

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Batik Kudus merupakan salah satu batik pesisiran yang multikultural karena dikerjakan dan terbentuk dari unsur budaya berbagai macam etnis. Pengrajin batik Kudus yang terkenal paling halus pengerjaannya adalah orang keturunan Cina, yaitu Lie Boen In dan Liem Wie Tjioe. Konon, orang-orang Cina dari Kudus itu juga merekrut pengrajin batik dari Pekalongan untuk membuat batik Kudus. Pada umumnya, batik Kudus yang dibuat pada masa itu, latarnya sangat rumit dan berwarna cokelat. Corak utamanya bisa buketan, burung, dan kupu-kupu (Ishwara et al 163). "Buketan" yang berarti rangkaian bunga, berasal dari kata "*bouquet*" yang digunakan oleh masyarakat Indo-Eropa (Kerlogue 34). Hal tersebut mencerminkan adanya berbagai pengaruh luar yang turut menghiasi batik Kudus. Sedangkan untuk hal-hal lokal, menurut Yuli Astuti, salah seorang pengrajin, beberapa motif batik Kudus yang dibuat oleh pengrajin pribumi asli Kudus dipengaruhi oleh budaya sekitar. Misalnya, motif Kapal Kandas yang menurut juru kunci gunung Muria, mengisahkan tentang kapal Dampo Awang yang kandas di gunung Muria yang konon memuat banyak buah parioto di dalamnya. Selain itu, masih menurut Yuli Astuti, ada pula motif yang dipengaruhi oleh budaya Islam atau yang disebut motif *Islamic* Kaligrafi. Motif ini dipengaruhi oleh walisongo yang berada di Kudus, yaitu Sunan Kudus (Syech Dja'far Shodiq) dan Sunan Muria (Raden Umar Said) (personal conversation, 10 Januari 2014).

Terdapat beberapa versi sejarah batik Kudus, yang kesemuanya intinya memang hampir sama, hanya prediksi waktu atau tahunnya yang berbeda. Menurut Yuli Astuti, batik Kudus mulai ada sekitar tahun 1935 dan berkembang pesat pada 1970-an. Pada tahun 1980-an, batik Kudus banyak yang gulung tikar dan mulai "punah" (personal conversation, 10 Januari 2014).

Sedangkan menurut Priyo, batik Kudus mulai muncul diperkirakan pada abad-17. Batik Kudus ini sempat berjaya pada tahun 1880 hingga 1940. Bahkan, batik Kudus ini sempat menjadi usaha massal masyarakat Kudus. Sentra batik

menyebarkan di berbagai wilayah, seperti di Kecamatan Tanjung Karang, Dawe, dan Gebog. Pada masa itu, pengrajin batik yang terkenal, antara lain GS Liem, TS Ing dan Pho An Nyo. Setelah 1940, batik Kudus jarang dijumpai. Bahkan pada akhirnya batik Kudus sempat dikabarkan punah antara tahun 1980-2000 (dalam Amali, par. 2).

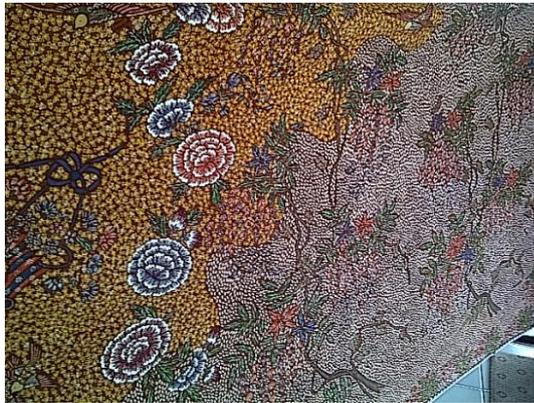
Terdapat berbagai macam versi mengenai penyebab kepunahan batik Kudus di masa lampau. Versi pertama, menurut Wahyu W. Basjir et al, batik Kudus kalah bersaing dengan batik lokal lainnya, seperti batik Yogyakarta, Pekalongan, Tegal, dan Solo. Selain itu, ketatnya persaingan di kalangan pembatik Kudus sendiri juga turut menginspirasi banyak warga untuk berbelok ke usaha yang lain, misalnya kretek. Hal ini sudah mulai terjadi sejak tahun 1870-1880 (dalam Amali, par. 2). Ummu Asiyati (personal conversation, 19 Oktober 2013) dan Yuli Astuti (personal conversation, 10 Januari 2014), dua pengrajin batik Kudus, juga sependapat dengan pernyataan ini. Akan tetapi Yuli Astuti menambahkan penyebab kepunahan itu juga karena munculnya batik *printing* yang harganya jauh lebih terjangkau dan dapat dibuat dengan sangat cepat (personal conversation, 10 Januari 2014).

Sedangkan versi lainnya mengatakan penyebab kepunahan batik Kudus adalah karena sejak awal masyarakatnya tidak memiliki budaya membatik. Yang selama ini membuat batik dengan motif batik Kudus kebanyakan adalah orang Pekalongan, bukan orang asli Kudus (Ishwara et al 35).

Walau demikian, menurut hasil wawancara dengan Ummu Asiyati (personal conversation, 19 Oktober 2013) dan Yuli Astuti (personal conversation, 10 Januari 2014), pengrajin batik Kudus, batik Kudus tersebut tidak benar-benar punah karena masih ada seorang pengrajin yang membuatnya, yang bernama Uni Amah. Akan tetapi, pada tahun tersebut, keberadaan batik Kudus memang kurang dikenal oleh publik. Ummu Asiyati menyatakan bahwa makna atau filosofi asli di balik batik Kudus sebenarnya juga sudah hilang. Uni Amah yang membuatnya pun mengatakan hanya sekedar membuat dan menerima pesanan saja, tanpa mengetahui makna atau filosofi di baliknya. Filosofi yang ada sekarang pun hanya merupakan perkiraan dari beberapa orang (personal conversation, 19 Oktober 2013).

Sekitar tahun 2000 hingga kini, Yuli Astuti (personal conversation, 10 Januari 2014) dan Ummu Asiyati (personal conversation, 25 Oktober 2013), pengrajin batik, tergerak untuk membangkitkan kembali batik Kudus yang telah "punah" puluhan tahun. Usaha tersebut masih dijalani hingga sekarang di desa Karangmalang dan desa Gribig, Kecamatan Gebog, Kudus.

Batik Kudus sendiri dikenal dengan gayanya yang khusus, yaitu pada motif *isen* atau latarnya yang rumit (Kerlogue 35). Hal ini juga dibenarkan oleh kedua pengrajin batik, Ummu Asiyati (personal conversation, 25 Oktober 2013) dan Yuli Astuti (personal conversation, 10 Januari 2014). Menurut Ummu Asiyati, batik Kudus klasik latarnya seringkali bermotifkan *Beras Kecer* dan Kembang Randu. Motif *Beras Kecer* yang dibuat berbeda dengan motif serupa di daerah lain. *Beras kecer* yang tergambar harus lebih detail seperti beras asli. Sedangkan motif Kembang Randu, ujungnya berbentuk seperti kail (personal conversation, 25 Oktober 2013).



Gambar 1.1. Batik Tulis Klasik Pagi Sore *Burung Hong, Keranjang Bunga, dan Bunga Wisteria* Latar *Beras Kecer*

Sumber : "Bahan Batik Tulis Klasik Pagi-Sore Burung Hong, Keranjang Bunga dan bunga Wisteria" (2012, para. 2)



Gambar 1.2. Batik tulis klasik motif *Buketan Bunga Lili*
dan Bangau latar *Kembang Randu*
Sumber: Ishwara et al (2011, p. 165)

Pengamat budaya Kudus, Mukti Sutarman, mengatakan bahwa keunikan batik Kudus kontemporer terletak pada motifnya yang kebanyakan mengangkat ikon-ikon kota Kudus, seperti motif *Tembakau Cengkeh*, *Buketan Cengkeh*, dan *Parijoto* (personal conversation, 2 Februari 2014)



Gambar 1.3. Contoh batik Kudus kontemporer motif *Buketan Cengkeh* oleh Ummu Asiyati (Dokumentasi Pribadi)

Dibesarkan di Kudus tanpa mengetahui eksistensi batik Kudus telah mendorong untuk membuat tugas akhir yang mengangkat tentang batik Kudus. Selain itu, ternyata masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang eksistensi batik Kudus. Berdasarkan survei singkat yang dilakukan melalui jejaring sosial *Facebook*, dari 20 orang Kudus secara *random*, didapati 14 orang mengaku sama sekali belum pernah mendengar tentang batik Kudus. Sedangkan dari 6 orang yang mengatakan pernah mendengar itu pun memiliki pengetahuan yang masih kurang tentang batik Kudus. Selain itu, eksistensi batik Kudus ini juga pernah ditanyakan kepada pekerja seni dan desain di Kudus, seperti komikus dan guru seni rupa. Ironisnya, ternyata para pekerja seni dan desain juga mengatakan tidak pernah mendengar tentang batik Kudus.

Karena kurang dikenal oleh warga Kudus sendiri, maka otomatis jumlah orang yang menekuni usaha ini juga sangat sedikit. Ummu Asiyati, seorang pengrajin batik Kudus mengatakan bahwa tantangan terbesar yang dihadapi saat ini adalah regenerasi, terutama di bidang batik tulis. Beliau mengatakan bahwa sekarang saja sudah sangat sulit mencari karyawan yang bersedia membuat batik tulis, apalagi untuk ke depannya. Dikhawatirkan, batik tulis Kudus akan kembali punah di masa mendatang (personal conversation, 19 Oktober 2013).

Hal ini sangat disayangkan mengingat motif batik Kudus yang khas dan berbeda dari batik daerah lain, seharusnya bisa menjadi kebanggaan tersendiri

bagi warga Kudus, meningkatkan pendapatan perkapita, sekaligus juga merupakan bagian dari kekayaan budaya Indonesia yang seharusnya bisa dijaga dan dilestarikan. Selain itu, batik juga merupakan identitas budaya yang dapat menorehkan dan memperkuat karakter bangsa di tengah hegemoni budaya global yang cenderung *mainstream* dalam masyarakat kontemporer (Efianingrum 1).

Karena itu, dalam tugas akhir ini, batik Kudus akan diperkenalkan kembali kepada masyarakat awam, tepatnya usia 15-18 tahun. Usia 15-18 tahun merupakan generasi penerus bangsa yang pada umumnya sedang mengenyam pendidikan di SMA atau sederajat.

Pemilihan usia 15-18 tahun ini mempunyai empat alasan. Pertama, anak usia 15-18 tahun sangat potensial untuk menjadi sasaran perancangan ini karena apabila mereka sudah menyukai sesuatu, mereka akan benar-benar intens dan mengikuti. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Lisa Narwastu, seorang psikolog. Selain itu, usia 15-18 tahun juga cenderung lebih mudah tergila-gila terhadap sesuatu. Hal ini berbeda dengan anak-anak yang membutuhkan waktu yang lama dan secara intensif atau terus-menerus (personal conversation, 10 April 2014).

Kedua, Kartono menggolongkan usia 15-18 tahun berada pada masa remaja tengah atau madya. Berbeda dengan masa remaja tahap awal, pada masa ini mereka sudah mulai mantap dalam menemukan jati dirinya dan suka berteman dengan orang yang berminat sama dengan mereka. Pada masa ini, mereka juga sudah menyadari akan bakat-bakat mereka (dalam Haryanto, par. 3). Hal ini tidak dapat dilepaskan dari alasan pertama. Sehingga yang mempunyai bakat menggambar pun bisa jadi tertarik untuk ikut andil melestarikan. Demikian pula dengan penyebaran informasi mengenai batik Kudus ini. Jika sasaran yang dituju sudah berkumpul dengan orang berminat sama, maka akan lebih memudahkan.

Ketiga, walaupun terlihat cuek, akan tetapi sebenarnya usia 15-18 tahun sudah mulai memikirkan masa depannya. Mereka percaya bahwa sukses itu tergantung diri mereka sendiri (Ndraha dan Simanjuntak 17). Karena itu, mereka sudah mulai memikirkan mau menjadi apa dan hal ini sudah lebih mantap daripada ketika masa anak-anak.

Keempat, usia 15-18 tahun juga lebih mandiri dan bisa memutuskan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lisa Narwastu (personal conversation, 10 April 2014).

Kesemua hal ini akan mempermudah bila dikaitkan dengan masalah regenerasi atau SDM batik Kudus. Tujuan utama dari tugas akhir ini memang hanya sekedar memperkenalkan saja. Akan tetapi, "memperkenalkan" di sini, diharapkan dapat menjadi "pintu" ke tahap selanjutnya, yaitu melestarikan melalui regenerasi.

Selain itu, menurut Lisa Narwastu, walaupun seandainya ternyata sedari kecil sasaran perancangan itu sudah pernah diperkenalkan pada batik Kudus, akan tetapi hal tersebut hanya akan menjadi sia-sia jika hanya dilakukan sesekali. Perkenalan tersebut haruslah dilakukan secara terus-menerus hingga mereka besar. Karena itu, batik Kudus tetap harus diperkenalkan pada usia 15-18 tahun juga agar dapat sejalan dengan hal tersebut (personal conversation, 10 April 2014).

Adapun cara yang ditempuh adalah melalui sebuah buku ilustrasi untuk memperkenalkan batik Kudus. Ilustrasi adalah gambar untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dsb (Departemen Pendidikan Nasional 526). Sedangkan buku adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong (Departemen Pendidikan Nasional 218). Sehingga, buku ilustrasi berarti lembar kertas yang berjilid yang dilengkapi dengan gambar untuk membantu memperjelas isi buku atau karangan. Sehingga diharapkan dengan adanya gambar ilustrasi ini, dapat memperjelas pesan yang disampaikan, terutama tentang pengenalan terhadap batik Kudus.

Terdapat tiga alasan pemilihan media buku ilustrasi ini. Pertama, dilihat dari sikap usia 15-18 tahun terhadap batik secara keseluruhan, mereka tidak terlalu suka terhadap batik. Meskipun tidak lagi menganggap bahwa batik itu kuno, akan tetapi mereka juga tidak memandang batik sebagai hal yang keren. Mereka juga lebih memilih mengenakan baju jenis lain daripada batik. Hal ini sesuai dengan pengamatan Subiantoro, seorang pengamat budaya. Mereka bahkan cenderung hanya mengenakan batik untuk seragam sekolah (personal conversation, 15 April 2014). Karena itu agar efektif, haruslah dipilih suatu media yang menarik bagi mereka. Menurut wawancara dengan 6 orang sasaran

perancangan, media buku ilustrasi ini juga lebih disukai dan lebih dianggap menarik daripada novel dan komik biasa. Hal ini dikarenakan *layout*-nya yang mengandung unsur kebaruan dan masih jarang dijumpai pada buku-buku dalam negeri.

Kedua dengan adanya ilustrasi, hal ini juga dapat memperjelas informasi yang disampaikan terkait dengan batik Kudus. Tanpa adanya ilustrasi (gambar yang menjelaskan), maka materi batik Kudus ini akan sulit untuk dimengerti.

Ketiga, Lisa Narwastu juga mengatakan bahwa *layout* dari buku ilustrasi berkesempatan untuk menarik minat baca baik orang yang memiliki kemampuan visual maupun orang yang memiliki kemampuan verbal. Selain itu, menurut hasil wawancara terhadap 6 orang sasaran perancangan, *layout* buku ilustrasi juga lebih disukai (personal conversation, 30 Januari 2014).

Menurut hasil wawancara dengan seorang psikolog, Lisa Narwastu, remaja pada umumnya tidak menyukai hal-hal yang tergolong berat dan membutuhkan banyak pemikiran, seperti halnya dengan cerita seputar batik Kudus. Karena itu, untuk mensiasati agar sasaran perancangan tertarik, beliau menyarankan untuk menggabungkan hal-hal yang berhubungan tentang batik Kudus dengan *genre* cerita yang mereka sukai.

Untuk meningkatkan keotentikan terhadap motif-motif yang diperkenalkan, maka di dalam buku ilustrasi ini juga dilengkapi dengan foto-foto. Selain itu, hal ini juga dapat memunculkan unsur kebaruan, terutama dalam buku-buku ilustrasi dalam negeri.

Buku ilustrasi yang dibuat juga menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dicerna dan tidak membutuhkan banyak pemikiran. Hal ini juga relevan dengan karakteristik sasaran perancangan yang tidak menyukai hal-hal yang tergolong berat dan membutuhkan banyak pemikiran (personal conversation, 30 Januari 2014).

Adapun buku ilustrasi yang dirancang adalah buku ilustrasi dalam bentuk konvensional. Hal ini dikarenakan sasaran perancangan yang tidak semuanya berasal dari golongan kaya yang mampu membeli barang mahal. Selain itu, juga tidak semua sasaran perancangan bertempat tinggal di area yang mudah terjangkau oleh *gadget*.

Batik Kudus ini juga pernah diangkat sebagai tema perancangan buku untuk tugas akhir oleh Besty Prayogo, mahasiswa DKV Universitas Kristen Petra pada tahun 2011. Akan tetapi, buku ini penggunaannya lebih ditujukan untuk orang yang memang sudah merupakan pecinta batik Kudus yang tertarik lebih dalam lagi untuk mengetahui seputar batik Kudus. Selain itu, buku ini juga menggambarkan batik Kudus secara deskriptif, bukan naratif.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara mengangkat batik tulis khas kota Kudus sehingga dapat dikenal generasi muda melalui buku ilustrasi ?

1.3 Tujuan Perancangan

Mengangkat batik tulis khas kota Kudus sehingga dapat dikenal generasi muda melalui buku ilustrasi.

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

- a. Objek perancangan adalah batik tulis khas kota Kudus.
- b. Media yang digunakan berupa buku ilustrasi.
- c. Sasaran perancangan meliputi:
 - a. Demografis : Masyarakat awam, pria dan wanita, usia 15-18 tahun.
 - b. Geografis : nasional (Indonesia).
 - c. Behaviour : suka berteman, berkumpul, *hang out* bersama teman-teman, biasanya sudah mempunyai komunitas / geng.
 - d. Psikografis : bersikap terbuka terhadap hal-hal baru, mempunyai rasa ingin tahu terhadap hal-hal baru, menyukai hal-hal yang *simple* dan ringan, tidak menyukai hal-hal yang tergolong berat dan membutuhkan banyak pemikiran.
- d. Waktu perancangan di bulan Februari - Mei 2014, dengan lokasi observasi terutama di kota Kudus.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Mahasiswa

- a. Menambah pengalaman dalam bidang desain dan ilustrasi.
- b. Menambah wawasan seputar batik Kudus.
- c. Meningkatkan kecintaan pada budaya bangsa.

1.5.2 Bagi Institusi (Keilmuan DKV)

- a. Mengharumkan nama universitas sebagai universitas yang peduli terhadap budaya bangsa.
- b. Menambah referensi buku ilustrasi.

1.5.3 Bagi Masyarakat

- a. Mengetahui eksistensi batik Kudus dengan coraknya yang khas.
- b. Mengetahui motif-motif batik Kudus dan dapat mengolahnya dengan lebih kreatif lagi.
- c. Masyarakat dapat ikut melestarikan batik tulis sebagai warisan budaya.
- d. Menambah pengetahuan, potensi daerah, devisa daerah.
- e. Menciptakan suatu kesadaran bagi masyarakat bila warisan budaya daerah itu merupakan pusaka bangsa yang menjadi identitas bangsa.
- f. Mempertahankan seni dan budaya.
- g. Memudahkan masyarakat untuk mencari informasi tentang batik Kudus.
- h. Ide ini dapat dikembangkan ke arah tujuan lain, yaitu berkaitan dengan regenerasi dan bidang literatur.

1.6 Definisi Operasional

- a. Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu (Departemen Pendidikan Nasional 146).
- b. Batik Tulis adalah batik yang dibuat dengan tangan (bukan dengan cap) (Departemen Pendidikan Nasional 146).
- c. Ilustrasi adalah gambar untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dsb (Departemen Pendidikan Nasional 526). Sedangkan buku adalah lembar kertas

yang berjilid, berisi tulisan atau kosong (Departemen Pendidikan Nasional 218). Sehingga, buku ilustrasi berarti lembar kertas yang berjilid yang dilengkapi dengan gambar untuk membantu memperjelas isi buku atau karangan.

- d. Khas adalah khusus, teristimewa (Departemen Pendidikan Nasional 692).
- e. Kota adalah daerah permukiman yang terdiri atas bangunan rumah yang merupakan kesatuan tempat tinggal dari berbagai lapisan masyarakat (Departemen Pendidikan Nasional 737).

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Data yang dibutuhkan

1.7.1.1 Data Primer

Data primer adalah data dalam kajian ilmiah yang diambil langsung dari subyek penelitian ("Pengertian Data Primer dalam Metode Ilmiah" par. 1). Data primer yang dibutuhkan adalah mengenai selera, kebiasaan, kesukaan, karakteristik, dan kondisi psikologis sasaran perancangan, karakteristik dan kebiasaan para pembatik, hal-hal seputar batik Kudus, motif-motif, usaha yang sudah dilakukan untuk memperkenalkan batik Kudus, dan kendala-kendala, termasuk berbagai pengalaman berkesan para pembatik selama menggeluti batik Kudus.

1.7.1.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh/ dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi ("Pengertian Data dan Jenis Data" par. 4). Data sekunder yang dibutuhkan adalah data-data yang berhubungan dengan batik Kudus, pembatik, seputar buku ilustrasi (untuk referensi), dan yang berhubungan dengan sasaran perancangan, untuk melengkapi data primer.

1.7.2 Metode Pengumpulan Data

Data Primer diperoleh dari observasi, kuesioner, dan wawancara (*depth interview*). Menurut Bungin, observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (115). Observasi difokuskan untuk mengetahui selera, kebiasaan dan *insight* sasaran perancangan, serta untuk mengetahui karakteristik dan kebiasaan para pembatik. Observasi dilakukan di beberapa tempat yang biasa dikunjungi sasaran perancangan dan di sanggar maupun pelatihan batik Kudus.

Kuesioner dibagikan kepada beberapa *sample* sasaran perancangan difokuskan untuk mengetahui pendapat dan pengetahuan sasaran perancangan mengenai batik Kudus. Peran kuesioner di sini hanyalah sebagai data pendukung.

Sedangkan wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana 180). Wawancara dilakukan secara mendalam agar dapat menggali informasi yang mendalam-dalamnya kepada: Ibu Ummu Asiyati dan Ibu Yuli Astuti selaku pengrajin batik Kudus (untuk menanyakan seputar batik Kudus, motif-motif, usaha yang sudah dilakukan untuk memperkenalkan batik Kudus, dan kendala yang dialami, termasuk berbagai pengalaman yang berkesan selama menggeluti batik Kudus), psikolog (untuk menanyakan seputar karakteristik dan kondisi psikologis sasaran perancangan), beberapa sasaran perancangan (untuk mengetahui selera, kebiasaan, dan *insight*), serta pihak-pihak lain yang berhubungan, seperti Bapak Mukti Sutarman, selaku pengamat budaya Kudus (untuk menanyakan sejarah, perkembangan, dan hal-hal lain seputar batik Kudus).

Data sekunder diperoleh dari metode kepustakaan (buku, surat kabar, dan media cetak lainnya) dan internet.

1.7.3 Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Data primer diperoleh dari observasi, kuesioner, dan wawancara, baik secara langsung, maupun via telepon. Observasi menggunakan alat mencatat dan kamera untuk dokumentasi. Wawancara secara langsung menggunakan kamera digital untuk dokumentasi dan alat tulis untuk mencatat. Wawancara via telepon

menggunakan alat tulis untuk mencatat. Data sekunder diperoleh dengan menggunakan buku, surat kabar, artikel, media internet, dan lain-lain.

1.8 Metode Analisis Data

Menggunakan analisa kualitatif yang bersifat deskriptif. Hal ini karena format deskripsi kualitatif tepat digunakan untuk meneliti masalah yang membutuhkan studi mendalam, serta sesuai dengan tujuan, yaitu untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, maupun fenomena tertentu (Bungin 68-69).

Agar informasi terkait permasalahan dapat digali dengan lebih mendalam, serta untuk mengembangkan cerita agar perancangan yang dibuat tepat sasaran, maka data dianalisis dengan menggunakan 5W + 1H.

1.9 Konsep Perancangan

Konsep perancangan buku ilustrasi ini berpusat pada bagaimana membuat perkenalan akan batik Kudus menjadi menarik di mata anak usia 15-18 tahun. Hal ini dikarenakan, dilihat dari sikap usia 15-18 tahun terhadap batik secara keseluruhan, mereka tidak terlalu suka terhadap batik. Meskipun tidak lagi menganggap bahwa batik itu kuno, akan tetapi mereka juga tidak memandang batik sebagai hal yang keren. Mereka juga lebih memilih mengenakan baju jenis lain daripada batik. Hal ini sesuai dengan pengamatan Subiantoro, seorang pengamat budaya. Mereka bahkan cenderung hanya mengenakan batik untuk seragam sekolah (personal conversation, 15 April 2014). Karena itu, media buku ilustrasi haruslah ditampilkan semenarik mungkin bagi usia 15-18 tahun.

Perkenalan akan batik ini akan dikemas dalam kisah fiksi naratif. Hal ini sesuai dengan karakteristik usia 15-18 tahun yang menurut Lisa Narwastu, tidak menyukai sesuatu yang berat dan butuh banyak pemikiran. Sedangkan perkenalan akan batik Kudus sebagai warisan budaya pada umumnya akan dipandang oleh usia 15-18 tahun sebagai hal yang berat dan butuh banyak pemikiran. Karena itu, untuk membuat perkenalan batik Kudus menjadi topik yang ringan, dikemaslah ke

dalam fiksi naratif. Selain itu, dalam hal bacaan, mereka juga memang lebih memilih membaca kisah fiksi daripada ensiklopedia (personal conversation, 30 Januari 2014).

Pengenalan batik Kudus ini dikemas dalam kisah fiksi naratif yang bertema tentang kehidupan anak SMA. Menurut Lisa Narwastu, hal ini dapat berguna untuk lebih mendekatkan materi batik Kudus kepada sasaran perancangan (personal conversation, 30 Januari 2014).

Kisah fiksi naratif ini disuguhkan dengan *genre* komedi dengan plot *discovery* dan *love* yang disukai oleh usia 15-18 tahun dan cocok dengan tema perkenalan akan batik.

Genre komedi dipilih karena menurut wawancara dari 6 orang sasaran perancangan, 3 orang menyukai *genre* komedi. Hal ini juga diperkuat dengan wawancara dengan Jessie Monika, seorang penulis, yang juga mengatakan bahwa usia 15-18 tahun cenderung menyukai komedi, terutama komedi romantis (personal conversation, 10 April 2014). Selain itu, *genre* komedi juga dapat membawakan materi pengenalan batik Kudus yang serius menjadi terkesan lebih santai dan ringan. Hal ini sesuai dengan karakteristik usia 15-18 tahun yang menurut Lisa Narwastu, tidak menyukai sesuatu yang berat dan butuh banyak pemikiran. Dalam hal bacaan, mereka lebih memilih membaca kisah fiksi daripada ensiklopedia (personal conversation, 30 Januari 2014).

Plot *discovery* (penemuan arti hidup) dipilih karena cocok dengan ide perkenalan batik Kudus, terutama pada bagian tentang keuntungan batik Kudus, bagaimana pandangan orang terhadap batik Kudus, dan kesulitan batik Kudus di masa kini. Selain itu, plot *discovery* juga cocok dengan sisi psikologis sasaran perancangan yang mempertanyakan dirinya di masa depan (Ndraha dan Simanjuntak 17).

Plot *love* dipilih karena cocok dengan ide perkenalan batik Kudus, yaitu pada bagian keuntungan batik Kudus. Plot ini dimasukkan karena menurut Ndraha dan Simanjuntak, yang membanggakan bagi seorang remaja madya (usia 15-18 tahun) adalah jika mempunyai pacar. Bagi mereka, mempunyai pacar adalah simbol *prestise* tersendiri. Apalagi kalau pacar mereka ganteng atau cantik, kaya, punya status sosial terhormat, mereka akan mati-matian mempertahankan

hubungan ini (112). Selain itu menurut Lisa Narwastu, plot ini sangat menarik bagi usia 15-18 tahun (personal conversation, 30 Januari 2014). Hal ini juga disetujui oleh Jessie Monika (personal conversation, 10 April 2014).

Mengenai tokoh utama, ditampilkanlah tokoh utama sosok remaja SMA beserta pola pikirnya yang seperti pola pikir anak SMA pada umumnya. Hal ini dilakukan agar sasaran perancangan menjadi lebih dekat dan seolah-olah berada di posisi sang tokoh utama. Sedangkan agar tetap menyambung dengan ide cerita, dikisahkan bahwa tokoh utama ini merupakan anak seorang pembatik Kudus.

Selain itu, juga ditampilkan konflik berupa hubungan antar teman. Menurut Lisa Narwastu, hal yang terpenting pada usia 15-18 tahun adalah pertemanan. Biasanya mereka akan cenderung melakukan apa yang kebanyakan teman-teman mereka lakukan agar bisa diakui. Sebaliknya, menjadi pembatik bukanlah hal yang dipilih kebanyakan orang (personal conversation, 30 Januari 2014). Karena itu, ditampilkanlah tokoh utama yang malu akan kemampuan membatiknya.

Sedangkan gaya gambar akan menyesuaikan dengan *manga*, gaya kartun Jepang yang disukai oleh sasaran perancangan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara terhadap 6 orang sasaran perancangan yang mana 5 orang sasaran perancangan menyukai *manga*. Selain itu, buku ini juga dihias dengan corat-coret yang terkesan seperti *doodle*. Selain disukai sasaran perancangan (menurut hasil wawancara terhadap 6 orang sasaran perancangan), corat-coret ini juga untuk menjelaskan informasi seputar batik Kudus. Misalnya, untuk menjelaskan bagian-bagian dari motif batik.

Adapun batasan pengenalan batik Kudus meliputi pandangan orang terhadap batik Kudus (baik orang pribumi maupun orang asing), ciri khas batik Kudus, motif - motif (baik motif klasik dan motif kontemporer), peralatan, proses membuat, dan keunggulan batik tulis, keuntungan batik Kudus (keuntungan ini berupa kesuksesan tokoh utama ketika menjadi pembatik Kudus, baik dari segi popularitas maupun dari segi ekonomi. Akan tetapi lebih ditekankan pada segi popularitas karena menurut Lisa Narwastu, yang paling diinginkan sasaran perancangan adalah bisa eksis dan populer (personal conversation, 30 Januari 2014)), batik Kudus di masa kontemporer yang bergaya eklektik (Hal ini penting

untuk menarik sasaran perancangan karena menurut Lisa Narwastu, sasaran perancangan menyukai hal-hal kontemporer yang *up to date* dan di masa kontemporer ini, gaya eklektik memang disukai (personal conversation, 10 April 2014)), dan juga kesulitan batik Kudus di masa kini, yaitu kurangnya SDM, berikut usaha yang dilakukan oleh pembatik Kudus terkait kurangnya SDM ini.

Adapun dalam memperkenalkan motif-motif, tidak semua motif dapat ditampilkan dan dijelaskan nama, makna, maupun kegunaannya. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan, terutama karena batik Kudus sempat "punah" selama puluhan tahun. Kepunahan tersebut membuat banyak motif dan penjelasannya yang hilang.

1.10 Skematika Perancangan

