

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Batik Bogor adalah kain batik yang dibuat dengan motif budaya Sunda. Batik Bogor Tradisiku adalah sanggar dan tempat menjual batik khas Bogor yang pertama, pendirinya bernama Siswaya Syamhudi, beliau mulai mengembangkan batik pada tahun 2008.

Motif batik khas Bogor menggambarkan keindahan alam dan budaya yang ada di kota Bogor. Namun, Batik Bogor yang menarik dan memiliki potensi ini masih kurang diketahui oleh penduduk di dalam maupun luar kota Bogor karena batik ini belum lama dibuat, dan media untuk memberikan informasi tentang Batik Bogor masih belum menjangkau masyarakat di dalam maupun luar Kota Bogor. Menurut hasil wawancara penulis dengan Ibu Ratna Handayani di gerai batiknya pada tanggal 13 Februari 2018 pukul 11.00, masalah tentang batik Bogor masih ada yang lain, Ibu Ratna Handayani menyatakan bahwa motif batiknya sudah beberapa kali digunakan oleh pengrajin batik lain, misalnya saja pengrajin batik di Solo, dan bahkan juga pernah digunakan dan dijual oleh negara lain tanpa sepengetahuan Ibu Ratna sendiri yang akhirnya masalah ini telah diselesaikan oleh Ibu Ratna secara kekeluargaan.

Batik Bogor masih bisa dikembangkan menjadi sesuatu yang menarik dan dijaga kepemilikan motifnya, jika ada lebih banyak orang mengetahui tentang Batik Bogor, terutama para kolektor dan orang-orang yang tertarik pada industri kreatif. Ada banyak media yang dapat dibuat untuk memberi informasi dan mendokumentasikan tentang batik Bogor, salah satunya adalah dengan buku motif.

Buku motif dapat menjadi media untuk memberi informasi dan mendokumentasikan tentang batik Bogor yang bisa disimpan dalam jangka waktu yang panjang. Buku motif lebih menarik bagi kolektor dan masyarakat yang bekerja pada industri kreatif karena buku ini berisi foto, ilustrasi, dan juga

dirancang semenarik mungkin. Oleh karena itu, penulis akan merancang media Desain Komunikasi Visual berbentuk buku motif batik khas Kota Bogor yang berguna untuk menginformasikan tentang motif batik khas Bogor kepada masyarakat terutama bagi yang mendalami industri kreatif.

1.2. Permasalahan dan Lingkup Pekerjaan

Untuk membantu menguraikan masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- Bagaimana cara memberikan informasi tentang Batik Bogor agar lebih diminati oleh kalangan dewasa muda?
- Bagaimana cara merancang media dokumentasi motif Batik Bogor yang menarik, menginspirasi dan dapat disimpan dalam jangka panjang?

1.3 Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki dua poin penting yaitu sebagai berikut :

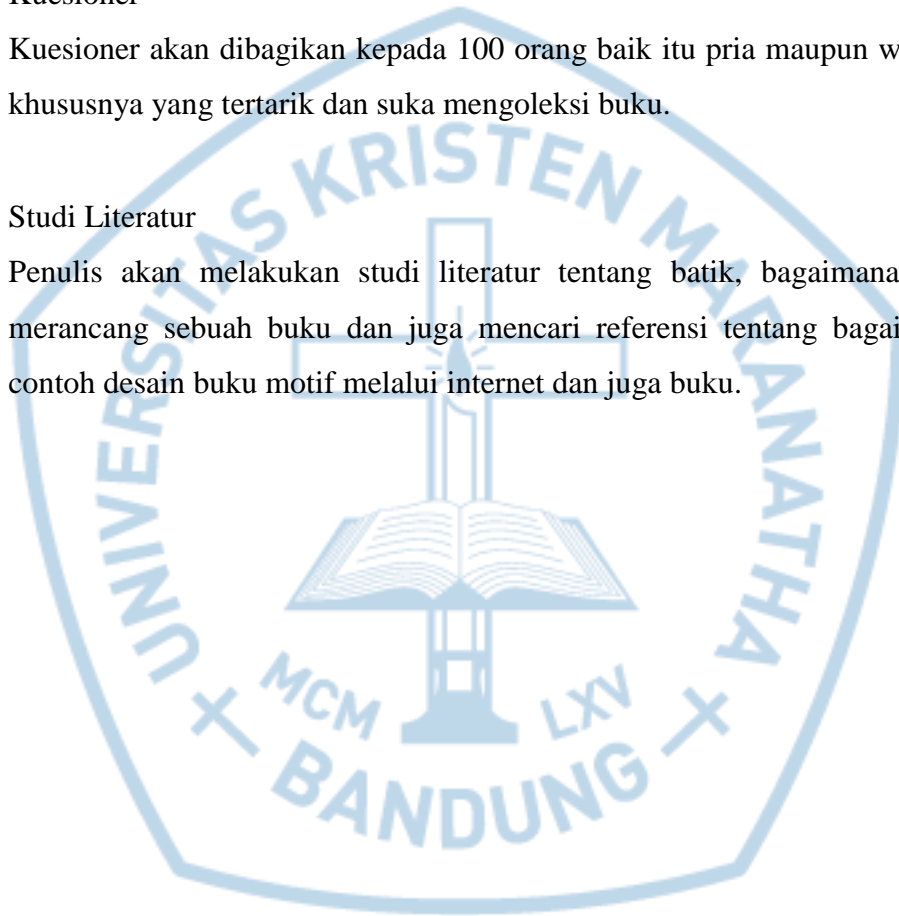
- Merancang media Desain Komunikasi Visual yang menampilkan gambar motif Batik Bogor disertai dengan penjelasannya.
- Merancang media Desain Komunikasi Visual yang interaktif agar menarik perhatian dan memberi inspirasi pada masyarakat..

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Beberapa metode untuk mengumpulkan data yang akan digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

- Observasi
Penulis akan melakukan observasi secara langsung ke dua tempat menjual dan pembuatan batik Bogor agar dapat mengamati secara langsung dan mencari informasi yang tepat dan akurat.

- **Wawancara**
Penulis akan melakukan wawancara dengan 20 orang berusia dewasa muda untuk mengetahui kebutuhan mereka tentang media untuk mendapatkan informasi dan juga melakukan wawancara dengan dua pemilik dari toko Batik Bogor untuk mendapat informasi tentang motif batik Bogor.
- **Kuesioner**
Kuesioner akan dibagikan kepada 100 orang baik itu pria maupun wanita, khususnya yang tertarik dan suka mengoleksi buku.
- **Studi Literatur**
Penulis akan melakukan studi literatur tentang batik, bagaimana cara merancang sebuah buku dan juga mencari referensi tentang bagaimana contoh desain buku motif melalui internet dan juga buku.



1.5 Skema Perancangan

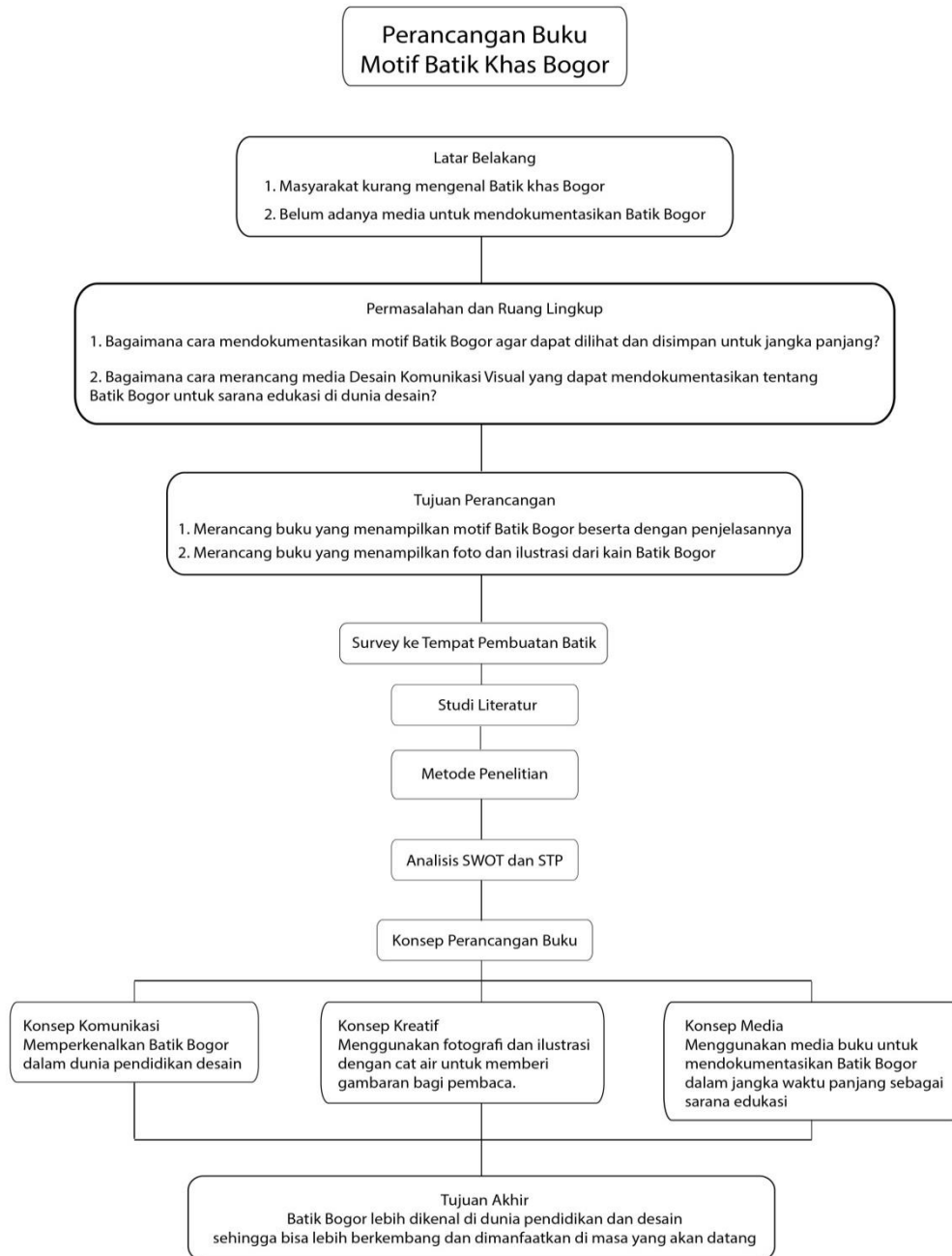


Diagram 1.1 Skema Perancangan
(Sumber : Data Pribadi, 2018)