

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kain ikat merupakan salah satu kain dengan teknik tenun. Kata ikat sendiri berarti dengan mengikat atau menyatukan. Teknik tenun ikat ini sendiri sudah ada sejak zaman kerajaan Hindu dan tersebar di seluruh dunia melalui jalur perdagangan Asia. (*Kartiwa*, 1993:8-10) Sampai saat ini belum ada penjelasan oleh sejarahwan yang memastikan asal muasal tenun ikat itu sendiri. Terdapat penjelasan bahwa kain ikat masuk ke benua benua lain seperti Amerika dan juga Eropa melalui jalur perdagangan, atau yang sering kita kenal dengan jalur sutra. Dari situlah banyak berkembang teknik tenun di daerah Barat. Di benua Amerika sendiri kita juga dapat menemui kain tenun di daerah seperti Meksiko ataupun kita juga mengenal kain dengan Tenunan Navajo. (<http://www.apartmenttherapy.com>)

Di Indonesia sendiri tenun ikat terdapat di berbagai daerah, dikarenakan Indonesia dahulu merupakan salah satu daerah kekuasaan kerajaan Hindu Budha terbesar. Daerah Indonesia yang memiliki ragam jenis kain ikat antara lain Bali, Flores, Jawa, Kalimantan, Lembata, Savu, Sulawesi, Sumba, dan juga Timor. Di setiap daerah juga memiliki fungsi yang berbeda dengan daerah lainnya. Seperti di daerah Lombok atau Nusa Tenggara Timur, terdapat kain yang digunakan untuk upacara orang meninggal. Begitu juga dengan di Bali terdapat kain yang sering digunakan untuk beribadah.

Keindahan kain tenun Indonesia ini sudah dilirik oleh dunia, seperti munculnya perusahaan *garment* dunia yang mulai menggunakan kain ikat sebagai salah satu bahan pokok pakaiannya. Salah satu jenis kain yang sering dilirik oleh orang asing antara lain kain tenun Bali. Kain tenun Bali yang memiliki identitas sebagai kain tradisional dengan beragam motif ini dirubah menjadi kain dengan identitas baru sebagai kain yang dapat dimodernisasikan. Namun hal tersebut tidak berbanding

dengan kondisi yang ada di Indonesia sendiri. Contohnya di daerah-daerah Indonesia sendiri masih kurangnya pengetahuan akan kain tenun ikat yang sudah dikemas menjadi kain yang modern. Kebanyakan masyarakat hanya mengetahui kain ikat Bali sebagai kain ikat yang dipakai untuk ibadah atau upacara adat, seperti upacara potong gigi, Upacara Galungan atau Kuningan yang digunakan pada barong.

Munculnya kain tenun ikat sebagai bahan baku pada salah satu rancangan baju yang muncul pada *Jakarta Fashion Week 2013* kemarin merubah pandangan beberapa kalangan mengenai kain tenun ikat. Yang dahulu merupakan kain tradisional yang digunakan untuk beribadah, sekarang dapat di gunakan sebagai pakaian sehari-hari. Dari situlah muncul beberapa perusahaan fashion Indonesia yang mulai melirik kain tenun ikat Bali sebagai bahan kain yang dapat digunakan dalam bahan pakaiannya.

PT SMITHINDO MITRA MANDIRI atau lebih dikenal dengan smith merupakan salah satu merek dalam negeri yang memiliki citra di kalangan anak muda. Merek yang berasal dari Bandung ini menyajikan produk *fashion*-nya dengan sangat apik. Ketertarikan smith sebagai merek lokal untuk mengangkat kain endek sebagai kain tradisional yang tidak melulu memiliki identitas sebagai kain yang kuno dan hanya di pakai oleh orang orang Bali sebagai kain untuk ibadah menarik untuk dibahas oleh penulis. Membangun *secondline* baru, smith mengangkat muatan lokal yaitu kain tenun dengan nama baru yaitu smith ethnic. Perubahan identitas kain tenun ikat endek ini di bentuk oleh smith agar menepis pandangan pandangan identitas kain sebelumnya agar banyak anak muda mau menggunakan produk lokal.

Pengaruh merek sangat besar dalam penyampaian pesan bahwa kain tenun ikat endek merupakan kain tradisional yang dimiliki oleh Indonesia. Kurangnya informasi yang diberikan oleh merek tertentu membuat penyampaian pesan untuk memperkenalkan pun menjadi hilang. Tujuan awal memperkenalkan kain sendiri jadi tidak mengena terhadap konsumen. Kain tenun ikat endek sendiri tidak begitu dikenal di masyarakat, masih banyak anak muda yang kurang tahu apa itu kain tenun ikat endek, meskipun kain endek sudah muncul pada peragaan busana modern pada ajang *Jakarta Fashion Week*.

Berangkat dari hal kurangnya pengenalan kain endek sebagai kain tradisional lokal yang dapat digunakan dalam pakain sehari-hari, menarik perhatian penulis untuk melihat sampai sejauh apa pengenalan kain tenun ikat endek di masyarakat khususnya anak muda, dan juga membuat solusinya melalui sisi komunikasi visual.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Semakin marak merek dalam negeri yang mengeluarkan produk yang menggunakan kain tenun ikat sebagai bahan dari produknya tetapi hal tersebut tidak disertai penjelasan asal dari kain tersebut, yang menimbulkan ketidak-tahuan pada masyarakat, khususnya anak muda yang membelinya. Terkadang masyarakat Indonesia lebih mengenal kain tenun ikat endek sebagai Batik Bali. Hal tersebut membuat penulis ingin mengetahui beberapa hal mengenai kain tenun ikat endek yang sudah di modernisasikan di kalangan masyarakat, khususnya anak muda. Berikut masalah yang muncul untuk memperkenalkan kain tenun ikat endek Bali:

- a. Bagaimana membangun *branding* merek lokal yang menggunakan bahan kain tenun ikat endek?
- b. Bagaimana membuat promosi agar anak muda tertarik untuk membeli produk yang berbahan kain tenun ikat endek?

Pandangan penulis sebagai mahasiswa desain komunikasi visual membuat penulis tertarik akan pengenalan kain tenun ikat endek Bali dikalangan anak muda. Beberapa pertanyaan yang ada menjadi acuan penulis untuk membahas masalah ini dan juga sebagai acuan untuk memecahkan masalah.

Dari permasalahan di atas ditetapkan beberapa hal agar menghindari masalah yang terlalu luas. Dari waktu dan tempat penelitian, lalu teori dan media terkait yang didapatkan, serta pengertian-pengertian penting dalam perancangan penyelesaian masalah yang ada sebagai berikut: Penulis mengambil data dengan mewawancarai narasumber di daerah Klungkung, Bali tepatnya di desa Sulang, dan juga desa Sidemen. Lingkup daerah tersebut penulis ambil dikarenakan pengrajin kain tenun ikat khususnya endek berada di desa-desa tersebut. Penulis juga mengambil beberapa

sampel masyarakat, khususnya anak muda untuk diwawancarai mengenai hal terkait. Serta penulis mewawancarai salah satu *brand* lokal Smith untuk di jadikan sebagai merek lokal yang mengangkat kain endek dalam membuat tugas akhir ini.

1.3 Tujuan Perancangan

Kain tenun ikat endek yang sudah menjadi busana modern yang beredar dikalangan masyarakat Indonesia sering kali tidak disertai dengan edukasi atau informasi akan kain atau busana yang dijualnya sehingga muncul ketidak tahuan di kalangan masyarakat, khususnya anak muda. Hal yang menjadi acuan penulis sebagai tujuan perancangan untuk menjawab permasalahan yang ada diantaranya.

Berikut adalah tujuan perancangannya :

- a. Pengenalan kain tenun ikat endek sebagai kain traditional yang dapat menjadi modern dengan media promosi yang menarik
- b. Penciptaan *Second line* dari smith membantu pengenalan kain tenun ikat endek di kalangan anak muda

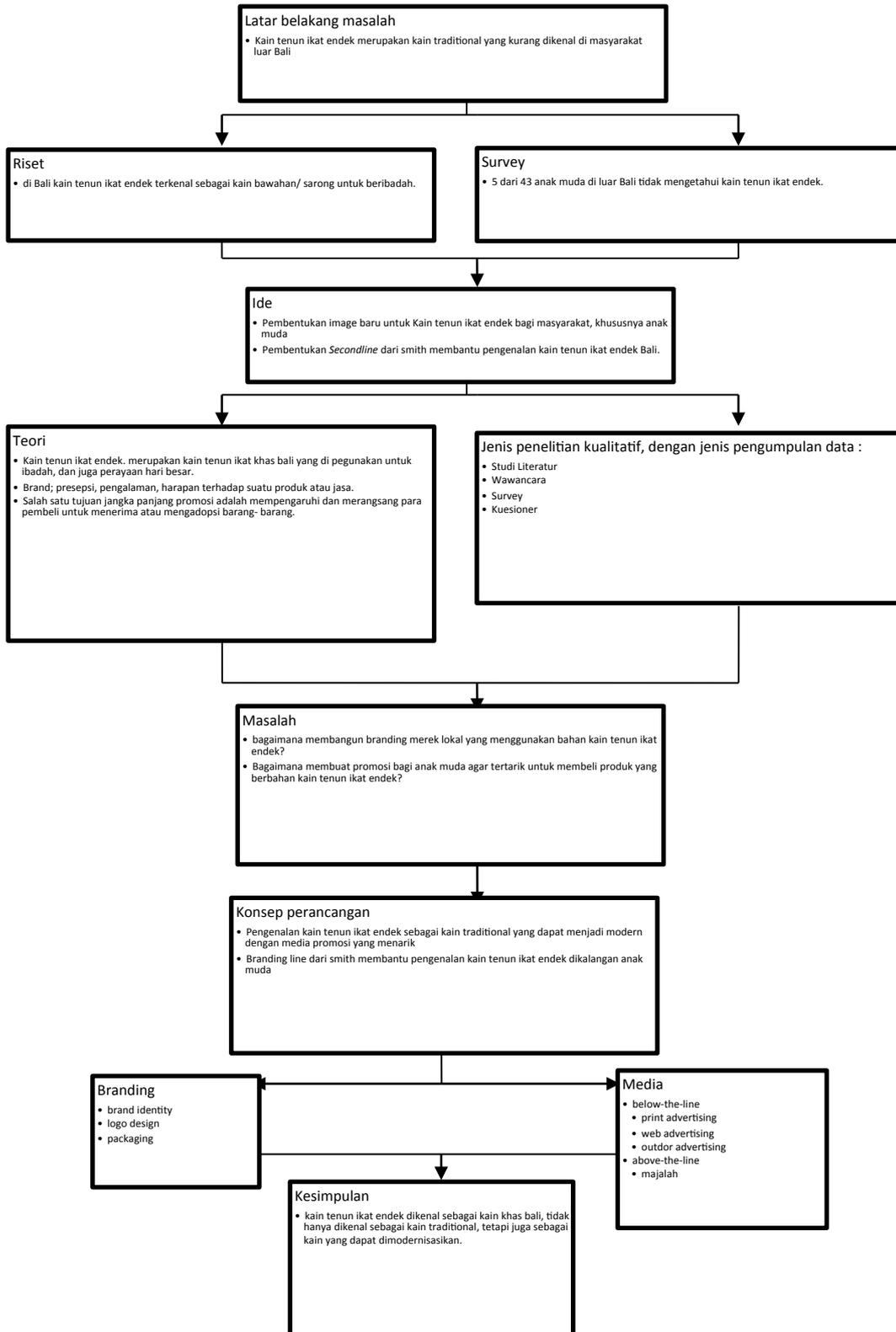
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penulis mendapatkan sumber data melalui pengrajin dan juga merek yang bersangkutan. Pengrajin yang penulis datangi merupakan salah satu pengrajin yang sudah lama bergelut di bidang kain tenun ikat endek. Pengrajin endek yang penulis datangi adalah pengrajin endek Astika yaitu bapak I Nyoman Darma. Beliau merupakan salah satu pengrajin endek di desa Sulang. Beliau sudah menjual kain tenunnya di daerah pasar Klungkung dan juga beberapa toko di daerah Denpasar. Selanjutnya penulis mendatangi pengrajin di daerah Sidemen, Karangasem yang bernama Bali Arta Nadi yang dimiliki oleh I Wayan Suartana. Di tempat tersebut merupakan salah satu pengrajin endek yang menggunakan pewarna alam. Lalu penulis mendatangi kantor smith sebagai sponsor untuk mewawancarai profil dari smith sendiri.

Cara pengumpulan data yang dilakukan melalui:

- a. Wawancara (penulis mencari informasi kepada narasumber atau responden yang berkompeten. Pengrajin yang di datangi adalah I Nyoman Darma, dan juga salah satu perkumpulan pengrajin di Bali Arta Nadi, dan juga Erik Eriawan sebagai *Head Designer* dan Dery Adiprasatya sebagai *Promotion* di kantor Smith)
- b. Studi pustaka (beberapa literatur di dapatkan penulis dari beberapa perpustakaan museum tekstile dan juga dinas kebudayaan provinsi Bali).
- c. Survey (penulis melakukan survei kepada beberapa responden bagaimana pendapat responden akan hal yang diteliti ini).

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Skema perancangan