

STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI BATIK TULIS GARUTAN

Hardan Adha Apriana¹

¹Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi *Public Relations*,
Universitas Garut

Email: aprianahardan@gmail.com

Abstract

The development and competition of fashion trends in this millennial era, Garutan Batik Written is part of the local wisdom of Garut Regency which is still surviving. One of the oldest written batik craftsmen in Garut Regency is the Garutan Batik House RM which was founded in 1979. In this case, of course, the right strategy is needed for the program to maintain its existence. This study aims to determine the strategy of the Workshop program in maintaining the existence of Garutan Batik by using the concept of the Cutlip, Center & Broom program planning strategy which consists of defining problems or opportunities, planning and programming, taking action and communication, evaluating the program. The research method used is descriptive qualitative. Based on the results of the research shows that the Garutan Batik House RM has not been able to implement the implementation of the workshop program as a communication strategy in maintaining the existence of written garutan batik. Defining a problem or opportunity is deemed inadequate to find out what problems are happening, planning and programming are structured there are goals, targets, delivery of messages informative, persuasive and instructive, strategies are carried out by maximizing good relations with external parties as targets and utilizing media, the implementation is done by compiling a periodic scale, the allocation of resources. Evaluation is carried out based on the number of participants, it can be seen that the enthusiasm of the community in supporting the implementation of the Workshop program.

Keywords: *Communication Strategy, Existence, Workshop, Garutan Written Batik*

Abstrak

Perkembangan dan persaingan tren mode busana di era milenial ini, Batik Tulis Garutan merupakan bagian dari kearifan lokal khas Kabupaten Garut yang hingga kini masih bertahan. Salah satu tempat pengrajin batik tulis tertua di Kabupaten Garut yakni Rumah Batik Tulis Garutan RM yang telah berdiri dari tahun 1979. Dalam hal ini, tentunya dibutuhkan strategi yang tepat bagi program tersebut untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi program Workshop dalam mempertahankan eksistensi Batik Tulis Garutan dengan menggunakan konsep strategi perencanaan program Cutlip, Center&Broom yang terdiri dari mendefinisikan masalah atau peluang, perencanaan dan pemograman, mengambil tindakan dan komunikasi, evaluasi program. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Batik Tulis Garutan RM belum dapat menerapkan pelaksanaan program workshop sebagai strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi batik tulis garutan. Mendefinisikan masalah atau peluang dirasa kurang cukup untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi, perencanaan dan pemograman ada yang tersusun terdapat tujuan, target sasaran, penyampaian pesan dengan informatif, persuasif dan instruktif, strategi yang dilakukan dengan memaksimalkan hubungan baik dengan pihak eksternal sebagai target sasaran dan memanfaatkan media, implementasi yang dilakukan dengan menyusun skala periodik, adanya pengalokasian sumberdaya. Evaluasi dilakukan berdasarkan dengan jumlah peserta dapat diketahui antusias masyarakat dalam mendukung pelaksanaan program Workshop.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Eksistensi, Workshop, Batik Tulis Garutan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu simbol kebudayaan Indonesia yang telah mendunia adalah batik tulis, bahkan UNESCO menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia non-bendawi. Batik daerah di Indonesia memiliki kekhasan dalam batik yang kaya akan motif, termasuk Kabupaten Garut.

Karena proses pembuatan 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. Derasnya siasat jiplak motif

yang kerap dipakai pelaku bisnis asal cina, memudahkan mereka untuk menguasai batik dalam negeri. Batik Tulis Garutan RM sudah mematenkan seluruh motif batik garut, dengan upaya itu berharap kelangsungan produksi batik tulis dan cap asal Kabupaten Garut tetap terjaga dalam jangka panjang.

Dengan kondisi seperti ini, tak heran minat generasi muda untuk terjun melestarikan batik lokal terus menurun. Akibatnya kegiatan komunikasi yang terjalin belum maksimal sebagai sarana untuk menjaga kelestarian batik tulis garutan, dalam artian 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 batik tulis garutan, strategi perencanaan program komunikasi bisa diaplikasikan ke dalam bentuk kegiatan komunikasi dengan publik.

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

Konsep 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 perusahaan, karena itu perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mencapai suatu tujuan. (Cangara, 2014)

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

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.

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 membatik secara detail. Workshop ini sendiri terbuka untuk umum, khususnya untuk pelajar dari mulai Sekolah Dasar hingga Mahasiswa, bagi anak-anak mengikuti pelatihan membatik akan membangun daya imajinasi, koordinasi, keseimbangan dan motorik.

Program workshop merupakan kegiatan membatik yang dikemas dalam bentuk edukasi ringan dan praktik membatik 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.

WORKSHOP BATIK

Workshop adalah suatu pertemuan dimana sekelompok orang yang memiliki minat, keahlian, dan profesi di bidang tertentu terlibat dalam diskusi dan kegiatan intensif pada subjek atau proyek tertentu. Pada praktiknya, kegiatan *workshop* biasanya lebih fokus mengupas secara tuntas masalah tertentu dan disertai dengan pelatihan kepada peserta. Para peserta *workshop* akan mendapatkan pengetahuan baru yang bermanfaat dan dapat diterapkan sesuai dengan bidang profesinya.

Kegiatan *workshop* yang dilaksanakan oleh Rumah Batik tulis Garutan RM tujuannya adalah untuk melestarikan warisan budaya bangsa, perlu ditanamkan kecintaan pada seni budaya, khususnya di kalangan generasi muda. Salah satunya adalah dengan memberikan pengenalan maupun pelatihan membatik secara detail. *Workshop* ini sendiri terbuka untuk umum, khususnya untuk pelajar dari mulai Sekolah Dasar, Menengah Pertama, Menengah Atas dan mahasiswa. Bagi anak-anak, mengikuti pelatihan membatik akan membangun daya imajinasi, koordinasi, keseimbangan dan motorik.

Program *workshop* batik merupakan kegiatan membatik yang dikemas dalam bentuk edukasi ringan dan praktik membatik secara langsung kegiatan dapat dikemas dalam bentuk *character building*, maupun *outing class* yang dapat menunjang pembelajaran di sekolah. Kegiatan diselenggarakan di area *workshop* Rumah Batik Tulis Garutan RM, atau pun tim

Rumah Batik Tulis Garutan RM yang datang ke sekolah, instansi, corporate, maupun event pihak mitra.

Peserta akan diajak untuk memahami sejarah, teknik, dan proses pembuatan batik. Peserta dapat memilih membatik dengan proses tulis, cap, lukis, maupun kombinasi dengan pilihan berbagai media dan ukuran. Media yang digunakan dalam bentuk kain sapu tangan 30 x 30 cm, kain taplak meja 100 x 100 cm, kain syal 40 x 115 cm, kain ukuran 115 x 200 cm, kipas, payung, totebag dan berbagai macam media lain.

Defining the Problem

Tahap pertama meliputi pengkajian dan pemantauan opini, sikap dan perilaku terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Tahap ini memberikan landasan bagi tahap-tahap lainnya dalam proses penyelesaian masalah dengan menentukan “*Apa yang terjadi sekarang?*”.

Masalah atau peluang yang ada dijelaskan dan diilustrasikan secara detail melalui analisi situasi. Analisis situasi dilakukan pada faktor internal (berhubungan dengan kebijakan, prosedur dan tindakan organisasi yang berhubungan dengan situasi yang sedang dihadapi) dan juga faktor eksternal (pengumpulan informasi stakeholder, apa yang mereka tahu, bagaimana perasaan atau pandangan mereka, dan apa yang mereka lakukan sehubungan dengan situasi).

Untuk mengetahui hal-hal tersebut diperlukan penelitian. Penelitian digunakan untuk mencari data yang benar dan jujur serta untuk mengetahui situasi maupun opini yang ada di masyarakat. Broom & Dozier mengemukakan

pendefinisian masalah yang akurat dan komplet dapat dilakukan melalui penelitian, karena penelitian menyediakan informasi untuk menentukan masalah, pengidentifikasian publik-publik, sasaran dan tujuan, serta pemilihan strategi program

Karena penelitian digunakan untuk memahami permasalahan yang digunakan dalam perencanaan program maupun evaluasi sehingga dapat diusulkan pemecahan yang tepat. Jenis-jenis penelitian yang dapat digunakan : Informal atau eksplorasi, Kontak personal, Informan kunci, Kelompok fokus dan forum komunitas, Saluran telepon bebas, Analisis surat, Laporan lapangan.. Formal : Analisis sekunder dan database, Analisis isi, Survey. Analisis yang digunakan untuk perencanaan program dapat dilakukan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) yang lebih memfokuskan diri pada kalkulasi peluang pencapaian tujuan program perencanaan komunikasi.

Planning and Programming

Tahap kedua, informasi yang dikumpulkan pada tahap pertama digunakan untuk menentukan program untuk publik, objek (sasaran), strategi aksi dan komunikasi, taktik dan tujuan. Tahap kedua ini meliputi menterjemahkan temuan-temuan dalam tahap pertama kedalam kebijakan dan program organisasi. Tahap ini melibatkan hal-hal yang ditemukan dari tahap pertama, kemudian diwujudkan kedalam kebijakan-kebijakan dan program organisasi. Tahap kedua berupaya menjawab, “*Didasarkan pada apa kita telah mempelajari situasi, apa yang akan kita ubah*

atau lakukan dan katakan?”.

Perencanaan dianggap penting karena rencana memperbesar peluang kesuksesan sebuah program, dengan perencanaan yang matang tentu akan menghasilkan program yang efektif. Jefkins menjelaskan perlunya perencanaan untuk menetapkan target-target operasi, menyusun skala prioritas terkait dengan jumlah program dan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan program yang telah diprioritaskan serta untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan. Strategi dipilih untuk mencapai hasil tertentu. perencanaan strategis melibatkan pembuatan keputusan tentang tujuan dan sasaran, mengidentifikasi public, menentukan kebijakan dalam memilih dan menentukan strategi.

Menetapkan tujuan yang realistis adalah sangat penting apabila program yang direncanakan harus memiliki arah dan dapat menunjukkan suatu keberhasilan tertentu. tujuan dapat diterapkan untuk keseluruhan program maupun proyek tunggal, tujuan dapat pula beroperasi dua tingkat, strategi dan taktik. Penetapan tujuan dan program yang dijalankan sejalan pada tujuan organisasi.

Taking Action and Communicating

Tahap ketiga melibatkan pengimplementasian program aksi dan komunikasi yang telah dirancang untuk mencapai objek tertentu bagi tiap tiap publik dan untuk mencapai tujuan program. Pertanyaan yang harus dijawab dalam tahap ini adalah “*Siapa yang harus mengatakannya, kapan, dimana dan bagaimana?”*

Proses utama tindakan digambarkan sebagai

usaha untuk menyebarkan informasi diantara publik target. Pada tahap ini mengarah pada program komunikasi yang dibuat oleh praktisi *PR* dalam mencapai sasaran.

Evaluating the Program

Tahap akhir dalam proses ini meliputi penilaian terhadap persiapan, implementasi, dan hasil program. Penyesuaian atau perubahan dibuat ketika program diimplementasikan berdasar evaluasi atas apakah program berjalan lancar atau tidak. Program dilanjutkan atau diberhentikan setelah mempelajari “*Bagaimana hasil dari upaya yang kita lakukan?*”

Evaluasi program berperan dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi untuk menilai efektivitas. Evaluasi persiapan untuk menilai kualitas dan kecukupan pengumpulan informasi dan perencanaan strategis. Evaluasi implementasi mencatat kecukupan taktik dan upaya. Evaluasi dampak menyediakan umpan balik tentang konsekuensi dari program.

Menurut Grunig & Hunt evaluasi dapat dibedakan menjadi dua tahapan : *Process Evaluation*, evaluasi proses berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui apakah program-program yang dilaksanakan telah dikelola dengan baik, berkesinambungan dan efektif. Dalam berbagai hal, evaluasi ini mengukur berkesinambungan penampilan program. *Outcome Evaluation*, evaluasi hasil berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui apakah dampak atau hasil yang ditimbulkan oleh program-program yang telah dilaksanakan. Evaluasi hasil biasanya berkaitan dengan usaha untuk mengetahui

apakah tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Eksistensi

Eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan actual. *Existere* disusun dari kata *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.

Menurut Sjafirah dan Prasanti, eksistensi di artikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “*diberikan*” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang disekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa: “*Eksistensi artinya keberadaan, keadaan, adanya*”.

Eksistensi memiliki makna yang luas cakupannya. Namun, dalam penelitian ini eksistensi yang akan dilihat dari sudut pandang budaya di lingkungan masyarakat Kabupaten Garut. Prinsip yang sangat dijunjung tinggi untuk dapat melestarikan budaya yang ada menjadi salah satu alasan untuk eksistensi

budaya tersebut tetap ada. Tapi, tidak menutup kemungkinan keberadaannya akan tergerus jaman seiring dengan masuknya budaya baru di lingkungan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian dengan desain penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi (Moleong, 2005, hal.3). Dalam penelitian ini penulis akan melihat bagaimana strategi program yang diterapkan pada program Workshop Rumah Batik Tulis Garutan RM

Paradigma Penelitian

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.

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.

Pendekatan Penelitian

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

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.

Operasionalisasi Parameter

Parameter adalah indikator dari suatu distribusi hasil pengukuran, keterangan informasi yang dapat menjelaskan batas-batas atau bagian-bagian tertentu dari suatu sistem. Parameter dianggap penting untuk

memahami situasi (dalam memecahkan masalah). Parameter penelitian merupakan suatu nilai atau kondisi yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam menemukan sesuatu untuk mengisi kekosongan atau kekurangan yang ada, menggali lebih dalam apa yang telah ada, mengembankan dan memperluas, serta menguji kebenaran dari apa yang telah ada namun kebenarannya masih diragukan.

Teknik Pengumpulan Data

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 peninjauan informasi dengan pihak bersangkutan serta mengumpulkan data yang bersifat sekunder seperti profil perusahaan.

Teknik Analisis Data

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)

Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap kriteria kepastian terdiri dari beberapa langkah kecil. Pertama, perlu memastikan apakah hasil temuan itu benar-benar berasal dari data, yang kemudian ditelusuri jejak audit pada data mentah (catatan wawancara, ikhtisar dokumen, dan semacamnya) dan darimana hal-hal itu berasal, sesudah itu peneliti berusaha membuat keputusan apakah secara logis kesimpulan itu ditarik dan berasal dari data. Terakhir, menelaah kegiatan peneliti dalam melaksanakan pemeriksaan keabsahan data, misalnya bagaimana peneliti menggunakan triangulasi, analisis kasus negative, dan lain-lain secara memadai. (Moleong)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Mendefinisikan Masalah atau Peluang

Masalah atau peluang yang ada dijelaskan dan diilustrasikan secara detail melalui analisi situasi. Analisis situasi dilakukan pada faktor internal (berhubungan dengan kebijakan, prosedur dan tindakan Rumah Batik Tulis Garutan RM yang berhubungan dengan situasi yang sedang dihadapi) dan juga faktor eksternal (pemantauan opini, apa yang mereka tahu, bagaimana perasaan atau pandangan mereka, dan apa yang mereka lakukan sehubungan dengan situasi) dimana dapat mempengaruhi terhadap keberhasilan dalam mencapai tujuan Rumah Batik Tulis Garutan RM.

Permasalahan yang muncul setelah program *workshop* yang diadakan oleh Rumah Batik Tulis Garutan RM yaitu situasi dan kondisi target peserta *workshop* berdasarkan tingkatan

umurnya, respon target sasaran. Analisis situasi sebelum melaksanakan program tidak hanya untuk program *workshop* akan tetapi program lainnya seperti pameran (luar dan dalam negeri), *fashionshow*. Program UKM, shooting *Televisi*, dan program ketenaga kerjaan.

Tindakan dan kebijakan Rumah Batik Tulis Garutan RM dalam perencanaan program komunikasi adalah penentuan waktu pelaksanaan *workshop*, jumlah peserta saat pelaksanaan program kegiatan *workshop* nanti dan tata tertib saat pelaksanaan program.

Mengenai dimensi mendefinisikan masalah atau analisis situasi yang telah dilakukan Rumah Batik Tulis Garutan RM melakukan pendefinisian masalah atau analisis situasi lingkungan eksternal secara keseluruhan yang lebih terfokus pada kondisi sosial masyarakat yang rawan melupakan budaya membatik.

Dalam lingkungan internal Rumah Batik Tulis Garutan RM melihat kesiapan dari sumber daya yang tersedia diantaranya, peralatan, dana dan karyawan. Rumah Batik Tulis Garutan RMRumah Batik Tulis Garutan RM dirasa cukup baik dari faktor internal maupun eksternal dalam rangka mempertahankan eksistensi batik tulis garutan diharapkan dapat mewujudkan kelestarian batik tulis garutan.

Pelaksanaan program *Workshop* Rumah Batik Tulis Garutan RM dalam upaya mempertahankan eksistensi batik tulis garutan tidak terlepas dari situasi yang melingkupinya baik dari lingkungan internal maupun eksternal, serta permasalahan-permasalahan yang dapat terjadi terhadap ketersediaan sumber daya dalam mencapai tujuan. Maka

dari itu, untuk mengetahui situasi tersebut dapat diketahui menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

Pertama adalah *Strength* (Kekuatan). Saat ini, kekuatan yang terdapat pada Rumah Batik Tulis Garutan RM yaitu pelaksana *workshop* batik yang pertama ada di Kab. Garut dan Galeri yang cukup mumpuni untuk melaksanakan kegiatan *workshop* dibandingkan dengan rumah produksi batik tulis garutan lainnya, memiliki pengalaman yang sudah lama dalam dunia perbatikan.

Kedua adalah *Weakness* (Kelemahan), dalam hal ini pengelola yang ada di Rumah Batik Tulis Garutan RM yang masih melaksanakan tugas dan fungsi secara merangkap atau lebih dari satu fungsi, contohnya menjabat sebagai bagian administrasi, merangkat sebagai marketing, begitupun dengan yang lainnya dimana harus mendapatkan tugas yang berbeda dalam situasi mendadak apabila kekurangan sumber daya manusia. Selanjutnya, Rumah Batik Tulis Garutan RM belum maksimal dalam mensosialisasikan kepada masyarakat Kab. Garut dalam upaya mempertahankan eksistensi batik tulis garutan. Hal ini dikarenakan masih kurangnya sumberdaya manusia yang ada sebagai tim sosialisasi ke masyarakat.

Ketiga adalah *Opportunity* (Peluang). Dalam hal ini, pelaksanaan program *workshop* yang dilakukan Rumah Batik Tulis Garutan RM yakni dengan memanfaatkan jejaring pihak eksternal seperti instansi pemerintah, umkm, sekolah, *word of mouth* yang dilakukan konsumen loyal. Dengan pelaksanaan kegiatan tersebut meskipun masyarakat masih banyak

yang belum terlalu antusias, namun diharapkan dapat membangun rasa peduli masyarakat pada batik tulis garutan.

Keempat adalah *Treath* (Ancaman), ancaman yang dihadapi oleh Rumah Batik Tulis Garutan RM yaitu hubungan baik yang terjalin antara publik eksternal dengan Rumah Batik Tulis Garutan RM bisa saja berubah karena adanya informasi yang tidak benar sehingga kepercayaan antara kedua pihak ini senantiasa terjaga, hal tersebut terkait bahwasanya masyarakat merupakan komponen pendukung Rumah Batik Tulis Garutan RM dalam menjaga kelestarian batik tulis garutan. Instansi pemerintah yang ada di Kabupaten Garut contohnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan masih kurang berkoordinasi dan kurang berkomunikasi dengan Rumah Batik Tulis Garutan RM dalam pelaksanaan kegiatan workshop membatik.

Perencanaan dan Pemograman

Perencanaan dan pemograman mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek dan jangka panjang yang memungkinkan Rumah Batik Tulis Garutan RM menetapkan tujuan, mengenali publik sasaran, menyusun pesan, serta menentukan strategi dan taktik untuk. Pada Rumah Batik Tulis Garutan RM perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan peserta program. Program workshop itu sendiri kadang bergabung dengan pihak pemerintah (dinas) untuk melakukan kegiatan workshop kepada UKM yang ada di Kab. Garut.

Terkait apa yang akan disampaikan

Rumah Batik Tulis Garutan RM yaitu memberikan informasi tentang batik tulis garutan itu sendiri, dimulai dari sejarah, jenis-jenis batik tulis garutan, proses pembuatannya seperti apa, bahan-bahan yang digunakan apa saja. Penyampaian informasi yaitu secara mendidik dan memberikan pengetahuan kepada peserta workshop.

Untuk mengenali target sasaran untuk kegiatan workshop yaitu generasi muda yang belum mengetahui tentang batik tulis garutan seperti siswa-siswa sekolah mulai dari sekolah dasar hingga menengah atas dan juga tingkat mahasiswa, tapi diluar itu juga banyak dari langganan yang menyebarkan informasi tentang kegiatan workshop disini, atau lebih tepatnya lewat mulut ke mulut (*word of mouth*).

Tujuan Rumah Batik Tulis Garutan RM untuk program workshop itu dibagi menjadi dua ada berbentuk fisik dan nonfisik intinya itu bagaimana masyarakat harus memiliki keinginan untuk melestarikan batik tulis garutan bagaimana masyarakat bisa belajar membatik melalui program workshop kita menyelenggarakan pengenalan dan pemahaman kepada generasi muda bahwa batik tulis itu harus dilestarikan agar kelak masih tetap ada tidak tergerus oleh zaman karena anak muda sekarang banyak yang kurang tertarik untuk hal tradisional seperti ini kebanyakan lebih condong ke arah barat-baratan, begitu juga untuk generasi pengusaha muda.

Strategi dan taktik yang dilakukan Rumah Batik Tulis Garutan RM yaitu menggunakan media sebagai sarana untuk

menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, baik itu media sosial (Whatsapp, Instagram, Facebook) ataupun media massa (TV, Koran), kalo untuk pendaftaran peserta workshop itu bisa datang langsung ke galeri atau via Whatsapp. Tujuan kami adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat tentang batik tulis garutan sebagai bentuk melestarikan kebudayaan daerah.

Mengambil Tindakan dan Komunikasi

Dalam sebuah perencanaan program komunikasi tentunya diperlukan tindakan, proses utama tindakan digambarkan sebagai usaha untuk menyebarkan informasi kepada publik sasaran. Pada tahap ini mengarah pada program komunikasi yang telah dibuat dalam mencapai sasaran, menentukan komponen-komponen yang terkait dengan strategi yang akan dijalankan, dapat diketahui bagaimana Rumah Batik Tulis Garutan RM mengatur waktu dan sumber daya yang ada guna tercapainya tujuan dalam bentuk pelaksanaan program kegiatan workshop berdasarkan penentuan waktu.

Penentuan waktu pelaksanaan program workshop ditentukan berdasarkan kesepakatan dengan pihak ekstern, jadi Rumah Batik Tulis Garutan RM menentukan jadwal atau pelaksanaan kegiatan berdasarkan dengan situasi kondisi dari kedua belah pihak.

KESIMPULAN

Rumah Batik Tulis Garutan RM merupakan perusahaan industri kerajinan batik yang sudah berdiri sejak tahun 1979 dan sampai sekarang masih bertahan di era milenial ini. Walaupun sudah berdiri sejak lama Rumah Batik Tulis Garutan RM masih tetap eksis dan memiliki konsumen-konsumen yang

loyal. Rumah Batik Tulis Garutan RM belum dapat melaksanakan strategi komunikasi dengan maksimal dalam upaya mempertahankan eksistensi batik tulis garutan, dan juga Strategi Perencanaan Program Komunikasi diperlukan sehingga tujuan komunikasi dapat tersampaikan kepada khalayak dengan efektif, dimana kegiatan workshop sendiri merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana. Hasil penelitian terkait perencanaan program komunikasi yang dilakukan oleh Rumah Batik Tulis Garutan RM menggunakan model perencanaan Cutlip, Center dan Broom yang terdiri dari

a. Dari hasil Penelitian dapat diketahui bahwa 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.

b. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa 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.

c. 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 instgram. Selanjutnya dalam mengalokasikan sumberdaya dalam hal ini seperti yang sudah dibahas bahwa pada saat kegiatan workshop lebih menyesuaikan kondisi di galeri.

d. menjadi landasan teori dalam pelaksanaan penelitian perencanaan program komunikasi kegiatan Workshop Rumah Batik Tulis Garutan RM

REFERENSI

- 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-Government. *Jim.unsyiah.ac.id, volume 4 No.4*, 10.