

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang melimpah yang terdiri dari 17.508 pulau dan memiliki lebih dari 500 suku bangsa dengan lebih dari 100 macam bahasa. (www.indonesia.go.id).

Negara Indonesia kaya dengan potensi pariwisata seni dan budaya (Dinas pemuda, olahraga, kebudayaan dan pariwisata provinsi Kalimantan Selatan). Dalam Harian Pikiran Rakyat dikatakan bahwa dibalik keanekaragaman dan kekayaan budaya serta seni tradisional di Indonesia ini, masyarakatnya sendiri kurang mengenal kebudayaan dan seni di daerahnya dan bahkan parahnya kesenian daerah tersebut mulai ditinggalkan

Wilayah penelitiannya adalah wilayah Sunda dimana masyarakatnya tinggal di provinsi Jawa Barat dengan ibukotanya Kota Bandung yang memiliki visi Terwujudnya Kota Bandung Sebagai Kota Jasa yang Bermartabat ([website resmi pemerintah Kota Bandung](http://www.kota-bandung.go.id)) yang menjadi ruang lingkup penelitian. Kota Bandung memiliki potensi sebagai Kota Wisata dan Kota Seni Budaya (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat).

Yang menjadi pokok bahasan penelitian ini adalah kesenian Sunda khususnya kesenian karawitan Sunda. Secara umum pengertian karawitan sendiri adalah musik. Menurut Tan Deseng, pemilik Padepokan Pasundan Asih, seni karawitan memiliki tata cara dan ciri tersendiri dimana tata cara tersebut dipakai dan diterapkan di seluruh Indonesia ini, sehingga melalui penelitian dan bahasan seni karawitan Sunda ini diharapkan seluruh masyarakat Indonesia turut serta melestarikan warisan kesenian daerahnya masing-masing. Sehingga terciptanya peningkatan apresiasi budaya daerah.

Masuk ke dalam permasalahannya pada zaman sekarang ini banyak masyarakat Indonesia kurang mengenal atau bahkan tidak mengenal budaya dan kesenian di daerahnya. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi bidang seni budaya tersebut khususnya untuk generasi muda di Indonesia, mereka kurang mengetahui betapa berharga dan kayanya negeri ini akan budaya dan kesenian, dikarenakan mereka tidak mengetahui budaya kesenian daerahnya maka mereka juga tidak akan mencintai dan akibatnya mereka tidak akan merasa memiliki kesenian daerah dimana dia tinggal di negeri Indonesia ini.

Sosialisai ini khususnya diperuntukan bagi golongan muda di Kota Bandung, Dimana perlu ada upaya untuk menjadikan anak muda sebagai pewaris masa depan bangsa yang dapat diandalkan (**Dinas Komunikasi dan Informatika**).

Di Kota Bandung sendiri banyak masyarakat yang tidak mengenal dan tidak mengetahui kesenian Sunda walaupun mereka dilahirkan di Kota Bandung ini, pertama kali meminum air dan menghirup udara, hidup, dibesarkan dan akan selamanya tinggal di tatar Sunda, mereka tidak mengenal kesenian Sunda dan lebih tertarik kepada kesenian-kesenian asing. Seharusnya masyarakat Sunda merasa malu terhadap orang asing yang lebih menghargai budaya dan kesenian Sunda dibandingkan dengan masyarakat Sunda itu sendiri.

Selain karena kurang dikenalnya kesenian karawitan Sunda, faktor lain permasalahannya adalah karena para pelaku seni tradisional itu sendiri kurang mendapat tempat dan dihargai publik, serta terdesak seni pop modern yang dianggap lebih menarik. Kondisi seni tradisional Sunda saat ini secara berangsur mulai menghilang. (Guru Besar Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia, Prof. Dr. Yus Rusyana)

Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi terhadap kesenian Sunda dengan cara melakukan kampanye sosial untuk mengangkat kesenian Sunda dan merubah pandangan orang terhadap kesenian sunda, yang selama ini dianggap tidak penting dan dianggap lebih buruk daripada seni budaya asing. Sehingga masyarakat Sunda sadar betapa pentingnya kesenian daerahnya.

Kampanye ini bertujuan juga untuk menyadarkan masyarakat Bandung agar mereka melestarikan kekayaan bangsa dan daerahnya tersebut sebelum kebudayaan dan seni Sunda itu lenyap sehingga mereka tidak menyesal di kemudian hari karena setelah kehilangan barulah kita merasa memilikinya. Maka diperlukan ilmu desain komunikasi visual untuk menyampaikan kampanye ini secara tepat dan benar kepada masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara Padepokan Pasundan Asih mengupayakan pelestarian kesenian karawitan sunda kepada masyarakat dan bagaimana solusi yang dapat dilakukan oleh bidang desain komunikasi visual agar masyarakat peduli tentang kesenian karawitan sunda?
2. Bagaimana membuat kampanye yang tepat untuk mengenalkan budaya dan kesenian Sunda kepada khalayak sasaran, agar mereka menjadi peduli dan mengapresiasi kesenian daerahnya?

Fokus permasalahan :

1. Kampanye ini difokuskan kepada masyarakat kota Bandung, karena Bandung menjadi pusat pengembangan budaya Sunda.
2. Secara khusus sasaran dari kampanye ini ditujukan kepada generasi muda keturunan Tionghoa, dan secara umum masyarakat Kota Bandung.
3. Fokus dari kampanye ini adalah pada pengenalan kesenian karawitan Sunda sebatas tari-tarian dan alat instrumentalnya yang secara khusus membahas seni dari kawasan Kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui cara Padepokan Pasundan Asih mengupayakan pelestarian seni budaya Sunda dan solusi yang bisa dilakukan bidang Desain Komunikasi Visual agar masyarakat lebih peduli tentang seni budaya Sunda.
2. Membuat kampanye yang tepat untuk mengenalkan budaya dan kesenian Sunda kepada khalayak sasaran, agar mereka menjadi peduli dan mengapresiasi kesenian daerahnya.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara kepada bapak Tan Deseng pemilik Padepokan Pasundan Asih.
2. Observasi di Sanggar Padepokan Pasundan Asih.
3. Studi pustaka dari buku, koran, majalah dan internet.
4. Kwesioner terhadap masyarakat Kota Bandung secara acak.

1.5 Skema Perancangan

