

KATALOG ULOS BATAK TOBA SEBAGAI MEDIA INFORMASI BUDAYA SUMATERA UTARA**Ella Sumita¹ Jupriani²****Program Studi Desain Komunikasi Visual****Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang****Email : sumitaella@gmail.com**

Submitted: 20xx-mm-dd

Accepted: 20xx-mm-dd

Published: 20xx-mm-dd

DOI: 10.24036/dekave.v11i1.xxxx

Abstrak

Ulos adalah kain berbentuk selendang yang ditenun dengan alat tenun dari wilayah Batak, Sumatera Utara. Benda keramat ini merupakan lambang berkah, kasih sayang dan persatuan menurut peribahasa Batak: "Ijuk pangihot ni hodong, Ulos pangihot ni holong", yang artinya kasih sayang dengan orang lain. Ulos adalah bagian dari tiga elemen sumber panas. Tiga sumber panas adalah api, matahari dan ulos. Dari sumber panas tersebut, hanya ulos lah yang sangat nyaman dan mudah didekati. Tujuan tugas akhir ini ialah untuk merancang katalog tentang Ulos Batak Toba Sebagai Media Informasi Budaya Sumatera Utara, sehingga dapat memberikan informasi mengenai ragam Ulos Batak Toba dan kegunaannya/fungsinya, dan katalog ini akan menjadi sumber referensi bagi masyarakat luas, bukan hanya masyarakat Batak.

Metode perancangan yang berdasarkan metode *glass box*, yaitu tahap persiapan, tahap inkubasi, tahap luminasi, dan tahap verifikasi. Metode pengumpulan data primer berdasarkan observasi, wawancara dan dokumen. Data sekunder diperoleh dari jurnal online, website, atau internet. Metode analisis data berdasarkan analisis SWOT Strength, Weakness, Opportunity, dan *Threat* (hambatan/ tantangan).

Dengan adanya katalog ini, diharapkan dapat memudahkan audiens untuk mendapatkan sedikit banyaknya informasi mengenai Ulos Batak Toba ini walaupun tidak lebih baik daripada mengunjungi langsung situs cagar budaya ini.

Kata Kunci : Ulos, Budaya, Sumatera Utara, metode *glass box*.

Pendahuluan

Ulos adalah kain berbentuk selendang khas dari daerah Batak Sumatera Utara, dibuat dengan menggunakan alat tenun bukan mesin. Benda keramat ini merupakan lambang berkah, kasih sayang dan persatuan menurut peribahasa Batak berikut ini: “Ijuk pangihot ni hodong, Ulos pangihot ni holong”.

Dalam buku Nilai Budaya Batak, Basyral menjelaskan bahwa menurut kepercayaan nenek moyang Batak Toba, ulos adalah bagian dari tiga unsur sumber panas. Tiga sumber panas adalah api, matahari dan ulos. Dari sumber panas tersebut, hanya ulos lah yang sangat nyaman dan mudah didekati. Dia menjelaskan bahwa matahari adalah sumber panas utama yang tidak tersedia di malam hari, dan api bisa menjadi petaka jika diabaikan.

Beberapa upaya telah dilakukan untuk menjaga Ulos Batak Toba melalui media sosial seperti, instagram dan facebook. Tapi, informasi yang diberikan mengenai fungsi dari masing-masing ulos masih kurang lengkap. Informasi yang minim mengenai fungsi ragam Ulos Batak Toba bisa membingungkan masyarakat yang ingin mengenal lebih dekat lagi dengan ulos.

Media yang mampu memberikan informasi lengkap tentang fungsi setiap Ulos Batak Toba diperlukan untuk mendapatkan Ulos tersebut. Masyarakat juga bisa bangga dan berterima kasih kepada Ulos jika mereka cukup mengetahuinya. Katalog adalah salah satu jenis media yang merangkum informasi tentang uros.

Penulis memilih Ulos Batak Toba sebagai bahan media informasi karena Ulos adalah warisan budaya yang harus tetap di lestarian agar keberadaan ulos tidak hilang seiring berjalannya waktu. Semoga Ulos tersebut dapat diketahui oleh generasi selanjutnya. Kain uros ini merupakan kain tenun yang unik karena setiap jenis uros memiliki fungsi kegunaannya masing-masing dan tidak bisa digunakan sembarangan.

Metode

Metode perancangan pada pembuatan Katalog Ulos Batak Toba Sebagai Media Informasi Budaya Sumatera Utara adalah metode *glass box*. Metode *glass box* akan mengarahkan desiner Secara wajar, objektif, sistematis mempertimbangkan hal-hal secara logis dan bebas secara irasional. Metode kotak kaca memiliki empat tahap.

1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini, perancang melakukan mengumpulkan data dengan metode seperti, wawancara, observasi, serta studi literatur.

2. Tahap Inkubasi

Pada tahapan ini, perancang mempersiapkan diri menjadi kuat, santai dan tanggap untuk memproses semua pandangan alam bawah sadar agar dapat menghasilkan konsep. Perancangan dilakukan analisis dengan model analisis SWOT.

3. Tahap Luminasi

Dalam tahap luminasi perancang telah membuat konsep berupa konsep dasar, syarat desain, unsur rupa dan prinsip rupa. Yang akan berujung dalam sketsa ide.

4. Tahap Verifikasi

Fase validasi adalah fase seluruh proses desain melalui proses pengembangan konsep dan finalisasi, dan seluruh proses diperiksa lagi dengan metode evaluasi. Pada tahap ini, perancang memvisualisasikan opsi alternatif, penyelesaian akhir, dan karya seni akhir.

Metode pengumpulan data pada proses perancangan Katalog Ulos Batak Toba Sebagai Media Informasi Budaya Sumatera Utara diperoleh melalui data-data berikut :

1. Data primer

a. Observasi

Data lapangan dilakukan dengan melakukan observasi pada unsur verbal dan visual secara langsung di Dusun Lumban Sioa, Desa Ompu Raja Hutapea Timur, Kec. Laguboti, Toba, Sumatera Utara untuk kebutuhan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah perolehan data dari tanya jawab terhadap narasumber yang mengetahui informasi tentang objek penelitian. Penulis melakukan wawancara langsung dengan salah satu warga Kec. Laguboti, Toba yang bernama Ibu Elizabeth guna mendapatkan data yang akan diperlukan pada perancangan katalog nantinya. Alat yang digunakan pada wawancara yaitu perekam suara di handphone.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah salah satu teknik untuk merekam data ada dan mengambil data yang ada. Penulis mendokumentasikan berupa foto ulos, tempat produksi serta wawancara dengan warga Kec. Laguboti, Toba.

2. Data sekunder

Data sekunder berdasarkan jurnal *online*, literatur, dan *web* atau *internet* yang bertujuan untuk menambahkan kelengkapan dan menjadi pendukung dari data primer.

Adapun metode analisis data berdasarkan metode analisis *SWOT*.

1. *Strength* (kekuatan)

- a. Mempunyai berbagai ragam jenis ulos dan fungsi masing-masing dalam penggunaannya, sehingga memiliki keunikan tersendiri dibanding kain tenun yang ada di daerah lain.
- b. Kain tenun Ulos merupakan produk warisan peradaban tertua di Asia yang telah ada selama 4000 tahun.

2. *Weakness* (kelemahan)

- a. Kurangnya media informasi yang menjelaskan ragam jenis ulos dan fungsinya, sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa beda jenis ulos beda pula fungsi kegunaannya.
- b. Belum optimalnya media informasi yang menjelaskan mengenai fungsi dan diwaktu kapan kain tenun ulos itu harus dipakai.

3. *Opportunity* (peluang)

- a. Tingginya minat wisatawan yang akan berkunjung ke Sumatera Utara untuk membeli dan melihat secara langsung proses pembuatan kain tenun Ulos. Sehingga kain tenun ulos berpotensi untuk menjadi destinasi utama ketika berkunjung ke Danau Toba Sumatera Utara.

4. *Threat* (ancaman)

- a. Masuknya budaya luar yang akan mempengaruhi generasi muda, sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi pengrajin kain tenun ulos dalam memperkenalkan ragam jenis dan fungsi ulos kepada generasi muda untuk mempertahankan dan melestarikan agar kain ulos dapat dikenal hingga masa yang akan mendatang.

Hasil dan Pembahasan

1. Pendekatan Verbal

Perancangan katalog ulos Batak Toba ini menggunakan pesan verbal yaitu dengan tagline “Mahakarya Nusantara”. Tagline ini menggambarkan bahwa Ulos Batak Toba merupakan hasil karya tertinggi Indonesia yang dibuat oleh manusia dan melalui proses yang sangat panjang. Konsep verbal katalog ulos Batak Toba menggunakan bahasa yang ringkas untuk memudahkan *audience* mengerti dengan informasi yang ada pada katalog tersebut.

2. Pendekatan Visual

1. Format Desain

Ukuran desain yang digunakan adalah katalog dengan ukuran 20cm x 20cm. format desain tersebut dipilih karena mempunyai ukuran yang minimalis, karena format yang seperti ini terlihat lebih simpel dan lebih mudah dibawa kemana-mana. Pada bagian cover katalog penulis menempatkan foto ulos yang disusun berjajar dengan memosisikan foto dibagian kiri. Penulis juga menempatkan ornament Batak sebagai latar belakang desain cover. Ornament ini bernama Goarga, yaitu seni lukis sebagai ukiran dan hiasan tradisional Batak Toba.

2. Foto

Burhanuddin (2014:1) fotografi dapat diartikan menggambar dengan cahaya yang diibaratkan dalam melukis dimana kamera dan lensa menjadi kuas (alat lukis), film dan sensor digital menjadi catnya sebagai kertas dan cahaya. Foto yang digunakan dalam perancangan katalog ulos Batak Toba merupakan hasil foto yang dipotret sesuai konsep agar mendapatkan hasil yang lebih menarik. Dalam pengambilan foto penulis menggunakan beberapa teknik yaitu teknik long shot agar menghasilkan tampilan gambar yang fokus kepada objek foto. Dan teknik eye level, yaitu pengambilan gambar dengan posisi mata yang sejajar dengan objek. Sehingga pembaca tertarik untuk melihat hasil foto jenis-jenis ulos Batak Toba.

3. Tipografi

Tipografi merupakan model huruf yang digunakan dalam desain untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Wibowo (2015:84) menyimpulkan bahwa “Tipografi adalah suatu ruang yang dapat digunakan untuk menciptakan kesan tertentu agar dapat memberikan kenyamanan yang maksimal kepada pembacanya”. Jenis font yang digunakan yaitu :

a. Autolinker

Jenis huruf Autolinker digunakan pada headline, karena jenis huruf ini memberi kesan dinamis dan tidak formal

a. **Trebuchet MS**

Sedangkan tagline menggunakan jenis huruf Trebuchet MS yang mempunyai tingkat keterbacaan yang jelas, sehingga informasi dapat diterima dengan jelas. **Keduanya melengkapi lukisan dan menyampaikan suasana spiritual pelukis.**

4. **Warna**

Warna menurut Kusrianto (2007:46) ialah pelengkap lukisan (gambar) dan dapat menyampaikan suasana spiritual pelukisnya. Warna juga menjadi unsur yang sangat tajam yang menyentuh kepekaan visual, sehingga dapat merangsang munculnya emosi kegembiraan, kesedihan, kebahagiaan dan semangat. Katalog yang akan dirancang harus mempunyai warna yang dapat menimbulkan kenyamanan dan psikologis tertentu bagi pembacanya. Metode yang digunakan dalam pewarnaan ialah menggunakan metode warna CMYK dikarenakan warna tersebut banyak digunakan pada pembuatan katalog.

Final Desain

1. **Media Utama**



Gambar.1. Final desain cover belakang & cover depan katalog

Kesimpulan

Kesimpulan mengenai perancangan Katalog Ulos Batak Toba Sebagai Media Informasi Budaya Sumatera Utara, adalah bahwa Katalog ini dirancang sesuai informasi yang didapat. Katalog dibuat berdasarkan makna ulos yaitu memberi kehangatan dan kenyamanan, makna ini dituang melalui pemilihan warna, dan tipografi yang dipakai dalam perancangan katalog. Pembentukan katalog sesuai dengan target audience yang dituju dan juga penempatan layout, bentuk, warna dan gaya desain yang membuat target audience menarik dengan media informasi yang berbentuk katalog. Penulis memilih media katalog sebagai media utama, sehingga katalog ini juga dapat dijadikan sebagai media informasi yang efektif bagi masyarakat yang masih asing dengan ulos.

Berdasarkan pembahasan dari kesimpulan perancangan Katalog Ulos Batak Toba Sebagai Media Informasi Budaya Sumatera Utara, penulis membuat beberapa saran yaitu

: Penulis menyarankan dengan adanya media informasi mengenai Ulos Batak Toba berbentuk katalog dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum yang asing dengan kain ulos.

Daftar Rujukan

Jurnal:

- Agustina, C. 2016. *Makna Dan Fungsi Ulos Dalam Adat Masyarakat Batak Toba di Desa Talang Mandi Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis*. Jurnal Online Mahasiswa.
- Alamo, E. Eliza, M. & Syailillah, G. 2021. *Makna dan Fungsi Kain Ulos pada Pusat Latihan Opera Batak Pematang Siantar (PLOT) Di Pematang Siantar Sumatera Utara*. Jurnal Seni Rupa.
- Hudriani, R. 2019. *Perancangan Katalog Panduan Wisata Seribu Rumah Gadang Di Kabupaten Solok Selatan*. Tugas Akhir. Universitas Negeri Padang. Padang.
- Soedarwanto, H. 2017. *Metode Glass Box*. Fakultas Desain dan Seni Kreatif. Program Studi Desain Produk. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Ahmad Rohani. 2014. *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Desiani, IF. 2022. *Simbol Dalam Kain Ulos Pada Suku Batak Toba*. Jurnal Ilmu Budaya.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta.