

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu budaya negara kita, Indonesia yang sangat terkenal di dunia dan sangat harus dilestarikan. Definisi batik sendiri menurut Konvensi Batik International pada tahun 1997 di Yogyakarta adalah penulisan gambar atau ragam hias pada media apapun dengan menggunakan lilin batik atau yang biasa disebut malam sebagai alat perintang warna. Pada proses pembuatan batik, malam tersebut diaplikasikan kedalam kain untuk mencegah penyerapan warna pada saat proses pewarnaan berlangsung.

Sejak dinyatakan oleh UNESCO sebagai *The Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* pada bulan Oktober tahun 2009, Batik di Indonesia semakin diakui keberadaannya oleh negara lain. Di Indonesia sendiri setiap daerah mempunyai batik dengan ciri khas masing-masing, seperti Daerah Istimewa Yogyakarta dengan batik Yogyanya, Batik Lamongan di kota Lamongan, dan juga Kota Cirebon dengan yang dikenal dengan batik Mega Mendung.

Cirebon sendiri terkenal sebagai daerah penghasil batik terbesar di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, di kota Cirebon terdapat satu daerah yang dikenal sebagai “Kota Batik” dimana semua toko penjual batik dan pengrajin batik berada, daerah tersebut bernama Kota Trusmi. Budaya batik sudah muncul di Kota Cirebon sejak masa keratonan. Sesuai berkembangnya waktu, batik Cirebon pun berkembang pesat mulai dari motif, warna, dan pemakainya, oleh karena itu terdapat beberapa jenis batik yang khas di kota Cirebon, dari yang paling terkenal seperti diantaranya Batik Mega Mendung, Batik Ganggeng, Batik Liris, Batik Kawung, Batik Kembang Kantil, sampai Batik Singa Barong.

Namun walaupun tradisi batik di kota Cirebon sudah ada dan diterapkan sejak lama, dan sudah banyak jenis-jenis batiknya, masih banyak orang yang belum

tahu tentang apa itu batik Cirebon dan jenis-jenis batik Cirebon lainnya selain batik Mega Mendung dikarenakan kurangnya publikasi. Padahal batik Cirebon yang lain juga mempunyai keunikan dan ciri khas tersendiri terutama di bagian motif dan warnanya, oleh karena itulah batik Cirebon menjadi salah satu budaya yang harus dilestarikan karena merupakan warisan budaya Indonesia yang berharga.

Penulis memutuskan untuk mengangkat masalah yang ada di dalam industri Batik Cirebon ini sebagai topik Tugas Akhir karena penulis merasa masalah ini dapat diselesaikan dengan ilmu DKV. Selain itu juga penulis merasa masalah ini cocok untuk diangkat karena peneliti mengamati ketertarikan dan pengetahuan masyarakat manusia akan Batik Cirebon yang masih sangat minim. Alasan lain penulis mengangkat topik ini adalah dengan tujuan budaya Indonesia tidak dicuri dan diakui bangsa lain.

Penulis memilih sebuah *clothing line* Indonesia yang bernama Locale sebagai media pengenalan batik Cirebon terhadap anak muda untuk bahan topik Tugas Akhir. Penulis memilih Brand tersebut karena Locale adalah sebuah *clothing line* yang sering kali mengangkat *pattern* terutama *pattern* etnik didalam produknya seperti *T-shirt*, *sweater*, dan kemeja. Diharapkan dengan adanya *local brand* dengan konsep yang modern dan baik seperti Locale, dapat menumbuhkan ketertarikan masyarakat Indonesia khususnya anak muda di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung untuk mau mengenal budaya mereka sendiri dan memakai Batik Cirebon.

. 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

- a. Bagaimana cara yang efektif untuk memperkenalkan batik Cirebon terhadap anak muda di Indonesia melalui sebuah *second line* dari Locale?
- b. Bagaimana cara merancang visual untuk promosi terhadap anak muda agar tertarik membeli / menggunakan motif batik Cirebon selain Mega Mendung?

1.2.2 Ruang Lingkup

Tugas akhir ini membahas jenis-jenis batik Cirebon dengan cara memperkenalkan dan mempromosikan Batik Cirebon melalui *second line* dari *brand* bernama Locale. Riset mengenai batik akan dilakukan di Cirebon sedangkan pengerjaannya akan dilakukan dari bulan Februari hingga bulan Juli di Bandung. Dengan segmentasi Pria muda dengan rentang umur 18-25 yang berasal dari kelas atas, yang menjalani gaya hidup modern serta konsumtif dengan gaya berkaian *casual*, *preppy style*, *stylish* dan *up to date*. Serta tinggal di perkotaan besar seperti Jakarta dan Bandung

1.3 Tujuan Perancangan

- a. Memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai batik Cirebon melalui koleksi *second line* dari *brand* Locale.
- b. Promosi dan meningkatkan publikasi *Second Line* dari Locale melalui koleksi terbarunya yang mengangkat batik Cirebon.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh berasal dari instansi terkait seperti Penjual, dan perajin asli Batik Cirebon yang berada di Kota Trusmi, Cirebon. Dan juga *owner* dari Clothing Line Locale yang tinggal di Jakarta.

Sedangkan untuk teknik pengumpulan data akan diperoleh dengan beberapa cara:

a. Observasi

Observasi dilakukan langsung ke tempat pembuatan Batik Cirebon.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada sumber yang telah disebutkan.

c. Studi Pustaka

Mengumpulkan data-data melalui buku, koran, majalah dan internet.

d. Kuesioner

Kuesioner akan disebarakan kepada 100 responden yang berasal dari kota Jakarta dan Bandung.

1.5. Skema Perancangan

