

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suku Batak merupakan suku asli yang berasal dari Sumatera Utara. Suku Batak merupakan suku bangsa terbesar nomor tiga yang ada di Indonesia dengan jumlah 3.87% dari jumlah penduduk di Indonesia, menurut Sensus BPS pada tahun 2010. Dahulu, Ulos ditenun dengan penuh ketelitian dan digunakan sebagai kain penghangat, berfungsi melindungi tubuh dari suhu dingin yang khas di wilayah Sumatera Utara, khususnya sekitar Danau Toba. Seiring berjalannya waktu, fungsi Ulos mengalami pergeseran. Kini, kain tradisional ini lebih sering dipakai sebagai bagian dari perlengkapan upacara adat, melambangkan nilai-nilai budaya serta status sosial dalam masyarakat Batak. Perubahan ini tidak menghilangkan esensi Ulos, tetapi justru memperkuat posisinya sebagai simbol identitas dan warisan budaya yang terus dilestarikan.

Penggunaan Ulos dalam upacara adat bisa diaplikasikan menjadi baju, sarung, selendang, penutup kepala atau diberikan dalam bentuk kain dari seorang anggota keluarga kepada anggota keluarga lainnya. Sebagian masyarakat Batak masih mempercayai bahwa Ulos memiliki kualitas religious dan sakral sehingga membuat Ulos menjadi sebuah benda yang diberkati. Hal ini membuat penenun Ulos bekerja dengan lebih cermat dan sangat hati – hati dalam proses pembuatannya dikarenakan kesalahan motif, ukuran maupun warna bisa merubah makna dan fungsi Ulos yang diciptakan. Proses produksi Ulos yang biasanya memakan waktu empat

sampai tujuh hari bisa dipercepat menjadi satu sampai dua hari menggunakan alat tenun bukan mesin atau bahkan kurang dari satu hari dengan menggunakan mesin tenun.

Proses yang lebih cepat dan mudah membuat kapasitas produksi Ulos mesin dan alat tenun bukan mesin lebih banyak dan membuat harganya lebih murah dibandingkan dengan Ulos yang dibuat dengan alat tenun tradisional. Hal ini berdampak pada kualitas dan kehalusan tenun yang dihasilkan. Berdasarkan hasil wawancara yang lebih mendalam bersama seorang ahli dan pengrajin ulos tradisional yang berada di Kampung Ulos Huta Raja, Lumban Suhi-Suhi Touruan, Pangururan, Samosir yaitu ibu Ani Sijabat, beliau adalah ahli dalam membuat Ulos Batak tradisional. Ibu Ani bukan hanya membuat Ulos Toba, tetapi juga membuat Ulos Karo, Ulos Simalungun, Ulos Pakpak, Ulos Mandailing dan Ulos Angkola. Beliau memiliki rumah produksi berbagai jenis Ulos.

Menurut Ibu Ani, dahulu menenun adalah pekerjaan yang cukup menghasilkan. Banyak orang berminat untuk belajar membuat Ulos tradisional, tetapi saat ini, hampir tidak ada yang tertarik untuk belajar tenun. Banyaknya pengrajin Ulos Tradisional beralih profesi serta rendahnya minat generasi muda untuk belajar dan menjadi pengrajin Ulos tradisional karena tekniknya yang rumit. Fenomena ini membuat produksi Ulos-Ulos tradisional semakin berkurang sehingga bisa menyebabkan punahnya Ulos yang tradisional. Kepunahan Ulos tradisional tentu disayangkan karena Ulos tradisional merupakan salah satu bentuk warisan budaya yang sudah digunakan selama berabad-abad di kehidupan masyarakat suku Batak.

Ulos tradisional bisa disimpan selama bertahun-tahun dan tetap terlihat bagus. Tidak heran banyak orang tua yang mewariskan Ulos-Ulos tradisional kepada anak cucunya dan masih bisa digunakan di keturunan berikutnya. Leluhur pada suku Batak membentuk setiap jenis Ulos dari berbagai motif yang unik. Ulos Batak Toba adalah warisan budaya yang sangat berharga. Namun, dengan perkembangan zaman, pengetahuan tentang Ulos, terutama dikalangan generasi muda semakin berkurang.

Jika Ulos tradisional punah, maka Ulos akan kehilangan nilai - nilai leluhur yang selama ini telah diajak oleh masyarakat pada suku Batak. Sebuah media yang bisa memberikan informasi yang lengkap mengenai Ulos sangat dibutuhkan sebagai bentuk upaya melestarikan Ulos. Media kampanye sosial agar mengenalkan Ulos Batak Toba sebagai pakaian tradisional yang dapat digunakan untuk melestarikan dan mempromosikan warisan budaya. Kampanye sosial adalah kegiatan berkampanye yang dilakukan oleh seseorang dengan serangkaian tindakan untuk mengkomunikasikan pesan yang biasanya berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan (Andreasen, 2017). Kampanye sosial memainkan peran penting dalam mendorong perubahan positif dalam masyarakat.

Kampanye sosial dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya Ulos Batak Toba sebagai bagian dari warisan budaya yang harus dilestarikan. Dengan meningkatkan kesadaran, masyarakat menjadi lebih peka dan peduli terhadap nilai-nilai budaya yang terkandung dalam Ulos. Melalui pendekatan yang tepat, kampanye ini dapat membantu menyelesaikan berbagai masalah sosial dan meningkatkan

kualitas hidup Masyarakat. Media kampanye sosial ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan apresiasi generasi muda terhadap Ulos Batak Toba sebagai simbol budaya yang sakral dan berharga, melalui strategi komunikasi yang efektif dan kreatif, kampanye sosial ini diharapkan dapat menarik minat generasi muda serta masyarakat umum untuk menggunakan Ulos Batak. Maka dari itu perancang akan mengangkat judul **“PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGENALAN ULOS BATAK TOBA SEBAGAI PAKAIAN TRADISIONAL”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas ditemukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi dan edukasi bagi masyarakat tentang sejarah, motif, makna, fungsi dan cara pemakaian Ulos Batak
2. Kurangnya edukasi bagi masyarakat terutama generasi muda tentang penggunaan Ulos dalam kehidupan sehari-hari yang mengakibatkan mengancam kelestarian warisan budaya batak.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka masalah-masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian Perancangan Kampanye Sosial Pengenalan Ulos Batak Toba Sebagai Pakaian Tradisional adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya media informasi untuk menyampaikan informasi secara ringkas dan menarik tentang sejarah, motif, makna, fungsi dan cara pemakaian Ulos Batak

2. Kurangnya media edukasi bagi masyarakat terutama generasi muda tentang penggunaan Ulos dalam kehidupan sehari-hari yang mengakibatkan mengancam kelestarian warisan budaya batak.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas maka perancang merumuskan masalah yaitu “Bagaimana merancang media kampanye sosial agar mengenalkan Ulos Batak Toba sebagai pakaian tradisional untuk menyampaikan informasi tentang sejarah, motif, makna, fungsi dan cara pemakaian Ulos Batak Toba?”

E. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka peneliti melakukan Perancangan Kampanye Sosial Pengenalan Ulos Batak Toba Sebagai Pakaian Tradisional dengan tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Umum
 - a. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang budaya Batak Toba, khususnya tentang Ulos di kalangan generasi muda dan Masyarakat umum.
 - b. Melestarikan warisan budaya dan tradisi Ulos Batak Toba dengan mendokumentasikan dan menyebarkan pengetahuan melalui media yang menarik dan mudah diakses.
 - c. Membantu pengembangan identitas budaya dan nilai-nilai sosial di kalangan generasi muda Batak Toba.

2. Tujuan Khusus

- a. Menyediakan informasi yang mendalam tentang sejarah, motif, makna, fungsi dan cara pemakaian Ulos Batak
- b. Memberikan informasi tentang peran penting Ulos dalam berbagai upacara adat Batak Toba, seperti pernikahan, kematian dan acara-acara penting lainnya.
- c. Mendorong pemahaman terhadap nilai-nilai sosial dan budaya yang terkandung dalam tradisi Ulos Batak Toba.

F. Manfaat Perancangan

Berdasarkan tujuan perancangan yang telah diuraikan di atas maka manfaat Perancangan Kampanye Sosial Pengenalan Ulos Batak Toba Sebagai Pakaian Tradisional yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Remaja Batak Toba

- a. Membantu remaja memahami dan menghargai warisan budaya Batak Toba, sehingga dapat melestarikan dan meneruskan tradisi Ulos kepada generasi berikutnya
- b. Meningkatkan rasa bangga akan identitas sebagai bagian dari Batak Toba dengan mengenali dan memahami fungsi dan makna yang terkandung dalam Ulos.
- c. Mengajarkan kepada remaja tentang pentingnya Ulos dalam konteks sosial dan ekonomi Batak Toba, serta bagaimana nantinya dapat berkontribusi dalam pelestarian budaya Batak Toba.

2. Bagi Masyarakat

- a. Menyediakan informasi yang mendetail tentang Ulos Batak Toba, sehingga masyarakat umum dapat mempelajari dan memahami sejarah, motif, makna, fungsi dan cara pemakaian Ulos Batak
- b. Membantu masyarakat mengenali dan menguatkan identitas dari budaya Batak Toba
- c. Meningkatkan kesadaran sosial dan penghargaan keberagaman budaya di Indonesia, membantu masyarakat dalam memahami dan menghormati budaya lain.

3. Bagi Perancang/Penulis

- a. Membantu perancang memicu kreativitas dalam menggabungkan elemen visual, teks dan interaktif untuk menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan informatif.
- b. Meningkatkan keterampilan dalam desain grafis, pengembangan konten interaktif, dan penggunaan perangkat lunak yang relevan untuk menghasilkan media akhir yang berkualitas
- c. Membuat perancang lebih mendalam dalam pengetahuan tentang sejarah, motif, makna, fungsi dan cara pemakaian Ulos Batak karena menyusun informasi yang akurat dan mudah dipahami.

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- a. Media kampanye sosial dapat memudahkan penyebaran informasi mengenai Ulos Batak Toba kepada masyarakat luas, sehingga pengetahuan budaya dapat mudah diakses dan dipelajari.

- b. Mendorong inovasi dalam metode pembelajaran dengan menggabungkan teknologi dan pendidikan budaya, sehingga dapat digunakan sebagai model untuk media pembelajaran informasi.
- c. Memfasilitasi penelitian bersifat interdisiplin antara ilmu budaya, teknologi informasi dan pendidikan sehingga memperkaya pemahaman dan pendekatan dalam studi kebudayaan.