

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini produk tradisional mulai terlupakan. Terutama pada generasi muda yang terlalu dimanjakan oleh kecanggihan teknologi, sehingga budaya dari tempat kelahirannya sendiri terlupakan dan tidak berkembang. Dianggap kuno atau tidak mengikuti jaman adalah ungkapan yang sering terdengar pada saat melihat sesuatu yang tradisional.

Budaya asing, budaya Jepang, budaya Korea, dan budaya negara lain dinilai lebih modern dan dijadikan patokan oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Terlebih lagi oleh kalangan anak muda Indonesia. Itu semua menjadi sumber inspirasi bagi masyarakat Indonesia pada umumnya. Konsep-konsep budaya luar yang modern menjadi standar, *mainstream*, universal, sedang negara non luar yang tradisional diberi label identitas lokal. Banyak negara berkembang dalam keinginannya untuk menjadi modern, sedikit banyak mengabaikan tradisinya dan merangkul budaya luar. Banyak masyarakat Indonesia yang belajar ke luar, dan merangkul budaya luar tidak dianggap sebagai penemu, mereka hanya pengikut budaya luar dan disebut kehilangan identitas. (Tabrani, 2005 : 48, 70)

Sebenarnya banyak yang bisa digali dan diangkat di Indonesia, misalnya angklung, suling, gendang, ukulele, dan lain-lain (dalam bidang kesenian), tari-tarian, pakaian tradisional, dan lain-lain. Salah satu produk lokal yang menarik untuk diangkat di Jawa Barat adalah Kelom Geulis. Kelom geulis mengalami kebangkitan

kembali dengan munculnya inovasi baru dengan nama yang lebih spesifik yaitu Kelom Geulis Batik.

Kelom Geulis Batik adalah salah satu produk kerajinan tangan yang berasal dari Tasikmalaya yang mempunyai keunikan sendiri untuk produk lokal Indonesia. Kelom Geulis itu sendiri adalah alas kaki yang terbuat dari kayu yang penampilannya diberi cat dan motif-motif bunga yang cantik dan digunakan oleh wanita-wanita yang cantik juga, sehingga dalam bahasa sunda disebut kelom geulis. Diproduksi dengan menggunakan tangan pengrajinnya membuat kelom geulis ini mempunyai harga yang cukup tinggi dan terbatas dalam kuantitas produksi.

Kelom geulis mengalami kejayaan sekitar akhir tahun 1950 dan tahun 1960-1980an. Salah satu organisasi wanita menggunakan kelom sebagai alas kaki untuk menghadiri sebuah acara di Istana Merdeka. Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Kota Tasikmalaya menggelar pendidikan keterampilan dengan membuat kelom geulis. Dengan tujuan menguasai sepenuhnya bagaimana membuat sandal tersebut dan membantu untuk mempertahankan produk lokal tersebut.

Menurut Dosen Antropologi Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Drs. Dodih Heryadi, M.Pd., kelom geulis Tasikmalaya merupakan karya budaya yang memiliki momen sejarah. Jadi kelom itu kalau dilihat dari aspek budaya, sesuatu yang seharusnya dilestarikan. Selama ini kalau memperhatikan generasi muda sepertinya sudah tidak mengenal lagi yang namanya kelom geulis. Beliau berharap kelom ini harus mulai ditampilkan kembali agar generasi kita ini mengenal kelom geulis sebagai warisan budaya. Bagaimanapun perjalanan sejarah Tasikmalaya itu tidak terlepas dari karya keberadaan kelom geulis. Sehingga harus diperkenalkan kembali seni dan budaya kota Resik tersebut. (<http://newspaper.pikiran-rakyat.com/prprint.php?mib=beritadetail&id=69808> rubrik Mereka Bicara)

Sebenarnya di kota Tasikmalaya sendiri ada beberapa toko dan tempat khusus yang memproduksi dan menjual kelom geulis, dan kelom geulis batik merek Sagitria

mempunyai produk yang unggul. Produk Sagitria mempunyai kualitas dan penampilan yang lebih elegan untuk para wanita memakainya sebagai alas kaki sehari-hari maupun untuk acara tertentu. Tetapi sayang kelom geulis batik ini belum dipromosikan melalui media secara langsung, promosi selama ini mengandalkan orang yang menyukai dan memberitahukannya kepada orang lain dan promosi yang terbaru adalah melalui media internet yaitu *website*. Sagitria merupakan *home industry* yang pertama membuat inovasi kelom geulis, yaitu dengan teknik dibatik. Karena Sagitria membebaskan konsumen untuk membeli dan menjual dengan merek-merek lain sehingga penulis bertujuan membuat merek tetap untuk produk tersebut yang tetap dibawah langsung oleh Sagitria. Oleh karena itu, penulis bermaksud mempromosikan kelom geulis batik Sagitria dengan anak nama yang baru agar terdapat kemajuan dalam visual. Hal tersebut akan membantu pengenalan dan pengetahuan masyarakat luas khususnya generasi muda mengenai produk lokal Indonesia. Sehingga penulis menjadikan topik ini sebagai tugas akhir dengan judul “Promosi Sandal Batik Kayu Santika dari Tasikmalaya”.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Dari latar belakang permasalahan yang ada, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Kelom geulis batik kurang dikenal oleh masyarakat umum secara khusus generasi muda di Indonesia.
2. Kelom geulis sudah jarang menjadi pilihan bagi para wanita Indonesia jaman sekarang.
3. Kelom geulis terkadang dianggap kuno.
4. Mengubah persepsi masyarakat Indonesia terhadap kelom geulis.
5. Mempromosikan kelom geulis agar dapat diterima oleh wanita Indonesia.

Jadi, rumusan permasalahan rancangannya adalah :

1. Bagaimana cara memperkenalkan Sandal Batik Kayu Santika melalui desain komunikasi visual?

2. Bagaimana cara mengubah persepsi wanita Indonesia khususnya daerah Tasikmalaya dan Bandung terhadap kelom geulis melalui desain komunikasi visual?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup kelom geulis yang penulis bahas adalah Kelom batik Sagitria di Tasikmalaya dan Bandung dengan batasan waktu kurang lebih 6 bulan.

Adapun segmentasinya adalah :

- Wanita dewasa muda sampai dewasa
- Kelas menengah ke atas
- Hidup di daerah perkotaan

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah :

- Memperkenalkan Sandal Batik Kayu Santika melalui promosi dengan menggunakan desain komunikasi visual.
- Mengubah persepsi wanita terhadap kelom geulis melalui desain komunikasi visual.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

- Sumber Data
Primer dari pemilik *home industry* kelom geulis batik merk Sagitria dan data sekunder dari internet, koran, dan pariwisata.
- Studi Kepustakaan
Adalah suatu proses bentuk survei terhadap data yang sudah ada. Dimana proses pengumpulan data dengan cara membaca dan mengutip dari beberapa sumber buku, koran, majalah dan internet yang berkaitan dengan tema.

- **Pengamatan atau Observasi**
Observasi yang dilakukan sifatnya berperan pasif artinya dalam kondisi yang wajar (tidak pura-pura) untuk melakukan pencatatan, dengan cara mengamati produk-produk yang berhubungan dengan tema.
- **Wawancara**
Teknik wawancara yang penulis gunakan yaitu wawancara tidak terstruktur (wawancara mendalam), yang dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan yang “open ended” dilakukan tidak secara formal terstruktur tetapi mengarah pada kedalaman informasi dengan mewawancarai langsung nara sumber.
- **Kuisisioner**
Dipakai untuk validitas pernyataan.

1.5 Skema Perancangan

