

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah Negara yang kaya akan kebudayaannya, salah satunya ialah batik. Batikpun bermacam-macam mulai dari asal daerah, warna, dan motifnya yang mempunyai makna dan filosofi tertentu. Dari secarik kain, terdapat sebuah cerita, harapan, dan juga doa. Motif Batik Indonesia diciptakan tidak hanya berdasarkan nilai estetis saja, namun tertuang harapan-harapan dalam bentuk banyak symbol yang dilukiskan sebagai motif di atas kain. “Dalam secarik kain, terdapat makna filosofi yang dalam, cerita, harapan, juga doa.” tutur Indra Tjahjani salah satu pengrajin Batik (Republika, 29/08/2013).

Banyak orang Indonesia yang tidak mengetahui kekayaan aneka ragam Batik dan kurangnya pengetahuan masyarakat akan sejarah dan perkembangan batik di Indonesia. Larasati Suliantoro, Ketua Paguyuban Pecinta Batik Indonesia (PPBI) Sekar Jagad, mengatakan euforia mengenakan batik saat ini luar biasa besar, akan tetapi catatan sejarah batik dari Indonesia tidak ada. Karena itu, tidak heran masyarakat Indonesia kurang punya pengetahuan tentang batik dan tidak peduli motif batik yang dikenakannya. (Bisnis.com 19/07/2013). Adanya paradigma dari anak-anak muda yang menganggap bahwa motif batik terlalu kuno sehingga berkesan tua jika dipakai sehari-hari. "Sebagai anak muda, saya sendiri tidak tahu motif batik masa lalu itu seperti apa, apalagi yang berusia ratusan tahun," ucap staf House of Sampoerna Surabaya, Diah (Bisnis.com 19/07/2013).

Batik yang merupakan Warisan Budaya Indonesia adiluhung (tinggi mutunya: *seni budaya yg bernilai – wajib dipelihara*) sempat hampir diklaim sebagai Warisan Budaya oleh Malaysia. Masyarakat Indonesia pada Tahun 2007 lalu sempat panik dengan kabar pengklaiman tersebut. Pemerintah Indonesia pun mulai mencari akal untuk menghak patenkan Batik sebagai warisan budaya Indonesia hingga akhirnya, pada tanggal 28 September 2009 UNESCO secara resmi mengukuhkan batik sebagai

daftar warisan budaya bukan benda (intangible cultural heritage). Bahkan batik mendapatkan nilai tertinggi kategori peninggalan budaya dari 111 usulan negara-negara di dunia. Batik juga mendapatkan penghargaan secara resmi dari UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009. (Media Indonesia 30 Oktober 2009). Klaim kain batik oleh Malaysia, sebaiknya dijadikan sebagai sebuah momentum yang menggugah kesadaran kita semua agar lebih serius menjaga asset budaya bangsa. Jangan sampai terjadi lagi pengklaiman budaya Indonesia oleh Negara lain.

Beberapa motif batik juga hampir punah, seperti motif Nitik dari daerah Yogyakarta dan Solo yang baru-baru ini koleksinya dipamerkan di Museum Tekstil Jakarta. Naik daunnya batik saat ini tidak disertai dengan apresiasi yang tinggi terhadap motif-motif batik yang lama. Sekarang muncul batik-batik baru yang dibuat secara asal-asalan, asalkan kain decanting lalu disebut dengan batik. Batik mengalami penurunan nilai filosofisnya, kini batik tulis yang di print di atas kain mulai merajai pasar karena harganya lebih murah dan produksinya lebih cepat karena menggunakan mesin. Proses printing motif Batik tulis tersebut tidak disosialisasikan bahwa kain batik printing tidak tergolong batik.

Salah satu batik yang keberadaannya kurang menjadi perhatian masyarakat Indonesia adalah Batik peranakan dari Belanda. Warna dan motifnya yang unik sempat menjadi pusat perhatian masyarakat pada 7 November 2012 lalu dalam acara Jakarta Fashion Week, Erasmus menampilkan sejumlah kain tua Batik Belanda tersebut. Batik Belanda mempunyai beberapa keunikan dari segi motif, pewarnaan, dan juga warna-warna yang digunakannya.

Para desainer Indonesia kini mulai mengangkat batik ke dalam desain baju dengan karakter desain yang berbeda-beda dari tiap desainer. “Kain Negeri adalah branding yang dibuat IPMI dan dicanangkan sejak 1987. Kami konsisten mengangkat kain daerah dan membina perajinnya. Ini salah satu tanggung jawab kami menjadikan kain negeri sebagai tuan rumah di negeri sendiri,” kata Era Soekamto pada pagelaran Jakarta Fashion and Food Festival pada Mei 2013 lalu. Di dalam buku fashion trend pun sudah mulai keluar subtema yang mengangkat budaya etnik. Ragam busana yang

menggunakan batik juga sudah mulai variatif dan tidak terkesan kuno. “Ini komitmen kami pada Jakarta Fashion and Food Festival akan selalu mengangkat dan mengolah produk kerajinan tekstil Indonesia,” kata Syamsidar Isa, Pembina IPMI.

Batik yang kini menjadi salah satu trend fashion Indonesia, tetap dilestarikan diharapkan agar nilai filosofi, pesan, dan makna yang terkandung didalamnya tidak luntur oleh perkembangan teknologi dan pola pikir praktis masyarakat saat ini. Sebagai mahasiswi Fashion Graphic penulis ingin mengkampanyekan Batik Belanda sebagai Warisan budaya dan trend fashion Indonesia. Perancangan Kampanye Batik Belanda tersebut diharapkan dapat meningkatkan apresiasi masyarakat Indonesia untuk kembali menoleh kepada filosofi, pesan, dan cerita yang ada di balik secarik kain batik.

1.2 Permasalahan dan ruang lingkup

1.2.1 Permasalahan

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mengidentifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi perancangan kampanye ‘Batik Belanda sebagai Akulturasi Kebudayaan Indonesia.’ sehingga dapat menarik masyarakat Indonesia, khususnya remaja untuk tidak hanya mengenakan batik tetapi juga mengetahui sejarah dan pengetahuan mengenai batik?
2. Bagaimana memilih media kampanye yang tepat untuk mengkampanyekan ‘Batik Belanda sebagai Akulturasi Kebudayaan Indonesia’?

1.2.2 Ruang Lingkup

Dalam pembuatan laporan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa ruang lingkungannya sangat luas. Penulis membatasi ruang lingkup dengan target audience remaja usia 17-25 tahun yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan di Indonesia khususnya yang tinggal di Kota Jakarta pada tahun 2013 dengan materi Batik Belanda sebagai bagian warisan budaya Indonesia.

1.3 Tujuan Perancangan

Mengkampanyekan dengan mandatory oleh Erasmus Huis dan Komunitas Remaja Batik Indonesia (KRBI) yang didukung oleh Museum Tekstil bergerak dalam bidaag kebudayaan yang mendidik. Kampanye ini dapat menarik masyarakat untuk lebih mengapresiasi Batik lagi dan mengetahui sejarah mengenai Batik Belanda. Media yang digunakan diantaranya adalah poster awareness, informing, dan poster event. Media lain seperti billboard, iklan Koran, iklan majalah, umbul-umbul, x-banner, serta website.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1.4.1 Sumber

Sumber yang digunakan untuk membuat kampanye dan laporan tugas akhir ini adalah melalui media massa seperti Koran Media Indonesia dan Kompas. Selain melalui media massa, data juga diperoleh dari Komunitas Remaja Batik Indonesia, informasi di museum tekstil, buku, dan situs-situs internet.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik wawancara terstruktur, kuesioner, dan studi pustaka.

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan pihak yang dianggap kompeten dalam bidang permasalahan guna mendapatkan data yang akurat. Dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel.

Kuesioner dibagikan kepada 100 orang responden untuk mengetahui seberapa pentingnya desain event promotion untuk mempopulerkan kepada anak usia dini mengenai lagu daerah.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku ataupun literatur seperti buku-buku pedoman yang sudah ada, koran, media lainnya yang berhubungan dengan permasalahan perancangan. Juga dapat melalui literatur dari internet yang benar, terpadu, dan referensi yang tepat yang dapat mendukung data.

1.5 Skema Perancangan

