PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN BATIK TRADISIONAL LASEM MELALUI BUKU SEBAGAI SARANA REVITALISASI BUDAYA LOKAL

Paula Kristin

08.13.0014

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN BATIK TRADISIONAL LASEM MELALUI BUKU SEBAGAI SARANA REVITALISASI BUDAYA LOKAL

NAMA : Paula Kristin
NIM : 08.13.0014
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 12 Juli 2013

Mengesahkan

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain	Kaprogdi Desain Komunikasi Visual	Koordinator proyek Akhir DKV
Ir. Tri Hesti Mulyani, MT	Ir. Robert Rianto Widjaja, MT. IAI	Ir. Robert Widjaja, MT. IAI
Npp 058.1. 1989.048	Npp 058.1. 1993.142	Npp 058.1. 1993.142

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN BATIK TRADISIONAL LASEM MELALUI BUKU SEBAGAI SARANA REVITALISASI BUDAYA LOKAL

NAMA : Paula Kristin
NIM : 08.13.0014
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 12 Juli 2013

Mengesahkan

Pembimbing

Ir. Supriyono, MT
NPP 058.1.1987.021

Penguji I	Penguji II	Penguji III
Ir. Robert Rianto Widjaja, MT	Ir. Supriyono, MT	Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR
Npp 058.1. 1993.142	NPP 058.1.1987.021	Npp 058.1. 1986.013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Paula Kristin

NIM : 08.13.0014

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Universitas : universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN BATIK TRADISIONAL LASEM MELALUI BUKU SEBAGAI SARANA REVITALISASI BUDAYA LOKAL

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau pemalsuan data maupun bentuk kecurangan yang lain, saya akan bersedia untuk menerima sanksi dari Program Studi Desain komunikasi Visual, Unika Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 16 Juli 2013

Paula Kristin Kumalasari

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkah rahmat – Nya yang melimpah dan selalu menyertai penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual Periode 02 dengan judul Proyek :

"PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN BATIK TRADISIONAL LASEM MELALUI BUKU SEBAGAI SARANA REVITALISASI"

Laporan Proyek Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna sarjana, Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual Periode I Semester Genap Tahun 2011 / 2012 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Di dalam proses penyusunan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR, Ir. Surpiyono, MT. , Ag. Dicky Prastomo. S.SIP.,MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual
2. Ir. Robert Rianto Widjaja, MT, IAI selaku Ketua Program Studi Jurusan Arsitektur dan ketua Panitia Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual periode II
3. Cik Renny, mak Lina, tante Kian, tante Katrin dan opa Sigit yang telah memberikan banyak waktu dan dengan sabar membimbing penulis dalam proses pengumpulan data selama di Lasem
4. Tante Merry selaku pemilik Purnomo Batik Art & craft yang telah banyak memberikan informasi mengenai batik Lasem, meminjamkan koleksi batik dan banyak memberikan dukungan moral maupun spiritual bagi penulis
5. Mayda , Jojo, Olin, Lina, Amel, Lauren, dan keluarga yang dengan sabar membantu serta memberikan dukungan selama proses pengerjaan tugas akhir baik selama di Lasem maupun Semarang, 6. Nevi, Glen, Olin, koh Kris, Lina untuk bantuan peralatan selama proses dokumentasi data batik di Lasem
6. Keluarga, papah, mamah dan adik-adikku tercinta yang bersedia membantu, menemani lembur terutama disaat kritis selalu ada dan memberikan dukungan
7. Binsen Havi dan keluarga, terimakasih untuk kesabarannya yang telah menemani ke tempat print hingga malam-mlam dan dukungan baik moral dan material selama proses pengerjaan tugas akhir ini
8. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan penyusunan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini

Adanya Laporan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini dihrapkan pembaca dapat mengetahui mulai dari permasalahan, penelitian, analisa hingga konsep. Penulis menyadari penyusunan Laporan Proyek Akhuir Desain Komunikasi Visual ini masih banyak kekiurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakannya.

Semoga Laporan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan.

Penulis

ABSTRAK

ABSTRACT

Along with the times, a sense of nationalism or love of the nation and the State it self has begun to disappear. This can be seen in the rise of the use of imported products that exist in society. Loss of traditionalism in the Indonesian nation is a problem that must be addressed immediately.

Batik is one of cultural Lasem inherited generations of mixing Chinese and Javanese society. Batik Lasem until recently have started fading from public circulation. Therefore, the use of traditional batik dress on her special Lasem Batik process must occur. By pressing on the use of traditional batik clothing, it will help drive the State of Indonesia to evoke a sense of nationalism its particular young adults

The research method used is a qualitative method, where the method of this study more emphasis on research subjects. In the research that has been carried out, it can be concluded, that people nowadays prefer clothing that is more towards modernity. Therefore instill a sense of nationalism through batik clothing through lifestyle approaches target is expected to be the perfect solution.

Keywords:

Nationalism, Batik, Adult

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, rasa nasionalisme atau cinta akan bangsa dan Negara sendiri mulai menurun. Hal ini dapat dilihat pada maraknya pemakaian produk impor yang ada pada kalangan masyarakat. Hilangnya tradisionalitas pada bangsa Indonesia merupakan sebuah permasalahan yang harus segera diatasi.

Batik Lasem merupakan salah satu kebudayaan yang diwarisi turun temurun dari pencampuran masyarakat Cina dan Jawa. Batik Lasem sampai saat ini sudah mulai kian memudar dari peredaran masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan busana tradisional batik khusus nya pada Batik Lasem harus tetap dijalankan. Dengan menekan pada penggunaan busana tradisional batik, maka akan ikut mendorong Negara Indonesia untuk membangkitkan rasa nasionalisme generasi muda khusus nya kaum dewasa

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana pada metode penelitian ini lebih menekankan pada subjek penelitian. Pada penelitian yang telah dijalankan, maka dapat diambil kesimpulan, bahwa masyarakat jaman sekarang lebih menyukai busana yang lebih ke arah modernitas. Maka dari itu menanamkan rasa nasionalisme melalui busana batik dengan pendekatan melalui gaya hidup target sasaran diharapkan dapat menjadi solusi yang tepat.

Kata Kunci :

Nasionalisme, Batik Lasem, Dewasa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
PERNYATAAN ORISINALITAS iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL x

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.1.1 Sejarah Kota Lasem 2
1.1.2 Perkembangan Batik Lasem 3
1.1.3 Kondisi Batik Lasem Sekarang 4
1.2 Identifikasi Masalah 4
1.3 Fokus Permasalahan 5
1.4 Pembatasan Masalah 5
1.5 Perumusan Masalah 5
1.6 Tujuan Penelitian 5
1.7 Manfaat Penelitian 6
1.8 Metode Penelitian 6
1.8.1 Metode Pengumpulan Data 6
1.8.1.1 Data Primer 7
1.8.1.2 Data Sekunder 7
1.8.2 Metode Analisis Data 7
1.8.3 Metode Konsep Desain 7
1.8.4 Metode Pemecahan Masalah 8
1.9 Sistematika Penulisan 8

BAB II TINJAUAN UMUM **9**
2.1 Kerangka Berpikir 9
2.2 Landasan Teori 9
2.2.1 Teori Komunikasi 9
2.2.1.1 Komunikasi 9
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi 10
2.2.1.3 Komunikatif Efektif 10
2.2.1.4 Faktor Eksternal 11
2.2.2 Teori Promosi 11
2.2.3 Kajian Elemen Visual 11
2.2.3.1 Teori Desain Buku 11
2.2.3.2 Teori Penjilidan Buku 12
2.3 Teori Elemen yang Digunakan 13
2.3.1 Teori Layout 13
2.3.2 Jenis Layout 13
2.3.3 Teori Grid 13
2.3.4 Teori Tipografi 14
2.3.5 Teori Warna 14
2.3.6 Teori Ilustrasi 14
2.3.7 Teori Fotografi 14
2.3.8 Teori Psikologi Dewasa Awal 15
2.4 Kajian Pustaka 15
2.4.1 Teori Globalisasi 15
2.4.1.1 Globalisasi Tradisional 15
2.4.1.2 Globalisasi Budaya 16
2.4.2 Teori Nasionalisme 16
2.4.2.1 Nasionalisme & Globalisasi 17
2.4.2.2 Pengaruh Globalisasi Terhadap Nilai Nasionalisme 17
2.5 Sejarah Buku di Indonesia 18
2.5.1 Tinjauan Kondisi Buku Bacaan di Indonesia 18
2.5.2 Potensi Buku Bacaan di Indonesia 18
2.6 Budaya Visual 18
2.7 Revitalisasi 20
2.7.1 Surutnya Minat Masyarakat Terhadap Seni Tradisional 20
2.7.2 Perlunya Pelestarian Terhadap Seni Tradisional 20
2.7.3 Pelestarian Budaya Seni Tradisional Sebagai Penguatan Identitas Bangsa 20
2.7.4 Revitalisasi Budaya Seni Tradisional 21
2.8 Peranan Warna dan Motif pada Batik Lasem 21
2.9 Studi Komparasi 21

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI **23**
3.1 Analisis 23
3.1.1 Analisis Studi Pustaka 23
3.1.1.1 Sejarah Batik Lasem 23
3.1.1.2 Karakteristik Batik Lasem 24
3.1.1.3 Ragam Hias Batik Lasem 26
3.1.2 Analisa Wawancara dengan Pengusaha Jateng 27
3.1.2.1 Ibu Katrin Pemilik Batik Bee's Art 27
3.1.2.2 Bapak Sigit Witjaksono Pemilik Sekar Kencana Batik 27
3.1.2.3 Ibu Marry Poernomo Pemilik Batik Cap "Kuda" 28
3.1.2.4 Pop (Anggota Komunitas Rembang Heritage) 29
3.1.2.5 Eti (Seksi Industri Tekstil dan Produk Tekstik) 29
3.1.2.6 Analisa 29
3.1.3 Analisis Batik Sebagai Kreatifitas Seni 30
3.1.3.1 Perkembangan dan Potensi Pengenalan Batik Lasem 30
3.1.3.2 Hasil Analisa Survey 30
3.1.4 Analisa SWOT Batik Lasem 33
3.1.5 Hasil Analisa SWOT Batik Lasem 34
3.1.6 Analisa AISAS 35
3.1.7 Strategi Pemasaran 36
3.2 Sasaran Khalayak 36
3.3 Target Market 37
3.4 Strategi Komunikasi 38
3.4.1 Penentuan USP dan Positioning 39
3.4.1.1 Unique Selling Point (USP) 39
3.4.1.2 Positioning 40
3.4.2 Strategi Media 40
3.4.3 Strategi Perancangan Buku 40
3.4.4 Strategi Perancangan Komunikasi Visual 41
3.4.5 Tujuan Komunikasi 42

BAB IV STRATEGI KREATIF **44**

4.1 Strategi Kreatif 44
4.1.1 Konsep Rancangan Buku 44
4.1.2 Tema Perancangan 44
4.1.3 Konsep Visual 45
4.1.3.1 Pewarnaan 45
4.1.3.2 Tipografi 45
4.1.3.3 Layout 46
4.1.3.4 Teknik Ilustrasi 46
4.1.3.5 Bentuk 47
4.1.4 Konsep Verbal 47
4.1.4.1 Pengangkatan Masalah Batik Lasem 47
4.1.4.2 Identifikasi Buku Batik Lasem 47
4.1.4.3 Isi Buku Batik Lasem 48
4.2 Visualisasi Desain 48
4.2.1 Ilustrasi 48
4.2.2 Judul 49
4.2.3 Cover 49
4.2.4 Pembatasan Bab 50
4.2.5 Daftar Isi 50
4.3 Halaman Spread 51
4.4 Media Pendukung 52
4.4.1 X-Banner 52
4.4.2 Poster 53
4.4.3 Pembatas Buku 53
4.4.4 Paper Bag 54
4.4.5 Web Banner 54
4.4.6 Cover E-Book 54
4.4.7 Cover CD E-Book 54
4.4.8 Merchandise 55
4.4.9 Tampilan Web 55
4.4.10 Notes 56
4.4.11 Booth 56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **56**
5.1 Kesimpulan 56
5.2 Saran 56

DAFTAR PUSTAKA 57
GAMBAR
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bangunan Rumah Arsitektur Khas Cina Kuno 1
Gambar 1.2 Motif Batik Klasik Tiga Negri Lasem 4
Gambar 1.3 Motif Batik Kontemporer Satu Warna Lasem 4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pemecahan Masalah 9
Gambar 2.2 Unsur Dalam Proses Komunikasi 9
Gambar 2.3 Teknik Sewn Binding 12
Gambar 2.4 Grid 14
Gambar 2.5 Kerangka Fenomena Budaya Visual 18
Gambar 3.1 Pengetelan 24
Gambar 3.2 Mola 24
Gambar 3.3 Nerusi 25
Gambar 3.4 Nembok 25
Gambar 3.5 Ngelir 25
Gambar 3.6 Nglorot 25
Gambar 3.7 Motif Burung Hong 26
Gambar 3.8 Motif Ikan 26
Gambar 3.9 Motif Bunga Seruni 26
Gambar 3.10 Motif Kupu – Kupu 27
Gambar 3.11 Motif Naga 27
Gambar 3.12 Jenis Kelamin Responden 31
Gambar 3.13 Pengenalan Ragam Batik Indonesia 31
Gambar 3.14 Ketertarikan Terhadap Batik 31
Gambar 3.15 Pengetahuan Target Sasaran Terhadap Batik 32
Gambar 3.16 Media Informasi Mengenai Batik Lasem 32
Gambar 3.17 Persepsi Kualitas Batik Lasem 33
Gambar 3.18 Step SWOT Mengenai Teori Kurtz 33
Gambar 3.19 Analisa SWOT Difertifikasi Strategi 35
Gambar 3.20 Kerangka Pemikiran Strategi Komunikasi 38
Gambar 3.21 Penggunaan Kain Batik di Masa Lampau 39
Gambar 3.22 Penggunaan Busana Batik di Generasi Saat Ini 39
Gambar 4.1 Warna yang Digunakan 45
Gambar 4.2 Huruf Nyala 46
Gambar 4.3 Huruf Trebuchet MS 46
Gambar 4.4 Bentuk Grid yang Digunakan 46
Gambar 4.5 Bentuk Dasar Motif Batik 47
Gambar 4.6 Contoh Bentuk Elemen Visual Pada Buku Berupa Foto 49
Gambar 4.7 Studi Visual pada Buku 49
Gambar 4.8 Judul Buku 49
Gambar 4.9 Cover Buku 50
Gambar 4.10 Jaket Buku 50
Gambar 4.11 Pembatas Bab Buku 50
Gambar 4.12 Daftar Isi Buku 51
Gambar 4.13 Halaman Spread 52
Gambar 4.14 X-Banner 52
Gambar 4.15 Poster 52
Gambar 4.16 Pembatas Buku Tanpa Sarung 53
Gambar 4.17 Pembatas Buku Dengan Sarung 53
Gambar 4.18 Paper Bag 53

Gambar 4.19 Web Banner 54
Gambar 4.20 Cover E-Book 54
Gambar 4.21 Cover CD 54
Gambar 4.22 Merchandise 55
Gambar 4.23 Tampilan Website 55
Gambar 4.24 Notes 56
Gambar 4.25 Booth 56

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Penurunan Pengusaha Batik Lasem	2
Tabel	1.2	Metode Pemecahan Masalah	8
Tabel	2.1	Studi Komparasi Tentang Batik Lasem	22
Tabel	3.1	Pengetahuan Mengenai Batik Lasem	31
Tabel	3.2	Perlu Media Pengenalan dan Informasi Mengenai Batik Lasem	33
Tabel	3.3	Analisa SWOT Tradisional Batik Lasem	34
Tabel	3.4	Hasil Analisa SWOT	34
Tabel	3.5	Analisa Strategi Perancangan Visual	42