

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia yang terdiri dari pulau- pulau yang membentang luas memiliki ragam suku bangsa beserta adat istiadat yang terbentuk akibat percampuran ras dan kebudayaan dari nenek moyang yang sejak zaman prasejarah mendatangi dan mendiami wilayah nusantara (Herman, 1990 : 95). Percampuran inilah yang menciptakan keberagaman seni dan budaya di tiap daerah di Indonesia. Salah satu kekayaan seni dan budaya Indonesia yang sudah sejak lama ada dan ditekuni masyarakatnya hingga kini ialah tenunan tradisional dari berbagai pulau di Indonesia. Hampir di seluruh daerah di bentangan pulau Indonesia memiliki hasil tenunan beserta ragam coraknya masing- masing yang menjadi identitas bagi tiap daerah masing- masing. Nilai- nilai simbolis, filosofis dan artistik yang tinggi dalam tenunan nusantara ini menambah nilai kegunaannya selain sebagai kain penutup tubuh. Kekayaan budaya ini patut dikembangkan juga tentunya dilestarikan agar bangsa tetap memiliki jati diri serta budaya yang terus dikenal dan diperjuangkan keberadaannya.

Lombok, sebuah pulau di wilayah Indonesia bagian tengah, yang menjadi bagian dari kepulauan Nusa Tenggara Barat sudah tidak diragukan lagi memiliki panorama pulau dan pantai yang indah. Namun pulau ini juga menyimpan kekayaan seni budaya melalui ragam kain tenunnya. Sudah sejak lama masyarakat Lombok menekuni teknik menenun sebagai salah satu mata pencahariannya, kini hasil dari usaha tersebut bukan saja digunakan sebagai bahan membuat pakaian serta keperluan upacara- upacara adat namun memiliki fungsi tambahan lainnya yang semakin beragam dalam dunia seni dan desain. Namun karena permasalahan sosial, ekonomi, teknologi dan pergeseran nilai (Kartiwa *et al.*,1995:15) ragam budaya tenun Lombok ini juga masih mengalami kendala dalam pengembangan dan pelestariannya. Perkembangan kain tenun Lombok sudah berjalan cukup pesat dengan banyaknya

pengrajin serta sentra- sentra penghasil kain tenun juga perancang busana yang mulai bergerak untuk mengembangkan penggunaan kain tenun. Hal ini dianggap sebagai suatu kemajuan yang positif karena eksistensi kain tenun tradisional dapat terus bertahan jika pengembangannya dapat terus bertahan di masyarakat yang terus berkembang keinginan dan kebutuhannya.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Linda H. Grander, pemilik Boutique Rumah Tenun saat ini kondisi perkembangan kain tenun Lombok masih terkendala dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat akan kekayaan ragam produk hasil tenunan yang dimiliki daerah tersebut serta pemasarannya secara luas. Sikap masyarakat Lombok yang masih seringkali menutup diri dengan perkembangan positif kain tenun secara modern pun masih menjadi masalah yang cukup menyulitkan perkembangan kain tenun Lombok ini. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung dengan Ibu Linda, masyarakat perlu lebih lagi dibukakan mengenai perkembangan kain tenun Lombok kearah yang lebih modern.

Disiplin keilmuan Desain Komunikasi Visual dapat menjadi sarana penyampaian pesan dan pemecahan masalah, diharapkan dapat membantu membawa kain tenun Lombok lebih dikenal sebagai wastra yang mendukung tren *fashion* dan menjadi benda pakai lainnya dengan lebih modern. Pesan ini khususnya ingin ditujukan kepada wanita Indonesia yang sudah dapat menghargai budaya bangsa. Kaum wanita yang tak pernah lepas kaitannya dengan gaya berbusana dan kecantikan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan permintaan akan ragam produk kain tenun Lombok. Melalui pemakaian benda pakai wanita yang terus berinovasi saat ini diharapkan produk kain tenun Lombok akan semakin dikenal dan diminati untuk menjadi tren yang mengikuti perkembangan zaman. Untuk mendukung upaya tersebut cara komunikasi visual yang efektif dan tepat sasaran dapat membantu agar perkembangan kain tenun Lombok ini dapat diketahui, diterima, dan diminati seiring dengan tren, penerimaan dan daya cipta masyarakatnya.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

- 1) Bagaimana merancang strategi untuk mempromosikan kain tenun Lombok sehingga dapat dikenal, diminati dan diingat melalui pemakaian kain tenun Lombok oleh wanita Indonesia?
- 2) Bagaimana merancang visual untuk memberi tahu, menarik minat, dan menanamkan gaya hidup akan benda pakai dari kain tenun Lombok untuk wanita Indonesia?

1.2.2 Ruang Lingkup

Dalam laporan perancangan ini akan dibuat perancangan promosi sebuah *event* bertemakan pengembangan kain tenun khas daerah Lombok. Pengembangan yang paling menonjol tampak pada penggunaan kain tenun Lombok secara modern untuk *fashion*. Target pasar yang ditetapkan ialah wanita dewasa tengah (35-50 tahun) yang hidup di kota besar dengan gaya hidup urban golongan atas. Pengumpulan data dilakukan sejak bulan Januari hingga Februari 2014. Perancangan media ini lebih khusus ditujukan bagi wanita dewasa Indonesia yang termasuk dalam kaum urban.

1.3 Tujuan Perancangan

- 1) Merancang strategi promosi melalui sebuah *event* yang akan mengangkat dan memperkenalkan kain tenun Lombok agar diketahui dan diminati wanita Indonesia.
- 2) Membuat perancangan visual dengan gaya yang sesuai untuk wanita Indonesia agar tertarik untuk menjadikan kain tenun Lombok semakin meluas dan menggunakannya sebagai pendukung gaya hidup yang baru dan modern.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1.4.1 Sumber Pengumpulan Data

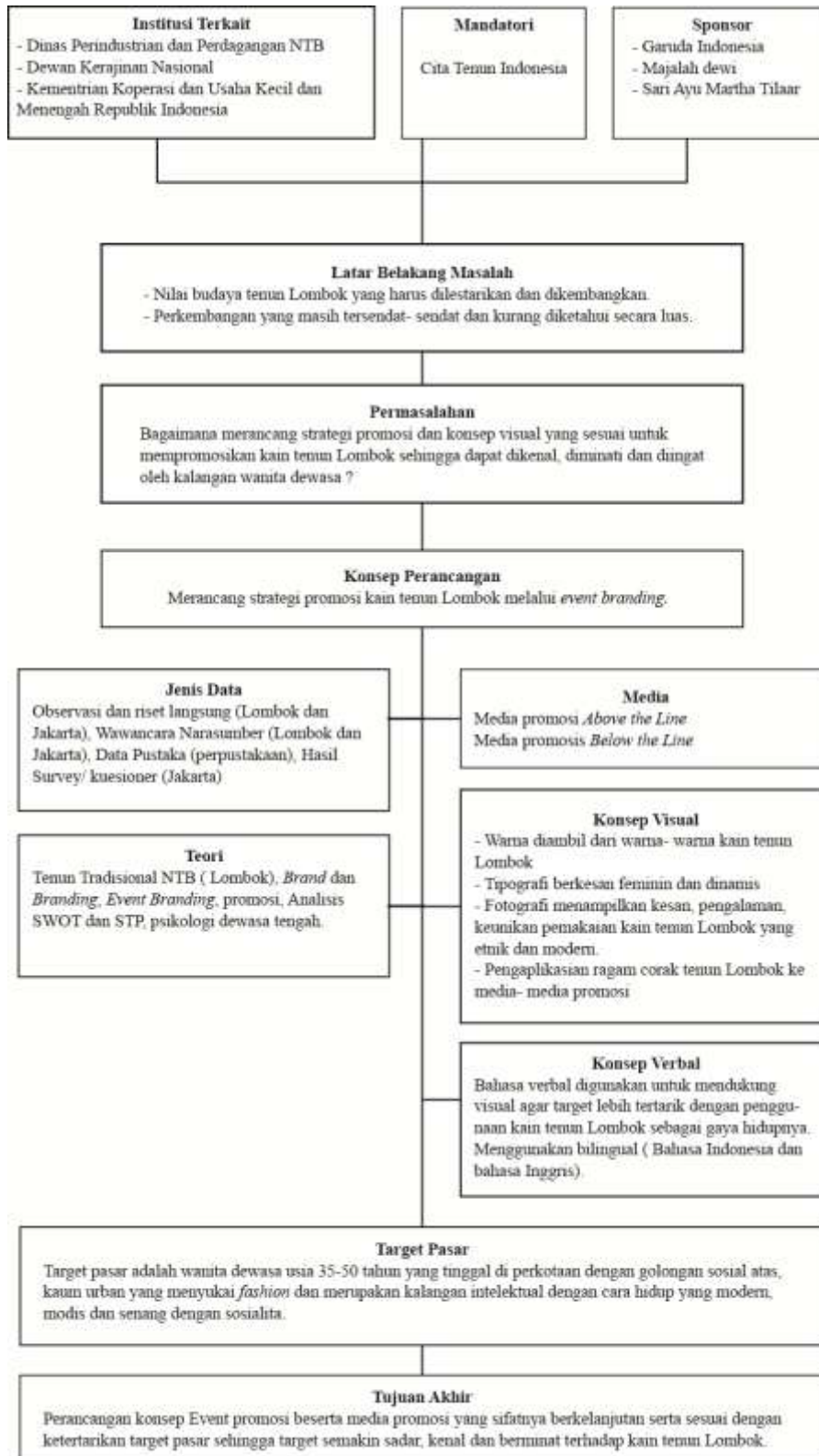
Data untuk perancangan ini didapatkan dari beberapa sumber yaitu Museum Tekstil Jakarta dan Museum Negeri Nusa Tenggara Barat. Untuk melengkapi data kepustakaan diambil dari studi pustaka di perpustakaan. Wawancara dengan informan-informan yang mengerti serta menekuni tenun tradisional Lombok menjadi narasumber untuk mendapatkan data fakta yang dibutuhkan, seperti budayawan Lombok Bapak Abas Surya dan Bapak Raden Gedarip, Pengurus Museum Negeri Nusa Tenggara Barat, Bapak Bunyamin, pemilik Boutique Rumah Tenun, Ibu Linda H. Grander serta beberapa pengrajin di masing-masing desa penghasil kain tenun tradisional Lombok. Untuk menguatkan setiap pernyataan yang dikemukakan dalam laporan ini maka dilakukan juga uji berupa survei kepada beberapa *sample* target mengenai kain tenun Lombok serta observasi langsung untuk mendapatkan data visual sebagai bukti untuk menguatkan argumen yang ada dalam perancangan.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan setiap data untuk disajikan dan menjadi sumber informasi dalam perancangan media promosi ini dilakukan beberapa teknik pengumpulan data seperti observasi langsung ke sentra penghasil tenun Lombok yaitu di Desa Sukarara, Lombok Tengah; Desa Sade, Lombok Tengah; Desa Pringgasela, Lombok Timur; Desa Bayan, Lombok Utara; Museum Negeri Nusa Tenggara Barat, Mataram, Lombok Barat; Boutique Rumah Tenun, Mataram, Lombok Barat; Museum Tekstil Jakarta; dan Pameran Adiwastra Nusantara 2014. Wawancara secara terstruktur dengan beberapa narasumber terkait seperti yang sudah disebutkan pada bagian sumber pengumpulan data diatas dilakukan demi mendapatkan data yang valid.

Untuk melengkapi data yang didapat dilakukan juga studi pustaka di perpustakaan terkait topik ini yang kemudian didapatkanlah data dari beberapa buku terkait. Teknik survei kepada target dilakukan untuk menguatkan pernyataan yang terdapat dalam laporan ini.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: dokumentasi penulis)