BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki berbagai jenis kain tradisional yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia, dan kain-kain tersebut termasuk salah satu bagian dari kesenian maupun kerajinan tradisional Indonesia yang beragam. Namun tampaknya seiring dengan berkembangnya zaman saat ini masyarakat kurang menyadari adanya keberadaan kain-kain tradisional Indonesia yang begitu beraneka ragam tersebut. Kain tenun di Indonesia salah satunya, hampir di setiap daerah di Indonesia telah memiliki kain tenun dengan sejarah, jenis dan ciri khas yang masing-masingnya beragam. Banyak dari masyarakat Indonesia saat ini yang hanya mengetahui kain tradisional batik saja namun kurang mengenal apa itu kain tenun.

Kain tenun Troso Jepara merupakan salah satu dari berbagai jenis kain tradisional Indonesia yang kenyataannya masih kurang disadari keberadaannya. Kurangnya perhatian masyarakat Indonesia terhadap keberadaan kain tenun Troso Jepara ini dikarenakan usaha untuk memperkenalkan yang sudah dilakukan oleh perajin maupun pengusaha sentra tenun setempat masih kurang bisa menjangkau masyarakat luas. Tenun yang artinya tekstil atau tekstur tercipta dari penyatuan seutas atau beberapa tali benang menjadi sehelai kain yang dibuat masih dengan menggunakan alat tradisional yaitu alat tenun bukan mesin (ATBM) yang terbuat dari kayu.

Sebutan kain tenun Troso dari sejarah awalnya tercipta dari nama sebuah desa yang juga tempat kain itu diproduksi yang masih bertahan hingga sampai saat ini. Desa Troso yang terletak di kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara. Kabupaten Jepara dikenal sebagai daerah yang memiliki beragam sentra industri kecil, menegah maupun besar, seperti sentra kerajinan ukiran kayu dan tenun. Sentra tenun Troso merupakan satu dari sentra industri unggulan di Kabupaten Jepara yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Kerajinan tenun Troso ini telah hadir sejak tahun 1935 dan diwariskan secara turun-temurun oleh nenek moyang, kerajinan tenun ini telah menjadi tradisi, karenanya memang mayoritas sebagian besar warga di desa Troso mata pencahariannya adalah sebagai perajin kain tenun (penenun). Namun ada dua kategori penenun, yaitu penenun yang memiliki usaha sendiri, dan penenun yang menggarap usaha tenun milik orang lain. Meski kebanyakan penenun atau perajin tenun di desa Troso itu hanya menggarap milik orang lain, tapi pekerjaan itu mampu untuk menunjang hidup sehari-hari.

Di tengah sulitnya memasarkan dan memperkenalkan produksi kain tenun tradisional Indonesia, khususnya untuk kain tenun Troso Jepara namun keinginan para perajin dan pengusaha kain tenun di desa Troso ini tetap berupaya keras untuk melestarikan aset budaya bangsa itu. Saat ini hasil-hasil tenun telah menjadi bagian dari keindahan budaya tradisional serta keunggulan bagi bangsa Indonesia. Keindahan itu muncul dan terlihat pada corak atau motif-motif yang sarat akan nilai seni tradisional yang tinggi.

Namun seiring dengan berkembangnya zaman keberadaan kain tenun ini di belum banyak diketahui oleh khalayak masyarakat luas, melainkan hanya masyarakat tertentu seperti disekitar daerah Troso saja atau sebagian kecil masyarakat dari kota-kota diluar

Troso yang mengetahui keberadaannya. Hasil produk kerajinan tradisional tenun Troso ini memiliki peluang dan potensi yang cukup besar serta menjanjikan untuk dikembangkan menjadi industri unggulan di kabupaten Jepara. Untuk itu sejauh ini upaya untuk memperkenalkan kain tenun Troso Jepara oleh pemerintah setempat sejauh ini sebenarnya sudah mulai dilakukan sedikit demi sedikit salah satunya dengan mengikuti beberapa pameran ke kota-kota besar seperti Jakarta, Makasar dan Pekanbaru, ataupun dengan cara mengharuskan para pegawai negeri sipil di daerah setempat pada setiap hari Jumat untuk mengenakan pakaian seragam dari bahan kain tenun, namun ternyata pada kenyataannya cara-cara yang sudah dilakukan tersebut masih terlihat belum maksimal.

Rupanya upaya-upaya tersebut tidak akan mempunyai dampak yang maksimal jika masalah utama yaitu branding atau memberikan sebuah identitas merek yang kuat dalam suatu produk ini belum pernah sama sekali dilakukan pada kain tenun Troso Jepara ini. Branding atau memberikan identitas merek yang kuat terhadap kain tenun Troso Jepara ini mutlak diperlukan sebagai salah satu jalan untuk menjembatani proses antara pengenalan sebuah produk kepada masyarakat yang sebelum pada akhirnya nanti akan masuk ke proses promosi, memperkuat terlebih dahulu identitas merek pada kain tenun Troso dibuat untuk memperjelas keberadaan dan mengangkat keunggulan juga ciri khas yang dimiliki oleh kain tenun Troso Jepara ini, sebelum pada akhirnya nanti di promosikan kepada masyarakat luas identitas yang dimiliki ini sudah dapat lebih dulu dikenal dan semakin jelas keberadaanya, Begitu pula salah satu upaya perancangan identitas merek ini untuk menghindari adanya pengklaiman dari pihak-pihak lain yang tidak bertanggung jawab demi kepentingan ekonomi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dihadapi oleh kain tenun Troso Jepara dapat diidentifikasikan sebagai berikut :

- Sampai sejauh ini kain tenun Troso Jepara belum memiliki identitas merek sama sekali. Ini dikarenakan masing-masing perajin dan pengusaha tenun di Troso masih kurang adanya kerjasama.

- Sejauh ini pemasaran yang dilakukan oleh para perajin maupun pemilik usaha kain tenun masih terbatas yaitu ke kota Bali. Sehingga seringkali terjadi pengklaiman produk dari kain tenun Troso Jepara yang dilakukan secara sepihak oleh konsumen dari kota lain demi kepentingan ekonomi.

- Produk yang sudah memiliki daya jual yang cukup tinggi seperti kain tenun Troso Jepara ini terkadang membutuhkan pengemasan yang baik dan sesuai agar dapat menarik konsumen. Oleh karena itu produk kain tenun ini baiknya dikemas dengan perancangan desain yang menarik dan konsisten untuk memperkuat identitas Kain Tenun Troso Jepara agar lebih dikenal masyarakat dengan mudah dan lebih dihargai oleh konsumen.

- Para perajin maupun pengusaha kain tenun Troso Jepara belum pernah melakukan sebuah strategi pengenalan kepada masyarakat luas sebagai konsumen yang terpadu sehingga sering dengan mudah dilupakan oleh konsumen.

1.3 Fokus Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dapat disimpulkan masalah utamanya adalah kain tenun Troso Jepara sampai saat ini belum memiliki identitas merek yang jelas. Sehingga menimbulkan kurangnya perhatian masyarakat terhadap produk tenun ini dan juga dikhawatirkan hal ini dapat menimbulkan masalah lain seperti rentannya pengklaiman produk kain tenun ini dan disalahgunakan oleh pihak lain demi kepentingan ekonomi sepihak, perancangan inedentitas merek ini juga dibuat untuk memberikan tanda pengenal yang jelas kepada masyarakat sebagai salah satu jalan untuk memperkenalkan dan memudahkan para perajin maupun pengusaha tenun ketika pada akhirnya nanti mereka akan melakukan sebuah promosi.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangannya antara lain:

- Memperkuat identitas keberadaan kain tenun Troso Jepara yang sudah ada dan memperkenalkan, membangun citra baru yang lebih tertata secara konseptual yang kreatif dan menarik terhadap konsumen atau target sasaran dengan melalui tahap *Introduction* (Pengenalan)*, Positioning* (memposisikan)*, Loyalty* (loyalitas kesetiaan pelanggan terhadap merek) agar mudah dikenal dan diingat
- Memberikan tanda pengenal atau merek sebagai pembeda dari suatu produk kain tenun serupa diluar dari tenun Troso Jepara.
- Menciptakan ingatan yang kuat di benak masyarakat dalam kaitannya pencitraan, identitas maupun *brand* (merek).
- Mengaplikasikan keilmuan DKV tentang identitas, dengan memahami seutuhnya sebuah pencitraan yang seperti apa yang

dibutuhkan oleh kain tenun Troso Jepara ini pada masyarakat yang masih kurang disadari keberadaannya.

1.5 Definisi

1.5.1 Identitas

Identitas adalah *"Simbolisasi, suatu pembeda, ataupun tanda pengenal bagi sebuah produk, jasa, maupun perusahan" Ahmad Heryawan (2008).*

1.5.2 Merek

Merek adalah *"Suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau gabungan dari semua yang diharapkan sebagai sebuah identitas sehingga dapat dibedakan dengan produk lain yang sejenis"* (Santosa, 2002:20)

1.5.3 Citra

Citra adalah *"Kesan suatu lembaga atau produk yang dibentuk di benak khalayak yang ditampilkan melalui berbagai media komunikasi visual"* (Schiffman, 2004:72)

1.5.4 Kain

Menurut salah satu pakar dalam bidang tenun yaitu Hammidun Nafi`s Kain itu adalah sehelai bahan yang sebelumnya dibuat melalui penyatuan dari beberapa utas tali benang

1.5.5 Tenun

Tenun itu adalah hasil dari menenun sebuah kain. Menenun artinya adalah proses persilangan dua set benang dengan cara memasuk-masukkan benang satu itu secara melintang pada benang-benang yang lain. Sebelum menenun dilakukan penghanian, yakni pemasangan benang-benang itu secara sejajar satu sama lainnya di alat tenun sesuai lebar kain yang diingini.