

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi sangat erat kaitannya dengan anak muda zaman sekarang, Budaya bangsa asing perlahan-lahan menghilangkan budaya lokal sehingga nasionalisme bangsa lama kelamaan semakin menghilang di kalangan generasi muda sekarang, Anak muda seakan tidak mengenali lagi apa kebudayaan Bangsa Indonesia itu sendiri, Menurut Bapak H. Komarudin Kudiya S.IP M.Ds anak-anak muda zaman sekarang ini perlunya diingatkan kembali tentang warisan-warisan dan kebudayaan kita yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia.

Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang kaya sekali akan kebudayaan. Kebudayaan di Indonesia ini tersebar hampir di semua aspek kehidupan, mulai dari tari – tarian, alat musik traditional, adat istiadat, pakaian adat hingga bangunan arsitektural yang berupa rumah adat di tiap-tiap provinsi yang ada di Indonesia. Salah satu contoh dari kebudayaan kita adalah batik. Di Indonesia sendiri, kata-kata batik ini merupakan hal yang sudah tidak asing lagi. Baik di kalangan anak muda apalagi di kalangan orang tua, Dari segi motifnya, Batik sangat beragam sekali misalnya daerah yang kita kenal penghasil tembakau yaitu Jember, Motif yang ada di jember juga merupakan batik bercorak tembakau, kebanyakan batik terpengaruh dari fenomena atau apa yang terjadi di wilayah itu sendiri.

Semula bermotif konvensional, seiring dengan perubahan jaman, batik pun sangat berkembang pesat. 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 proses pencelupan. Posisi batik sebagai kebudayaan 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 (Santoso,2013:1).

Pada tahun 2009, Secara resmi UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) menetapkan batik sebagai budaya tak-benda warisan manusia (Intangible Cultural Heritage for Humanity). Dengan diakuinya batik secara resmi merupakan suatu kebanggaan yang tidak ternilai harganya bagi Indonesia. Jerih payah dalam melestarikan budaya-budaya milik sendiri terbayar dengan pengakuan secara resmi itu sendiri. Adapun Undang-undang yang telah dibuat pemerintah yaitu UU no.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan yang tertulis jelas bahwa benda-benda yang besar artinya bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan. (Santoso,2013:1).

Dewasa ini, banyak sekali anak-anak muda khususnya di SMA yang tidak bangga dan menghargai batik sebagai warisan kebudayaan leluhur, Menurut Ibu M. Yuni Megarini C., M.Psi., (Tanggal 2 September 2013 jam 14.38) Psikolog pengaruh sosial dan lingkungan sekarang itu sangatlah besar. Mereka sudah bukan saatnya mengenal lingkungan kembali seperti anak-anak kecil lainnya. Remaja sekarang justru ingin lingkunganlah yang mengenal mereka. Seperti contohnya sekarang lagi musim Smartphone, Bila teman-temannya semua memakai *Smartphone*, dan ada satu orang yang tidak memakai *Smartphone*, maka itu akan menjadi masalah besar bagi orang yang tidak menggunakan *Smartphone*, Sama seperti halnya, sekarang-sekarang ini sedang tren memakai celana Jeans, bila ada orang yang memakai celana bahan, satu orang ini akan berusaha menyesuaikan dengan lingkungannya, bila tidak sesuai tentulah akan menjadi satu masalah besar. Menurut ibu Yuni, bila diadakan *event* perlombaan sangatlah cocok, karena anak-anak muda jaman sekarang butuh tantangan, aktualisasi diri, pengakuan dari orang-orang lain. Pengakuan ini bisa didapat dalam bentuk karya, prestasi, atau pencapaian dari apa yang dia lakukan, mereka butuh penghargaan yang dapat menambah rasa percaya dirinya.

Menurut hasil survei yang dilakukan kepada 4 sekolah di perkotaan Bandung. Mereka itu menyadari bahwa batik itu merupakan warisan dari kebudayaan tetapi mereka tidak bangga dan jarang memakai baju batik bila tidak terpaksa. Padahal menurut H. Komarudin Kudiya (Pemilik Batik Komar) (Wawancara tanggal 2 September 2013 pada Pukul 15:47) “Kita itu harusnya bangga memakai baju batik, Dunia saja sudah mengakui keberadaan batik sebagai budaya tak-benda bangsa Indonesia, Masa kita sebagai bangsa Indonesia tidak mengakuinya ? Apalagi sekarang-sekarang ini batik sudah berkembang pesat kepada model yang lebih trendi dan fashionable yang cocok dengan tren anak muda zaman sekarang”. Padahal menurut Ibu Tiarma

Ruth Dame Sirait “ Batik itu di luar Indonesia merupakan produk yang dikenal oleh orang-orang asing, dan tidak sedikit orang asing juga yang memakai batik di luar sana, Bila anak muda tidak mengenal atau tidak mau memakai batik, berarti anak muda itulah yang ketinggalan zaman”. menurut beliau (Wawancara tanggal 28 Agustus pkl 15.00)

Oleh karena itu yang menjadi masalahnya sekarang bagaimana cara mempopulerkan kembali fashion batik itu di kalangan remaja atau anak muda agar remaja sekarang memakai batik itu tidak kalah keren atau *trendy* nya dengan *fashion* yang sedang berkembang sekarang. Dan juga menumbuhkan kembangkan rasa cinta terhadap kebudayaan lokal itu sendiri. Sebenarnya hanya masalah *mindset* dari anak remaja itu sendiri, sebab dari hasil *survey* yang diberikan bahwa banyak sekali anak-anak yang menganggap batik itu modelnya kuno. Padahal sekarang sudah banyak batik yang ditargetkan kepada anak muda tidak lagi memakai motif-motif tradisional melainkan motif yang lagi ngetren sekarang. Karena anak-anak muda di kota Bandung merupakan anak-anak muda yang kreatif dan unik maka promosi yang dilakukan entah itu melalui media sosial, kampanye, promosi haruslah memakai strategi yang unik dan kreatif juga.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

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

1.2.1 Pokok Permasalahan

1. Bagaimana cara mempopulerkan kembali tren batik di kalangan remaja khususnya SMA dengan cara yang kreatif dan unik agar sesuai dengan kepribadian anak muda Bandung ?
2. Bagaimana membuat suatu rancangan atau media yang menarik bagi kalangan remaja agar lebih berminat kepada batik ?
3. Bagaimana membuat anak-anak itu tidak merasa terpaksa bila memakai baju batik ?

1.2.2 Ruang Lingkup

- Proyek yang akan dikerjakan adalah sebuah *kampanye* tentang pengenalan batik kembali dengan cara yang *unik dan kreatif* serta tidak membosankan di kalangan remaja pada

umumnya. Targetnya adalah remaja umur 16 – 20 tahun, kalangan menengah dan menengah ke atas, berada di kota Bandung dan tinggal di perkotaan besar.

Segmentasi Geografis : Bandung

Segmentasi Sosial-Ekonomis & Demografis

- Batasan Usia : 16-20tahun

- Pendidikan : SMA

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

- Pendapatan : Menengah – Menengah ke atas

- Segmentasi Psikografis (Primer)

- Kelas Sosial : Menengah atas

- Kepribadian : Anak-anak Sma yang memiliki Smartphone dan menyukai akan kebudayaan lokal

- Orientasi : Senang akan sesuatu yang bersifat kreatif dan unik serta menantang

- Minat : Minat terhadap sesuatu yang bersifat kebudayaan

1.2.3 Tujuan Perancangan

1.Membuat suatu kampanye kreatif dan unik agar lebih mencintai dan menghargai batik kembali di kalangan anak muda atau remaja Bandung

2.Adanya *kampanye* kreatif yang sesuai dengan kepribadian dan jiwa anak muda sekarang seperti didakannya perlombaan, kompetisi, *upload* kepada media sosial. Melibatkan *gadget* yang sedang menjamur di kalangan remaja sekarang.

3. Mencintai batik sebagai warisan kebudayaan bangsa Indonesia, dan memandang batik sebagai pakaian yang trendy dan *fashionable*.

1.2.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data

1.2.4.1 Sumber data Primer

1. Lembaga yang terkait (Yayasan Batik Jawa Barat, Yayasan Batik Indonesia, Batik Komar)
2. Wawancara dengan Pakar – pakar yang terkait, Psikologi anak- anak remaja, Pemilik Batik Komar (H.Komarudin Kudiya S.IP M.Ds),Pakar Fashion
3. Kuesioner kepada anak-anak SMA

1.2.4.2 Sumber data sekunder

1. Studi literatur (Buku, Koran, majalah)
2. Pengumpulan data melalui Internet

1.2.5 Sistematika Penulisan Karya Tulis

Bab 1 berisikan tentang pendahuluan yang menceritakan latar belakang masalah, permasalahan dan ruang lingkup, tujuan perancangan, teknik pengumpulan data mengenai topik mempopulerkan tren batik di kalangan *fashion* anak muda.

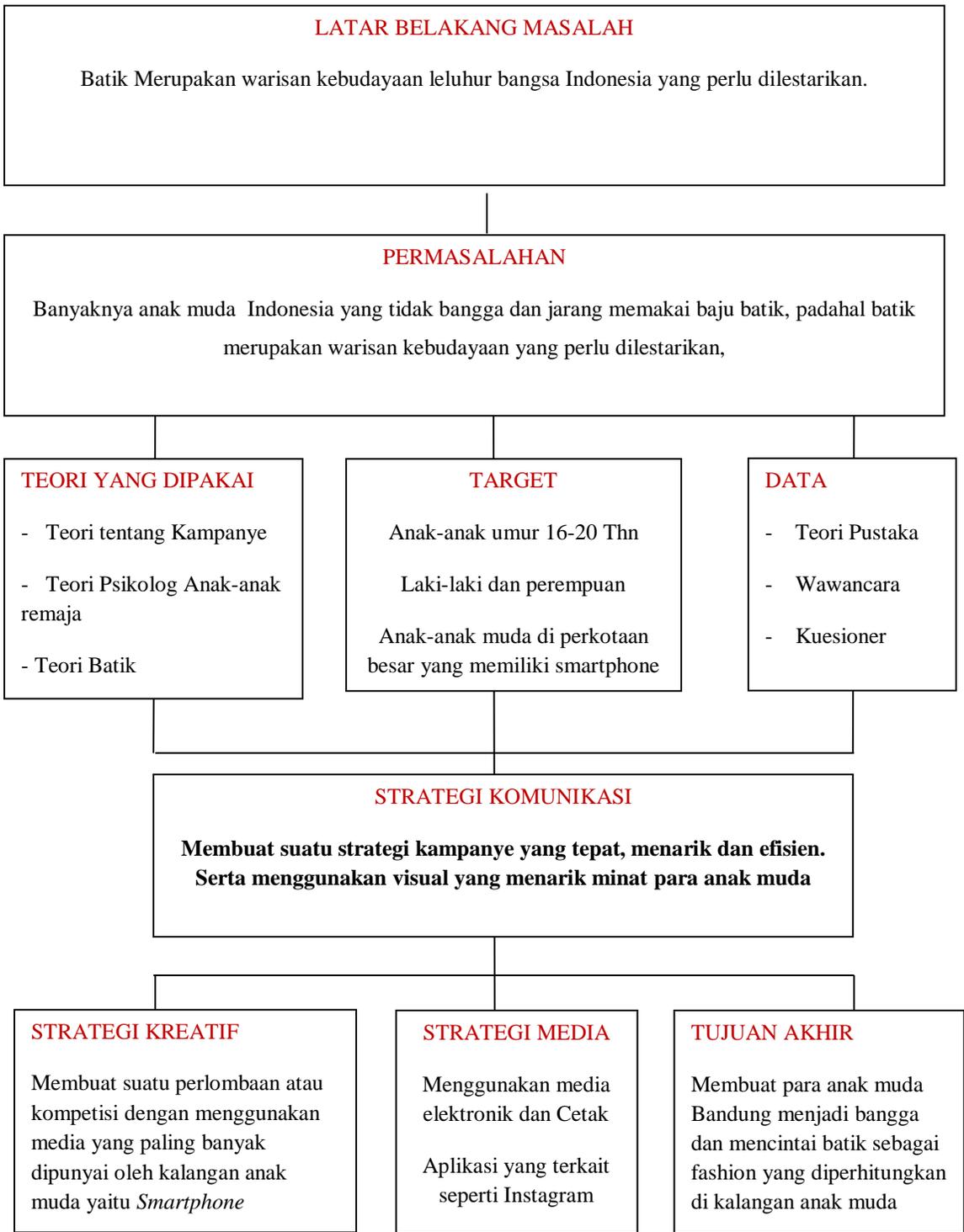
Bab 2 berisikan tentang teori batik, kampanye, sosial media, fotografi dan psikologi remaja

Bab 3 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, SWOT

Bab 4 berisi tentang konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, dan hasil karya

Bab 5 berisi tentang kesimpulan yang didapat dalam pengumpulan informasi dan saran-saran atau masukan yang diberikan agar ke depannya lebih baik lagi

1.2.6 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Skema Perancangan