

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Indonesia memiliki berbagai macam suku, bangsa dan budaya. Selain itu, Indonesia memiliki pemandangan alam yang indah baik pantai maupun pegunungan. Salah satu pulau yang memiliki keindahan yang luar biasa adalah Labuan Bajo yang terletak di Nusa Tenggara Timur.

Labuan Bajo merupakan salah satu tempat wisata yang banyak didatangi oleh wisatawan asing maupun domestik. Labuan Bajo merupakan salah satu desa dari sembilan desa dan kelurahan yang berada di kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, provinsi Nusa Tenggara Timur. Menurut seorang warga asli bernama Rio, Labuan berarti “tempat berlabuh”, sementara Bajo berarti suku Bajo yang berasal dari Sulawesi. Karena puluhan tahun lalu, suku Bajo mulai bermukim di pesisir Barat Flores ini.

(Riyani. 2016. <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/05/26/406/1397979/disinilah-nama-labuan-bajo-ditemukan>. 03 September 2018) Labuan Bajo memiliki berbagai fungsi yang strategis, seperti pusat pemerintahan, pendidikan, perdagangan, dan pariwisata. Salah satu tempat wisata yang paling dikenal oleh wisatawan asing maupun domestik adalah Taman Nasional Komodo yang telah dinobatkan sebagai Tujuh Keajaiban Dunia Baru pada tahun 2013 tepatnya tanggal 14 September. Selain Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo memiliki berbagai tempat wisata yang indah. Tidak hanya tempat wisata, melainkan hasil kerajinan tangan masyarakat setempat.

Salah satu hasil kerajinan tangan masyarakat sekitar adalah kain tenun songke Manggarai. Kain tenun songke Manggarai masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Kain songke tersebut merupakan kain yang wajib dipakai oleh masyarakat sejak dahulu. Kain songke ini wajib digunakan saat acara-acara adat

seperti upacara perkawinan, syukuran, kelahiran dan kematian. Motif songke yang sudah dikenal sejak dulu adalah Manuk (Emir & Wattimena, 2017:41). Selain motif Mata Manuk, ada juga motif kerbau dan kambing yang secara kultural diakui sebagai atribut orang Manggarai. Pada awalnya, kain tenun tersebut hanya digunakan untuk diri sendiri atau keluarga, dan tidak diperjualbelikan. Masyarakat Manggarai menganggap kain tenun sebagai harta keluarga yang berharga. Menenun adalah tradisi yang dilakukan secara turun-temurun. Bagi seorang perempuan menenun merupakan hal yang harus bisa dilakukan. Selebar kain tenun memiliki nilai yang amat berharga dan istimewa, karena pembuatannya yang benar-benar dimulai dari memintal kapas menjadi benang, proses pewarnaan kain hingga jadinya kain dan tahap-tahap tersebut merupakan salah satu cara untuk mengakui pemberian alam kepada manusia.

Di Era modern ini, kain songke tenun hanya dianggap sebagai cenderamata, kuno, dianggap tidak keren, dan tidak mudah untuk dikenakan. Hal tersebut terjadi karena pemikiran masyarakat yang relatif sempit. Untuk memecahkan beberapa masalah tersebut, penulis menggunakan sudut pandang desain komunikasi visual dengan cara memperkenalkan Kain tenun songke Manggarai melalui *Second line* dari brand IKAT Indonesia by Didiet Maulana. IKAT Indonesia by Didiet Maulana adalah brand busana lokal yang mengangkat tentang kain tenun Indonesia.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berikut adalah pokok permasalahan yang akan dibahas:

- a) Bagaimana cara memperkenalkan Kain tenun songke Manggarai yang masih belum dikenal oleh kalangan masyarakat di kota-kota Besar?
- b) Bagaimana merancang program promosi *second line* dari brand IKAT Indonesia by Didiet Maulana yang menarik untuk dewasa awal?

1.3 Tujuan Perancangan

Kain tenun songke Manggarai sudah dijadikan busana sejak dahulu.

Berikut adalah tujuan perancangan:

- a. Penulis akan membuat *second line* dari IKAT by Didiet Maulana.
- b. Merancang program promosi yang melalui media sosial, *website*, iklan, dan poster tanpa menghilangkan nilai seni kain tersedbut.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

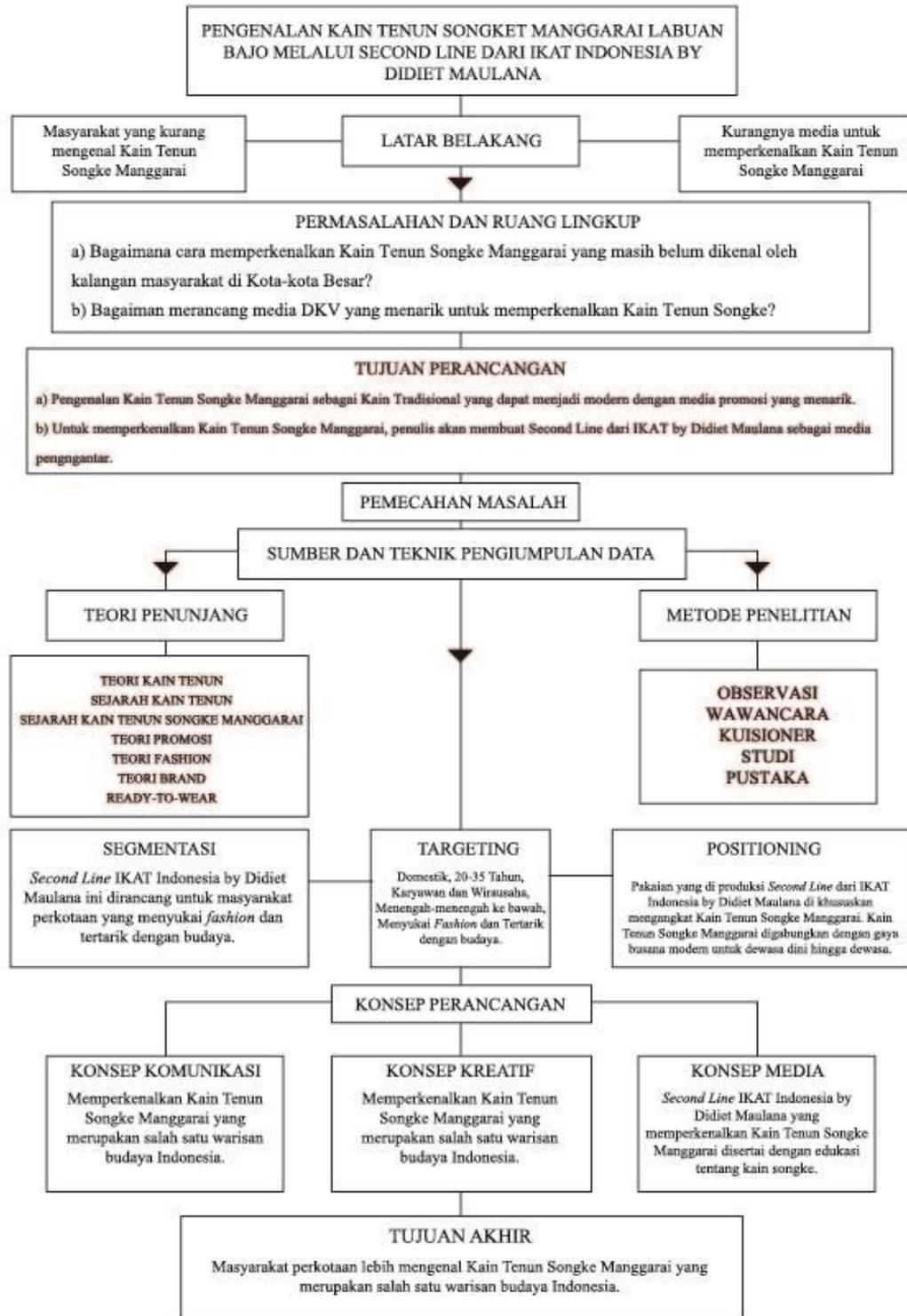
a. Pengumpulan Data Primer:

- a) Observasi aktif dengan melakukan kunjungan ke Labuan Bajo tersebut untuk melakukan observasi pada masyarakat Labuan Bajo dengan tujuan mendalami lingkungan, dan pemasaran Kain tenun songke Manggarai.
- b) Kuisisioner yang disebarkan kepada dewasa awal 18 tahun hingga 25 tahun yang tinggal di Jakarta Sebanyak 100 Orang untuk memperoleh data tentang pengetahuan Kain tenun songke Manggarai diluar Labuan Bajo.
- c) Wawancara dengan seorang budayawan yang mempelajari atau mendalami tentang kain tenun songke Manggarai

b. Pengumpulan Data Sekunder:

Studi Pustaka dilakukan untuk menambah pengetahuan dan mencari data dari buku atau pun *website* yang berhubungan dengan kain tenun songke Manggarai.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema perancangan
Sumber: Hasil Karya, 2018