



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepulauan Indonesia memiliki banyak keunikan pada setiap pulau termasuk dalam keunikan pada kain-kain tradisional.

Kain Ulos adalah kain tenun khas Batak yang berbentuk selendang yang melambangkan ikatan kasih sayang antara orang tua dan anak-anaknya atau antara seseorang dan orang lain seperti yang tercantum dalam filsafat Batak yang berbunyi “*Ijuk pengihot ni hodong*”, *Ulos penghit ni halong*”, yang berarti ijuk pengikat pelepah pada batangnya, Ulos pengikat kasih sayang diantara sesamanya. Ulos pada awalnya berfungsi untuk menghangatkan badan, tetapi kini Ulos memiliki fungsi simbolik untuk hal-hal lain dalam segala aspek kehidupan orang Batak.

Popularitas kain Ulos di Indonesia masih tergolong kurang diketahui oleh masyarakat Indonesia sendiri. Hal ini didukung dengan hasil kunjungan penulis ke museum tekstil yang berada di Jl. K.S. Tubun No.2-4, Jakarta Barat bahwa kain yang terdapat di museum tekstil tersebut lebih mendominasi kain Batik walaupun ada kain tenun hanya ada kain Songket dan kain tenun Ikat Sumbawa. Menurut hasil wawancara dengan Ibu Evi Julinda Nadeak seorang *guide* museum Taman Mini Indonesia Indah pada anjungan Sumatera Utara menganggap bahwa popularitas kain Ulos diantara kain Nusantara lebih tergolong masih sedikit orang yang mengetahui kain Ulos ini. Karena menurut hasil survey lapangan oleh Ibu Evi Julinda saat ia pergi ke Medan ia hanya melihat wisatawan asing saja yang membeli

kain Ulos ini sedangkan wisatawan lokalnya seperti tidak tertarik akan kain Ulos ini selain harganya yang mahal mereka pun beralasan bahwa tidak ada ketertarikan mereka untuk memiliki kain Ulos ini sebagai oleh-oleh. Jadi, bukan tidak mungkin jika suatu saat kain Ulos ini akan diklaim oleh negara lain sebagai kerajinan mereka. Adanya ketakutan dari masyarakat Batak bahwa kain Ulos ini akan terkikis termakan waktu dikarenakan bentuk kain Ulos ini yang masih menggunakan benang tenun asli yang masih bersifat kaku.

Oleh sebab itu berdasarkan permasalahan diatas penulis berusaha mengangkat masalah ini dalam usaha kampanye mengangkat popularitas kain Ulos Batak ini agar masyarakat Indonesia mampu mempertahankan budaya negaranya sebelum diklaim oleh negara lain.

1.2. Rumusan Masalah

Penulis menarik rumusan masalah dari latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya. Permasalahannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang kampanye sosial untuk meningkatkan popularitas kain Ulos Batak ?

1.3. Batasan Masalah

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini agar tidak terlalu menyimpang terlalu luas dari pokok pembahasan, penulis membatasi ruang lingkup masalah yaitu dengan target yang dituju adalah masyarakat menengah ke atas yang tinggal

di DKI Jakarta dan berusia antara 22-34 tahun berdasarkan hasil kuisioner yang penulis lakukan.

1.4. Tujuan Penelitian

Penulis dapat menyimpulkan tujuan dari penelitian penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan popularitas kain Ulos Batak ini dengan melalui perancangan kampanye sosial.

1.5. Manfaat Penelitian

Penulis dapat menyimpulkan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis adalah salah satu syarat kelulusan perkuliahan penulis
2. Bagi orang lain adalah dapat mengangkat popularitas Kain Ulos diantara kain Nusantara lainnya selain itu juga mampu mengajarkan masyarakat Indonesia untuk menghargai tiap-tiap kebudayaan masing-masing daerah, khususnya Ulos.

UMMN

1.6. Metode Perancangan

