

## PEMANFAATAN RAGAM MOTIF BATIK UNTUK ORNAMEN DEKORATIF CASING SMARTPHONE

Afrizal Rahadian S<sup>1</sup>, Dr. Didit Widiatmoko S<sup>2</sup>, M.sn. ; Lia Yuldinawati St.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[afrizalrahadian@gmail.com](mailto:afrizalrahadian@gmail.com)

---

### Abstrak

**ABSTRAK PEMANFAATAN RAGAM MOTIF BATIK UNTUK ORNAMEN DEKORATIF CASING SMARTPHONE** Batik merupakan salah satu warisan budaya yang memiliki keberagaman corak yang khas, motif yang unik serta mempunyai filosofi dan nilai historikal yang kuat. Selain corak dan motif juga mempunyai filosofi dan nilai historikal yang tinggi. Batik saat ini mulai tergeser dengan adanya motif-motif baru dari luar negeri serta nilai-nilai filosofis batik mulai kurang diperhatikan sehingga butuh adanya upaya pelestarian batik melalui cara yang lebih modern namun juga tetap memperhatikan filosofi dari motif batik tersebut. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, studi pustaka, wawancara mendalam dan wawancara terstruktur didapat bahwa dibutuhkan cara penerapan motif batik yang lebih modern melalui casing smartphone yang sedang menjadi trend berbagai kalangan masyarakat perkotaan. Konsep perancangan kali ini adalah melestarikan motif batik dengan casing smartphone yang berarti etnik namun tetap modern. Perancangan menggunakan casing smartphone dari perusahaan BatikGeek yang menggunakan material alami namun tetap ramah lingkungan material tersebut yaitu adalah bambu. Motif tersebut akan diterapkan pada casing dan pada berbagai media pendukung sebagai penyampai nilai-nilai dari motif batik tersebut. Diharapkan dari perancangan ini dapat membantu perusahaan BatikGeek dalam merancang motif pada produk dan media penerapannya agar nilai motif batik dapat tersampaikan ke konsumen. Kata kunci : Motif Batik, Kebudayaan Indonesia, Casing smartphone

---

Telkom  
University

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki kebudayaan yang beraneka ragam. Dari Sabang hingga Merauke memiliki ciri khas masing-masing setiap daerah. Budaya tersebut sangat potensial untuk dikembangkan baik untuk pariwisata maupun untuk daerah itu sendiri. Batik merupakan salah satu warisan budaya yang memiliki keberagaman corak yang khas serta motif yang unik. Selain corak dan motif juga mempunyai filosofi dan nilai historikal yang terkandung dalam setiap motifnya sehingga perlu dilestarikan dan dipromosikan agar semakin dikenal oleh kalangan internasional serta dapat menjadi *trend* di kehidupan sehari-hari.

Pada 2 oktober 2009 batik resmi menjadi warisan budaya Indonesia yang telah di resmikan oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non –Bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) (Batik: Warisan Adiluhung Nusantara, 2011: 1). Pada awalnya batik hanya digunakan oleh raja-raja keraton saja yang menempatkan batik sebagai benda sakral. Pada motif batik khususnya motif keraton memiliki arti serta filosofi yang terkandung pada setiap motifnya, sehingga digunakan pada saat prosesi tertentu. Misalnya motif Lereng Udhan Liris yang memiliki arti hujan gerimis yang membawa kesejukan dan kesuburan, motif ini diyakini bahwa orang yang memakainya akan merasa nyaman dan sejuk.

Seiring perkembangannya, batik mulai digunakan oleh masyarakat luas tidak hanya raja dan birokrat keraton saja. Motif dan coraknya juga semakin beragam dan terkena berbagai pengaruh budaya lain. Motif batik pun telah dimodifikasi oleh beberapa produsen dengan menggabungkan beberapa motifnya atau dengan menggunakan sistem perhitungan fraktal sehingga mendapatkan motif yang lebih beragam, motif ini yang dikenal sebagai motif batik modern. Namun batik tersebut kurang memelihara nilai dari suatu motif batik sehingga filosofi dan artinya tidak diperhatikan sehingga nilai sakral dari motif tersebut

telah hilang. Hal ini juga membuat batik tidak memiliki aturan khusus dalam motifnya sehingga mudah untuk dikembangkan.

Saat ini tidak hanya digunakan pada busana saja, batik juga mulai merambah ke produk tas, sepatu, hingga hiasan dinding. Namun produk-produk tersebut masih sulit untuk menembus pasar internasional. Seperti halnya motif tribal suku Maya Astec yang sedang menjadi *trend* di internasional dan juga di Indonesia. Mulai dari produk pakaian, tas, sepatu hingga aksesoris komputer juga menggunakan motif Tribal Astec sehingga motif tersebut dapat dikenal dan tentunya berdampak kepada pariwisata negara Meksiko yang dulunya menjadi peradapan suku Maya dan Aztec. Tentu saja hal tersebut berdampak juga dengan motif batik yang semakin terkikis dengan motif tribal sehingga perlunya menggali potensi batik untuk pengembangannya.

Selain *trend* motif tribal, saat ini juga sedang *trend mobile computing*. Tidak hanya kalangan bisnis saja yang memakai *smartphone* untuk menunjang kebutuhan bisnis, namun menjadi perangkat yang semakin banyak digunakan oleh akademisi hingga remaja sebagai perangkat *lifestyle* yang diyakini dapat mengangkat kelas sosial dan merasa bangga jika menggunakannya. Sehingga jika batik digabungkan dengan *smartphone* maka akan dapat menjadikan batik sebagai *trend* aksesoris *smartphone*.

BatikGeek salah satu produsen *casing* di Indonesia bertema Indonesia dari berbagai seniman Indonesia. Pada setiap motif dan ilustrasinya disesuaikan dengan target market anak muda, baik pria maupun wanita yang berumur dua puluh hingga tiga puluh lima tahun serta menargetkan ke kalangan menengah keatas sehingga memiliki gaya visual modern yang sesuai dengan tren saat ini hal ini dimaksudkan agar batik tidak hanya digunakan untuk kepentingan resmi saja namun agar batik juga dapat menjadi *lifestyle* yang bangga jika memakainya.

Untuk saat ini BatikGeek mempunyai produk *casing* untuk *smartphone* seperti iPhone 4s, iPhone 5, Samsung galaxy S2, Galaxy S3, dan Galaxy Note 2. Data dari Internasional Data Corporation (IDC) bahwa Samsung dan Apple telah mengapalkan total 111.500.000 unit *smartphone* pada kuartal ke empat tahun 2012 sehingga mendapatkan 50,8% dari keseluruhan pasar *smartphone*. Hal ini sangat potensial jika mengambil kedua vendor tersebut

Bambu sebagai material alami yang memiliki yang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat, dalam satu tahun dapat mencapai ketinggian penuh, sehingga jika ditebang untuk kebutuhan industri cukup aman bagi lingkungan (Bamboo in Japan, 2001:27). Material inilah yang telah dipakai oleh BatikGeek sebagai material produk *casing*-nya

Saat ini BatikGeek memiliki keterbatasan pada sumber daya pada sisi desain maupun produksi. Katalog desainnya baru memiliki lima desain untuk *casing* sehingga dirasa sangat kurang untuk pengembangan produknya.

Selain motif batik itu sendiri media informasi juga harus diperhatikan, agar Nilai budaya batik dapat tersampaikan melalui media tersebut. Sehingga dapat membantu melestarikan kebudayaan Indonesia.

Oleh sebab itu penulis mencoba mengangkat tema ini sebagai tugas akhir dengan judul: " Pemanfaatan Ragam Motif Batik untuk Ornamen Dekoratif *Casing Smartphone*".

## 1.2 Identifikasi Masalah

- a. Pergeseran penggunaan motif batik telah terjadi di masyarakat Indonesia mulai dari filosofinya hingga coraknya sendiri
- b. Produk batik yang semakin beragam namun masih sulit menembus pasar internasional.
- c. Tergesernya motif batik dengan motif yang sedang menjadi *trend* Baik di Indonesia maupun di kalangan Internasional
- d. Selain *trend* motif saat ini perangkat *smartphone* juga sudah menjadi *lifestyle* di masyarakat sehingga terdapat potensi jika batik dijadikan aksesorisnya.
- e. BatikGeek salah satu produsen *casing* bertema Indonesia memiliki keterbatasan sumber daya sehingga sulit untuk mengembangkan produknya
- f. Penggunaan material alami yang memerlukan spesifikasi khusus agar motif dapat tercetak dengan baik
- g. Media informasi juga perlu diperhatikan agar nilai-nilai dalam batik dapat tersampaikan ke konsumen

### 1.3 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, masalah yang akan diselesaikan adalah:

- Bagaimana merancang desain motif batik yang sesuai dengan target konsumen *smartphone* dan cara penerapan pada material bambu?
- Bagaimana penerapan media informasi agar nilai-nilai budaya batik dapat tersampaikan ke konsumen?

### 1.4 Ruang Lingkup

Dalam proyek tugas akhir ini ruang lingkup dibatasi dengan bidang desain komunikasi visual (DKV), sehingga akan berkisar pada hal-hal yang dapat ditangani dan diolah melalui pendekatan DKV. Perancangan ini ditujukan untuk BatikGeek sebagai perusahaan pemberi proyek. Batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir ini sebagai berikut

- a. Perancangan motif batik yang disesuaikan dengan target konsumen BatikGeek. Kedepannya motif akan dikeluarkan secara berseri, yaitu seri pakem, pesisiran, kalimantan. Namun pada perancangan ini kan terfokus motif pakem terlebih dahulu. Motif pakem akan diwakili dengan tiga motif yang masing-masing merupakan motif populer.
- b. Perancangan media penerapan yang disesuaikan dengan karakteristik BatikGeek yang meliputi:
  - Perancangan media penerapan online *Website e-commerce*, *mobile application* dan media pameran flier, kartu nama yang akan digunakan pada pameran tahunan seperti Trademark Market dan Neverland Market.
- c. Perancangan ini akan ditujukan oleh target konsume dari BatikGeek yang berada pada kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Bogor yang merupakan kalangan menengah keatas berusia 20 hingga 35 tahun.

## 1.5 Tujuan Perancangan

1. Merancang desain motif batik yang sesuai dengan target konsumen dan menerapkan pada media bermaterial bambu
2. Merancang media penerapan agar unsur batiknya dapat tersampaikan

## 1.6 Cara Pengumpulan Data

Metode yang akan di gunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menggunakan observasi, perekaman, Studi Pustaka, wawancara mendalam, dan wawancara terstruktur (Rohidi, 2011:179).

### 1. Teknik Observasi

Metode ini merupakan salah satu metode yang penting digunakan untuk mengungkapkan gambaran mengenai tingkah laku, peristiwa, benda dan karya yang dihasilkan (Rohidi, 2011:181).

Metode observasi pengamatan mengenai motif yang ada pada masyarakat serta pengamatan mengenai motif batik di daerah-daerah pusat batik seperti di Jogjakarta dan solo, metode ini digunakan untuk mendapatkan data akurat, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan

### 2. Wawancara Mendalam

Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara langsung baik karena tindakan atau peristiwa masa lampau (Rohidi, 2011: 208).

Wawancara akan dilakukan kepada ahli batik, kurator museum batik atau kepada desainer motif serta narasumber dari perusahaan BatikGeek sebagai perusahaan pemberi proyek.

### 3. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung kepada konsumen untuk mengetahui kecenderungan, perilaku pembelian, dan komposisi penentu pembelian.

Metode ini akan digunakan untuk mengetahui selera konsumen mengenai motif batik yang digunakan, penentu pembelian, perasaan konsumen jika memakai casing bermotif batik. Wawancara akan di

lakukan di pusat perbelanjaan elektronik yaitu Bandung Elektronik Center serta di lingkungan kampus agar mendapatkan informan yang tepat (Hammond, 1995: 43-44).

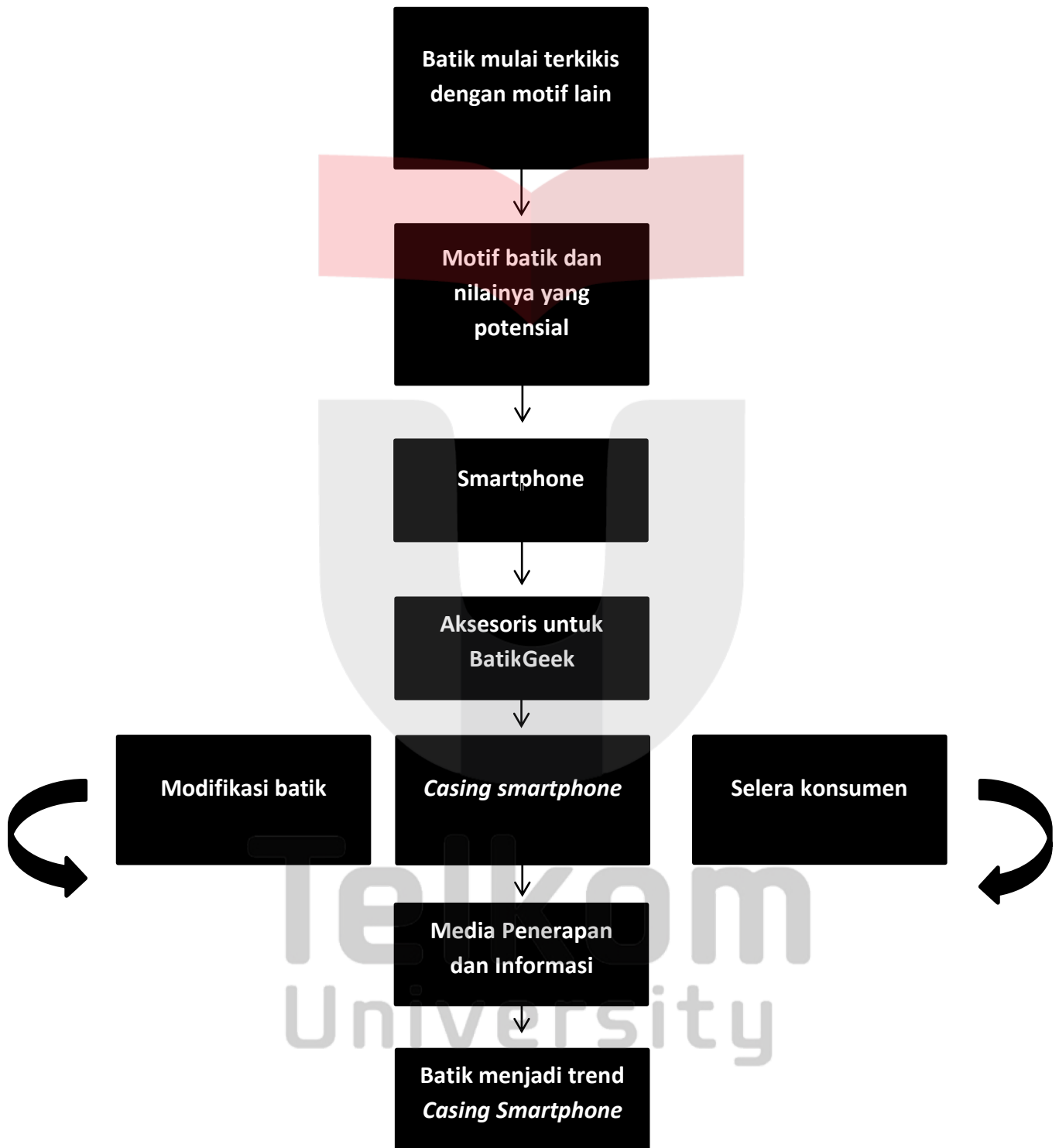
#### 4. Studi Pustaka

Metode ini digunakan untuk menguasai teori yang relevan dengan topik penelitian dan rencana model analisa yang akan dipakai. Cara ini memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena sosial yang tengah dicermati (hariwijaya, 2004: 62)

Cara ini digunakan untuk mendapatkan informasi tentang filosofi motif batik dan elemen-elemen motif batik serta bentuk motif.



### 1.7 Skema Perancangan



Gambar I.1 Skema Perancangan



## 1.8 Pembabakan

### **BAB I Pendahuluan**

Berisi tentang latar belakang dan permasalahan yang berkaitan dengan batik dan BatikGeek. Selain itu juga dituliskan metode penelitian serta tujuan diadakannya penelitian ini

### **BAB II Dasar Pemikiran**

Berisi tentang dasar pemikiran serta landasan teori sebagai alat bantu dan landasan dalam menyelesaikan permasalahan yang telah disampaikan pada bab i teori yang dicantumkan mengenai teori tentang motif batik, aturan dan bentuk dasar motif batik, filosofi dan sejarah motif batik

### **BAB III Data dan Analisis Masalah**

- Data  
Menjelaskan dan menjabarkan berbagai data dari hasil observasi beberapa pengembangan motif batik, tren motif saat ini
- Analisis  
Berisi tentang pengolahan dari data primer dan sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian sehingga menghasilkan konsep perancangan.

### **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan mengenai konsep pengembangan motif, arti dan filosofi serta konsep visual dari motif tersebut. Hasil perancangan dimulai dari pembuatan sketsa hingga penerapan pada media *casing* bambu

### **BAB V Penutup**

Menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisa dan hasil perancangan serta dampak bagi perkembangan motif dan tren penggunaan batik di masyarakat

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk membantu mengembangkan produk yang memiliki unsur budaya Indonesia terutama motif batik. Perancangan ini meliputi modifikasi motif batik dan media informasinya sebagai solusi bagi perusahaan BatikGeek dalam mengembangkan desain produk dan menginformasikan nilai budaya dari motif batik tersebut yang diharapkan dapat tersampaikan ke target konsumen yang merupakan masyarakat kalangan menengah keatas dan pengguna Internet yang berdomisili di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Dengan adanya perancangan ini akan membantu dalam menginformasikan nilai budaya yang terdapat pada motif batik.

#### 5.2 Saran

Dalam perancangan ini memilih motif pakem dari Solo dan Jogjakarta, sebaiknya peneliti yang tertarik membahas tema ini pada masa mendatang mencoba merancang dengan motif batik diluar motif pakem karena Indonesia memiliki berbagai motif yang perlu dilestarikan serta dimanfaatkan potensinya. Selain itu diharapkan rancangan motif dan media Informasi ini dapat digunakan oleh perusahaan BatikGeek.

Telkom  
University

## Daftar Pustaka

- Bess, Nancy Moore, (2001), *Bamboo in Japan*, Tokyo, Kodansha Internasional
- Hammond, Jean dan David Inwood, (1995), *Pengembangan Produk, Seri Manajemen*, Jakarta Pusat, Pustaka Binaman Pressindo
- Hanson, Ward, (2000), *Pemasaran Internet*, Jakarta, Salemba Empat
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, (2011), *Marketing an Introduction, 10-th Edition*, New Jersey, Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2007), *Manajemen Pemasara: jilid 1, Edisi 12*, Jakarta, PT. Indeks
- Musman, Asti dan Ambar B. Arini, (2011), *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*, Yogyakarta, Penerbit ANDI
- Palgunadi, Bram, (2008), *Disain Produk 3: Mengenal Aspek*, Bandung, Penerbit ITB
- Suyanto, Asep Herman, (2009), *Step by Step Web Design: Theory and Practices*, Yogyakarta, Penerbit ANDI
- Rohidi, Tjetjep Rohendi, (2011), *Metodologi Penelitian Seni*, Semarang, Cipta Prima Nusantara
- Sunaryo, Aryo, (2011), *Ornamen Indonesia: Kajian Khusus tentang Ornamen Indonesia*, Semarang, Dahara Prize

Wulandari, Ari, (2011), *Batik Nusantara: Makna Filosofi, Cara Pembuatan & Industri Batik*, Yogyakarta, Penerbit ANDI

**Sumber lain:**

[www.facebook.com/batikgeek](http://www.facebook.com/batikgeek)

[www.idc.com](http://www.idc.com)

[www.lapakoya.com](http://www.lapakoya.com)

[www.twitter.com/batikgeek](http://www.twitter.com/batikgeek)

[www.wellcommshop.com](http://www.wellcommshop.com)

[www.zazzle.com](http://www.zazzle.com)



Telkom  
University