

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia terkenal akan potensi kekayaan budaya serta karya seninya yang tidak dimiliki oleh negara lain, salah satunya adalah di bidang tekstil. Tekstil nusantara sangatlah beraneka ragam dan mempunyai ciri khas di setiap daerahnya. Jenis tekstil tersebut yang paling sering kita dengar yaitu batik, songket, tenun dan masih banyak lagi. Namun yang telah menjadi jati diri budaya Indonesia sekian lama dan telah diakui serta disahkan oleh UNESCO yaitu batik. Setelah butuh 3 tahun pengajuan, akhirnya tanggal 2 Oktober 2009 batik telah resmi mendapatkan pengakuan dunia sebagai warisan budaya asli Indonesia. Hal ini dilakukan setelah hebohnya isu tentang Malaysia yang mematenkan Batik.

Tidak heran jika di tahun 2015, batik telah menjadi perbincangan besar di industri mode. Batik merupakan ikon budaya bangsa yang memiliki keunikan serta simbol dan filosofi yang mendalam mencakup siklus kehidupan manusia. Sejak pengakuan Batik sebagai warisan budaya Indonesia oleh UNESCO, baju batik menjadi pakaian yang lebih sering dipakai, bukan hanya karena hal tersebut merupakan warisan budaya tetapi juga karena batik memiliki nilai seni yang tinggi. Semua pegawai institusi pemerintah, karyawan swasta dihimbau menggunakan pakaian batik di Hari Batik Nasional yang jatuh pada tanggal 2 Oktober.

Namun kurangnya ketersediaan desain baju batik yang modern dan model-model yang kurang menarik menjadi kendala bagi masyarakat untuk lebih sering menggunakan batik dalam kesehariannya. Memang kurangnya produsen-produsen yang mengolah tekstil batik menjadi sesuatu yang lebih muda dan menarik menjadi salah satu dampak dari

kurangnya minat penggunaan batik dalam fashion sehari-hari di masyarakat. Masyarakat hanya menggunakan pakaian batik pada acara-acara formal tertentu.

Batik pastel yang didirikan oleh salah satu anak muda Indonesia bernama Lie Metta merupakan salah satu produsen tradisional *handmade* batik yang mengolah kain batik menjadi sesuatu yang muda dan menarik namun tidak menghilangkan cita rasa asli dari batik. Yang membedakan batik pastel dengan batik kebanyakan yaitu warna-warnanya yang cerah dan bernuansa *soft pastel*. Namun yang menjadi masalah yaitu Batik Pastel kurang dikenal masyarakat karena terbilang baru yaitu didirikan pada tahun 2014 lalu, Batik Pastel juga hanya mempromosikan produk mereka melalui media *online* / sosial media. Batik Pastel juga belum menyediakan lini baju dari kain produksi mereka. Hal ini dapat mempengaruhi Batik Pastel, karena mereka hanya bisa mempromosikan dan menjual produk mereka ke tangan produsen baju, tidak langsung ke tangan pemakai. Hal ini sangat disayangkan jika kain Batik Pastel dibuat dengan desain yang kurang menarik dan kurang *fashionable* oleh produsen baju, dan akan mempengaruhi penjualan dan ketertarikan masyarakat terhadap Batik Pastel.

Maka dari itu, untuk mengangkat nama Batik Pastel kepada masyarakat luas serta mempopulerkan pakaian batik sebagai pakaian sehari-hari yang *fashionable* dibutuhkan media promosi yang akan memperkenalkan masyarakat luas sebuah *brand clothing line* dari Batik Pastel. *Clothing line* dari Batik Pastel ini merupakan perkembangan dari produknya yang melahirkan pakaian fashion yang modern dan *fresh* dengan sentuhan kain batik produksi mereka. Sehingga masyarakat tidak lagi hanya menggunakan pakaian batik pada acara formal saja, namun juga dalam gaya keseharian mereka.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dan ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana memperkenalkan kain batik Cirebon, khususnya Batik Pastel kepada masyarakat / pecinta fashion?
2. Bagaimana cara merancang visual promosi untuk Batik Pastel?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan kain batik Cirebon, khususnya Batik Pastel kepada masyarakat / pecinta fashion dengan perancangan lini baru dari Batik Pastel.
2. Merancang visual promosi Batik Pastel yang efektif dan menarik sesuai dengan target *audience* yang dituju.

1.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Teknik pengamatan atau observasi, yaitu cara memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan secara cermat dari jarak yang sangat dekat terhadap objek penelitian yaitu Batik Pastel. Dalam observasi tersebut, peneliti memosisikan diri sebagai partisipan pasif karena mengamati tren berbusana di kota besar.
- b. Teknik studi pustaka yaitu teknik yang diperoleh dari bahan informasi tertulis atau bahan bacaan yang dibaca

- c. Teknik kuesioner yang merupakan bahan penulisan diperoleh dengan cara mendistribusikan atau menyebar luaskan daftar pertanyaan secara tertulis kepada informan yang disebut responden dan akan dijawab secara tertulis pula oleh responden atau orang yang berwenang.
- d. Teknik wawancara ialah bahan yang diperoleh dengan cara mengumpulkan bahan atau informasi dengan menanyakan langsung kepada seorang informan, para ahli/pakar, atau orang yang berwenang. Pertanyaan-pertanyaan biasanya disusun sebelumnya sesuai dengan topik yang dipilih.



1.5 Skema Perancangan

Fashion di kota-kota besar Indonesia

- Budaya tradisional menjadi tren
- Anak muda berperan besar
- Fashion modern, muda dan *fashionable*



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: Hasil Karya Penulis, 2015)