

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKISTENSI BATIK TULIS GARUTAN



¹ Zikri Fachrul Nurhadi, ²Haryadi Mujianto, ³Hardan Adha Apriana

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut
zikri_fn@uniga.ac.id

Diterima : 12 Februari 2021; Review : 07 Maret 2021; Direvisi Author : 10 Mei 2021; Terbit : 14 Agustus 2021

Abstract

Batik Tulis Garutan is part of the local wisdom typical of Garut Regency which is still surviving until now. Currently, Batik Tulis Garutan is concentrated in Garut city, the average production capacity per year is 1,600 pieces. Based on the data obtained, this study intends to find out how the Garutan Batik Written House RM maintains the existence of Garutan hand-drawn batik. The purpose of this study is to explain how to define problems or opportunities, planning and programming, taking action and communication, and evaluating programs in the Communication Strategy of Rumah Batik Tulis Garutan RM. The research method used is a qualitative descriptive method. While the data collection techniques used in this study were in-depth interviews, observation and documentation. The subject of this research is the Garutan Batik Writer House Manager, who is involved in implementing the communication program planning strategy, totaling three people using snowball sampling. The result of the research shows that Rumah Batik Tulis Garutan RM has not been able to implement the implementation of the workshop program as a communication strategy in maintaining the existence of Batik Tulis Garutan. It is shown that Rumah Batik Tulis Garutan RM .in defining the problem or analyzing the situation is not enough to find out how the problem is happening, because it is more focused on the production and sale of products. In the planning and programming strategy there is a structured plan that contains goals, targets, conveys messages in an informative, persuasive and instructive manner, but there is no maximum technical arrangement, the strategy is carried out by maximizing good relations with external parties as targets and utilizing the media. Implementation is done by compiling a periodic scale, the allocation of resources. The evaluation was carried out by Rumah Batik Tulis Garutan RM based on the number of participants, with this number it can be seen that the enthusiasm of the community in supporting the implementation of the program was carried out.

Keywords : Communication Planning Strategy, Existence, Workshop, Batik Tulis Garutan.

1. PENDAHULUAN

Salah satu simbol kebudayaan Indonesia yang telah mendunia adalah kain Batik. Bahkan, UNESCO sebagai organisasi dunia yang bergerak di bidang

kebudayaan menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia non-bendawi. Berbagai daerah di Indonesia memiliki kekhasan dalam batik yang kaya akan

motif, termasuk Kabupaten Garut, Jawa Barat.

Batik yang dikenal dengan nama Batik Tulis Garutan ini memiliki warna yang lebih cerah dibandingkan batik dari daerah lain. Warna seperti biru, merah bata, atau ungu sering menjadi pilihan para pengrajin batik khas garut ini. Ada sekitar 80-an motif yang dituangkan dalam batik tulis Garutan. Di antaranya adalah bulu hayam, lereng calung, lereng jaksa, cupat manggu, merak ngibing, dan batu ngampar. Secara umum, motif yang dipakai dalam batik tulis Garutan diambil dari kondisi alam sekitar yang dikelilingi pegunungan. Selain itu, flora dan fauna yang memiliki kaitan erat dengan kehidupan masyarakat pun mekengkapi kekayaan motif batik tulis Garutan.

Dalam perkembangan dan persaingan di era milenial ini, Batik Tulis Garutan hingga kini masih bertahan dan tidak pernah termakan jaman. Salah satu tempat pengrajin batik tulis tertua di Kabupaten Garut yakni Batik Tulis Garutan RM yang berada di jalan Papandayan No.54, kelurahan paminggir, kecamatan Garut Kota, Kabupaten Garut.

Saat ini pengolahan batik Garutan terkonsentrasi di Garut Kota. Rata-rata

kapasitas produksi per tahun adalah 1.600 potong. Adapun potensi industri Batik Tulis Garutan pada tahun 2021 tercatat sebagai berikut:

Tabel. Data Industri Batik Tulis Garut

Uraian	Formal	Non Formal	Jumlah
Jumlah Unit Usaha (Unit)	3	5	8
Tenaga Kerja (Orang)	25	25	50
Investasi (000 Rp)	30.000	20.000	50.000
Nilai Produksi (000 Rp)	450.000	238.000	688.000
Wujud Produksi	Produk Sandang, Sinjang, Kain Bahan, dll		
Daerah pemasaran	Jakarta , Bandung , Bali , dll		

Sumber: Dinas Perindagkop & UKM

Kabupaten Garut tahun 2021

Bahan dasar pembuatan kain batik ialah kain katun yang biasa disebut mori. Kain mori ini terdiri dari beberapa jenis, dari jenis yang paling kasar, seperti belacu, sampai ke kain mori yang halus. Kain mori yang halus pun terdiri dari beberapa jenis, yaitu primissima dan prima. Dalam perkembangannya batik tidak saja mempergunakan bahan dasar yang terbuat dari katun tetapi juga terbuat dari sutera. Kain batik yang terbuat dari

sutera memerlukan perlakuan khusus utamanya dalam proses penghilangan malamnya. Proses pematikan yang dilakukan di Garut tidak jauh berbeda dengan proses-proses pematikan yang dilakukan di daerah pematikan lainnya di Jawa.

Karena prosesnya yang cukup rumit, pembuatan batik tulis garutan memerlukan waktu yang cukup panjang. Untuk membuat sehelai kain batik dengan motif sederhana saja, dibutuhkan waktu sekitar 1 minggu. Pembuatan batik tulis Garutan bisa memerlukan waktu hingga berbulan-bulan jika motif yang dibuat sangat sulit. Batik Tulis Garutan RM ini setiap harinya mampu memproduksi berbagai macam jenis batik model tulis ataupun cetak. Motif-motifnya yaitu batik buku awi, cerutu, batu, carang ayakan, merak kibing, dan bulu hayam. Untuk satu lembar batik tulis dibanderol dengan harga Rp 750 ribu hingga Rp 2 juta, sedangkan untuk batik cetak seharga Rp 65 ribu hingga Rp 1 juta. Jika batik lain memiliki warna dasar cokelat, batik dari Garut memiliki warna dasar kuning gading dan biru.

Derasnya siasat jiplak motif batik yang kerap dipakai pelaku bisnis asal Cina, memudahkan mereka untuk

menguasai batik dalam negeri. Batik Tulis Garutan RM sudah mempatenkan seluruh motif batik Garut, dengan upaya itu berharap kelangsungan produksi batik tulis dan cap asal Garut tetap terjaga dalam jangka Panjang. Selain itu, agar regenerasi pembatik lokal tetap terjaga.

Dengan kondisi seperti ini, tak mengherankan minat generasi muda untuk terjun membersarkan batik lokal buatan dalam negeri terus menurun. Akibatnya kegiatan komunikasi yang terjalin belum maksimal sebagai sarana untuk menjaga kelestarian batik tulis garutan, dalam artian strategi perencanaan program komunikasi yang dilakukan masih pasif dikarenakan sumberdaya dan situasi kondisi masyarakat tidak menentu atau sulit ditebak sehingga belum bisa maksimal. Strategi komunikasi sangat diperlukan untuk tujuan jangka panjang dalam hal ini yaitu untuk melestarikan kebudayaan daerah khususnya membatik. Strategi perencanaan program komunikasi bisa diaplikasikan ke dalam bentuk kegiatan komunikasi dengan publik.

Dalam hal ini Rumah Batik Tulis Garutan RM melakukan kegiatan komunikasinya dalam bentuk kegiatan workshop, tujuannya adalah untuk

melestarikan warisan budaya yang perlu ditanamkan kecintaan pada seni budaya, khususnya di kalangan generasi muda. Salah satunya adalah dengan memberikan pengenalan maupun pelatihan membuat batik secara detail. Workshop ini sendiri terbuka untuk umum, khususnya untuk pelajar dari mulai Sekolah Dasar hingga Mahasiswa, bagi anak-anak mengikuti pelatihan membuat batik akan membangun daya imajinasi, koordinasi, keseimbangan dan motorik.

Program workshop merupakan kegiatan membuat batik yang dikemas dalam bentuk edukasi ringan dan praktik membuat batik secara langsung. Peserta diajarkan untuk memahami sejarah, teknik, dan proses pembuatan batik, peserta dapat memilih media yang akan digunakan misalnya dalam bentuk kain sapu tangan, kain taplak meja, syal, kipas, payung, totebag, dan berbagai media lain.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan Effendy dalam bukunya mengatakan strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus

menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy,)

Konsep dari strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan komunikasi membantu bagaimana sebuah pesan yang dibawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga. Karena itu, perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mencapai suatu tujuan.

Pada dasarnya perusahaan memiliki strategi dalam menjalankan bisnisnya, namun mengkaji perusahaan. Suatu strategi dipengaruhi unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi, arah, dan tujuan dari suatu pola menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan seperti:

1. Secara makro, lingkungan perusahaan/lembaga akan dipengaruhi oleh unsur kebijakan umum, budaya yang dianut, sistem perekonomian dan

teknologi yang dikuasai oleh perusahaan.

2. Secara mikro, tergantung dari misi perusahaan, sumber-sumber yang dimiliki, sistem pengorganisasian dan rencana program dalam jangka pendek dan Panjang dan disertai dengan sasaran yang hendak dicapai.

Strategi dalam usaha menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan eksternal dapat ditarik suatu pengertian yang mencakupi peranan public relations diberbagai aktivitas seperti menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang dan meyakinkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti jelaskan, salah satu hal yang menarik dari pemilihan topik penelitian ini adalah batik tulis merupakan warisan budaya non-bendawi yang proses pembuatannya memerlukan waktu yang cukup lama untuk sehelai kain batik tulis bahkan bisa sampai berbulan-bulan tergantung tingkat kesulitan motifnya. Salah satu rumah produksi batik garutan yaitu Batik Tulis Garutan RM yang masih tetap memproduksi hingga kini.

Alasan peneliti tertarik mengambil judul Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Garutan ini karena di era milenial ini batik semakin terancam keberadaannya, peneliti tertarik untuk mencari informasi bagaimana pendekatan kepada masyarakat sebagai bentuk mempertahankan eksistensi Batik Tulis Garutan dengan menggunakan strategi tertentu.

Dari permasalahan tersebut, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti dan membahas menjadi sebuah jurnal dengan judul **Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Garutan** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Program Workshop Rumah Batik Tulis Garutan RM Dalam Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Garutan). Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah: Untuk menjelaskan peluang, perencanaan, pengambilan keputusan atau tindakan dan evaluasi dalam strategi komunikasi Rumah Batik tulis Garutan RM.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan ilmu yang mempelajari cara yang digunakan untuk menyelidiki masalah yang memerlukan pemecahan. Metodologi penelitian menuntun mengarahkan pelaksanaan penelitian agar hasilnya sesuai dengan realitas. (Nurhadi dan Din, 2012:41).

Guna mencapai tujuan penelitian, maka metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian Deskriptif merupakan pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu (Singarimbun dan Effendi, 1991).

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati perkembangan fashion yang berkaitan, dimana di era milenial ini fashion merupakan salah satu gaya hidup yang menjadi sebuah tren dan batik masih tetap eksis di masyarakat luas khususnya di Kabupaten Garut.

Peneliti mengambil objek Rumah Batik Tulis Garut RM karena dalam pengamatan peneliti, Rumah Batik Tulis RM sampai sekarang masih tetap eksis dikalangan pecinta batik, tidak hanya

menjual pakaian dan kain batik di Rumah Batik Tulis Garut RM juga sering menerima kunjungan studi tentang proses pembuatan batik.

Terlebih produk dari Rumah Batik Tulis RM pernah menjadi pakaian resmi pada saat peringatan konverensi meja bundar di Bandung beberapa tahun yang lalu. Hal ini sesuai dengan paradigma konstruktivisme yang dikemukakan dalam buku Nurhadi & Din, 2012:54-58, memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam setting keseharian yang alamiah agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang merujuk kepada beberapa metode yang berbeda untuk memperoleh data yang meliputi penyelidikan lapangan, pengamatan observasi dan wawancara. Hal serupa tidak jauh berbeda dalam buku Nurhadi dan Din 2012:29 yang mengutip pendapat *Singletary*, bahwa kajian kualitatif biasanya lebih deskriptif, artinya secara

umum penelitian kualitatif tidak bergantung pada pengujian hipotesis kuantitatif, melainkan lebih menekankan kepada pengamatan, intuisi, dan pandangan pribadi.

Penentuan informan yang peneliti tetapkan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam penerapan strategi komunikasi Rumah Batik Tulis RM dalam mempertahankan eksistensi Batik Garutan di masyarakat luas. Adapun teknik yang digunakan dalam penentuan informan ini adalah dengan *snowball sampling*, *snow ball sampling* adalah teknik penentuan informan yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian informan tersebut memilih teman-temannya untuk ikut serta dijadikan informan, dimana mereka sama-sama terlibat dalam permasalahan penelitian. Adapun kriteria informan yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Tercatat sebagai karyawan di Rumah Batik Tulis RM.
2. Terlibat dalam pelaksanaan strategi komunikasi Rumah Batik Tulis RM baik sebagai komunikator, berperan dalam penyusunan pesan, pemilihan media, pembinaan target sasarannya, maupun evaluasi.

Untuk dapat memastikan siapa saja yang dapat dijadikan sebagai informan, maka peneliti menetapkan informan sementara yang tercantum dalam struktur perusahaan Rumah Batik Tulis RM yang memungkinkan terlibat dalam penerapan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi Batik Garutan.

Tabel. Daftar Nama Informan

No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Jabatan
1.	Ny. Sri Husaodah	70	Perempuan	Pemilik
2.	Aam Meilani	62	Perempuan	Pengelola
3.	Iis Sopiah	52	Perempuan	Ketua Kelompok Pekerja

Dalam penelitian ini tahap pengumpulan data yang dilakukan diantaranya dengan cara mendatangi langsung kantor Rumah Batik Tulis RM, mengumpulkan data yang bersifat primer seperti melakukan penajakan informasi dengan pihak bersangkutan serta mengumpulkan data yang bersifat sekunder seperti profil perusahaan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi non-partisipan, karena peneliti tidak terlibat aktif dengan kehidupan informan dan

mengamati apa yang telah dijelaskan dalam latar belakang penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara tidak terstruktur pada saat pencarian informasi seputar Rumah Batik Tulis Garutan RM, melakukan wawancara terstruktur kepada pihak-pihak yang terlibat dengan hal yang akan diteliti dengan cara memberikan pedoman penelitian terlebih dahulu, selain itu wawancara semi terstruktur juga dilakukan dengan tujuan untuk membangun hubungan yang baik sehingga mewujudkan keterbukaan dalam penyampaian informasi dari informan.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Nurhadi dan Din)

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental, dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah

kehidupan, cerita, biografi, peraturan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya, foto, gambar hidup, sketsa dan lain sebagainya. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lainnya. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi yang berbentuk tulisan dan gambar sebagai data pendukung untuk penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan sebelum terjun kelapangan dan berlangsung secara *continue* sampai hasil penulisan penelitian selesai, hal ini serupa dengan pendapat yang dikemukakan Nasution (1988) menyatakan “analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjalankan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian”. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang “*grounded*”. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data. (Sugiyono)

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara nanti, peneliti akan melakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan informan. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu hingga diperoleh data yang dianggap kredibel, hal ini sejalan dengan Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. (Sugiyono)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Kriteria kepercayaan dapat dilakukan teknik pemeriksaan dengan perpanjangan keikut-sertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecakupan referensial, kajian kasus negative, dan pengecekan anggota. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria kepercayaan dengan perpanjangan keikut-sertaan dan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzim (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Dalam hal ini peneliti menggunakan triangulasi teori dan sumber.

Triangulasi dengan teori, dilaksanakan sebagai penjelasan banding. Dalam hal ini, jika analisis telah menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis, maka penting untuk mencari tema atau penjelasan pembanding atau penyaing. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek kembali kepercayaan suatu informasi yang

diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Penulis memilih narasumber yang relevan, diantaranya adalah Akademisi dan juga kolektor batik. Alasan memilih narasumber tersebut adalah bahwa mereka mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rumah Batik Tulis Garut RM sehingga data yang didapat dari informan yang melaksanakan strategi

komunikasi dapat dipercaya atau dipastikan keabsahan datanya. Adapun triangulasi sumber dapat diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel Daftar Triangulasi Narasumber

No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Jabatan / Kedudukan
1.	Roni Hermansyah	52	Laki-laki	Guru Seni Budaya
2.	Hj. Ade	60	Perempuan	Kolektor Batik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mendefinisikan Masalah atau Peluang

Langkah pertama sangat penting artinya untuk suksesnya sebuah program. Mendefinisikan masalah atau analisis situasi adalah pencarian fakta, data atau informasi yang mendukung program komunikasi mengenai situasi, pendapat, sikap, dan reaksi publik terhadap kegiatan, kebijakan atau produk suatu perusahaan atau lembaga. Hal itu dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi, sesudah itu perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan.

Dalam hal ini apakah terjadi hal-hal yang menghambat atau menunjang kegiatan perusahaan atau lembaga

tersebut. Disini Rumah Batik Tulis Garutan RM tidak melakukan riset secara mendalam dan terstruktur mengenai eksistensi batik tulis garutan di masyarakat, terlebih pada batik cap yang harganya lebih murah dan proses pembuatannya yang terbilang cukup mudah dibandingkan dengan proses pembuatan batik tulis yang memerlukan waktu lebih lama.

permasalahan tersebut, Rumah Batik Tulis Garutan RM melakukan analisis sebagai acuan dalam strategi perencanaan program komunikasi.

Perencanaan dan Pemograman

Tahapan perencanaan dan penyusunan program dibangun berdasarkan informasi yang telah didapat pada tahapan analisis yang terarah, terencana, dan fokus pada tujuan khusus serta menempatkannya pada jalur yang jelas untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Strategi komunikasi dalam perencanaan program dalam hal ini memerlukan adanya penetapan tujuan, mengenali publik sasaran, menyusun pesan, serta strategi dan taktik.

Menurut *Cutlip & Center* tahapan ini melibatkan hal-hal yang ditemukan dari tahap sebelumnya, kemudian dibuat sebuah perencanaan matang mengenai langkah-langkah, perumusan tujuan, perincian waktu secara teratur dalam menyelesaikan permasalahan tersebut dan diwujudkan kedalam kebijakan dan program organisasi. Pemograman yang dijalankan sejalan pada tujuan Rumah Batik Tulis Garutan RM.

Dalam hal ini, Rumah Batik Tulis Garutan RM memiliki tujuan dimana harus dilakukan dalam jangka waktu Panjang, terlebih dalam memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi

yang tidak terbatas waktu bahkan seumur hidup. Tujuannya yaitu membuat publik sasaran untuk berpikir pada tingkat pemahaman tertentu dan juga membuat publik sasaran untuk membentuk suatu sikap atau opini tertentu dan bertindak sesuai dengan harapan yang diinginkan dalam rangka mempertahankan dan melestarikan budaya leluhur yaitu batik tulis garutan dan mengembangkan potensi batik tulis garutan.

Program yang dilakukan Rumah Batik Tulis Garutan RM terlalu terfokus kepada generasi muda seperti siswa sekolah dasar pertama, menengah dan juga mahasiswa sedangkan program untuk para pengusaha muda atau UKM untuk membantu merintis membatik dinilai kurang, akan lebih baik jika pergerakan yang dilakukan seimbang, minimal sosialisasi program sebagai bentuk kepedulian terhadap budaya membatik.

Pelaksanaan komunikasi perlu menentukan siapa yang akan menjadi target komunikasi, mengenali tujuan komunikasi, apakah sekedar ingin mengetahui atau ingin melakukan tindakan tertentu baik itu tindakan instruktif maupun persuasif.

Rumah Batik Tulis Garutan RM menyusun pesan-pesan yang dapat disampaikan kepada target sasarannya khususnya kepada masyarakat yang berada di Kabupaten Garut. Pesan yang disampaikan merupakan pesan yang informatif, edukatif dan instruktif. Penyusunan pesan-pesan tersebut tidak dilakukan pengkategorian secara khusus yang ditujukan kepada target sasaran, dalam artian pesan-pesan yang disampaikan dari Rumah Batik Tulis Garutan RM ditujukan untuk semua kalangan dan bersifat umum.

Rumah Batik Tulis Garutan RM tidak menyusun strategi dan taktik secara khusus maupun tersusun dalam rangka pelaksanaan program komunikasi, namun dalam hal ini, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, strategi yang digunakan Rumah Batik Tulis Garutan RM yakni memaksimalkan *Word of Mouth* untuk mempertahankan eksistensi batik tulis garutan, serta pemanfaatan media sosial dalam rangka menyebarluaskan pesan-pesan Rumah Batik Tulis Garutan RM kepada masyarakat.

Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Dalam pelaksanaan program, Tindakan dan berkomunikasi sangat menentukan bagaimana pencapaian yang diharapkan. Tindakan dan komunikasi dalam pelaksanaan program dapat dilakukan dengan menyusun skala waktu dan mengalokasikan sumber daya yang terdiri dari sumber daya manusia, biaya operasional dan peralatan. Menetapkan jadwal kegiatan untuk suatu program komunikasi memerlukan strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki pengaruh lebih besar dari kegiatan yang akan dilakukan, kegiatan sosialisasi harus dilakukan dengan memperhitungkan waktu yang kondusif, sehingga sasaran program dapat tercapai.

Rumah Batik Tulis Garutan RM dalam melaksanakan strategi dan taktiknya menggunakan pembagian waktu secara khusus, kapan untuk menentukan dan mengimplementasikan pemanfaatan media, baik untuk mendukung dan membangun koordinasi dengan pihak eksternal untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, membujuk masyarakat untuk mendukung dan menerima tindakan tersebut dan juga memberi petunjuk

kepada masyarakat bagaimana cara menerjemahkan tujuan ke dalam tindakan.

Pelaksanaan program komunikasi yang dilaksanakan dengan pihak eksternal melalui pemanfaatan media seperti surat, media elektronik (Televisi), dan media online seperti facebook dan instagram dengan penguploadan gambar yang sudah diberi tanggal dan waktu untuk mencegah terjadinya plagiasi atau penipuan gambar. Untuk sumber daya dan peralatan penunjang lainnya dalam pelaksanaan kegiatan workshop yaitu bahan dasar pembuatan batik seperti kain, malam, canting, dan peralatan lainnya, peralatan untuk teknis pelaksanaan semua itu sudah disediakan di Rumah Batik Tulis Garutan RM.

Media relations yang dibangun oleh Rumah Batik Tulis Garutan RM sendiri cukup bagus baik dari segi internalnya dan untuk eksternal nya bekerjasama dengan jurnalis media cetak, televisi dan sebagainya. Mengenai pelayanan Rumah Batik Tulis Garutan RM sendiri cukup memuaskan dimana pengelola selalu berusaha hadir dalam acara-acara UKM, selain itu juga bersifat terbuka terhadap berbagai lapisan

masyarakat sehingga bertemu dan bersilaturahmi.

Harapan untuk pelaksanaan kegiatan workshop kedepannya lebih melibatkan instansi pemerintah atau UKM yang mungkin belum bisa memberikan bisa memberikan materi, tapi dari moril dan pengetahuan, secara tidak langsung dengan adanya tindakan tersebut menstimulan pengusaha muda untuk menanamkan rasa ingin melestarikan kebudayaan Indonesia khususnya Kab. Garut sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi batik tulis garutan.

Mengevaluasi program

Rumah Batik Tulis Garutan RM melaksanakan evaluasi program maupun manajemen tidak secara rutin jadi sesuai situasi dan kondisi, mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi yang tersedia. Evaluasi program melihat dari jumlah kehadiran peserta yang mengikuti program, dengan jumlah tersebut dapat diketahui antusias masyarakat dalam mendukung pelaksanaan program, hal tersebut menjadi salah satu wujud berhasilnya suatu program.

Selain evaluasi program yang sebagaimana dijelaskan di paragraf

sebelumnya, Rumah Batik Tulis Garutan RM melaksanakan evaluasi manajemen yaitu terkait dengan kinerja personil, kualitas produk dan juga ketersediaan bahan produksi apakah mengalami kemajuan atau tidak. Selain itu juga, dapat mengetahui bagaimana pencapaian yang didapatkan serta hal-hal yang perlu diperbaiki sehingga menjadi acuan dalam pelaksanaan program selanjutnya.

Hal itu sejalan dengan apa yang diungkapkan *Cutlip, Center & Broom* bahwa evaluasi program berperan dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi untuk menilai efektivitas, evaluasi untuk menilai kualitas dan kecukupan pengumpulan informasi dan perencanaan strategi.

4. PENUTUP

Adapun Kesimpulan dari penelitian ini yaitu: Rumah Batik tulis Garutan RM melakukan analisis situasi lingkungan eksternal secara keseluruhan yang lebih terfokus pada kondisi sosial masyarakat yang rawan melupakan budaya membatik yaitu generasi muda yang kurang tertarik pada batik. Dalam lingkungan internal Rumah Batik Tulis Garutan RM melihat kesiapan dari sumber daya yang tersedia.

Rumah Batik Tulis Garutan RM tidak melakukan penyusunan strategi dan program secara khusus yang ditujukan kepada target sasaran. Tujuan jangka Panjang yaitu melestarikan kebudayaan tradisional khususnya membatik. Dalam hal mengenali publik sebagai target sasaran yang dikategorikan siswa, instansi pemerintah, UKM dan masyarakat, Taktik yang dilakukan yakni memanfaatkan jejaring komunikasi dengan pelanggan loyal. Pesan yang disampaikan pada saat pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan berbagai jenis seperti instruktif, edukatif, informatif dan persuasif.

Dalam melaksanakan strategi dan taktiknya menggunakan pembagian waktu secara khusus, kapan untuk menentukan dan mengimplementasikan pemanfaatan media, baik untuk mendukung dan membangun koordinasi dengan pihak eksternal. Pelaksanaan program komunikasi yang dilaksanakan dengan pihak eksternal melalui pemanfaatan media koran, Televisi, dan media sosial facebook dan instagram. Selanjutnya dalam mengalokasikan sumberdaya dalam hal ini seperti yang sudah dibahas bahwa pada saat kegiatan

workshop lebih menyesuaikan kondisi di galeri.

Rumah Batik Tulis Garutan RM melakukan evaluasi program untuk dijadikan landasan dalam perbaikan strategi di masa yang akan datang.

Sedangkan dsaran yang diberikan yaitu:

1. Diharapkan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini (Strategi Komunikasi) dapat diaplikasikan ke dalam objek penelitian yang lainnya dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya. Karena dalam penerapan teori ini sangat diperlukan ketelitian dan pemahaman yang matang untuk mencapai tujuan organisasi khususnya mengubah cara berpikir dan menanamkan rasa ingin melestarikan kebudayaan tradisional membuat terhadap masyarakat.
2. Penelitian ini dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya dengan penggunaan metode penelitian baik kualitatif maupun kuantitatif, menggunakan teori yang berbeda sehingga dapat diketahui pelaksanaan program secara menyeluruh dan mendalam dari berbagai aspek.

3. Peneliti memberikan saran dalam penelitian selanjutnya untuk meneliti terkait jenis dan pemasaran batik tulis garutan, serta persepsi masyarakat terhadap program, serta manajemen komunikasi yang dibangun oleh Rumah Batik Tulis Garutan RM.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. (2017). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga. *aspikom, volume 3 nomor 2*, 13.
- Ardianto, E. (2013). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. (2004). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2009). *Human Relation & Public Relations*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Ernawati, S. (2019). strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam membangun brand image klub sepak bola profesional borneo football club samarinda. *fisip-unmul.ac.id volume 7 nomor 2*, 10-11.
- Kharisma, R. I. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu "Salatiga Movement (SM)" dalam Meningkatkan Brand Awareness Terhadap Masyarakat Salatiga. *Journal.uniga.ac.id, volume 5 No.2*, 12.
- Lexy J. Moleong, M. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rodakarya.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

Makbul, Z. F. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Paradigma*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: P2U-LPPM UNISBA.

Yulia, S. (2019). Strategi Komunikasi Organisasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Publik Berbasis Elektronik Pemerintah E-Goverment. *Jim.unsyiah.ac.id, volume 4 No.4*, 10.