

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan warisan budaya non-bendawi yang merupakan salah satu warisan leluhur asli dari kebudayaan Indonesia. Batik di Indonesia sangat beragam, setiap daerah Indonesia memiliki ciri khas motif batik dengan berbagai latar belakang serta simbol dan filosofi tersendiri. Menurut Agustin (2014) dalam artikel (Wahyuningtyas, 2023) batik merupakan budaya yang telah menjadi ciri khas bangsa Indonesia dan telah dikenal sejak zaman dahulu, turun temurun hingga saat ini. Perkembangan batik saat ini semakin luas dan bervariasi termasuk dalam segi motif, warna hingga fungsi batik yang dapat diterapkan pada produk *fashion*. Semenjak UNESCO secara resmi mengakui batik sebagai warisan budaya non-bendawi tepat pada tanggal 2 Oktober 2009, pemerintah memberikan himbauan agar setiap daerah menggunakan batik motif khas daerah dalam rangka memperingati Hari Batik Nasional dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap upaya perlindungan dan pengembangan batik Indonesia (Joesoef, 2023). Motif batik pada awalnya hanya berbentuk binatang dan tanaman, semakin lama kesenian batik berkembang dari lukisan binatang dan tanaman menjadi motif abstrak yang menyerupai wayang, relief candi dan sebagainya (Prayitno, 2020).

Perkembangan motif batik dari masa awal terciptakan motif batik tidak luput dari seiringnya perubahan zaman. Salah satu daerah yang memiliki batik dengan ciri khas minim menggunakan motif makhluk hidup dalam setiap coraknya adalah batik Provinsi Banten, dikarenakan pengaruh Islam yang kuat menjadikan motif batik Banten lebih banyak menggunakan tempat, peninggalan, tata ruang kesultanan, suasana desa, gelar bangsawan ataupun sejarah Kesultanan Keraton Banten. Motif batik Banten menggunakan warna yang cerah namun berisifat lembut tetapi tidak mencolok, menggunakan pola pengulangan sama halnya seperti batik kebanyakan dengan isen-isen yang cenderung kasar (Raras, 2022).

Pada tahun 2003, Balai Penelitian dan Pengembangan Batik Banten (BP3B) memulai dan melakukan upaya dalam merevitalisasi warisan yang ada di Banten. BP3B berupaya melakukan adaptasi terhadap ragam hias terwengkal yang akan dijadikan serangkaian motif baru khas dari Banten. Revitalisasi ini bertujuan untuk menjaga nilai seni ragam hias tersebut dan memperkenalkannya kembali kepada masyarakat modern sebagai bagian dari warisan budaya yang perlu dijaga. Upaya yang dilakukan oleh BP3B kemudian menjadi fondasi bagi pengembangan motif oleh beberapa industri batik di Banten, termasuk PT Batik Banten Mukarnas yang mewariskan dan mengembangkan motif-motif khas Banten (Vera Maria, 2024).

Strategi pemasaran PT Batik Banten Mukarnas dibagi kelompok berdasarkan karakteristik, kebutuhan sampai minat dan lebih berfokus pada konsumen dari suatu organisasi, institusi atau komunitas tertentu. Didukung dalam wawancara oleh (Assriana Kennadiany S. , 2024) penggunaan batik Banten biasanya hanya untuk seragam dengan kalangan pembeli mayoritas Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk seragam instansi. Menurut Assriana Kennadiany selaku owner dari PT Batik Banten Mukarnas dalam (Wirnata, 2024) produk batik Banten dapat lebih maju dan didorong oleh Pemerintah Daerah, karena PT Batik Banten Mukarnas sendiri telah mengeksport produk hingga ke Malaysia dan Jepang, hal tersebut berkat adanya dorongan atau *support* UMKM di Provinsi Banten dalam upaya memperkenalkan masyarakat luar kepada batik Banten dengan mengadakan pameran-pameran atau *event-event* dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah (Assriana Kennadiany S. , Upaya pemerintah Banten untuk memperkenalkan batik khas Banten, 2024). Dalam pemasaran PT Batik Banten Mukarnas memiliki strategi dalam upaya meningkatkan pemasaran untuk dapat terus menarik minat dan permintaan pasar akan produk Batik Banten di tengah pesatnya perkembangan zaman dan selera *fashion* masyarakat. Hal tersebut didukung oleh inovasi keberlanjutan dalam hal pengembangan motif batik Banten yang tidak hanya mempertahankan ciri khas namun juga disesuaikan dengan warna yang bervariasi dan *trend mode* (Vera Maria, 2024).

Perkembangan zaman dan teknologi semakin meningkat di era ini. Hal tersebut memudahkan informasi tersebar luas dengan cepat dan mudah diakses dari semua kalangan. Informasi berisi budaya-budaya populer yang disukai banyak orang,

salah satu contohnya adalah budaya Korea yang paling berkembang pesat dan mendapatkan perhatian dunia. Perindustrian musik serta drama Korea sangat berkembang terutama di Indonesia. Menurut GoodStats.id, dirangkum dalam laporan *Twitter* yang diliris pada Rabu 26 Januari dan didasarkan menurut *unique authors*, Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbesar di dunia pada 2021 (Alifah, 2022). Fenomena budaya K-pop di Indonesia dapat disebut dengan *Korean wave* yang dalam bahasa Korea disebut *Hallyu* dimulai tahun 1998. Penggemar *Korean wave* merupakan mayoritas remaja termasuk kalangan Gen Z.

Suatu busana sebaiknya dapat memenuhi kriteria estetika yang baik. Teori menurut Dharsono (2007) mencakup prinsip desain dan asas desain. Prinsip desain meliputi paduan harmoni (selaras), paduan kontras, paduan irama (*repetisi*), paduan gradasi (harmoni menuju kontras), dan paduan gradasi. Asas desain meliputi asas kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), keseimbangan formal (*formal balance*), keseimbangan informal (*informal balance*), kesederhanaan (*simplicity*), aksentuasi (*emphasis*), dan proporsi.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini terinspirasi untuk meningkatkan daya guna dengan melakukan sebuah inovasi baru dalam penerapan busana *ready to wear* yang terinspirasi dari Batik Banten yang akan diterapkan pada busana hanbok. Fokus batik yang menjadi sumber inspirasi adalah batik Banten dengan motif Srimanganti pada busana hanbok sebagai inovasi baru pengembangan dalam aspek desain sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi. Inovasi tersebut mengikuti *trendforecast 'Fusion – Borderless'* pada motif batik Banten sebagai acuan dalam pembuatan produk.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penggunaan batik Banten Srimanganti sebagai bahan dasar produksi busana masih minim.
2. Karakteristik batik Banten Srimanganti yang belum dimanfaatkan secara maksimal pada busana.
3. Alternatif pembuatan produk dengan inovasi desain pada batik Banten Srimanganti

4. Penilaian estetika pada busana *ready to wear* dengan penerapan batik Banten Srimanganti menggunakan hanbok diukur melalui aspek harmoni garis dan bentuk serta aspek paduan kontras dan aspek kesatuan, aspek keseimbangan, dan aspek proporsi.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Penilaian estetika yang didasari oleh teori Dharsono (2007).
2. Penggunaan batik Banten menggunakan motif Srimanganti.
3. Aspek yang dinilai berdasarkan unsur prinsip desain mencakup harmoni garis dan bentuk serta paduan kontras. Asas desain mencakup kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), dan proporsi.

### **1.4. Perumusan Masalah**

Bagaimana penelitian estetika penerapan batik Banten pada busana *ready to wear* dengan menggunakan hanbok?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Membuat produk busana *ready to wear* hanbok dengan menggunakan penerapan batik Banten Srimanganti.
2. Penilaian estetika penerapan batik Banten Srimanganti pada busana *ready to wear* menggunakan hanbok.

### **1.6. Kegunaan Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai batik Banten
2. Penelitian ini diharapkan mampu mengimplementasikan konsep busana hanbok menggunakan kain tradisional batik.
3. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi alternatif pengembangan desain hanbok dengan penerapan batik Banten Srimanganti.