

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak negara di dunia yang kaya akan kebudayaan. Kebudayaan di Indonesia tersebar di hampir semua aspek kehidupan, mulai dari tari-tarian, alat musik tradisional, adat istiadat, pakaian adat hingga bangunan arsitektural yang berupa rumah adat di tiap-tiap provinsi yang ada di Indonesia. Salah satu contoh dari kebudayaan itu yaitu batik. Di Indonesia sendiri, batik merupakan hal yang sudah tidak asing bagi masyarakatnya. Dari segi motifnya, batik memiliki bermacam-macam motif sesuai dengan daerah asalnya. Daya minat masyarakat yang tinggi akan batik pada jaman sekarang ini merupakan salah satu pendorong pelestarian budaya tersebut, tetapi itu tidak diimbangi dengan pengetahuan dan daya beli masyarakat tentang apa arti dari batik sendiri.

Seiring dengan perubahan jaman, batik pun berkembang. Mulai dari perkembangan motif, makna, proses pembuatan, hingga penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari. Kata Batik berasal dari kata “amba” dan “titik”. Secara singkat batik dapat diartikan sebagai suatu cara atau teknik penutupan bagian-bagian tertentu pada kain untuk memperoleh gambar atau hiasan yang berwarna setelah melalui proses pencelupan. Posisi batik sebagai kekayaan budaya Nusantara tersaji dalam perjalanan historis yang memuat perkembangan batik. Dalam perkembangan dan penyebarannya, terjadi proses saling mempengaruhi diantara batik dari berbagai daerah yang hasilnya terdapat dalam karakter penggambaran motifnya.

Pada tahun 2009, UNESCO (*United Nations Educational Scientific and Culutural Organization*) resmi menetapkan Batik Indonesia sebagai salah satu nominasi dari kriteria *Intangible Cultural Heritage for Humanity*. Hal ini sudah merupakan suatu penghargaan tersendiri untuk bangsa Indonesia atas jerih payah dalam melestarikan budaya-budaya milik sendiri. Adapun undang-undang yang telah dibuat pemerintah yaitu UU no.9 tahun 1990 tentang Kepariwisata yang tertulis jelas bahwa benda-benda peninggalan sejarah, seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia

merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan. Selain itu juga terdapat UU no.5 tahun 1992 dan UU no.11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya.

Dewasa ini, salah satu sentra kerajinan batik di Jawa Barat adalah kawasan Batik Trusmi yang berada di Kota Cirebon. Nama Trusmi sendiri mempunyai arti terus bersemi. Kawasan ini terletak lima kilometer dari Kota Cirebon. Batik Trusmi memiliki macam *variant* yang banyak sekali dari motif hingga bentuk. Tetapi walaupun memiliki motif yang lebih variatif dibandingkan dengan daerah lainnya, pengelolaan batik ini masih menggunakan sistem manajemen tradisional dan kekeluargaan serta harga bahan dan pameran pun masih tergolong dibidang cukup mahal. Sehingga kualitas dan pengelolaannya pun tergolong kalah dengan Batik Jogja yang lebih berkembang dan terkenal khususnya di kalangan masyarakat Indonesia sendiri. Selain itu juga sistem promosi yang kurang menjadi penghambat utama dalam usaha perkembangan Batik Trusmi ini sehingga kurang dikenal oleh masyarakat khususnya Kota Bandung.

Padahal dalam hal memasarkan batiknya sendiri, kawasan Trusmi sudah memiliki banyak tempat-tempat yang menawarkan beragam pilihan dari segi jenis motif dan batik. Tetapi hal itu tidak diimbangi dengan kesejahteraan masyarakat sekitarnya khususnya para pengrajin batik tulis sendiri. Apalagi dengan kian maraknya batik hasil dari pabrik tekstil yang mengancam usaha batik ini. Ini mengakibatkan kesenjangan yang begitu besar antara pengrajin sendiri dengan pemilik usaha batik tersebut.

Oleh karena itu yang menjadi masalahnya adalah bagaimana cara memperkenalkan segala sesuatu yang berhubungan dengan Batik Trusmi kepada masyarakat serta mempromosikannya melalui media-media desain yang sesuai, sehingga masyarakat menjadi lebih berminat dari segi untuk membeli serta mengetahui Batik Trusmi dan selain itu juga dapat turut meningkatkan kesejahteraan para pengrajin batik di daerah Trusmi sendiri.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian dari Latar belakang di atas, maka permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya kepedulian masyarakat khususnya Kota Bandung terhadap kebudayaan khususnya Batik Trusmi .
2. Kurangnya promosi menjadi penghambat utama dalam Batik Trusmi ini, sehingga masih banyak orang yang belum tahu keberadaannya khususnya Jawa Barat.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara memperkenalkan dan melestarikan kerajinan Batik Cirebon khususnya Batik Trusmi melalui promosi desain kepada generasi penerus sebagai salah satu warisan seni dan budaya Indonesia baik untuk sekarang maupun masa depan ?
2. Bagaimana masyarakat memperoleh pengetahuan mengenai karakteristik dan keunggulan Batik Trusmi dibandingkan dengan batik lainnya ?
3. Bagaimana cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah Trusmi khususnya para pengrajin batik sehingga dapat meningkatkan sektor pariwisata kota Cirebon ?

1.2.3 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup perancangan yang akan dipilih dapat dikategorikan menjadi bagian sebagai berikut :

1. Area promosi untuk Batik Trusmi yakni berada di skala Jawa Barat.
2. Target *audience* pada Batik Trusmi ini adalah pria dan wanita yang berkisar umur 23 - 50 tahun.
3. Membuat media visual yang menarik dengan menggunakan warna, gambar, komposisi dan pilihan media promosi beragam kepada konsumen agar tertarik untuk mengenal, datang, dan memiliki.

1.3 Tujuan Perancangan

1. Memperkenalkan dan melestarikan kerajinan Batik Cirebon khususnya Batik Trusmi melalui promosi desain kepada generasi penerus sebagai salah satu warisan seni dan budaya Indonesia baik untuk sekarang maupun masa depan.
2. Masyarakat memperoleh pengetahuan mengenai karakteristik dan keunggulan Batik Trusmi dibandingkan dengan batik lainnya.
3. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah Trusmi khususnya para pengrajin batik sehingga dapat meningkatkan sektor pariwisata kota Cirebon.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan pengolahan data diperoleh dengan cara mengumpulkan data dan analisa hasil pengumpulan data tersebut :

1.4.1 Observasi

Data observasi dikumpulkan melalui kunjungan ke Kawasan Batik Trusmi, guna mencari data yang dibutuhkan dalam pengumpulan informasi.

1.4.2 Wawancara

Penulis melakukan pengumpulan data lewat wawancara kepada beberapa orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya khususnya dalam Batik Trusmi ini.

1.4.3 Studi Pustaka

Pencarian data melalui studi pustaka dilakukan dengan mencari data melalui buku, Koran, majalah maupun pada internet. Data yang didapat dijadikan referensi bagi penulis serta membantu memahami permasalahan yang ada, sehingga dapat digunakan sebagai salah satu cara pemecahan masalah yang ada.

1.4.4 Kuesioner

Kuesioner ini diberikan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang memakai batik pada salah satu hari kerjanya. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat lokal sekitar Kota Bandung yang berumur 23 - 50 tahun. Hal ini dilakukan agar mengetahui lebih jelas target yang ditujukan. Pertanyaan yang diajukan adalah sampai dimanakah masyarakat lokal tertarik untuk mengetahui apa Batik Trusmi itu sendiri.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I berisi tentang latar belakang masalah, permasalahan dan ruang lingkup, tujuan perancangan, sumber dan teknik pengumpulan data, skema perancangan serta sistematika penulisan.

BAB II berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III berisi tentang data perusahaan yang terkait, sajian data-data hasil observasi, studi pustaka, dan wawancara, tinjauan karya-karya sejenis, analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta, STP dan SWOT.

BAB IV berisi tentang konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, dan hasil karya.

BAB V berisi tentang kesimpulan yang didapat dalam pengumpulan informasi dan saran-saran atau masukan yang diberikan agar kedepannya lebih baik lagi.

1.6 Skema Perancangan

