

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Aneka Ragam Budaya dan Seni di Indonesia dari berbagai daerah merupakan warisan seni budaya yang sudah seharusnya kita jaga dan lestarikan. Berbagai macam seni seperti kesenian tari, seni pakaian, seni musik hingga seni kerajinan tangan dan masih banyak lagi. Ragam budaya dan daerah yang berbeda beda inilah yang menghasilkan suatu karya seni pakaian khas, khususnya dari daerah Bandar Lampung.

Bandar Lampung merupakan ibukota dari provinsi Lampung yang terletak di pulau Sumatera. Lampung, selain terkenal dengan taman nasional Way Kambas, ada juga kain tradisional Tapis atau batik lampung. Namun, wilayah habitat gajah itu ternyata mempunyai baju adat hasil kerajinan khas kota yang masih belum diketahui oleh orang banyak khususnya dari propinsi di luar propinsi Lampung sendiri. Hasil kerajinan yang populer di Lampung tersebut adalah **Sulaman Usus**.

Sulam Usus merupakan baju adat khas Lampung yang hampir punah yang merupakan pakaian atasan pada setiap upacara adat di Lampung, terbuat dari kain berbahan satin. Kain tersebut dijahit sehingga berbentuk mirip usus ayam yang berbelit belit. Sudah seharusnya kita sebagai bangsa Indonesia memperkenalkan kepada masyarakat luas agar nilai budaya bangsa kita sendiri tidak lagi diambil atau diakui oleh bangsa lain seperti kasus **“Batik”**. Aan Ibrahim merupakan salah satu pelopor Sulam Usus ke dunia *fashion*. Beliau mengaplikasikan sulam usus ke dalam desain pakaian. Oleh karena itu perlu dirancang strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan pakaian adat Sulam Usus kepada masyarakat luas sebagai produk *fashion* khas Indonesia melalui *rebranding* desainer Aan Ibrahim.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

Bagaimana merancang strategi visual *rebranding* desainer Aan Ibrahim untuk memperkenalkan kerajinan Sulam Usus sebagai salah satu produk *fashion* Indonesia

### **1.2.2 Ruang Lingkup**

Perancangan ini mengarah pada penciptaan konsep baru melalui *rebranding* desainer Aan Ibrahim, meliputi promosi, *visual brand*, *corporate identity*, hingga perancangan visual butik sebagai upaya memperkenalkan sulam usus kepada masyarakat.

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Memperkenalkan sulam usus kepada masyarakat sebagai salah satu alternatif *fashion* khas Indonesia sehingga masyarakat lebih mengapresiasi kerajinan sulam usus sebagai salah satu kekayaan budaya khas Indonesia.

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan serta pengolahan data diporeleh dengan cara mengumpulkan data dan analisa hasil pengumpulan data, diantara nya yaitu :

### **1. Wawancara**

Wawancara yaitu dilakukan kepada narasumber dengan tatap muka serta tanya jawab dengan tujuan mendapatkan data yang penting seputar Sulam Usus.

### **2. Studi Pustaka**

Pengumpulan data baik dari media cetak mengenai teori desain komunikasi visual, *branding* dan *fashion* maupun media elektronik mengenai sulam usus, studi pustaka

dilakukan untuk memperkuat informasi yang didapatkan untuk membantu proses penelitian ini.

### 3. Observasi / Pengamatan

Mengamati dan meninjau langsung ke Indonesia *Fashion Week* 2014 dan *workshop* Aan Ibrahim agar lebih mengetahui bagaimana kondisi sebenarnya dalam masyarakat mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

## 1.5 Skema Perancangan

