

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 2 Oktober 2009, batik telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan dari Indonesia yang merupakan budaya lisan dan nonbendawi oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO). Presiden Susilo Bambang Yudoyono mengimbau kepada seluruh rakyat Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 untuk mengenakan batik sebagai penghargaan terhadap batik, sekaligus menjaga kelestariannya. Menteri Kebudayaan dan Pariwisata (Menbudpar) juga mengatakan telah memberikan jaminan bahwa batik akan terus dibudayakan di Indonesia.

Tiga tahun sebelumnya, tepatnya pada tanggal 7 November 2003, UNESCO telah menetapkan wayang sebagai warisan mahakarya dunia yang tak ternilai dalam seni bertutur (*Masterpiece of Oral an Intangible Heritage of Humanity*). Wayang sudah cukup lama dikenal di Indonesia dan sudah ada sejak tahun 1130-1160M, ketika Sri Jayabaya menjadi Raja Kediri. Sungguh disayangkan bila warisan budaya ini dilupakan oleh masyarakat Indonesia pada masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Berkaitan dengan konservasi budaya kota Yogyakarta, Joko Widiyarso dalam artikelnya yang dimuat dalam situs Gudeg Net (Klaim ‘Jogja Kota Budaya’ Dinilai Butuh Perda: 2009) mengutip dari pernyataan Dewan Kebudayaan Yogyakarta:

”Kami imbau Pemkot untuk mengedepankan aspek budaya dalam tiap pembangunan yang dilaksanakannya, dan bukan aspek ekonomi semata.”

Pernyataan tersebut menekankan bahwa budaya lebih kepada proses dan bukan hanya kepentingan sesaat.

B. Identifikasi Masalah

Sebagai salah satu usaha konservasi dari pengesahan batik dan Wayang oleh organisasi internasional (UNESCO), yaitu dengan mensosialisasikan Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta pada masyarakat Yogyakarta pada khususnya dan masyarakat luar pada umumnya. Salah satu cara mensosialisasikannya yaitu dengan memanfaatkan sarana publik yang ada di kota Yogyakarta, maka akan selaras pula dengan apa yang dikatakan Dewan Kebudayaan tentang “mengedepankan aspek budaya dalam tiap pembangunan yang dilakukan”.

UPTD Trans Jogja, merupakan jasa publik di bidang transportasi yang melayani masyarakat lokal maupun luar untuk pergi ke suatu tempat di kota Yogyakarta. Sangatlah efisien apabila dimanfaatkan sebagai media konservasi dan sosialisasi motif Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta pada media-media *corporate identity* UPTD Trans Jogja. Bus Trans Jogja yang selalu lalu lalang di setiap penjuru kota akan sangat efektif untuk media sosialisasi dan konservasi motif Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta. Sangat disayangkan apabila media-media tersebut hanya penuh dengan iklan-iklan komersil yang sama sekali tidak menghiraukan kekayaan budaya yang ada di Yogyakarta.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas perancangan karya Desain Komunikasi Visual ini dibatasi pada masalah pada:

1. Bagaimana membuat konsep sebuah *corporate identity* UPTD Trans Jogja yang berbudaya.
2. Bagaimana teknik visualisasi desain dalam membuat karya *corporate identity*.
3. Bagaimana memberikan visualisasi *corporate identity* yang edukatif seputar Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta.

D. Fokus Masalah

Berdasarkan uraian di atas, perancangan desain komunikasi visual ini di fokuskan pada perancangan *corporate identity* dari UPTD Trans Jogja dengan motif Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta sebagai salah satu konservasi Budaya Indonesia, baik dari sisi konsep maupun visualisasinya.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat konsep dan visualisasi *corporate identity* UPTD Trans Jogja yang menarik, edukatif dan berbudaya.

F. Manfaat

Hasil akhir dari perancangan *corporate identity* UPTD Trans Jogja akan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak :

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah wawasan dalam merancang konsep dan visualisasi dari *corporate identity* sebuah badan dinas transportasi.

- b. Dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapatkan di bangku perkuliahan maupun dari luar perkuliahan.
2. Lembaga
- a. UPTD Trans Jogja
 - 1) Sebagai salah satu media promosi wisata budaya yang berada di Yogyakarta.
 - 2) Dapat memperkuat identitas UPTD Trans Jogja yang merupakan salah satu badan dinas transportasi yang berada di kota Yogyakarta.
 - 3) Dapat menarik perhatian para calon penumpang untuk dapat menggunakan jasa Bus Trans Jogja.
 - b. Universitas Negeri Yogyakarta
 - Memberikan sumbangan penulisan kepada Universitas Negeri Yogyakarta mengenai pembuatan sebuah konsep dan visualisasi *corporate identity* suatu badan usaha.
3. Masyarakat
- a. Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang Desain Komunikasi Visual.
 - b. Dapat lebih mengenal Trans Jogja sebagai salah satu sarana transportasi umum yang berada di kota Yogyakarta.
 - c. Memberikan wawasan tentang Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta, melalui media-media *corporate identity*.

- d. Memperkenalkan ciri khas motif Batik dan Wayang Purwa Yogyakarta sebagai salah satu daya tarik pariwisata Yogyakarta.