

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebudayaan merupakan aset bangsa dan saksi sejarah Bangsa Indonesia. Sudah seharusnya Bangsa Indonesia melestarikan, melindungi, memanfaatkan, dan mengembangkan warisan budaya tersebut. Namun pada kenyataannya seiring dengan perkembangan jaman, budaya Bangsa Indonesia mulai dilupakan dan akhirnya punah. Kurangnya kesadaran masyarakat akan keberadaan dan pentingnya melestarikan budaya adalah salah satu faktor punahnya sebuah kebudayaan. Salah satu budaya kesenian yang hampir dilupakan adalah keris. Keris merupakan salah satu senjata tradisional Indonesia. Keris termasuk dalam golongan belati (senjata yang berujung runcing dan tajam pada kedua sisinya). Pada jaman dahulu selain digunakan sebagai senjata perang, keris digunakan sebagai benda pelengkap sesajian atau persembahan dan juga sebagai status sosial. Keris memiliki arti yang sangat dalam bagi orang Jawa, keris merupakan pusaka sakti dan juga dijadikan sebagai lambang legalitas, kebesaran, dan keagungan pada masa kerajaan dulu.

Senjata tradisional ini sempat diklaim oleh negara tetangga kita meski akhirnya UNESCO menetapkan keris sebagai Warisan Budaya Dunia Non-Bendawi Manusia dari Indonesia pada tahun 2005. Kurangnya perhatian Bangsa Indonesia terhadap budaya sendiri mengancam kelestarian budaya Indonesia sendiri. Keberadaan keris pada saat ini cukup jarang, melihat pada masanya hampir setiap orang Jawa (lelaki) memiliki keris. Namun kita masih bisa melihat keberadaan keris di museum, kolektor, dan keluarga-keluarga yang memiliki warisan keris. Beberapa daerah di Indonesia juga masih sangat menghargai budaya kesenian keris ini seperti di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Solo. Di daerah tersebut kita dapat dengan mudah menemukan keris-keris, terutama Keris Jawa.

Pada saat ini Keris Jawa digunakan sebagai benda aksesoris dalam berbusana. Kebanyakan keris yang ada hanyalah sekedar tiruan (aksesoris) sehingga orang tidak dapat melihat dan mengetahui makna dan nilai yang sebenarnya dari sebuah keris. Padahal Keris Jawa mengandung makna yang sangat dalam pada setiap bahan, bentuk, dan cara pembuatannya. Selain itu sebagian besar masyarakat hanya mendengar mengenai Keris Jawa berupa sepotong cerita melalui leluhurnya. Kondisi lingkungan dan kepercayaan masyarakat yang menganggap bahwa memiliki keris itu “*musyrik*” juga menjadi salah satu penyebab keris ditinggalkan.

Hal-hal tersebut membuat kawula muda pada masa kini banyak yang tidak mengerti dan mempunyai persepsi yang salah tentang Keris Jawa. Anggapan ini membuat remaja takut untuk berdekatan / berhubungan dengan keris. “Bagaimana bisa melestarikan apabila untuk mendekatinya saja sudah takut?”. Padahal kawula muda merupakan generasi penerus bangsa yang akan melestarikan budaya bangsa kedepannya. Maka dari itu masyarakat dan kawula muda khususnya harus mengetahui nilai dan makna lebih dari keris, tidak hanya dari sisi isoterik (gaib), tetapi juga eksoteriknya (estetika / keindahan penampilan) agar budaya kesenian keris dapat lestari. Agar semua itu dapat tercapai maka diperlukan sebuah desain promosi dengan menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV). Dengan desain promosi yang baik dan tepat maka minat remaja terhadap keris akan meningkat. Cara promosi yang kreatif, menarik dan mengikuti perkembangan jaman dapat dengan mudah diterima oleh kawula muda.

Dengan kreatifitas, minat dan keingintahuan yang besar, kawula muda diharapkan dapat mengembangkan dan melestarikan budaya kesenian keris. Selain itu kawula muda memiliki jaringan sosial yang sangat luas sehingga selain promosi menjadi menarik, promosi dapat tersebar luas dan pada akhirnya secara tidak langsung budaya kesenian keris itu sendiri dapat sekaligus dilestarikan.

1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup

Kurangnya ketertarikan dan pengetahuan masyarakat terhadap budaya kesenian keris menyebabkan ancaman punahnya budaya kesenian keris. Maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

- Bagaimana mempromosikan budaya kesenian Keris Jawa kepada kawula muda?
- Bagaimana cara menyampaikan pesan dengan efektif kepada kawula muda tentang budaya kesenian Keris Jawa?

Dalam permasalahan ini bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan promosi dengan mendesain sebuah *event* kampanye untuk mempromosikan budaya kesenian keris. Untuk mempersempit ruang lingkup maka keris yang digunakan hanya keris Jawa, yang dimaksud keris Jawa disini adalah keris dari keluarga Jawa. Kegiatan ini dipusatkan di Kota Bandung, dengan target masyarakat menengah dan menengah atas, kawula muda 21-30 tahun, dan waktu pelaksanaan Januari – Juli 2014.

1.3. Tujuan Perancangan

Sesuai dengan permasalahan dan ruang lingkup di atas, maka tujuan atas perancangan ini adalah :

- Mempromosikan budaya kesenian Keris Jawa kepada kawula muda
- Menyampaikan pesan dengan efektif kepada kawula muda tentang budaya kesenian Keris Jawa

1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang perancangan maka dibutuhkan data – data yang bersangkutan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode :

- Wawancara
Untuk mendapatkan data dan fakta yang aktual mengenai keris saat ini maka dilakukan wawancara langsung dengan pakar keris Rahadi Saptata Abra, dan Pramono Pinunggul, S.Sn.

- **Studi Pustaka**
Mencari, menambahkan dan memperluas data yang berkaitan dengan budaya kesenian keris dari berbagai sumber tertulis (buku dan internet).
- **Kuesioner**
Mengumpulkan informasi dari responden (pelajar SMA dan mahasiswa), untuk menganalisis sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik responden / target.
- **Observasi**
Melakukan pengumpulan data dengan observasi ke sentral pembuatan warangka keris di Desa Banyusumurup dan Museum Sonobudoyo, Yogyakarta.

1.5. Skema Perancangan

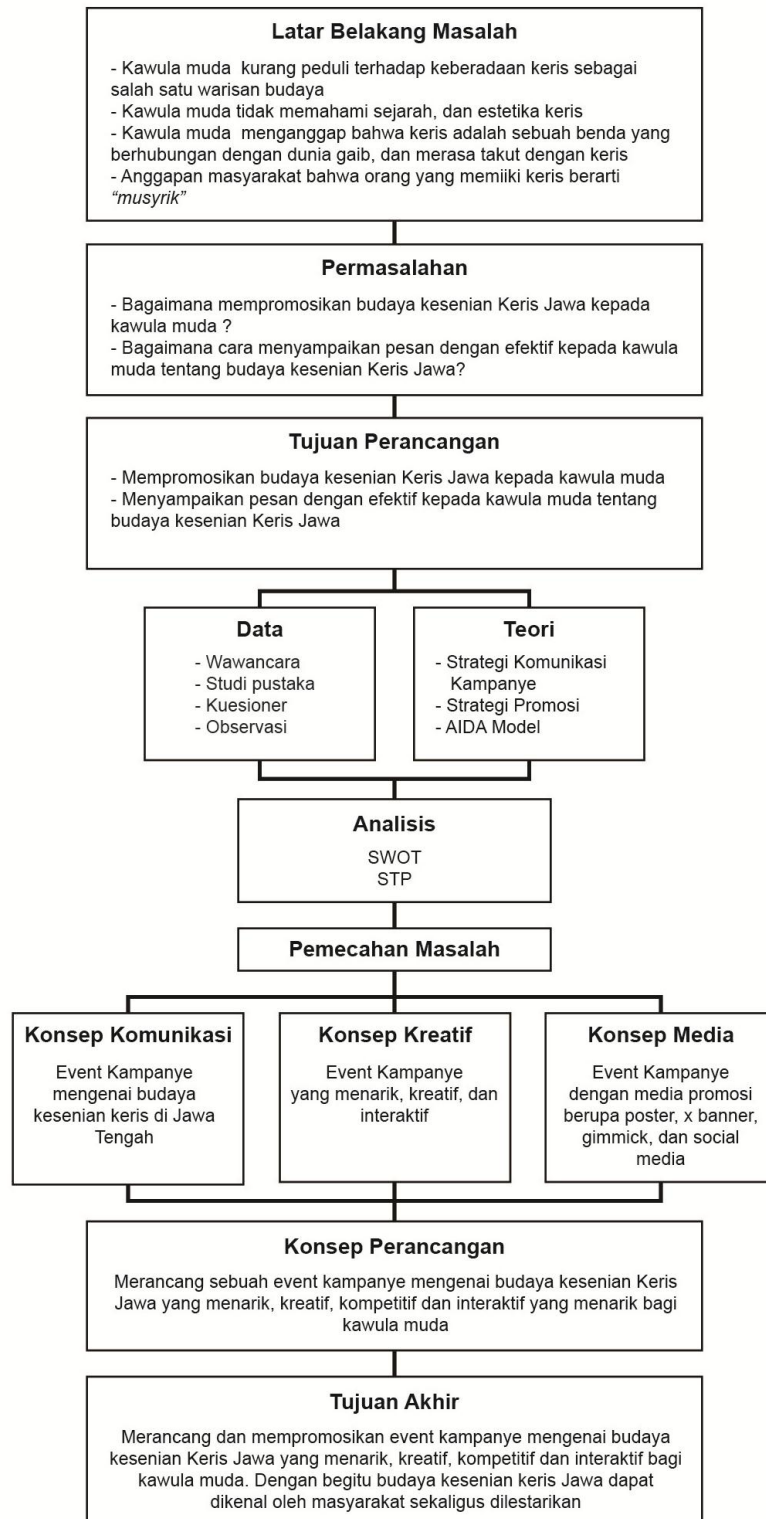


Diagram 1.1 Skema perancangan

(Sumber : Dokumentasi penulis)