

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lasem merupakan sebuah kecamatan di dalam kabupaten Rembang yang terletak di daerah pesisir pantai utara Jawa. Pantai di Lasem membentang luas, membujur dari barat hingga timur laut Jawa, yang menjadi jalur penting lalu lintas pelayaran Nusantara. Teluk-teluknya yang secara alami indah dan kukuh yang terbentengi oleh perbukitan, lautnya yang bening membiru menampakkan kekayaan luar biasa di dalamnya. Kondisi seperti inilah yang menjadikan Lasem sangat cocok sebagai kawasan bahari yang potensial. Dermaga-dermaga kecil nelayan bertaburan di sepanjang pantai. Pelabuhan bagi kapal kapal besar dengan mudah dapat dibangun dan dengan sendirinya menjadikannya sebagai kawasan lalu lintas perdagangan antar negeri di masa lampau. (Unjiya, 2014, p. 42)

Berkat pelabuhan di Lasem, penduduk Lasem jadi terbiasa dengan kehidupan terbuka dan plural. Terjadinya interaksi antara penduduk lokal (Jawa) dan orang-orang asing dari berbagai negeri membentuk karakter dan budaya keterbukaan dan saling menghargai. Banyaknya orang-orang asing yang menetap (terutama dari Cina), lambat laun melahirkan akulturasi antara berbagai kebudayaan yang lambat laun kian mengakar. (Unjiya, 2014, p. 66)

Akulturasi antar kebudayaan tersebut juga tertuang dalam Batik Lasem. Diceritakan dalam naskah Carita Lasem (Babad Lasem) bahwa Sejarah Batik Lasem erat hubungannya dengan kedatangan rombongan Laksamana Cheng Ho pada tahun 1413 M. Dalam naskah tersebut diceritakan, "Anak buah kapal Cheng Ho dari Negeri Campa, Bi Nang Un dan istrinya Na Li Ni memilih menetap di Bonang Lasem setelah melihat keindahan alam Jawa. Di tempat baru ini, Na Li Ni mulai membatik dan memperkenalkan ragam motif Tionghoa seperti burung hong, liong, bunga seruni, banji, mata uang atau kilin.



Gambar 1. 1 Batik Lasem motif Kawung Baganan. Adaptasi dari motif Kawung khas Mataraman

Sumber: Shopee Jamumoroseng (n.d.)

<https://shopee.co.id/Batik-Tulis-Lasem-Kawung-Baganan-i.89875057.6733585576>

Berkat kedatangan etnis Tionghoa, Lasem yang pada masa itu hanya memiliki motif Mataraman saja, jadi memiliki banyak ragam motif Pesisiran. Warna soga yang khas pada motif Mataraman juga mulai ditinggalkan dan mulai menggunakan warna khas batik pesisiran yang cenderung terang, salah satunya adalah warna merah yang menjadi ciri khas Batik Lasem. Warna merah yang dihasilkan di Lasem sering disebut dengan merah getih pitik (darah ayam). Warna merah menjadi khas berkat akulturasi budaya dengan Tionghoa, menurut kepercayaannya merah melambangkan kebahagiaan dan kesuburan. (Heck, 2006, 47-55).



Gambar 1. 2 Batik Lasem Bang Biron, dengan motif hewan-hewan khas Cina seperti Kilin, Burung Hong, dan Harimau (1900-an)

Sumber: Ishwara, H. (2011). *Batik pesisir pusaka Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia, p46-47

Industri Batik Lasem pernah memiliki kejayaannya, pada tahun 1950-1980, sekitar 90% wanita di Lasem berprofesi sebagai pengrajin batik. Namun kini hanya sekitar kurang dari 10% populasi wanita yang bekerja sebagai pengrajin batik. (Wibisono) Diperkirakan bisnis UKM batik Lasem merosot dari 140 bisnis pada tahun 1950, hingga 20 UKM pada Juli 2006.

Menurut Liong (2006), hal ini dapat berakibat pada kurangnya lapangan kerja dan pendapatan penduduk di daerah pedesaan yang miskin dan ancaman punahnya Batik Lasem karena daya saing industri yang menurun. Hal ini juga terjadi bersamaan dengan berkurangnya minat generasi muda untuk mempelajari Batik Lasem, sehingga kedepannya batik Lasem akan memudar bersamaan dengan pengrajin-pengrajin yang kini aktif dan beranjak tua.

Masalah kian bertambah dengan datangnya pandemi, dilansir dari artikel Liputan6 pada 2 Desember 2020 lalu, salah satu pengrajin bernama Priscilla Renny, pemilik Rumah Batik Maranatha Lasem, mengalami penurunan penjualan sebesar 70%. "Saat Lebaran kemarin, itu sangat terasa dampaknya. Waktu itu banyak sekali minus untuk pesanan, 10 tahun saya bekerja baru kali ini seperti ini," ujar Renny dalam Dialog Rabu Utama Siang bertajuk Vaksin: Harapan Kembali Produktif, Rabu (2/12/2020). Namun berkat bantuan dari pihak Pemkab setempat, banyak pengrajin yang diajarkan cara berjualan melalui *online shop*. "Dengan berjualan online, arus keuangan usaha sedikit demi sedikit mulai pulih. Untuk penjualan tiap bulan sudah ada

peningkatan. Meski belum normal kayak dulu. Sekarang minimal penjualan sudah ada. Walau minus, tapi masih ada pemasukan,”.

Oleh karena itu, penulis akan menciptakan sebuah Community Engagement yang memfokuskan pada pengembangan motif batik Lasem sebagai bentuk pemberdayaan pengrajin Batik Lasem di masa pandemi.

1.2. Batasan Masalah

Dalam program Community Engagement ini penulis akan memberdayakan sekaligus bekerja sama dengan salah satu pengrajin Batik Lasem di Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang. Bentuk kerja sama yang dilakukan adalah inovasi motif. Motif yang dibuat nantinya harus mengandung unsur atau berasal dari Lasem. Serta inovasi motif ini dilakukan tanpa meninggalkan ciri khas/jati diri Batik Lasem sendiri, motif Lasem yang sudah ada akan dimasukkan sebagai elemen pendukung. Program Community Engagement ini menitikberatkan pada pengembangan motif sebagai pemberdayaan pengrajin Batik Lasem.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara memberdayakan pengrajin Batik Lasem?
2. Bagaimana cara melahirkan motif batik Lasem yang baru, tanpa menghilangkan identitas dan ciri khasnya?
3. Bagaimana cara meningkatkan awareness Batik Lasem di masa pandemi?

1.4. Tujuan Kegiatan

Memberdayakan pengrajin Batik Lasem agar dapat melahirkan motif yang baru sesuai dengan ciri khas Batik Lasem sehingga meningkatkan awareness Batik Lasem di masa pandemi.

1.5. Manfaat kegiatan

- **Manfaat bagi Mahasiswa:** Bisa mengenal lebih lanjut mengenai sejarah akulturasi batik Lasem sehingga bisa meningkatkan rasa kepedulian diri terhadap kisah di kota tersendiri.
- **Manfaat bagi Masyarakat:** Meningkatkan kesadaran masyarakat atas sejarah batik Lasem yang unik, dan selain itu diharapkan bisa mengenalkan batik terutama batik tulis Lasem ke khalayak yang lebih luas.

- **Manfaat bagi Program Studi:** Menunjukkan bahwa program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya juga peduli dengan budaya lokal khas Indonesia.
- **Manfaat bagi Universitas:** Meningkatkan *brand awareness* Universitas Kristen Petra Surabaya di masyarakat.

1.6. Masyarakat Sasaran

Masyarakat yang akan disasar oleh program Community Engagement ini adalah:

- **Demografis**
Pengrajin muda Batik Lasem yang aktif membuat Batik. Berumur < 35 tahun. SES B-C
- **Geografis**
Tinggal di Kecamatan Lasem, Rembang, Jawa Tengah.
- **Psikografis**
 - Memiliki semangat dalam membuat sesuatu yang baru.
 - Kreatif dan memiliki jiwa seni yang kuat.
 - Muda dan bisa menerima perubahan.
 - Rendah hati dan bisa bekerja sama dengan baik dengan orang lain.
- **Behavioral**
 - Mengerjakan pekerjaannya dengan maksimal, merasa tidak tenang jika tidak *perfect* atau sesuai keinginannya.
 - Tidak bisa bekerja di bawah banyak peraturan seperti pekerjaan kantoran yang mewajibkan bekerja dari pagi hingga sore. Bekerja sesuai dengan *pace*-nya sendiri.
 - Berjualan dengan mengandalkan networking (B2B)
- **Teknografis**
 - Memahami penggunaan sosial media untuk kebutuhan pribadi. Belum memahami cara memanfaatkan sosial media untuk berdagang.
 - Bisa menggunakan layanan *marketplace* seperti Shopee atau Tokopedia.