

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Batik sudah lama dikenal sebagai warisan budaya Nusantara. Selama berabad-abad, dunia mengenal batik berasal dari Indonesia. Sayangnya, kita kurang mencintai warisan leluhur ini. Sehingga memberikan peluang bagi bangsa lain untuk memilikinya.

Pada 02 Oktober 2009, Lembaga Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) yang membawahi masalah kebudayaan, UNESCO, telah menyetujui batik sebagai warisan budaya tak benda kemanusiaan (*Intangible Cultural Heritage*) yang dihasilkan oleh Indonesia. Warisan budaya tak benda kemanusiaan merupakan satu dari tiga daftar yang dibuat di bawah Konvensi UNESCO 2003 mengenai perlindungan warisan budaya tak benda untuk kemanusiaan. (*Batik Nusantara*, 2011, p.2)

Batik memiliki teknik, simbolisme dan budaya yang dianggap melekat dengan kebudayaan Indonesia. Bahkan, UNESCO menilai masyarakat Indonesia memaknai batik dari prosesi kelahiran sampai kematian. Selain itu batik juga menjadi cerminan akan keberagaman budaya di Indonesia, yang terlihat dari sejumlah karakteristik motifnya.

Setiap pembatikan di Indonesia mempunyai cara pembuatan atau proses batik yang berbeda sehingga menghasilkan batik dengan ciri khas daerahnya. Kota Samarinda adalah salah satu kota sekaligus merupakan ibukota provinsi Kalimantan Timur, Indonesia.

Pemerintah provinsi Kalimantan Timur ingin mengembangkan industri batik bermotif khas untuk mendukung pelestarian batik yang diakui sebagai warisan budaya oleh dunia. Selain itu, pemerintah Samarinda juga ingin meningkatkan perekonomian UMKM yang turun. Serta meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap produk lokal.

Adapun batik Kalimantan Timur yang sudah diklaim oleh pemerintah adalah dari daerah Tenggarong, Balikpapan dan Bontang. Sangat disayangkan batik Samarinda masih belum diklaim oleh pemerintah itu sendiri. Padahal di

Samarinda memiliki batik yang berbeda, batik ini sendiri masih menggunakan teknik batik tulis. Batik tulis ini dimulai dari tahun 2012, namun sekitar setahun yang lalu batik tulis ini terpaksa ditutup karena sedikitnya minat akan batik tulis tersebut. Dan adapun faktor lain disebabkan oleh pekerjaanya yang terlalu sedikit.

Pakaian batik sendiri dikota Samarinda sering dikenakan oleh pegawai, pemerintah, anak-anak sekolah dan lainnya. Namun, pemakaian batik ini sendiri condong menggunakan batik luar Kalimantan. Hal ini sering di temukan dalam keseharian masyarakat yang cenderung menggunakan batik dengan motif Pekalongan, Yogyakarta, dan Jawa. Sehingga lama kelamaan batik lokal itu sendiri menjadi tergeser dan tidak dikenali lagi oleh masyarakat. Sangat disayangkan karena batik Samarinda memiliki ciri khas yang berpotensi untuk dikembangkan.

Batik Samarinda mengkombinasikan motif dan corak asli batik yang satu dengan yang lainnya. Sangat di sayangkan karena sedikitnya minat batik tulis Samarinda, pengusaha batik tulis ini ditutup dan diganti menjadi batik *print* dengan harga yang lebih murah dan terjangkau yang kemudian diproduksi di Jakarta.

Motif batik Kalimantan Timur ini menggunakan motif yang terinspirasi dari suku Dayak yang sudah lama mendiami Kalimantan. Contohnya adalah salah satu motif batang garing yang merupakan simbol pohon kehidupan bagi suku Dayak itu sendiri.



Gambar 1.1 Motif Kain Batik Kalimantan Timur

Sumber : East Kalimantan Center

Motif pada batik dayak ini mencerminkan budaya masyarakat Dayak, yang mempunyai arti “*sungai*” sehingga, batik ini menggambarkan bermacam-macam aktivitas yang sering berkaitan dengan sungai.

Selain jenis motif batik di atas, Samarinda juga memiliki batik yang menggunakan motif bawang Tiwai yang merupakan bawang dari Kalimantan Timur dan banyak ditemukan Samarinda. Bawang ini merupakan tanaman umbi yang dahulu tumbuh dan berkembang secara liar di dalam hutan pedalaman Kalimantan Timur, dan saat itu bawang Tiwai masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat hingga tahun 1990-an.



Gambar 1.2 Bawang Tiwai

Batik bawang Tiwai ini sangat menarik, karena menggunakan proses batik tulis dan batik cap. Selain itu pewarnaan yang digunakan diambil dari bawang Tiwai. Bawang Tiwai ini memang memiliki warna seperti bawang merah cuman jika dilihat lebih teliti terdapat perbedaan karena di bawang Tiwai ini secara keseluruhan dia bewarna merah keunguan.

Desi Soleha adalah orang yang memulai gagasan untuk membuat batik khas Samarinda itu sendiri. Beliau terinspirasi dari banyaknya hal-hal yang menarik di kota Samarinda namun belum banyak dikenal. Maka beliau memutuskan untuk membudidayakan hal tersebut sebagai batik khas Samarinda. Batik ini awal mulanya terinspirasi dari banyaknya khasiat bawang Tiwai yang bisa digunakan sebagai obat.

Sayangnya batik dari Batik Putri Syafril ini masih belum dikenal masyarakat lokal lebih luas. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor sebagai berikut:

- Banyaknya gempuran motif batik dari luar pulau seperti Jawa, Yogyakarta dan Pekalongan.
- Batik Samarinda mulai dikenal tahun 2012, namun karena banyaknya peminat batik luar sehingga membuat batik Samarinda menjadi kurang peminat.
- Model baju yang ditawarkan masih minim dan tidak inovatif sehingga menurunkan minat konsumen untuk membeli produk lokal. Dan kebanyakan penduduk lokal Samarinda itu sendiri dalam memilih busana sangat mengikuti trend yang ada. Dan di Batik Putri Syafril sendiri masih belum pernah membuat pengaplikasian kain tersebut kedalam sebuah produk.
- Batik Putri Syafril masih belum memiliki *brand image* dan media promosi.
- Masih banyaknya penduduk lokal yang belum mengetahui akan batik lokal kota Samarinda. Banyaknya anak-anak muda yang tidak tahu bahwa kota Samarinda memiliki batik khasnya. Hal ini sering di temukan di saat penggunaan baju seragam batik dibeberapa sekolah Samarinda.
- Bahan yang dibuat dalam pembuatan pakaian atau pun busana tidak memiliki bahan dan kualitas yang nyaman untuk dikenakan.

Dari beberapa faktor tersebut menurunkan dan menutup berbagai potensi dari batik lokal Samarinda. Di kota Samarinda ini juga masih belum memiliki desainer batik lokal yang mau mengembangkan dan melestarikan batik lokal kota Samarinda ini. Sehingga model baju yang ditawarkan hanya merupakan model baju yang pada umumnya seperti kemeja dan baju *dress* batik pada umumnya.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana mengenalkan batik bawang Tiwai, dalam desain komunikasi visual milik Batik Putri Syafril sebagai motif khas Samarinda?

1.3. Tujuan Perancangan

Mengenalkan batik motif Bawang Tiwai kepada Masyarakat lokal bahwa Samarinda memiliki motif khasnya sendiri. Serta menonjolkan motif Bawang Tiwai menjadi *brand image* Batik Putri Syafril dan Samarinda.

1.4. Batasan Lingkup Perancangan

Batasan lingkup dalam perancangan ini antara lain sebagai berikut :

- Objek perancangan dalam karya ini adalah batik bawang Tiwai khas Samarinda, Kalimantan Timur.
- Lokasi pengamatan perancangan ini dilakukan di Samarinda, Kalimantan Timur.
- Ruang Lingkup perancangan komunikasi visual ini difokuskan pada pembuatan *corporate identity* dan desain baju.
- Waktu perancangan dan produksi dilakukan pada bulan Februari sampai bulan Juni.
- Adapun target market dalam perancangan meliputi :
 - Demografis
 - Jenis kelamin Perempuan
 - Usia sekitar 20-35 tahun
 - Status ekonomi menengah keatas
 - Profesi semua pekerjaan
 - Geografis
 - Samarinda, Kalimantan Timur
 - Psikografis
 - Menyukai ragam batik
 - Behaviouristik

Menyukai keindahan dan loyal dalam membeli barang
Suka mengikuti trend *fashion*

1.5. Manfaat Perancangan

Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi inspirasi kedepannya untuk masyarakat serta desainer di Indonesia. Ada juga manfaat bagi beberapa orang sebagai berikut :

1.5.1. Bagi Mahasiswa

Manfaat perancangan ini untuk membuka wawasan baru dalam hal potensi serta karakteristik yang terkandung dalam batik lokal. Selain itu menjadi media inspirasi kedepannya. Dan diharapkan calon-calon desainer Indonesia semakin berkembang dan kreatif di dunia industri kreatif.

1.5.2. Bagi Institusi

Mengaplikasikan keilmuan Desain Komunikasi Visual khususnya perancangan *corporate identity* dan desain *fashion* sehingga batik lokal daerah tersebut dapat dikenal oleh masyarakat lokal dan anak-anak mudanya.

Sebagai bahan referensi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam merancang sebuah konsep *branding* dan desain *fashion* sehingga menjadi sebuah inovasi yang inspiratif.

1.5.3. Bagi Masyarakat

Masyarakat Samarinda dapat mengenal dan mengetahui ciri khas batik selain batik Jawa. Melalui perancangan ini masyarakat dapat mencintai produk lokalnya. Dan diharapkan dapat menjadi media inspiratif dalam dunia *fashion* agar terus dapat berkembang.

Bagi masyarakat setempat, dengan banyaknya masyarakat yang mengetahui batik lokalnya maka dapat meningkatkan kehidupan perekonomian masyarakat setempat.

1.6. Definisi Operasional

Menurut Iwet Ramadhan (2013), Sebenarnya batik adalah sebuah teknik untuk merintang/menahan warna di atas kain dengan menggunakan malam/lilin. Teknik ini sebenarnya adalah sebuah teknik kuno yang sudah ada semenjak ribuan tahun lalu dan dapat dijumpai di seluruh peradaban dunia. (p. 3).

Corporate Identity adalah identitas “brand” perusahaan, terdiri dari identitas visual (nama, merk dagang, tipografi, warna dan sebagainya) dan identitas verbal (slogan, *tagline*, ucapan salam dan sebagainya). Tujuan dari *corporate identity* adalah agar perusahaan mudah dikenali oleh semua pihak. (Wiryawan, 2008: 50).

Corporate Identity menurut M. Linggar Anggoro (2000:280) adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Ia juga menyebutkan bahwa identitas perusahaan harus diciptakan melalui suatu perancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik.

Busana berasal dari bahasa sansekerta “*bhusana*”. Busana merupakan segala sesuatu yang dipakai mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki. Busana ini mencakup busana pokok, pelengkap (*milineris* dan *aksesoris*) dan tata riasnya. (Beibeth, 2012, p.1).

Trend merupakan segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu. Definisi trend dapat diuraikan menjadi 3 hal. Pertama trend adalah segala sesuatu yang tidak hanya terbatas pada objek atau benda tertentu. Jadi trend akan bisa terjadi pada semua hal. Kedua, trend yang sedang dibicarakan, disukai, dan bahkan digunakan. Dan ketiga, trend yang disukai oleh sebagian besar masyarakat yang merupakan sesuatu menjadi trend akan bisa terdeteksi manakala seseorang melihat sesuatu tersebut dan sering didengar.

Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran dari kertas pada buku disebut sebuah halaman. Seiring dengan perkembangan dalam bidang dunia informatika, kini dikenal dengan istilah *e-book* (buku elektronik) yang mengandalkan perangkat elektronik.

Fotografi berasal dari bahasa Yunani yaitu, *photos* yang berarti cahaya dan *graphos* yang berarti menulis. Fotografi adalah pembuatan gambar dengan menggunakan lensa dan *film* atau pelat peka cahaya. Istilah fotografi pertama kali digunakan oleh Sir John Herschel pada tahun 1839.

Fashion adalah salah satu ciri bagi suatu kelompok untuk mengidentifikasi dan membentuk dirinya sendiri sebagai suatu kelompok. Begitu suatu masyarakat muncul, kemudian masyarakat kapitalis muncul, *fashion* pun muncul. Dan *fashion* biasanya mengkomunikasikan atau memiliki kekuatan yang diketahui secara umum. (Sora, 2015, p.3).

1.7. Metode Perancangan

1.7.1. Data yang Dibutuhkan

Metode pengumpulan data ialah suatu aktifitas atau metode cara berpikir yang dilakukan secara sengaja oleh peneliti dan dilaksanakan secara terancang dan sistematis untuk merancang jawaban dari suatu permasalahan.

1.7.1.1. Data Primer

Data primer adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang dijalankan. Data primer diperoleh dari sumber pertama, biasanya disebut responden atau orang yang menjadi objek utama dalam penelitian

1.7.1.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

1.7.2. Metode Pengumpulan Data

Hal-hal yang diperlukan dalam pengumpulan data, dapat didapatkan dari berbagai cara. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan komunikasi visual, penulis menggunakan beberapa metode, adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

1.7.2.1. Literatur

Data yang diperoleh melalui berbagai studi kepustakaan dan buku-buku ilmiah, seperti buku-buku membahas tentang batik, desain grafis, *corporate identity*, dan desain *fashion*. Metode ini merupakan salah satu metode observasi secara tidak langsung.

1.7.2.2. Internet

Website di internet mengenai berbagai permasalahan yang dibahas. Metode ini berguna untuk menganalisis data-data yang telah didapat dan dihubungkan dengan teori-teori kepustakaan yang sudah ada.

1.7.2.3. Metode Observasi

Metode yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data dan mendapatkan hal-hal yang diperlukan untuk proses perancangan dengan cara mendatangi objek perancangan secara langsung ataupun tidak langsung. Penelitian dilakukan dengan berkunjung ke perusahaan UKM serta beberapa penjahit untuk memperoleh data yang dibutuhkan

1.7.2.4. Metode Pustaka

Bahan-bahan yang dipergunakan didalam landasan teori dalam perancangan ini diperoleh dan didapatkan dari berbagai sumber tertulis, yaitu buku-buku panduan ataupun artikel yang terkait serta memuat informasi-informasi yang diperlukan untuk digunakan dalam penyusunan perancangan. Serta buku-buku dan artikel yang digunakan perancangan dapat berasal dari berbagai sumber yang ada.

1.7.2.5. Wawancara

Bahan-bahan yang dipergunakan di dalam landasan teori perancangan ini diperoleh serta didapatkan dengan bertanya langsung kepada konsumen yang menggunakan dan mengenakan produk yang akan di rancang.

1.7.3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data digunakan dengan mencatat hasil wawancara dengan menggunakan kertas dan pensil. Pengumpulan data visual dengan menggunakan kamera.

1.8. Metode Analisis Data

Dalam analisis data ini penulis menggunakan analisi SWOT. SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

1.9. Konsep Perancangan

Konsep perancangan untuk mengenalkan batik ini dimulai dari mencari informasi mengenai Batik Putri Syafril yang kemudian dilanjutkan dengan survei pengetahuan akan masyarakat lokal terhadap batik lokal, dan trend yang sedang berkembang di masyarakat. Setelah itu melakukan pembuatan konsep dalam pengaplikasian *corporate identity* serta melihat perkembangan trend *fashion* sekarang di Indonesia untuk mengaplikasikan kain kedalam desain *fashion*.

Setelah melalui survei, maka akan dilakukan pemilihan desain pengaplikasian *corporate identity* dan desain baju sesuai trend yang ada dengan memberikan konsep desain yang berbeda dan unik disetiap desainnya. Selain itu mulai memikirkan motif dan jenis kain yang akan digunakan untuk

dikombinasikan. Sedangkan untuk batik sendiri diambil dari batik Samarinda yang menggunakan 2 jenis batik yaitu, batik tulis dan batik cap.

Melalui tahap observasi bahan, desain dan bahan yang sudah siapakan dikerjakan oleh penjahit. Kemudian setelah proses produksi maka akan dilanjutkan dengan melakukan dokumentasi untuk pengaplikasian produk dengan tujuan mengenalkan batik ini ke masyarakat yang disertai dengan *corporate identity* Batik Putri Syafri.

1.10. Skematika Perancangan

