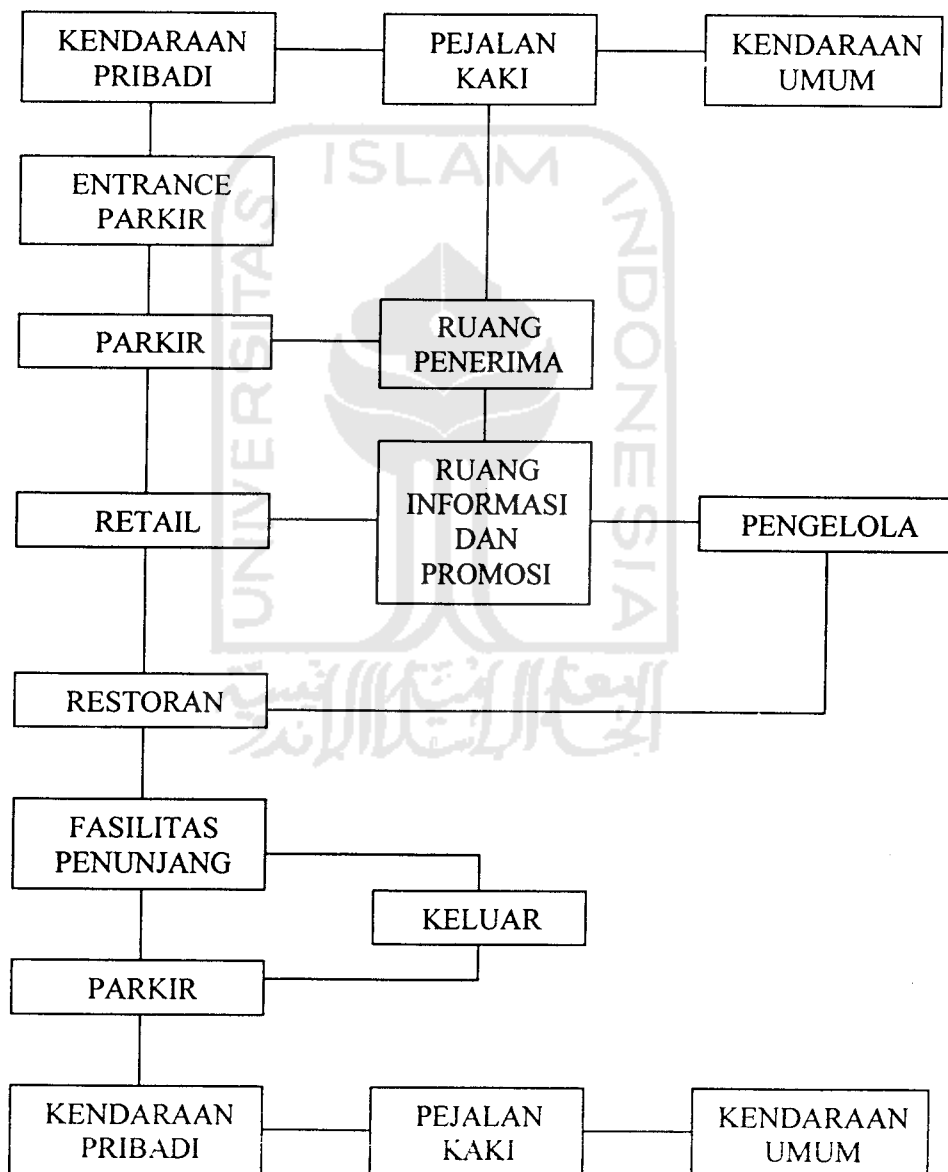
Kasus	: Pusat Promosi dan Pemasaran Batik Pekalongan
Sifat Proyek	: Fiktif
Lokasi	: Jl. Gajah Mada Pekalongan
Luas Lahan	: ± 1,75 Ha.
Luas Bangunan	: ± 5.805,75 m ²
Peraturan	: KDB 50%, KLB 1
Pengelola	: Persatuan Perbatikan Indonesia Pekalongan (PPIP)
Kegiatan	: - Utama : - Promosi, Informasi, Perdagangan - Penunjang : - Rekreatif

2.4 Struktur organisasi

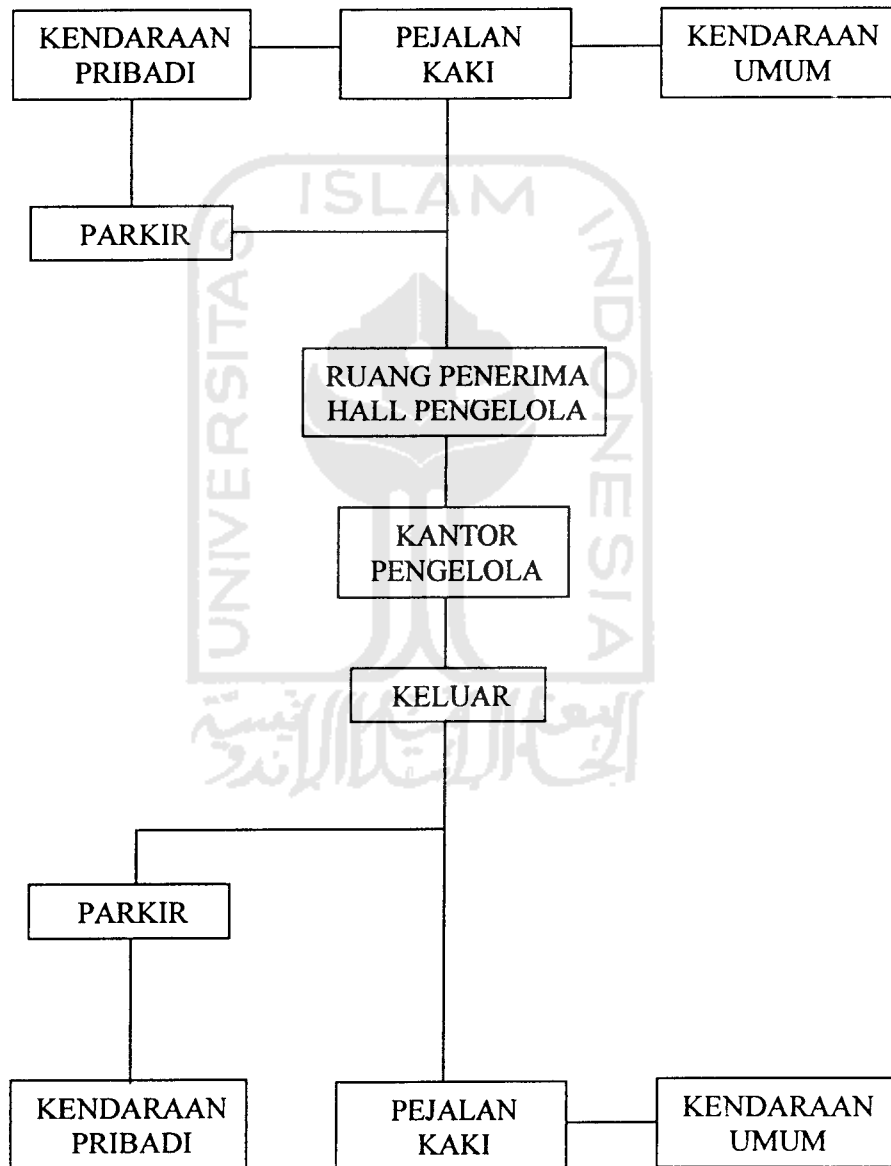


2.5 Program Kegiatan

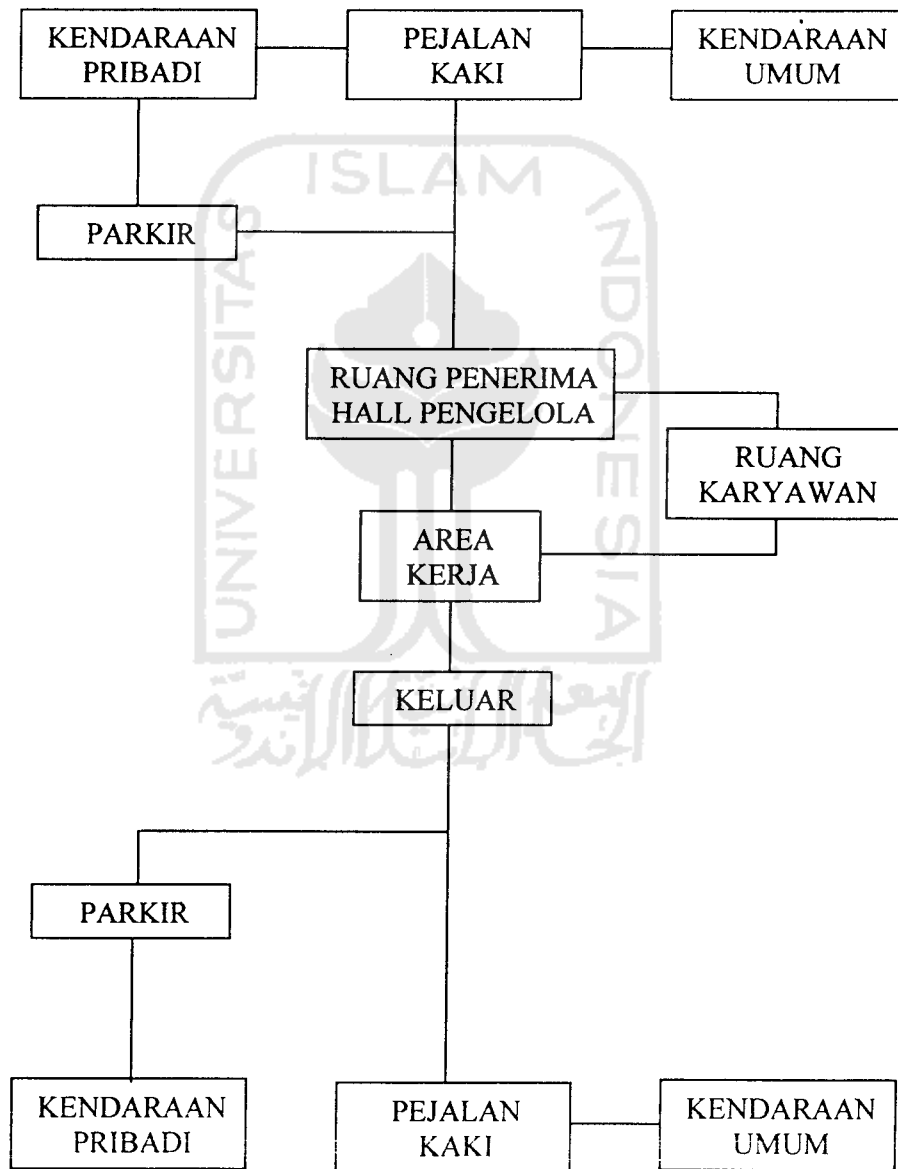
Alur Aktifitas Pengunjung



Alur Aktifitas Pengelola



Alur Aktifitas Pedagang dan Karyawan



2.6 Program Ruang

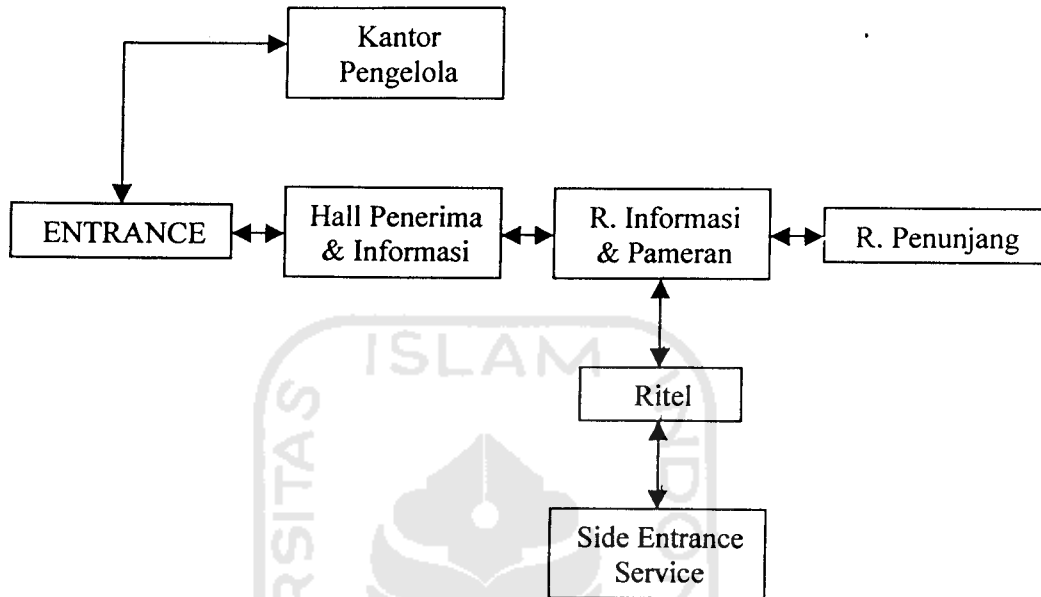
Nama Barang	Keterangan	Kapasitas (Orang)	Standar (m ² /orang)	Luas (m ²)
A. Informasi dan Promosi				
1. R. Penerima	Hall/Lobby penerima	200 orang	0,6 (neufert)	120
2. R. Informasi/ Penitipan Barang	Tempat layanan informasi dan penitipan barang	3 orang	Asumsi	25
3. R. Pameran Tetap	Tempat pameran tetap	-	-	2000
4. R. Peragaan Busana	Tempat peragaan busana yang bermotif batik	-	-	-
- Lobby	- Hall Penerima	100 orang	0,6 (neufert)	60
- Catwalk	- Panggung Peragaan	-	Asumsi	96
- R. Penonton	- Tempat Menonton	200 orang	1,5	300
- R. Rais	- Tempat Persiapan	20 orang	Asumsi	50
- R. Ganti	- Tempat Ganti Pakaian	20 orang	Asumsi	30
- R. Simpan	- Tempat Penyimpanan Keperluan Peragaan	-	Asumsi	30
- R. Istirahat	- Tempat Istirahat Model	20 orang	Asumsi	40
- R. Operator	- Tempat Pengatur Sound System dan Lighting	3 orang	8	24
- R. Dekorasi & Gudang	-	-	asumsi	140
- R. Panitia	- Tempat Panitia Acara	-	asumsi	80
- Toilet	-	-	-	160
				3.185
			Sirkulasi 25%	796,25
			Sub Total	3.981,25

5. Studio Batik				
- R. Persiapan	- Tempat Membuat Pola Dasar	-	Asumsi	54
- R. Pemalaman	- Proses Pematikan	-	Asumsi	144
- R. Pewarnaan	- Proses Pewarnaan	-	Asumsi	198
- R.R. Penjemuran	- Proses Pengerian	-	Asumsi	288
				684
			Sirkulasi 25%	171
			Sub Total	855
B. Penjualan dan Pemasaran				
1. Retail				
	Tempat menjual hasil kerajinan yang dipamerkan	28 toko	3,5 x 3,5 m	343
		13 toko	7 x 7 m	637
				980
			Sirkulasi 25%	245
			Sub Total	1.225
C. Pengelola				
1. Kantor Pusat				
- R. Dewan Penasehat		1	35 (Asumsi)	35
- R. Dirut		1	35 (Asumsi)	35
- R. Wk. Dirut		1	30 (Asumsi)	30
- R. Rapat Besar		8-12	2 (neufert)	24
				124
			Sirkulasi 25%	31
			Sub Total	155

2. Kantor Tata Usaha				
2.1 Administrasi				
- Kepala	- Ruang Kepala	1	30 (Asumsi)	30
- Sekretaris	- Ruang Sekretaris	1	8 (neufert)	8
- Staff	- Ruang Kerja Adm.	10	8 (neufert)	80
- Ruang Rapat Kecil	- Ruang pertemuan kecil bagian administrasi	4	2 (neufert)	8
				126
			Sirkulasi 25%	31,5
			Sub Total	157,5
2.2 Keuangan				
- Kepala	- Ruang Kepala Keuangan	1	30 (Asumsi)	30 m
- Sekretaris	- Ruang Pembantu Kepala	1	8 (neufert)	8
- Staff	- Ruang Kerja Keuangan	10	8 (neufert)	80
- Ruang Rapat Kecil	- Ruang pertemuan kecil	4	2 (neufert)	8
				126
			Sirkulasi 25%	31,5
			Sub Total	157,5
2.3 Humas				
- Kepala	- Ruang Kepala Humas	1	30 (Asumsi)	30
- Sekretaris	- Ruang Pembantu Kepala	1	8 (neufert)	8
- Staff	- Ruang Kerja Humas	10	8 (neufert)	80
- Ruang Rapat Kecil	- Ruang pertemuan bagian Humas	4	2 (neufert)	8
				126
			Sirkulasi 25%	31,5
			Sub Total	157,5

2.4 Personalia				
- Kepala	- Ruang Kepala Personalia	1	30 (Asumsi)	30
- Sekretaris	- Ruang Pembantu Kepala	1	8 (neufert)	8
- Staff	- Ruang Kerja Personalia	10	8 (neufert)	80
- Ruang Rapat Kecil	- Ruang pertemuan bagian personalia	4	2 (neufert)	8
				126
			Sirkulasi 25%	31,5
			Sub Total	157,5
3. Pemasaran				
3.1 Pemasaran dan Pengawasan Produk				
- Kepala	- Ruang Kepala Pemasaran	1	30 (Asumsi)	30
- Sekretaris	- Ruang Pembantu Kepala	1	8 (neufert)	8
- Staff	- Ruang Kerja Pemasaran	15	8 (neufert)	120
- Ruang Rapat Kecil	- Ruang pertemuan bagian pemasaran	4	2 (neufert)	8
2 Ruang Transaksi	-	4	2,5 (neufert)	10
				176
			Sirkulasi 25%	44
			Sub Total	220
4. Perkantoran Promosi dan Informasi				
- Kepala	- Ruang Kepala Promosi	1	30 (Asumsi)	30
- Sekretaris	- Ruang Pembantu Kepala	1	8 (neufert)	8
- Staff	- Ruang Kerja	10	8 (neufert)	80
- Ruang Rapat Kecil	- Ruang pertemuan bagian Promosi	4	2 (neufert)	8
				126
			Sirkulasi 25%	31,5
			Sub Total	157,5

2.7 Hubungan Fungsional



2.8 Persyaratan Teknis

2.8.1 Perkantoran

Persyaratan fisik dari suatu perkantoran agar tercipta sarana yang nyaman dan memenuhi standar perancangan adalah :

- Kebutuhan ruang dihitung dari :

Standar ruang kerja x populasi + { 10% peralatan + 15% sirkulasi = sirkulasi 25% } + Ruang penunjang lain.

Standar kebutuhan ruang kerja bervariasi antara $10 \text{ m}^2 - 25 \text{ m}^2$ orang, dengan standar terkecil $7,4 \text{ m}^2/\text{orang}$ (neufert)

- Penerapan umum 300 lux, ruang rapat 200 lux.
- Tingkat kebisingan 30- 35 db.

2.8.2 Ruang Pameran

Tata ruang pameran ditentukan oleh materi benda pameran, sistem display, dan hal-hal penunjang lain.

- Sistem Sirkulasi

1. Linier – satu arah



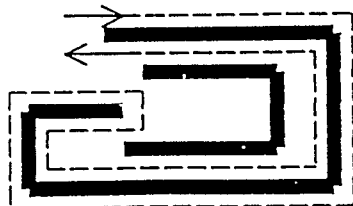
2. Linier – dua arah



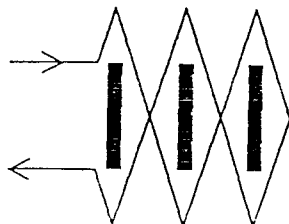
3. Spiral – linier



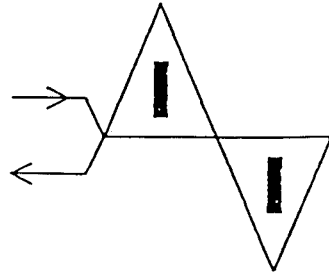
4. Spiral – memusat



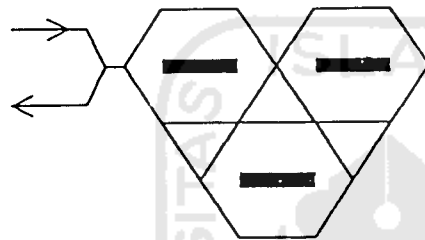
5. Silang



6. Bercabang



7. Saling memotong dan bercabang

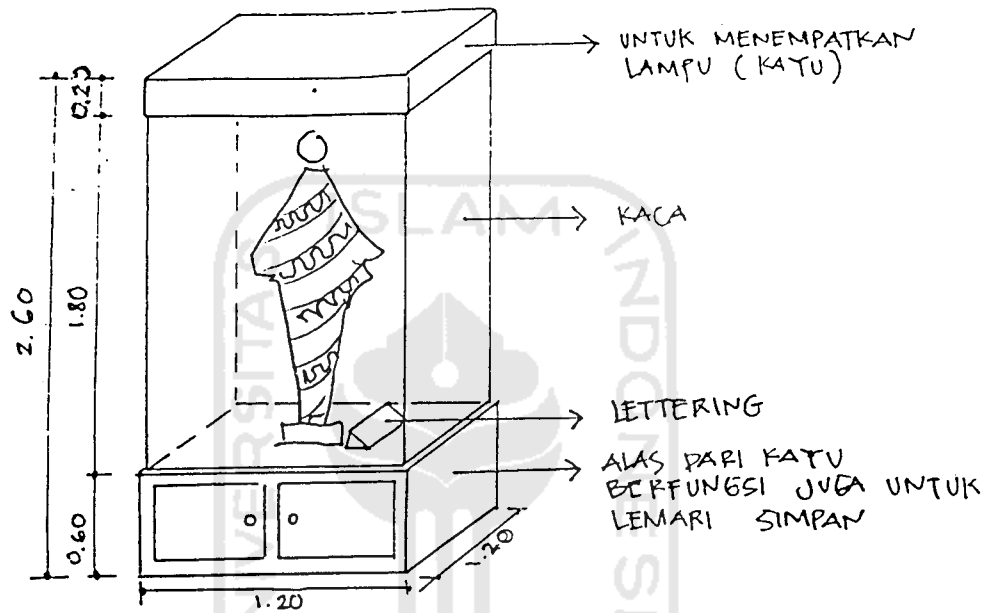


- Sistem Display

Klaus Frank dalam exhibition = "Survey of International Design" mengemukakan beberapa pemecahan design untuk display :

- Sistem display yang terlepas dari struktur bangunan.
 - Sistem display yang memanfaatkan kombinasi lantai, langit-langit atau dinding sebagai penempatan benda pameran.
 - Sistem display yang memanfaatkan kombinasi lantai, langit-langit, dan dinding.
- Hal-hal Penunjang Pameran
 - Penggunaan "Lettering"
 - Penggunaan "Graphic Display"
 - Penggunaan "Penerangan/Lighting"

Untuk Pusat Promosi dan Pemasaran Batik Pekalongan akan menggunakan *vitrine* untuk memamerkan batik dengan menempatkan patung di dalamnya sebagai model pameran.



Gb. 5.2 Vitrine sebagai alat untuk memamerkan batik

2.8.3 Mode Show (Peragaan Busana)

Salah satu cara untuk mempromosikan batik adalah dengan cara mengadakan acara peragaan busana atau yang lebih dikenal dengan istilah *Fashion Show*. Dalam acara ini akan didatangkan para pemeraga busana yang lebih dikenal dengan nama model untuk memeragakan busana kepada para penonton dengan harapan untuk menarik minat para konsumen untuk membeli produk yang diperagakan. Acara ini diadakan rutin tiap dua bulan sekali yang

diselenggarakan oleh pengelola Pusat Promosi dan Pemasaran Batik Pekalongan, tapi tempat ini juga disewakan kepada umum, dalam hal ini adalah perusahaan garment, butik, dan bahkan perusahaan kosmetik yang ingin memanfaatkan tempat ini untuk mempromosikan produknya.

Kegiatan pada saat peragaan, di belakang panggung berhubungan dengan hal-hal sebagai berikut :

1. Persiapan Perancang dan Pemeraga

Hal ini berkaitan dalam menentukan ruang tempat penataan/persiapan pakaian yang akan diperagakan dan penyimpanannya setelah diperagakan : ruang tempat para pemeraga (model) berganti pakaian dan ruang tempat mempersiapkan perlengkapan peragaan (rias).

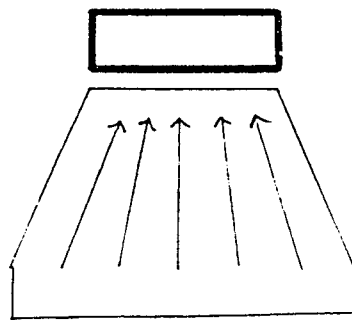
2. Teknis Peragaan

Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah penataan panggung (bentuk dan luas panggung), penataan gerak, persiapan teknis (penyinaran, sound system, musik) sehingga hal ini akan mempengaruhi kualitas dan bentuk panggung, banyaknya ruang kontrol, ruang penonton dan ruang-ruang lainnya.

Sedangkan penyusunan Cat Walk (panggung peragaan) ada 4 macam :

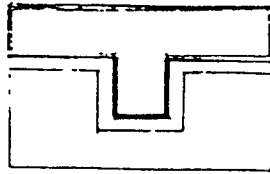
a. *Procenium*

Penonton melihat dalam satu arah ke panggung



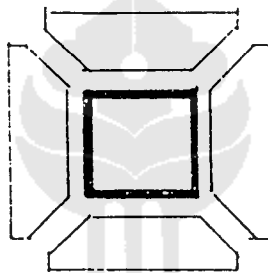
b. *Open Stage*

Sebagian penonton mengelilingi panggung



c. *Arena atau Central Staging*

Semua penonton mengelilingi panggung



d. *Extended Stage*

Panggung meluas ke daerah penonton



2.8.3 Retail / Toko

Bentuk dan ukuran toko ditentukan oleh jenis dan sifat barang yang diperdagangkan. Untuk memudahkan penataan, digunakan unit standar yang didasarkan pada sistem grid yang dipilih. Unit-unit yang dibentuk merupakan kelipatan dari unit standar. Standar luas toko khusus adalah 7 m² (neufert). Dari pengamatan terhadap kios-kios kerajinan di Pasar Seni Ancol, ukuran toko-toko/retail adalah 3 x 3 m dapat dianggap sebagai unit standar.

