

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pulau Sumatera atau dengan nama lain Pulau Percha, Andalas, Suwarnadwipa (bahasa Sansekerta, “Pulau Emas”) terletak di bagian barat kepulauan Indonesia. Pulau Sumatera memiliki sepuluh provinsi dimana tiap provinsinya memiliki suku dan kebudayaan yang berbeda, salah satunya adalah suku Batak. Suku Batak terbagi dalam lima kelompok yaitu Batak Toba, Pakpak, Mandailing, Simalungun dan Karo. Yang menjadi pembeda dalam kelompok suku Batak dapat dilihat dari pembagian marga yang bermukim menurut daerahnya, bahasa dan pakaian adat. Selain itu kelompok suku Batak juga memiliki perbedaan dalam bidang keseniannya, seperti seni sastra, seni tari, seni bangunan, dan lain-lain.

Bagi masyarakat Batak Toba, rumah bukan hanya sekedar tempat tinggal tapi juga sebagai sumber berkah serta kesejahteraan bagi penghuninya. Untuk menjalankan fungsi tersebut, masyarakat Batak Toba memberi hiasan pada rumahnya. Jenis bentuk hiasan yang paling banyak digunakan adalah *gorga*. *Gorga* ialah ukiran dalam bentuk spiral pada permukaan kayu (Tano Simamora 1997:76). Sedangkan dalam buku Kamus Budaya Batak Toba dijelaskan bahwa *gorga* adalah ragam hias, ornamen-ornamen ukiran pada rumah Batak yang teknik pembuatannya ada yang diukir dan dilukis (M. Marbun, 1987:48). Selain berfungsi sebagai ornamen hias, *gorga* juga berfungsi sebagai sarana pendukung daya hidup (keyakinan) dan sebagai kekuatan masyarakat Batak Toba. Hal ini dibuktikan dengan kepercayaan masyarakat Batak Toba akan makna yang dibawa oleh ornamen *gorga* terhadap rumah atau kehidupan mereka.

Namun seiring dengan perkembangan jaman, banyak generasi muda Batak yang sudah tidak mengenal adat dan budayanya, salah satunya berupa kesenian yaitu ornamen *gorga*. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil kuesioner yang telah penulis sebar, bahwa hampir 80% dari generasi muda Batak yang tinggal di kota-kota besar tidak mengenal/tahu ornamen *gorga*. Dalam buku Adat dan Budaya Batak Pengantar bagi Generasi Muda, John B. Pasaribu juga

memaparkan bahwa generasi muda berikutnya akan sulit memahami tatakrama dalam tatanan adat dan budaya Batak yang diwariskan oleh para nenek moyang dari dahulu kala. Hal ini mungkin terjadi karena proses pemekaran daerah hunian, atau semakin berperannya budaya modern, dan kepedulian yang semakin tipis, menjadikan pemahaman atas adat dan budaya Batak oleh generasi muda sudah semakin melemah (1995:2).

Keanekaragaman budaya dan adat yang terdapat di Indonesia merupakan kekayaan budaya yang harus dilestarikan. Seperti yang diketahui juga bahwa ada beberapa jenis kesenian dan kebudayaan bangsa Indonesia yang telah diklaim oleh negara lain. Oleh karena dari itu perlu adanya kepekaan dan upaya bangsa Indonesia untuk ikut melindungi dan melestarikan kekayaan budayanya. Karena kebudayaan merupakan sebuah pondasi yang amat sangat krusial dalam membangun dan membentuk pola perilaku, karakter dan mental yang sesungguhnya.

Generasi muda sebagai generasi penerus berperan penting dalam melestarikan kebudayaan Indonesia. Salah satu cara untuk menarik perhatian generasi muda terhadap kebudayaan Indonesia adalah dengan mengenalkan dan menerapkan kebudayaan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Produk dan jasa memainkan peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi budaya, karena produk mampu membawa pesan makna budaya (Ujang Sumarwan 2011:237). Diketahui juga bahwa perhatian generasi muda terhadap pakaian dan aksesoris berperan kuat. Generasi muda mengetahui bahwa penampilan berperan penting dalam dukungan sosial, sehingga mereka sering menghabiskan banyak waktu dan uang untuk pakaian (Elizabeth B. Hurlock 2007:255).

Malcolm Barnard dalam bukunya *Fashion Sebagai Komunikasi* menjelaskan bahwa fesyen, komunikasi dan budaya memiliki hubungan yang erat (2011:37). Berdasarkan literatur dan hasil observasi yang telah penulis lakukan terhadap generasi muda Batak, fesyen dapat menjadi salah satu media yang baik untuk mengenalkan ornamen *gorga* kepada generasi muda Batak. *Fashion graphic* adalah desain grafis yang digunakan untuk kebutuhan fesyen. Dapat berupa perancangan identitas, visual, perancangan editorial bahkan penerapan/penggunaan grafis pada produk fesyen. Perancangan ini diharapkan

dapat mengenalkan dan meningkatkan minat generasi muda Batak terhadap salah satu bentuk kesenian Batak yaitu ornamen *gorga*.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Generasi muda Batak terutama yang tinggal di kota-kota besar tidak mengenal / tahu ornamen *gorga*.
2. Dibutuhkan sebuah media baru untuk mengenalkan ornamen *gorga* kepada generasi muda Batak.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam perancangan tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana merancang *fashion graphic* agar generasi muda Batak dapat mengenal ornamen *gorga*?

1.3. Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini, ruang lingkup dari penelitian dan perancangan tugas akhir ini, yaitu:

- a. Apa
Perancangan *fashion graphic* untuk mengenalkan ornamen *gorga* kepada generasi muda Batak.
- b. Bagian Mana
Dibuatnya *fashion graphic* untuk mengenalkan ornamen *gorga* kepada generasi muda Batak melalui produk fesyen.
- c. Bagaimana
Menciptakan *fashion graphic* berupa identitas visual dan penerapannya pada media pendukung, serta penerapan ornamen *gorga*

pada produk fesyen untuk mengenalkan ornamen *gorga* berbasis desain grafis.

d. Siapa

Generasi muda Batak khususnya remaja akhir (18 – 21 tahun) dan dewasa awal (22 – 25 tahun) yang tinggal di kota-kota besar.

e. Tempat

Perancangan akan dipasarkan di kota-kota besar, khususnya Medan.

f. Waktu

Penelitian dan perancangan akan dilakukan dari bulan Januari sampai dengan bulan Agustus di tahun 2016.

1.4. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari kegiatan perancangan tugas akhir ini yaitu untuk mengenalkan dan meningkatkan minat generasi muda Batak terhadap salah satu bentuk kesenian Batak yaitu ornamen *gorga* melalui *fashion graphic*.

1.5. Cara Pengumpulan Data dan Analisis Data

1.5.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif menurut John W. Creswell (2010:4) merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna. Untuk menyempurnakan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan metode pengumpulan data melalui empat cara.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara atau *interview* merupakan metode tanya jawab yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber secara langsung

yang dimana informasi yang diperoleh tersebut dapat digunakan untuk mendukung proses penelitian. Penulis melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber yang berkaitan, seperti, *fashion designer*, pengamat budaya, dosen kriya tekstil, pekerja di *bidang fashion graphic*, dan target sasarnya sendiri yaitu generasi muda Batak.

2. Observasi

Pengamatan secara langsung selama seminggu mulai dari tanggal 23 April 2016 sampai 29 April 2016 terhadap subjek perancangan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ornamen *gorga* pada generasi muda Batak, karakteristik dan media apa yang baik untuk mengenalkan ornamen *gorga*. Penulis melakukan observasi dengan mengikuti rutinitas *target audiens*.

3. Kuesioner

Mengumpulkan data dengan memberikan kuesioner melalui *google form* kepada *target audiens*, seratus generasi muda Batak yang tinggal dikota-kota besar agar dapat membuktikan hipotesis dan membantu penulis dalam perancangan tugas akhir ini.

4. Studi Literatur

Penulis berpedoman pada buku-buku atau referensi dan situs internet yang berkaitan langsung dengan masalah yang diangkat dan isi tugas akhir ini. Seperti, buku-buku yang membahas mengenai desain komunikasi visual, *brand*, fesyen, dan lain-lain.

1.5.3 Analisis Data

Analisis yang digunakan pada perancangan media informasi untuk mengenalkan ornamen *gorga* melalui produk fesyen dan identitas visual sebagai media pendukung ini adalah analisa SWOT. Analisis SWOT adalah suatu alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencana membandingkan kekuatan dan kelemahan internal dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal (D.L Kurtz 2011:237).

- a. S (*Strenght*) = Potensi yang dimiliki produk fesyen dengan menjadikannya sebuah media baru untuk mengenalkan ornamen

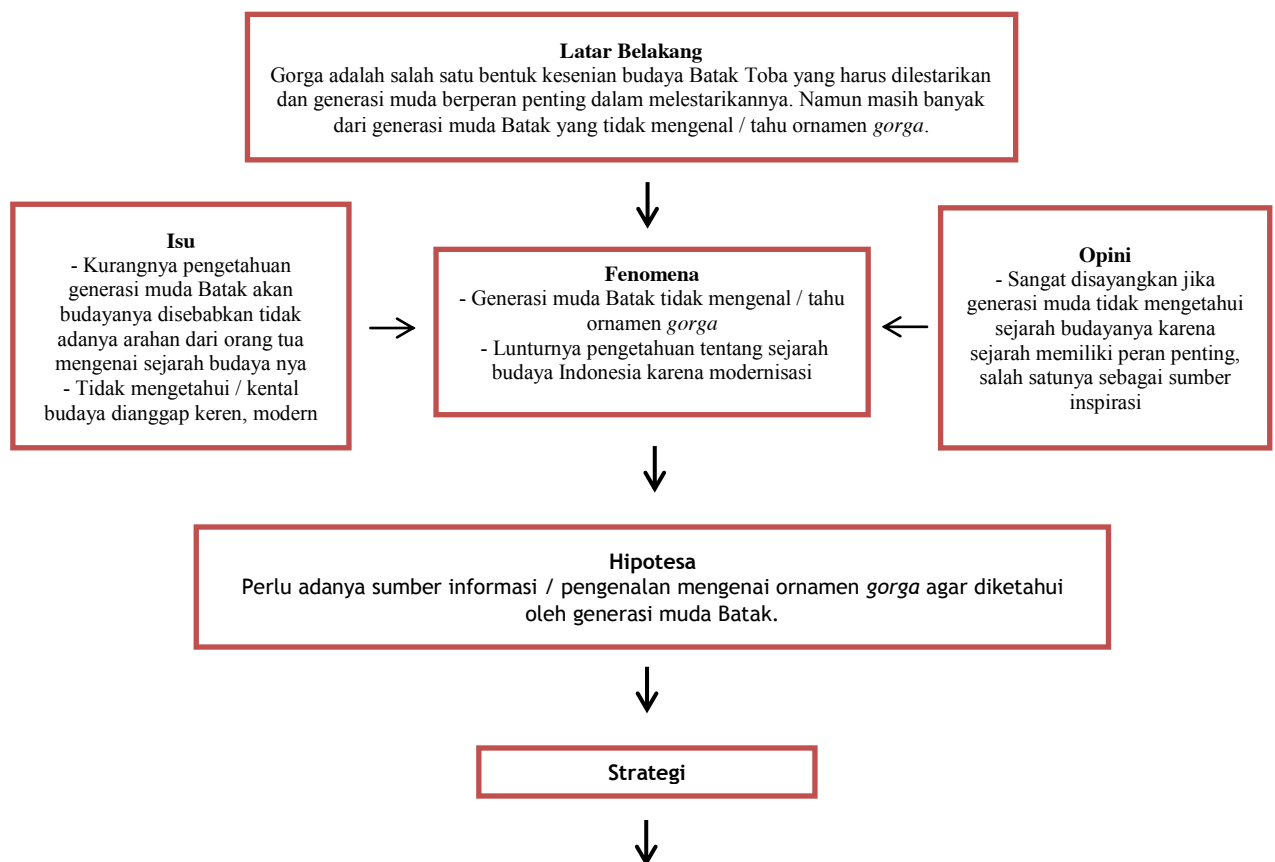
gorga kepada generasi muda Batak di kota-kota besar serta identitas visual sebagai media pendukung.

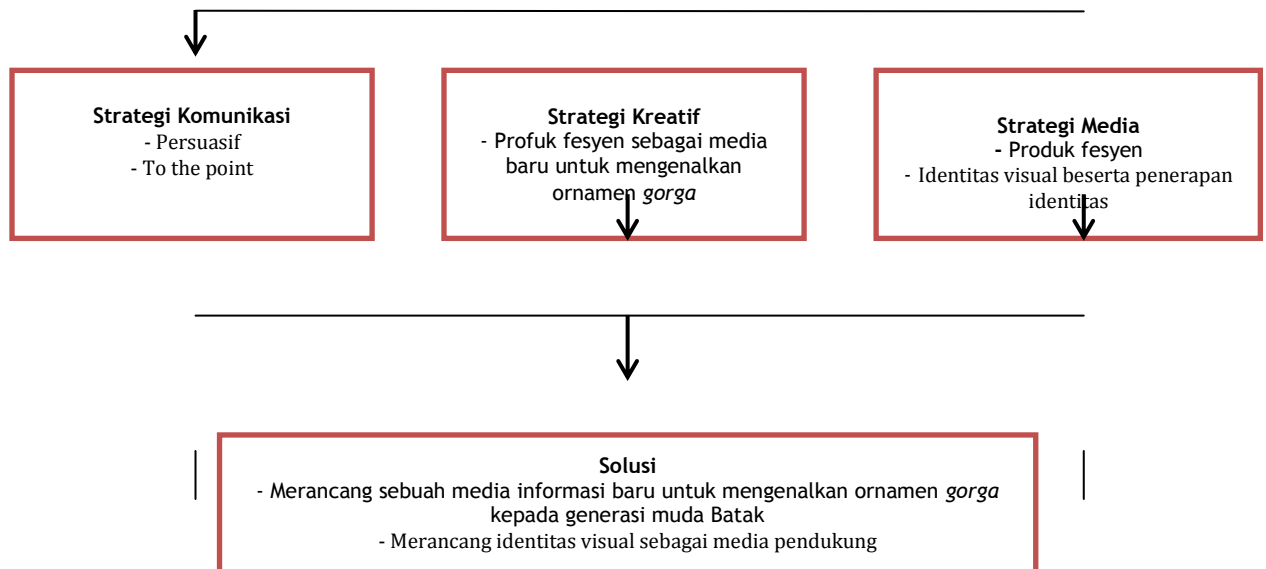
- b. W (*Weakness*) = Kelemahan yang menjadi kekurangan dengan menjadikan produk fesyen sebagai media baru untuk mengenalkan ornamen *gorga*.
- c. O (*Opportunity*) = Kesempatan yang dimiliki dengan menggunakan sebuah media baru yaitu produk fesyen dan identitas visual untuk mengenalkan ornamen *gorga* kepada generasi muda Batak.
- d. T (*Threat*) = Ancaman yang dimiliki produk fesyen sebagai media baru untuk memperkenalkan ornamen *gorga* kepada generasi muda Batak.

1.6. Kerangka Perancangann

Bagan 1.1 – Kerangka Pemikiran

(Sumber: Dokumentasi Pribadi , 2016)





1.7. Pembabakan

a. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan identitas visual, cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

b. BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.

c. BAB III Data dan Analisis Masalah

Berisi kumpulan data yang berkaitan dengan perancangan desain.

d. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Dalam bab ini berisikan penjelasan mengenai konsep perancangan desain hingga hasil akhir perancangan.

e. BAB V

Berisi hasil kesimpulan dan saran dari hasil sidang dengan penguji dan pembimbing.