

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia terdiri dari berbagai daerah dan suku bangsa yang tersebar luas dari Sabang sampai Merauke, dan hampir di setiap daerah-daerah terdapat warisan hasil kesenian tradisional. Kesenian Indonesia yang masih sangat dikenal salah satunya adalah batik. Batik di Indonesia menjadi semakin terkenal setelah mendapatkan pengakuan dari United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) atau Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan dan Kebudayaan PBB yang memutuskan batik Indonesia sebagai warisan pusaka dunia. Pengakuan diberikan pada tanggal 2 Oktober 2009 menjadi pengaruh besar untuk eksistensi batik di dunia Internasional. Batik sudah ada sejak zaman nenek moyang. (www.tempo.co/read/news/2013/10/02/110518313/ini-sejarah-Panjang-Batik-Indonesia/1/1 26/08/14/13:20 WIB)

Awalnya kata batik sendiri berasal dari bahasa Jawa: *amba*, yang bermakna “menulis” dan “titik”. Walaupun kata batik ini berasal dari bahasa Jawa namun batik sendiri kehadirannya tidak tercatat di Jawa. Menurut pendapat G.P. Rouffaer berpendapat bahwa teknik membatik kemungkinan diperkenalkan dari India atau Srilanka pada abad ke-6 atau ke-7. J.L.A. Brandes, arkeolog Belanda, dan F.A. Sutjipto, sejarawan Indonesia, mempercayai bahwa tradisi batik adalah asli dari daerah seperti Toraja, Flores, Halmahera, dan Papua. Wilayah tersebut bukan dipengaruhi oleh hinduisme, tetapi diketahui memiliki tradisi kuno membuat batik. (<http://www.tempo.co/read/news/2013/10/02/110518313/Ini-Sejarah-Panjang-Batik-Indonesia/1/1> /13: 20 WIB/ 26 Agustus 2014)

Batik adalah kerajinan berbahan kain yang bernilai tinggi dan telah menjadi bagian budaya Indonesia, khususnya Jawa. Sejak dahulu, batik merupakan pekerjaan

sebagai mata pencaharian dan ketrampilan para perempuan. Pada masa lalu pekerjaan membatik adalah pekerjaan eksklusif untuk para perempuan. Setelah ditemukannya “Batik Cap” selain perempuan para lelaki dapat bekerja untuk jadi pembatik juga.

Batik merupakan tradisi turun-temurun dari masyarakat Jawa. Terkadang suatu motif batik dapat dikenali dari batik keluarga tertentu. Motif batik dapat mempengaruhi status seseorang. Sampai saat ini beberapa motif tradisional hanya dipakai oleh keluarga Keraton Yogyakarta dan Surakarta.

Batik Banyumasan sampai sekarang ini masih bertahan di tengah ketatnya persaingan. Jumlah perajinnya makin hari makin menyusut. Terlebih umumnya merupakan usaha turun-temurun. Berikut laporan wartawan Suara Merdeka Anton Soeparno. Meski tertatih-tatih, batik Banyumasan masih mampu bertahan hidup. Perusahaan batik khas Banyumas bisa dihitung dengan jari dan pada umumnya merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Mereka tidak mampu meningkatkan produksi, karena pangsa pasarnya juga makin terbatas. Pengrajin batik makin langka, karena generasi penerus lebih cenderung bekerja menjadi TKW. "Jumlah pengrajin batik makin sulit, karena peminat batik Banyumasan juga relatif kecil dan terbatas," ungkap Slamet, penerus Perusahaan Batik Hadi Priyanto di Banyumas. (www.suaramerdeka.com/harian/0307/15/nas18.htm/26 Agustus 2014/13:50 WIB)

Batik Hadi Priyanto merupakan salah satu produsen batik dengan ciri khas Banyumas. Batik Hadi Priyanto memproduksi berbagai macam motif batik khas Banyumas, baik yang tradisional maupun klasik. Batik Hadi Priyanto memproduksi batik tulis serta batik cap dengan motif tradisional maupun modern. Batik Hadi Priyanto ini juga memproduksi kain tenun yang lalu dibuat motif dengan cara cap. Sehingga produksi Batik Hadi Priyanto benar-benar bercirikan Banyumas.

Penulis mengambil topik di atas tentang batik Banyumas dan pembuat batik Banyumas Hadipriyanto, karena penulis ingin membawa nama Batik Banyumas Hadipriyanto di luar daerah Banyumas agar lebih dikenal dan juga penulis ingin

lebih menonjolkan Batik Banyumas di luar masyarakat Banyumas untuk mengangkat *nasioanlisme* bahwa banyak macam batik jaman sekarang menjadi batik modern yang dapat dipake oleh kaum wanita muda usia 25- 35 tahun. Penulis juga ingin membuat *brand* Hadipriyanto yang lebih baik untuk dapat memasuki pasar Indonesia yang lebih luas dan warga Indonesia dapat melihat keunikan dari batik Banyumas yang berbeda dari batik Pekalongan dan Yogyakarta. *Rebranding* dibuat karena Batik Hadipriyanto ingin memperluas pasar penjualannya agar orang-orang bisa melihat ciri khas batik Hadipriyanto.

1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1. Permasalahan

- Bagaimana memperkenalkan Batik Banyumas ke masyarakat Indonesia?
- Bagaimana merancang identitas baru untuk Batik Hadipriyanto supaya lebih menarik dan lebih mencerminkan perusahaan batik yang berkualitas?

1.2.2. Ruang Lingkup

Dalam laporan Tugas Akhir ini, penulis akan merancang kembali identitas Batik Hadi Priyanto. Batik Hadi Priyanto memproduksi Batik asli Banyumas untuk membawa nama Banyumas di sekitar Pulau Jawa. *Targeting* Wanita dewasa-muda (25-35 tahun) yang hidup di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Solo dan sekitarnya dengan gaya hidup golongan menengah ke atas. Perancangan ini lebih dikhususkan untuk wanita bekerja/professional ataupun wanita yang telah berkeluarga. Pengumpulan data ini dilakukan dari Bulan Agustus 2014.

1.3. Tujuan Perancangan

- Merancang promosi untuk memperkenalkan Batik Banyumas melalui Batik Hadipriyanto

- Merancang identitas baru untuk Batik Hadipriyanto supaya lebih mencerminkan perusahaan batik dan menggunakan ciri khas corak Batik Banyumas.

1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah:

1. Data Primer: Data yang diambil dari sumber data secara langsung dan dilakukan penulis berupa wawancara kepada pemilik Batik Banyumas Hadi Priyanto.
2. Data Sekunder: Data yang diambil tidak langsung dari sumber data, contohnya data dari internet ataupun buku.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

1.4.2.1 Wawancara

Wawancara tidak terstruktur yang bersifat fleksibel. Penulis mewawancarai narasumber untuk memperoleh data nyata melalui jawaban atas pertanyaan.

1.4.2.2 Studi Pustaka

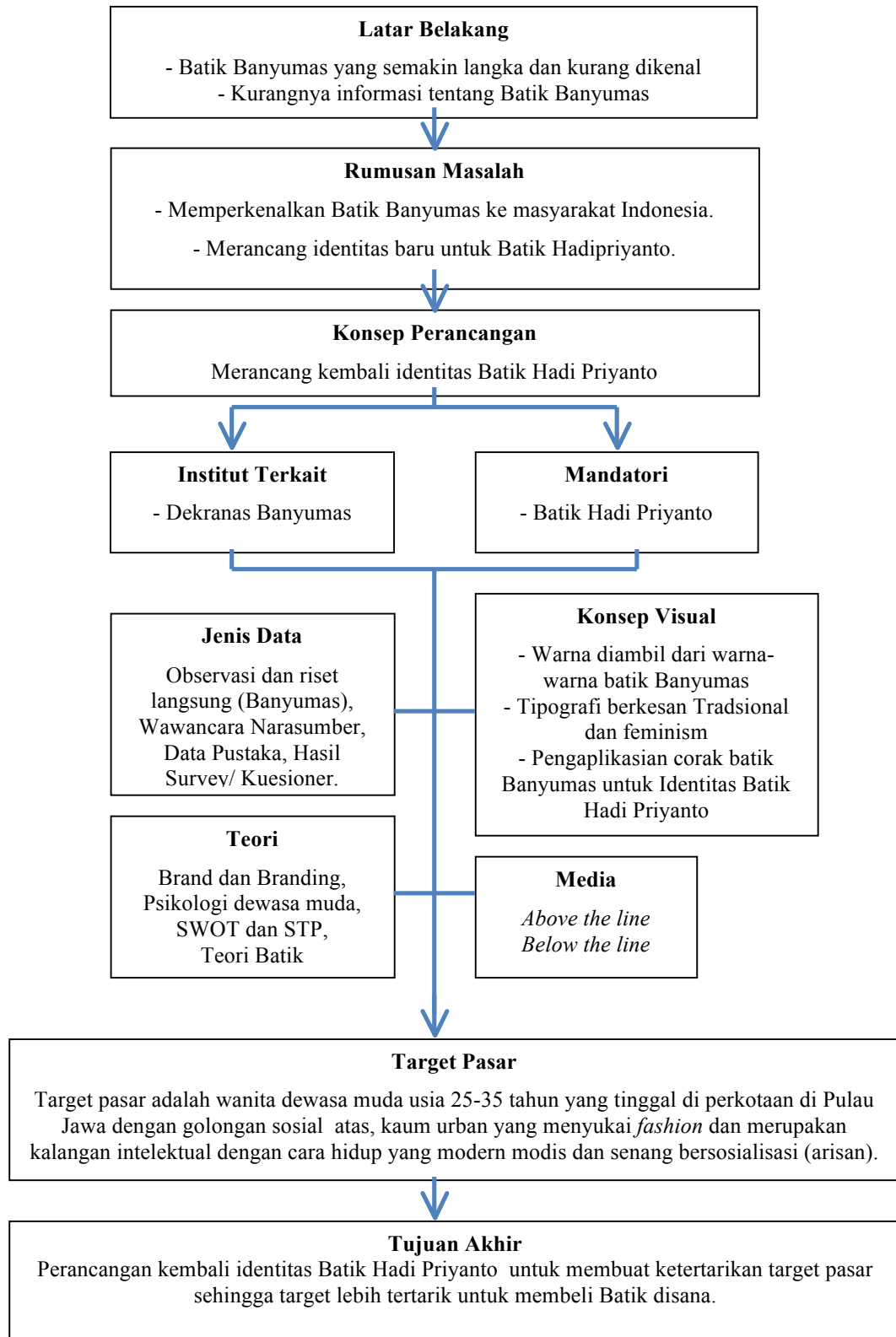
Penulis melakukan studi pustaka menggunakan buku sebagai referensi dan melalui media internet untuk melengkapi data yang dibutuhkan untuk mencari fakta.

1.4.2.3 Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk mengetahui seberapa besar minat warga Negara Indonesia terhadap batik, seberapa mengertikah warga Indonesia tentang ciri khas budayanya dan mengetahui seberapa besar warga Indonesia mencintai produk

Negara Indonesia. Kuisisioner ini disebarkan kepada 100 orang, dan disebarkan khususnya ke Kota Banyumas dan juga ke kota-kota yang ada di Pulau Jawa.

1.5. Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: hasil karya penulis, 2014)