

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman budaya, salah satunya adalah batik. Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO telah menetapkan batik sebagai budaya resmi milik Indonesia. Seiring perkembangannya, batik biasanya digunakan dalam acara-acara resmi, seperti undangan pernikahan, upacara-upacara penting, rapat paripurna, dan lain-lain. Ada banyak macam keaneka ragaman batik di Indonesia, dan beberapa diantaranya ada yang terkenal dikalangan masyarakat seperti daerah Bali, NTT, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur dan Jawa Barat (www.komangputra.com, diunduh pada tanggal 3 Maret 2015, 20:07).

Batik di provinsi Jawa Barat, memang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan batik di daerah lainnya. Batik Jawa Barat memiliki banyak warna, dinamis, cerah, cantik dan motif-motifnya lebih centil (fleksibel), yang memungkinkan banyak orang menyukainya. Batik Jawa Barat terdiri dari Batik Cirebon, Batik Tasik, Batik Ciamis, Batik Garut, Batik Cianjur, Batik Bogor, Batik Indramayu, dan Batik Sumedang (Sandy Dede Yusuf, Ketua Umum Yayasan Batik Jawa Barat).

Agar generasi muda sekarang bisa memiliki pengetahuan batik, maka pemerintah Indonesia menetapkan seragam batik bagi sekolah-sekolah (TK, SD, SMP, sampai SMA), kantor-kantor di Indonesia pada tahun 2014. Ini merupakan terobosan baru agar anak-anak Indonesia bisa lebih *respect* terhadap budaya batik. Tapi terjadi pemisah antara tingkat SMA dan mahasiswa. Sehingga mereka sebagai mahasiswa tidak memiliki pengetahuan tentang batik lebih dalam (www.rri.co.id, diunduh pada tanggal 3 Maret 2015, 21:03).

Sedangkan mahasiswa sendiri memiliki potensi untuk memberi perubahan terhadap masyarakat (*trend setter*). Perubahan tersebut didominasi oleh mahasiswa itu sendiri, baik dari gaya hidup, teknologi, fashion, dan budaya. Hal yang perlu menjadi

perhatian adalah, mahasiswa-mahasiswa sekarang kurang memiliki minat dalam mencintai budaya batik itu sendiri. Mereka lebih memilih gaya hidup budaya asing (globalisasi), karena terlihat lebih keren, modis, dan modern (Agus Dairo Beke, 2008).

Efeknya, mahasiswa kurang mengapresiasi batik, mereka menganggap batik hanya serangkaian motif kuno, yang biasa dipakai untuk acara-acara resmi. Bahkan, mereka tidak tahu seluk-beluk sejarahnya. Bila hal ini terus dibiarkan, maka nilai-nilai budaya dari batik itu akan semakin hilang. Sementara, mahasiswa adalah generasi penerus dari bangsa ini, yang bisa membawa perubahan (www.news.viva.co.id, diunduh pada tanggal 3 Maret 2015, 22:05).

Karena itu kalangan mahasiswa perlu memiliki kesadaran terhadap budaya batik itu sendiri. Melalui kampanye ini, diharapkan bisa membangkitkan kembali minat mahasiswa terhadap batik. Agar mereka bisa menggunakan batik sebagai bagian dari gaya hidup mereka, dan peran sebagai mahasiswa yang bisa membawa *trend setter* dalam batik khususnya Batik Jawa Barat (serta melestarikannya) itu bisa terjadi.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut, maka susunan rumusan permasalahannya adalah bagaimana cara merancang kampanye kreatif Batik Jawa Barat untuk mahasiswa? Ruang lingkup perancangan meliputi kalangan mahasiswa baik pria maupun wanita yang berumur 19-25 tahun di kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Untuk menjawab permasalahan di atas, maka tujuan perancangan dari tugas akhir ini adalah dengan merancang kampanye kreatif Batik Jawa Barat untuk mahasiswa.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber yang akan diwawancarai adalah para pakar batik, Bpk. Komar, Sania Sari, dan Yayasan Batik Jawa Barat yang turut serta mengembangkan kebudayaan batik sejak dahulu, seperti Batik Komar, Batik Hassan.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Pengamatan akan dilakukan langsung ke berbagai tempat di mana mahasiswa berada, baik di dalam universitas maupun di luar universitas untuk mengetahui intensitas mereka dalam menggunakan batik.

2. Wawancara

Mengumpulkan informasi dengan menanyakan secara langsung kepada Bapak Komarudin Kudiya S. Ip. M. Ds selaku ketua harian Yayasan Batik Jawa Barat dan pemilik Batik KOMAR, Ibu Sania Sari SE. MM selaku pemilik Batik Hassan, dan beberapa mahasiswa di Bandung.

3. Kuesioner

Mengumpulkan data dengan menyebarkan pertanyaan tertulis kepada mahasiswa-mahasiswa sebanyak 105 kuesioner, untuk mengetahui minat mahasiswa terhadap batik, dan penggunaan media dalam pemecahan masalah.

1.5 Skema Perancangan

Berikut adalah bagan alur proses dari penelitian ini:

