

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Bandung Barat adalah sebuah kabupaten baru di Jawa Barat yang merupakan hasil pemekaran Kabupaten Bandung menjadi 2 kabupaten. Kabupaten Bandung Barat terdiri dari 15 kecamatan dan mewarisi sekitar 1,4 juta penduduk dari 42,9% wilayah lama Kabupaten Bandung. Kabupaten ini menempati luas wilayah 1.305,77 km<sup>2</sup>, penggunaan lahan terbesar yaitu untuk sektor pertanian. Kabupaten Bandung Barat memiliki 5 potensi daerah yang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat. Potensi itu adalah potensi pertambangan dan energi, potensi industri, potensi perdagangan dan jasa, dan potensi pertanian perkebunan dan peternakan, dan potensi pariwisata.

Potensi-potensi Kabupaten Bandung Barat yang besar, membuat Dekranas, Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Bandung Barat mengadakan program ekonomi kreatif yang selain dapat mengangkat potensi daerah, juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada tahun 2013, Dekranas mengadakan kompetisi untuk membuat batik khas daerahnya. Pembuatan batik khas daerah dianggap sebagai program ekonomi kreatif yang dapat mengangkat potensi unggulan daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sambil melestarikan batik sebagai salah satu kebudayaan Indonesia.

Batik sendiri telah ditetapkan sebagai salah satu warisan budaya Indonesia. Sertifikat UNESCO menyebutkan bahwa “Batik adalah Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) dari Indonesia” pada tanggal 2 Oktober 2009, yang kemudian tanggal tersebut dijadikan Hari Batik Nasional. Hingga saat ini, telah banyak daerah di Indonesia yang telah memiliki motif batik khas daerahnya. Beberapa yang terkenal di antaranya Batik dari daerah Jawa, Cirebon, Pekalongan, dan sebagainya. Batik

Bandung Barat karena baru diperkenalkan tahun lalu sehingga belum terlalu diketahui keberadaanya oleh masyarakat kota lain, terutama kota-kota yang berdekatan dengan Kabupaten Bandung Barat.

Sekalipun belum terlalu dikenal, Batik Bandung Barat memiliki potensi untuk menjadi ikon dari Kabupaten Bandung Barat karena keunikannya di motifnya yang mengangkat *point of interest* dari Kabupaten Bandung Barat. Selain itu Batik Bandung Barat ini memiliki warna yang sangat menarik. Menurut pemilik dari Rumah Batik Lembang, motif dan warna dari Batik Bandung Barat memang dibuat mengikuti perkembangan jaman, sehingga cocok dikenakan generasi muda. Namun konsumen terbesar dari produsen batik tersebut datang dari instansi-instansi resmi. Belum banyak generasi muda yang menjadi konsumen Batik Bandung Barat.

Promosi Batik Bandung Barat ini diharapkan dapat membuat batik ini semakin dikenal dan menjadi ikon yang tidak hanya mengangkat batik sebagai kebudayaan Indonesia, namun juga dapat menjadi ikon Bandung Barat dengan mengangkat *point of interest* dari daerahnya. Generasi muda Indonesia pun, khususnya yang berada di Bandung Barat dan kota-kota sekitarnya, diharapkan dapat bangga dengan turut ambil bagian melestarikan kebudayaan khas daerahnya, sehingga motif batik yang masih baru ini dapat diperkenalkan juga ke seluruh Indonesia bahkan mancanegara.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Permasalahan**

Masalah yang dihadapi dari “Promosi Batik Bandung Barat sebagai Ikon Dari Kabupaten Bandung Barat” adalah

- a. Bagaimana memperkenalkan Batik Bandung Barat Sebagai ikon Kabupaten Bandung Barat?
- b. Bagaimana mempopulerkan motif Batik khas Kabupaten Bandung Barat kepada generasi muda di Kota Bandung?

### 1.2.2 Ruang Lingkup

Tugas Akhir ini akan memperkenalkan Batik Bandung Barat sebagai ikon dari Kabupaten Bandung dan mempopulerkannya kepada generasi muda melalui promosi. Target primer promosi ini adalah wanita 17-30 tahun yang berasal dari kelas menengah ke atas dan tinggal di kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Merupakan generasi muda yang aktif dalam sosial media dan mau mencoba gaya berpakaian yang baru.

### 1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai untuk pembuatan “Promosi Batik Bandung Barat sebagai Ikon dari Kabupaten Bandung Barat” untuk Generasi Muda di Indonesia di antaranya adalah

- a. Memperkenalkan Batik Bandung Barat Sebagai ikon Kabupaten Bandung Barat melalui promosi dari motif batik yang mengangkat *point of interest* Kabupaten Bandung Barat.
- b. Merancang visual promosi untuk mempopulerkan motif Batik Bandung Barat kepada generasi muda di Bandung.

### 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan adalah sebagai berikut :

- a. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan mengunjungi langsung Rumah Batik Lembang yang memproduksi dan menjual Batik Bandung Barat. Melihat langsung proses pembuatan Batik Bandung Barat.

- b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur dengan membuat dan pengrajin batik di Rumah Batik Lembang.

- c. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan mencari data dari buku-buku dan artikel yang bersangkutan dengan “Promosi Batik Bandung Barat

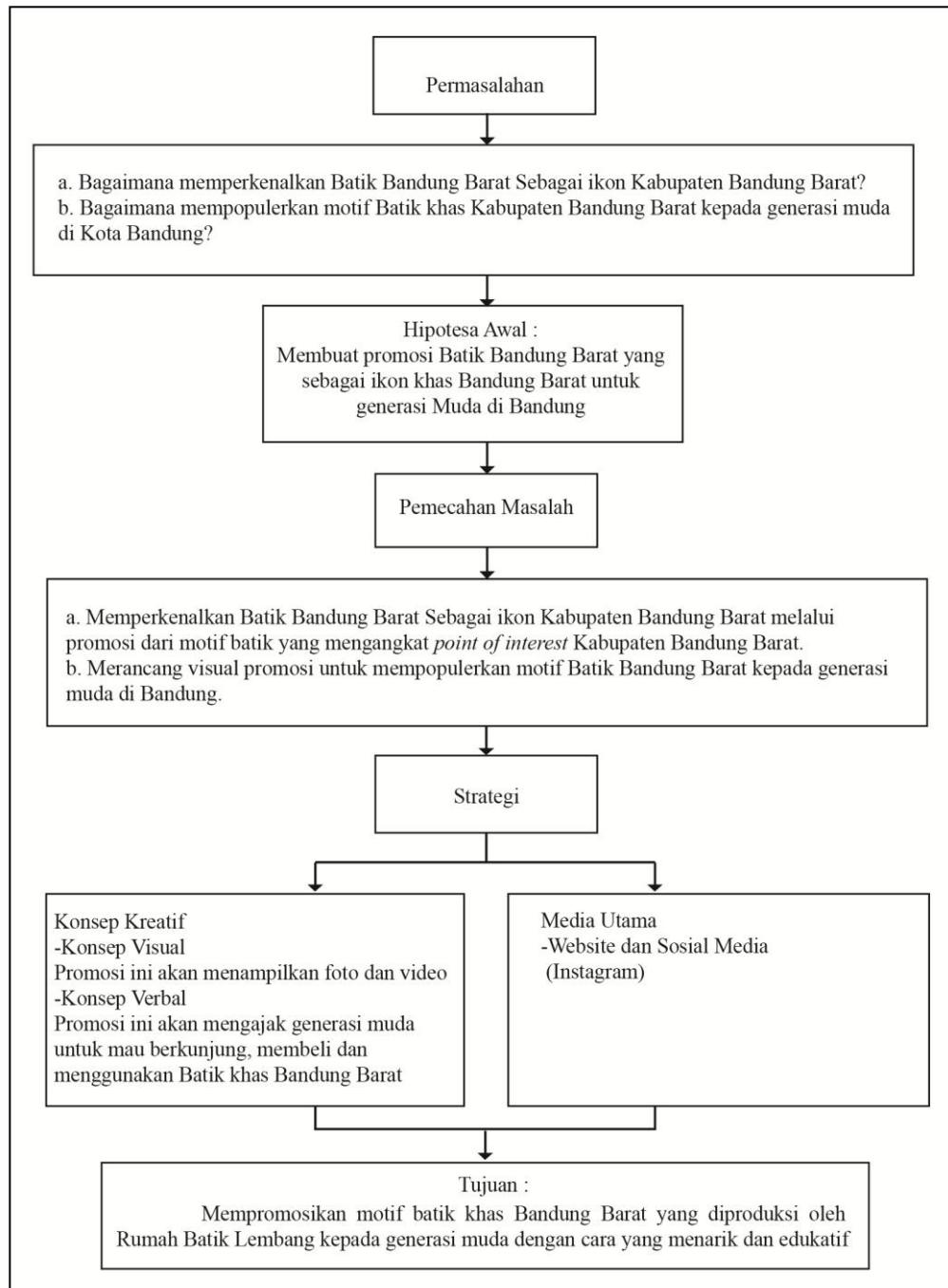
sebagai Ikon dari Kabupaten Bandung Barat”. Data ini juga digunakan sebagai pedoman untuk dapat memahami permasalahan dan menemukan pemecahannya.

d. Kuesioner

Metode pengumpulan data ini adalah dengan membuat kuesioner mengenai seberapa banyak generasi muda yang menggunakan batik dan mengetahui Batik Bandung Barat, juga bagaimana cara yang dianggap menarik sekaligus edukatif untuk mempopulerkan Batik Bandung Barat.



## 1.5 Skema Perancangan



**Gambar 1.1** Skema Perancangan  
(Sumber: Dokumentasi pribadi 2015)