

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia mempunyai beragam warisan budaya, salah satunya adalah batik. Batik merupakan salah satu identitas bangsa Indonesia sebagai pembentuk karakter negara yang membedakan kita dengan bangsa lain sehingga dapat menjadi identitas dan jati diri bangsa. Setiap batik di Indonesia mempunyai beragam jenis dan motif serta maknanya sesuai dengan produksi batik yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah Batik Betawi.

Batik Betawi sudah berkembang di Batavia sejak abad ke-19. Batavia sejak jaman dulu sudah menjadi daerah pusat perdagangan antar daerah Indonesia. Setelah Perang Dunia ke-1, proses pembatikan mulai dikenal oleh masyarakat Indonesia, sehingga produksi batik meningkat dan pedagang-pedagang mencari daerah pemasaran baru. Daerah pasaran tekstil yang terkenal di Jakarta adalah Tanah Abang, Jatinegara, dan Jakarta Kota. Sejak dahulu, batik produksi Solo, Yogyakarta, Pekalongan, dan Cirebon bertemu di pasar Tanah Abang.

Menurut, Kartiwa (2005:9), Batik Betawi: Dalam Prespektif Budaya Kreatif, menyebutkan bahwa unsur lingkungan alam Betawi sama dengan daerah pesisiran sehingga banyak batik pesisiran disukai di Betawi. Kemungkinan asal-usul pemakai juha berasal dari berbagai daerah penghasil batik, seperti Pekalongan dan Semarang. Mereka berkumpul dan tinggal lama di Betawi. Lalu, menyebarkan budaya mereka dalam bentuk tekstil.

Motif Batik Betawi memiliki ciri berbeda dari batik khas daerah lainnya, yaitu adanya pengaruh lingkungan, falsafah, adat istiadat orang Betawi serta, dipengaruhi oleh budaya Cina. Batik Betawi ini memiliki 8 jenis motif diantaranya Ondel-Ondel, Nusa Kelapa, Ciliwung, Rasamala Ngajo, Boketan Cina, Tumpal Betawi, Pucuk Rebung dan Salakegara. Motif-motif tersebut kemudian dimodifikasi dan munculah 11 motif

baru yaitu Tunggak Kramat, Bondol Biru, Kellar-Kelir, Nyai Ronggeng, Pancoran Dirgantara, Jurus Kembang, Pucuk Ciliwung, Kuntul Blekok, Rona Betawi, Rendeng Ondel-Ondel dan Ulang-Ulang. Ciri khas warna Batik Betawi mempunyai warna-warna yang mencolok seperti merah, hijau, oranye dan kuning.

Berdasarkan hasil wawancara, perkembangan Batik Betawi dinilai masih kurang berkembang dibandingkan dengan batik-batik pesisir di daerah lainya. Hal ini dikarenakan generasi terakhir pembatik khas Betawi tidak mempunyai penerus, sehingga membuat batik dan tradisi membatik pun ikut hilang dalam masyarakat Betawi. Juga, berdasarkan hasil data survei diketahui bahwa sebagian masyarakat Jakarta tidak mengetahui keberadaan motif-motif Batik Betawi. Dari pembahasan fenomena tersebut, menjadi alasan yang tepat untuk merancang Promosi Batik Betawi dengan ilmu Desain Komunikasi Visual agar tercipta pesan yang komunikatif dan kreatif sehingga Batik Betawi dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat disekitarnya.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Permasalahan utama dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang visual promosi untuk memperkenalkan Batik Betawi agar menarik minat masyarakat Jakarta terhadap batik tersebut?

Adapun ruang lingkup permasalahannya akan difokuskan pada target pasar laki-laki dan perempuan yang berusia 31-35 tahun yang berdomisili di wilayah Jakarta.

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disusun diatas, maka tujuan perancangan ini adalah merancang visual promosi agar masyarakat Jakarta mengetahui tentang Batik Betawi dan mempunyai ketertarikan minat terhadap Batik Betawi.

## 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data akan dilakukan dengan survei, wawancara pada narasumber dan observasi. Untuk menambah pengetahuan, penulis akan melakukan *web browsing* dan membaca buku sehingga jelas maksud dan tujuannya. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dengan cara :

### 1. Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data-data melalui buku sejarah batik, Batik Betawi, jurnal, internet, teori promosi, teori logo, teori *event*, dan teori psikologi komunikasi dewasa muda.

### 2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada salah satu pemilik kampung batik Terogong Betawi dan komunitas KBB.

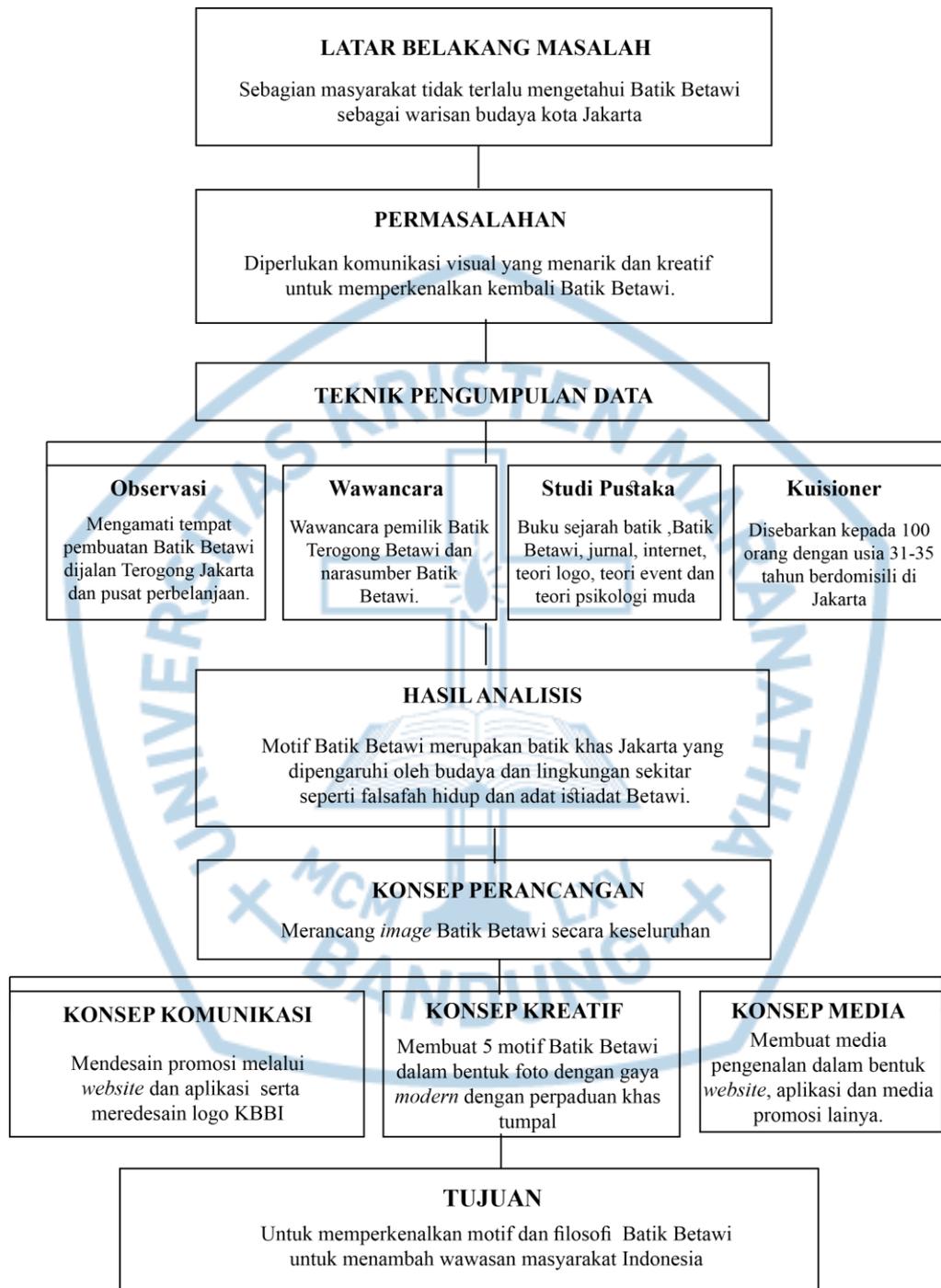
### 3. Observasi

Penulis melakukan observasi dengan mengamati langsung di tempat pembuatan batik Betawi di jalan Terogong 3, Cilandak, Jakarta Selatan dan pusat perbelanjaan untuk mengetahui eksistensi batik Betawi.

### 4. Kuisisioner

Penulis membuat pertanyaan yang akan disebarakan kepada 100 orang responden dengan usia 31-35 tahun berdomisili di Jakarta. Untuk mengetahui kertetarikan dan pengetahuan terhadap batik Betawi.

## 1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Skema Perancangan