

1. PENDAHULUAN

1.1. Judul Perancangan

Perancangan Website sebagai Media Pengenalan Batik Indonesia kepada Remaja.

1.2. Latar Belakang Masalah

Kerajinan Batik merupakan salah bentuk dari ekspresi kesenian tradisional Dari kreativitas individual dan kolektivitas manusia Indonesia. Proses perkembangan Batik pun ditempa melalui pengalaman-pengalaman yang pada akhirnya membentuk suatu kepribadian yang tumbuh dan berkembang di tanah air Indonesia sebagai salah satu manifestasi kekayaan budaya daerah-daerah perbatasan di Indonesia itu sendiri. Daerah-daerah perbatasan tersebut meliputi Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Cirebon, Madura, Lasem, Indramayu, Sukoharjo dan masih banyak daerah perbatasan lainnya.

Sebagai salah satu kesenian tradisional yang tumbuh dan berkembang di Indonesia, sudah sepantasnya bahwa batik memang menjadi salah satu kesenian milik Indonesia. Apalagi baru-baru ini tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009 , UNESCO (United Nation Educational, Scientific, and Cultural Organization) menetapkan Batik sebagai warisan budaya milik Indonesia. Pemerintah pun menetapkannya sebagai hari Batik Nasional dan masyarakat Indonesia menyambutnya dengan gembira. Terbukti dengan beberapa pegawai dan mahasiswa yang bersama-sama menggunakan batik pada hari tersebut. Dan beberapa instansi pemerintah sekarang sudah mewajibkan pegawainya memakai batik sebagai seragam pada hari tertentu. Dengan demikian diharapkan agar tidak ada lagi Negara-negara lain yang bisa mengklaimnya.

Oleh sebab itu, “Penggunaan Batik di masyarakat memiliki kecenderungan mengalami peningkatan, sehingga pemberian pengetahuan kepada masyarakat tentang seluk beluk batik sangat diperlukan “kata Kepala Seksi Kajian dan Pengembangan Disperindagkoptan Kota Yogyakarta Tri Karyadi Riyanto. Dimsaping itu Beliau juga mengatakan bahwa "Pengakuan UNESCO atas batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia mendorong untuk melestarikan

kebudayaan batik sehingga batik akan selalu terlindungi, dan memberikan pengetahuan tentang batik adalah salah satu usaha untuk meningkatkan kecintaan masyarakat kepada batik". ("Pameran Batik Dijadikan Sarana Pendidikan Untuk Masyarakat", par. 5-6).

Memberikan pengetahuan tentang batik ini memang tidak terbatas kepada siapa saja, namun disini akan lebih dikhususkan kepada remaja. Batik yang menjadi ciri khas sekaligus menjadi kebanggaan negeri ini nyatanya masih belum sepenuhnya remaja kita bangga ketika memakai batik dan tampil di khalyak ramai. Remaja kita masih belum percaya diri dengan balutan busan batik warisan leluhur kita. Padahal dari segi design busana batik tak kalah saing jika dibandingkan dengan busana-busana yang sekarang lagi beredar di pasaran. Jika untuk sekedar nongkrong pun remaja kita seakan tidak pantas kalau memakai pakaian batik, mereka selalu beranggapan kalau baju batik untuk orang-orang yang sudah dewasa atau lanjut usia saja dan digunakan untuk acara-acara resmi. Padahal kenyataannya tidak demikian. Dengan bermunculannya design baru yang cukup vatiatif di kancah per*design*nan batik Indonesia, banyak pilihan baju batik yang cukup gaul untuk digunakan remaja-remaja sekarang

Dengan kita membiasakan memakai baju batik, baik itu dalam aktifitas sehari-hari ataupun yang lainnya secara tidak langsung kita telah menghargai sekaligus melestarikan warisan leluhur kita dan bisa memajukan negeri ini lewat ciri khasnya kain batik. Sekiranya tidak akan terjadi lagi klaim batik atas nama budaya orang lain.

Menyikapi hal yang seperti ini selain dari pribadi diri kita sendiri yang harus sadar secara individu untuk tetap mempertahankan, menghargai, dan terus mengembangkan keberadaan batik sekarang yang telah dikukuhkan sebagai budaya asli Indonesia oleh UNESCO 2 Oktober kemarin sebagai world heritage. Pemerintah harus dan bahkan wajib dalam mempertahankan, menghargai, dan terus mengembangkan batik dengan cara mensosialisasikan batik pada remaja. Karena poros utama dari sebuah negeri adalah remaja.

Pemerintah harus melihat peluang tersebut, selain pangsa pasar dikalangan remaja yang cukup potensial juga untuk menanamkan rasa cinta remaja terhadap batik bagitu efektif dengan mengambil jalan sosialisasi batik sedini mungkin pada

generasi muda Indonesia. Apalagi, dengan adanya proses revolusi desain dari para perancang batik Indonesia. Saat ini seakan tidak asing lagi, jika kita melihat remaja-remaja mulai memakai batik saat jalan-jalan di mal atau ngumpul di sebuah kafe. Beberapa model desain pun diciptakan untuk menyesuaikan dengan kehidupan remaja yang sangat dinamis. (“Minat Remaja Terhadap Batik”, par. 1-4).

Untuk memberikan pengetahuan tentang batik secara lebih mendalam kepada remaja mulai dari sejarah, jenis dan motif hingga proses pembuatan batik itu sendiri tentunya memerlukan media untuk merealisasikannya. Dari media-media yang ada, penggunaan website adalah salah satu media yang paling cocok. Menurut artikel yang dikutip dari Delta Website, Website merupakan media informasi digital tanpa batasan. Disitu tertulis “Kelebihan informasi digital adalah kompresi, portabilitas, dan kemudahan mengedit dan transfer ke media elektronik lain. Kelebihan ini, dimanfaatkan secara optimal oleh teknologi internet dibandingkan teknologi yang lain. meng-*online*-kan data misalnya dengan menaruhnya ke suatu website atau umumnya disebut dengan meng-*upload*. Setelah data tersebut di-*upload*, orang lain dapat meng-*aksesnya*, membukanya secara bersamaan dari tempat yang berbeda, dan meng-*copy*-nya atau kita sebut *download* tanpa takut data tersebut akan habis atau sedang dipakai orang lain, tidak seperti media informasi lain yang bersifat sementara dan dapat habis bahkan hilang.” “Website Merupakan Media Informasi Digital Tanpa Batasan, 3-4”. Jika dibandingkan dengan media cetak (buku), penggunaan media digital (web) lebih praktis karena untuk membeli buku itu sendiri diperlukan biaya dan biaya yang dikeluarkan juga tidaklah sedikit apalagi bagi golongan remaja. Sedangkan untuk mencari informasi dalam sebuah website sangatlah mudah. Sekarang ini hampir semua remaja dapat mengakses website tersebut dimana saja dan kapan saja juga dengan biaya yang relatif murah. Adanya jejaring social seperti *facebook*, *twitter* dan lain sebagainya yang saat ini sangat populer dikalangan remaja nantinya juga dapat membantu untuk mempolerkan web tentang batik tersebut. Disamping itu juga informasi yang terkandung dalam sebuah website dapat selalu diperbaharui kapan saja mengikuti perkembangan yang ada.

Berdasarkan data yang dikutip dari www.surabayawebs.com yang menyebutkan bahwa “Pengguna internet di Jatim didominasi kalangan pebisnis dan mahasiswa. Sisanya adalah kalangan instansi pemerintahan dan komunitas lainnya”. (“Data Statistik Menunjukkan Pengguna Internet Propinsi Jatim Meningkat”, par. 8). Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah mahasiswa atau remaja yang gemar menggunakan internet tergolong tinggi dan terlebih lagi berdasarkan survey yang dilakukan, website-website mengenai batik yang ada saat ini hampir seluruhnya lebih bersifat ke promosi daripada memberikan informasi mengenai batik itu sendiri, selain itu website-website yang ada mempunyai tampilan visualisasi yang kurang disukai anak muda.

Menurut jurnal yang terdapat pada www.rumahweb.com mengenai pemilihan warna pada website, faktor dasar target pengunjung yang patut untuk dipertimbangkan adalah perbedaan umur atau zaman, perbedaan kelas, perbedaan jenis kelamin dan keseluruhan kecenderungan warna. Perbedaan umur atau zaman adalah suatu faktor pokok yang tidak boleh diabaikan. Jika anak remaja dan anak-anak adalah target pengunjung, kemudian mereka menyukai terang, warna dasar, warna primer merah, biru, kuning dan hijau. Bagaimanapun, berbeda dengan orang dewasa, lebih tua, mereka akan menyukai warna yang lebih gelap, sama dengan mewarnai dari kelompok warna-warna yang netral. (“Memilih Warna Pada Website”, par. 7) Dari data diatas serta survey yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa website-website mengenai batik yang ada saat ini memiliki visualisasi yang lebih ditujukan kepada orang dewasa. Oleh sebab itulah pemberitahuan pengetahuan tentang batik kepada remaja melalui media website dengan tampilan visualisasi yang disukai oleh remaja adalah langkah yang tepat.

Diharapkan dengan perancangan website berisi informasi yang memberikan pengetahuan tentang batik kepada remaja ini, remaja tidak hanya tau tentang batik saja tetapi juga dapat mempelajari tentang batik mulai dari latar belakang, proses pembuatan, hingga jenis-jenis batik itu sendiri. Dengan begitu diharapkan remaja akan mendapatkan tambahan informasi yang berguna dan semakin menyadari bahwa batik Indonesia adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang patut untuk dilestarikan sehingga kebudayaan batik akan selalu terlindungi.

1.3. Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang website dengan visualisasi yang menarik bagi remaja sebagai media untuk memberikan pengetahuan tentang Batik kepada remaja ?
- Bagaimana mengenalkan website tersebut pada kalangan remaja ?

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah, sehingga ruang lingkup yang diuji menjadi lebih spesifik, sehingga menghasilkan penelitian yang lebih efektif. Untuk batasan mengenai motif batik, walaupun judul dari website ini adalah batik nusantara, tetapi karena terkendala masalah dana dan waktu, maka motif yang dibahas hanya difokuskan kepada motif batik yang ada di Jawa seperti: Yogya, Solo, Pekalongan, Tuban, Cirebon, dan lain sebagainya. Sedangkan sebagai batasan yang diambil dari *target market* adalah sebagai berikut :

- Geografis : Jawa Timur yang meliputi wilayah Surabaya dan sekitarnya
- Demografis :
 - Jenis kelamin : Pria dan Wanita
 - Usia : 15 – 24 Tahun

Di kalangan remaja, mereka tidak asing lagi dengan istilah-istilah seperti: e-mail, browsing, chatting, website, blog, dan sebagainya. Data lain menunjukkan hampir 30 persen pengguna Internet di Tanah Air berasal dari kalangan remaja berusia 15-24 tahun. Memang kebanyakan penggunaan Internet oleh remaja, baru sebatas penerimaan/pengiriman e-mail dan chatting. Banyak pengelola situs yang mengincar remaja usia 15 sampai 20 tahun sebagai pangsa pasar utama Internetnya dengan menyajikan informasi terpadu mengenai dunia remaja. Sebab, pertumbuhan pemakai Internet pada usia itu di Indonesia berkembang sangat pesat. (“Remaja dan Internet”, par. 6)

- Pendidikan : SMA – Perguruan Tinggi
- Ekonomi : Kelas Menengah sampai Atas

- Psikografis : Memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan seringkali mencari berbagai macam informasi yang ada untuk memenuhi rasa keingintahuanya tersebut.
- Behavioristik : Sering meluangkan untuk melakukan *browsing* internet

1.5. Tujuan Perancangan

- Menciptakan website dengan visualisasi yang menarik sebagai media untuk memberikan pengetahuan tentang Batik kepada masyarakat.
- Mengenalkan website tersebut pada kalangan remaja melalui beberapa media pendukung.

1.6. Manfaat Perancangan

1.6.1. Manfaat bagi penulis :

- Memperdalam keterampilan / *skill* dalam merancang web site.
- Menambah wawasan tentang Batik di Indonesia.

1.6.2. Manfaat bagi masyarakat :

- Menambah wawasan tentang Batik mulai dari Sejarahnya, Jenis dan Motif Batik hingga proses pembuatannya
- Mendorong untuk semakin melestarikan kebudayaan Batik Indonesia.

1.7. Ruang Lingkup Perancangan

| Produk yang dirancang | Kategori | Karakteristik yang direncanakan | Spesifikasi yang diharapkan |
|-----------------------|-------------------------|---|--|
| Website | Media Informasi Digital | Berisikan segala informasi tentang Batik Indonesia mulai dari Sejarah Batik , Jenis dan motif Batik hingga Proses pembuatan Batik yang ditata dengan visual yang menarik dengan tema tradisional. | Website dengan visualisasi gambar realis dengan tema tradisional lengkap dengan contoh-contoh gambar full colour dengan menggunakan program Adobe Photoshop CS 3 dan Adobe Dreamweaver CS3 |

Tabel 1.1 Tabel Ruang Lingkup Perancangan

1.8. Metode Perancangan

Berikut ini merupakan data-data yang diperlukan dalam metode perancangan.

1.8.1. Metode Pengumpulan Data

1.8.1.1. Data Primer

Perolehan Data yang berasal dari wawancara langsung kepada beberapa pengrajin Batik.

1.8.1.2. Data Sekunder

Perolehan Data yang berasal dari buku – buku dan internet yang berisi segala sesuatu tentang Batik.

1.8.2. Metode Analisa Data

Perancangan ini menggunakan metode analisa data dengan penggunaan metode kualitatif dan dilakukan melalui cara-cara yang sistematis, berurutan, terstruktur dan logis untuk menghasilkan hasil akhir.

Selain itu juga menganalisa SWOT dari media yang digunakan serta media yang lain.

1.9. Konsep Perancangan

Berikut ini merupakan elemen-elemen yang dijabarkan dalam konsep perancangan.

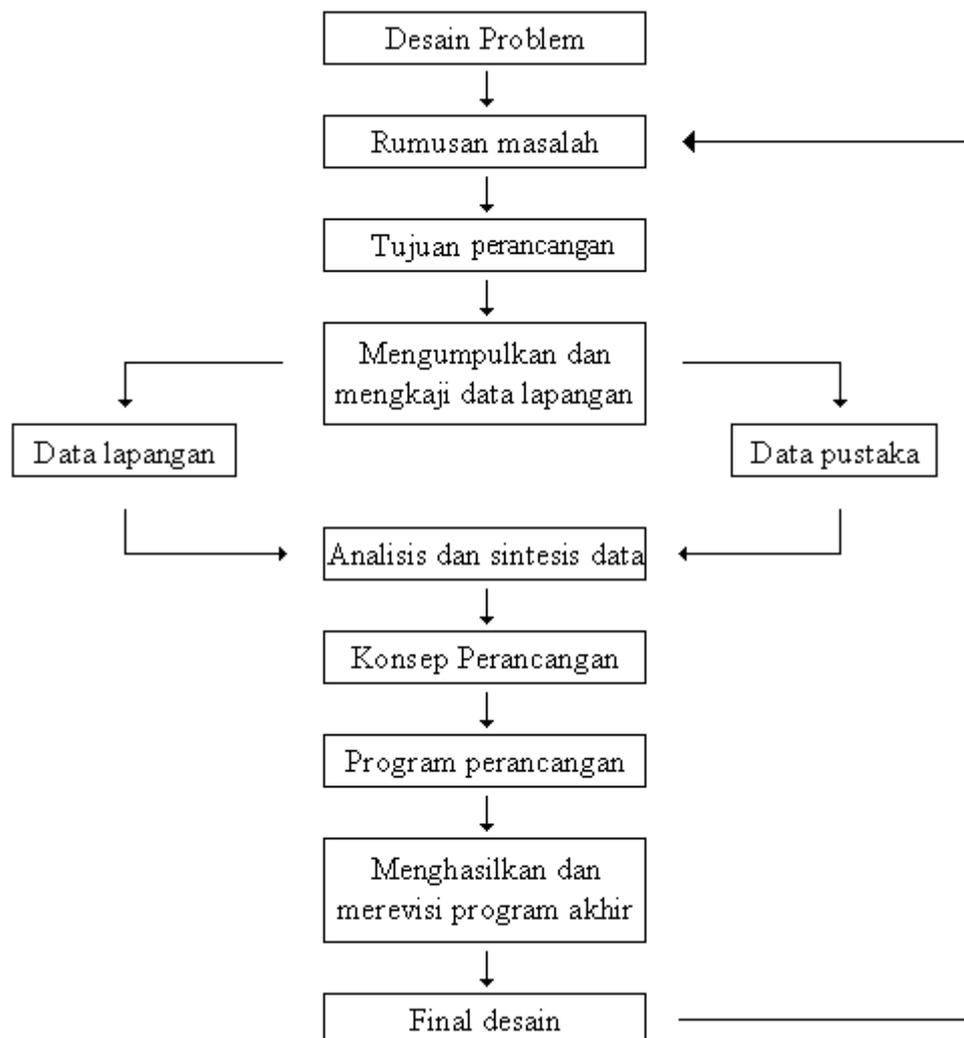
1.9.1 Perancangan Kreatif

Tema pada website ini adalah tradisional sesuai dengan topik yang dibahas yaitu batik sebagai kesenia tradisional Indonesia. Website berisi mulai dari Sejarah, Jenis dan Motif hingga cara pembuatan Batik dimana didalamnya juga terdapat unsur fotografi dan visual menarik yang didesain semenarik mungkin dengan tambahan unsur interaktif didalamnya.

1.9.2 Perancangan Tata Visual

Lay-out dalam website ini dibuat semenarik dan seinteraktif mungkin sehingga mampu yang menunjang seluruh isi website, baik meluipi segi visual, gambar-gambar pendukung, serta tulisan.

1.10. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan

1.11. Sistematika Perancangan

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

- KATA PENGANTAR
- UCAPAN TERIMA KASIH
- LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
- ABSTRAK
- DAFTAR ISI
- DAFTAR GAMBAR
- DAFTAR TABEL
- DAFTAR LAMPIRAN
- 1. PENDAHULUAN**
 - 1.1. Judul Perancangan**
 - 1.2. Latar Belakang Masalah**
 - 1.3. Rumusan Masalah**
 - 1.4. Batasan Masalah**
 - 1.5. Tujuan Perancangan**
 - 1.6. Manfaat Perancangan**
 - 1.6.1 Manfaat Bagi Penulis**
 - 1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat**
 - 1.7. Ruang Lingkup Perancangan**
 - 1.8. Metode Perancangan**
 - 1.8.1 Metode Pengumpulan Data
 - 1.8.1.1 Data Primer
 - 1.8.1.2 Data Sekunder
 - 1.8.2 Metode Analisa Data
 - 1.9. Konsep Perancangan**
 - 1.9.1 Perancangan Kreatif
 - 1.9.2 Perancangan Tata Visual
 - 1.10. Skematika Perancangan**
 - 1.11. Sistematika Perancangan**
- 2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA**
 - 2.1. Studi Litelatur**
 - 2.2. Identifikasi Data Produk**

2.3. Analisa Data

2.3.1 SWOT, USP, POSITIONING

2.3.2 Kesimpulan Analisa Dta

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Sintesis

3.1.1 Tujuan Visualisasi

3.1.2 Strategi Visualisasi

3.2. Proses Kreatif

3.3. Konsep Kreatif

3.4. Biaya Kreatif

4. APLIKASI PERANCANGAN

4.1. Logo

4.2. Website

4.3. Media Pendukung

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran