

“VIDEO PROMOSI BATIK 1000 RUMAH GADANG”

Karya Akhir

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh :

MUHAMMAD NABIL AKBAR

NIM. 17027081

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

DEPARTEMEN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

HALAMAN PERSETUJUAN KARYA AKHIR

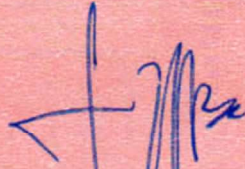
VIDEO PROMOSI BATIK 1000 RUMAH GADANG

Nama : Muhamad Nabil Akbar
NIM//BP : 17027081 / 2017
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, November 2022

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



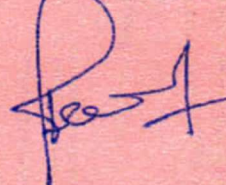
Dr. Jupriani, M.Sn

NIP: 19631008.199003.2.003

Mengetahui:

a.n Kepala Departemen Seni Rupa

Sekretaris



Eliya Pebriveni, S.Pd., M.Sn.

NIP: 19830201.200912.2.001


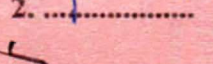

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Karya Akhir
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : *Video Promosi Batik 1000 Rumah Gadang*
Nama : **Muhamad Nabil Akbar**
NIM/BP : 17027081 / 2017
Program Studi : **Desain Komunikasi Visual**
Departemen : **Seni Rupa**
Fakultas : **Bahasa dan Seni**

Padang, 22 November 2022

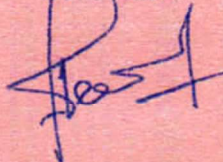
Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: <u>Dr. Jupriani, M.Sn.</u> NIP: 19631008.199003.2.003	1. 
2. Penguji 1	: <u>Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.</u> NIP: 19830201.200912.2.001	2. 
3. Penguji 2	: <u>San Ahdi, S.Sn, M.Ds.</u> NIP: 19791216.200812.1.004	3. 

Mengetahui:

a.n Kepala Departemen Seni Rupa

Sekretaris



Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.

NIP: 19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul Video Promosi batik 1000 Rumah Gadang adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, November 2022
Saya yang menyatakan,



MUHAMMAD NABIL AKBAR
NIM. 17027081

VIDEO PROMOSI BATIK 1000 RUMAH GADANG

Muhammad Nabil Akbar ¹, Jupriani ²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa,

Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Jln. Prof. Hamka, Air Tawar, Kota Padang. Sumatera Barat,

25171, Indonesia

Email: mhdnabil27@gmail.com

Abstrak

Berbicara mengenai batik, batik di Indonesia berkembang dimana-mana termasuk di Sumatera Barat. Solok Selatan salah satu kabupaten di Sumatera Barat juga memiliki kerajinan batik yang dibawa oleh ibu Zulmi Ariani. Sentra batik yang didirikan oleh ibu Zulmi dikenal dengan nama Azyanu Batik yang terletak di Lundang, Nagari Pasir Talang Barat, Kecamatan Sungai Pagu, Muara Labuh Solok Selatan. Azyanu Batik bisa dikatakan satu atau salah satu sentra batik yang ada di Kabupaten Solok Selatan. dimana batik ini lebih banyak dikenal dengan sebutan batik 1000 Rumah Gadang.

Tujuan Perancangan media promosi ini adalah untuk mempromosikan Batik 1000 Rumah Gadang melalui media Video Promosi sebagai media utama dan ditambah dengan media pendukung untuk mempromosikan batik ke masyarakat yang lebih luas lagi.

Metode perancangan yang dilakukan dalam perancangan video promosi batik 1000 rumah gadang berbasis video sebagai media promosi di Kabupaten Solok Selatan adalah model perancangan procedural yaitu model yang bersifat deskriptif. Model tersebut terdapat langkah-langkah yang digunakan dalam perancangan video ini dimana menggunakan model 4-D. Model ini dikembangkan oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel (1974: 5). Model pengembangan 4D terdiri atas 4 tahap utama yaitu: Define (Pendefinisian), Design (Perancangan), Develop (Pengembangan) dan Disseminate (Penyebaran).

Kata kunci: *Batik, Batik 1000 Rumah Gadang, Promosi, Video, 4-D*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbi'l'amin*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia_Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul “Video Promosi Batik 1000 Rumah Gadang”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Desain Strata Satu (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian Karya akhir ini, penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terimakasih kepada pihak yang terhormat:

1. Ibu Dr. Jupriani, M.Sn. , selaku dosen pembimbing telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan karya akhir ini.
2. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn. selaku dosen penguji I Bapak San Ahdi, M.Sn., MDs. selaku dosen penguji II yang telah bersedia memberikan arahan dan saran dan motivasi dalam penulisan karya akhir ini.
3. Bapak Drs. Mediagus, M.Pd. selaku ketua Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang
4. Kedua orang tua yang selalu menyemangati dan memberi motivasi serta dukungan dalam penyelesaian karya akhir ini

5. Dan terakhir teman-teman yang menemani dan memberi semangat dalam penyelesaian karya akhir ini.

Penulisan telah berupaya dengan maksimal dalam penulisan karya akhir ini. Sebagai langkah penyempurnaan, penulis mengharapkan dengan segala kerendahan hati kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga bimbingan, dukungan, arahan dan masukan yang diberikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Padang, November 2022

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan saya kelancaran, ketabahan dan kekuatan dalam merancang karya akhir ini. Karya akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Syafrudin, S.Kom. (Ayah) dan Herni Yuliani, S.Pd. (Ibu) yang selalu mendukung serta mendoakan yang terbaik untuk saya, terimakasih atas segalanya.
2. Kepada saudara/saudari saya yang selalu mensupport dan memberikan semangat, saya ucapkan terimakasih banyak.
3. Teman-teman seperjuangan Departemen Seni Rupa terutama dari program studi Desain Komunikasi Visual atas ide, masukan, dan sarannya dalam perancangan karya ini.
4. Terimakasih juga kepada pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga ikut terlibat dalam perancangan karya akhir ini, penulis ucapkan banyak terimakasih.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Orisinalitas	5
F. Tujuan Perancangan.....	5
G. Manfaat Perancangan.....	5
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Praksis.....	6
B. Kajian Teoritis.....	9
BAB III	29
METODE PERANCANGAN.....	29
A. Metode Perancangan	29
B. Metode Pengumpulan Data	31
C. Metode Analisis Data	32
D. Target Audiens	33
E. Pendekatan Kreatif.....	34
F. Media Utama Media Pendukung.....	37
BAB IV	39

PERANCANGAN VISUAL	39
A. Perancangan Media	39
B. Program Kreatif.....	54
C. Layout	61
D. Final Desain	75
BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Azyanu Batik tampak depan	7
Gambar 2. Azyanu batik tampak dalam	8
Gambar 3. Motif batik azyanu batik	8
Gambar 4. Motif batik azyanu batik	9
Gambar 5. Stok batik azyanu batik	9
Gambar 6. High Angle	16
Gambar 7. Eye Angle	16
Gambar 8. Low Angle	17
Gambar 9. Frog Eye	18
Gambar 10. Cuplikan dari Batik Tulis	26
Gambar 11. Cuplikan dari Batik Tulis	26
Gambar 12. Cuplikan dari Batik Tulis	27
Gambar 13. Cuplikan dari Batik Tulis	27
Gambar 14. Foto talent	56
Gambar 15. Proses Editing	59
Gambar 16. Alternatif Warna	60
Gambar 17. Alternatif Poster	61
Gambar 18. Alternatif Foto	61
Gambar 19. Alternatif 1	62
Gambar 20. Alternatif 2	62
Gambar 21. Alternatif 3	63
Gambar 22. Alternatif Sticker	63
Gambar 23. Alternatif Logo	64
Gambar 24. Alternatif Totebag	64
Gambar 25. Alternatif Layout	65
Gambar 26. Alternatif Foto 1	66
Gambar 27. Alternatif Foto 2	66
Gambar 28. Alternatif Foto 3	67
Gambar 29. Alternatif Kaos 1	67
Gambar 30. Alternatif Kaos 2	68
Gambar 31. Alternatif Kaos 3	68
Gambar 32. Alternatif Sticker 1, 2 & 3	69
Gambar 33. Alternatif Banner 1	70
Gambar 34. Alternatif Banner 2	71
Gambar 35. Alternatif Banner 3	72
Gambar 36. Alternatif Totebag 1	73
Gambar 37. Alternatif Totebag 2	73
Gambar 38. Alternatif Totebag 3	74
Gambar 39. Cuplikan Video Teaser	74

Gambar 40. Opening Video	75
Gambar 41. Menara Songket.....	76
Gambar 42. Hasil Jadi Batik	76
Gambar 43. Sentra Azyanu Batik.....	76
Gambar 44. Proses Membuatik	77
Gambar 45. Kubah mesjid di kawasan 1000 Rumah Gadang.....	77
Gambar 46. Hasil Jadi Batik	77
Gambar 47. Proses membuatik	78
Gambar 48. Hasil jadi batik	78
Gambar 49. Hasil jadi batik yg dikenakan oleh objek di kawasan 1000 Rumah Gadang	78
Gambar 50. Objek	79
Gambar 51. Hasil jadi batik yang dikenakan oleh objek	79
Gambar 52. Hasil jadi batik yang dikenakan oleh objek	79
Gambar 53. Hasil jadi batik yang dikenakan oleh objek	80
Gambar 54. Hasil jadi batik yang dikenakan oleh objek	80
Gambar 55. Hasil jadi batik yang dikenakan oleh objek	80
Gambar 56. Hasil jadi batik yang dikenakan oleh objek	81
Gambar 57. Detail motif batik	81
Gambar 58. Detail motif batik	81
Gambar 59. Detail motif batik	82
Gambar 60. Selendang batik	82
Gambar 61. Detail motif batik	82
Gambar 62. Menggambarkan motif batik	83
Gambar 63. Batik yang pakai oleh objek	83
Gambar 64. Azyanu batik / batik 1000 Rumah Gadang	83
Gambar 65. Logo Azyanu batik dan logo pemilik musik	84
Gambar 66. Poster Terpilih	84
Gambar 67. Foto Terpilih.....	85
Gambar 68. Kaos Terpilih.....	85
Gambar 69. Sticker Terpilih.....	86
Gambar 70. X-Banner Terpilih	87
Gambar 71. Totebag Terpilih	87
Gambar 72. Cuplikan Video Teaser.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Shooting Script.....	40
Tabel 2. Storyline	47
Tabel 3. Story Board	48
Tabel 4. Narasi	53
Tabel 5. Shooting Schedule.....	57

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah Negara kepulauan yang terdiri dari beragam budaya, etnis, kesenian, adat istiadat, agama serta karya seni. Karena Indonesia merupakan daerah kepulauan dengan berjuta penduduk yang menjadikan Indonesia memiliki keberagaman tersebut yang membentang dari Sabang sampai Merauke, begitupun dengan karya seni yang menjadikan salah satu bagian dari kebudayaan Indonesia, salah satunya adalah Batik.

Batik adalah kain Indonesia bergambar yang dibuat secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain tersebut, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki teknik khusus. Pada awalnya batik hanya digunakan sebagai pakaian kaum bangsawan, keluarga kerajaan, dan para perkerja dalam istana kerajaan. Kini batik berkembang menjadi pakaian rakyat yang digemari secara luas oleh masyarakat Indonesia.

Berbicara mengenai batik, batik di Indonesia berkembang dimana-mana termasuk di Sumatera Barat. Solok Selatan salah satu kabupaten di Sumatera Barat juga memiliki kerajinan batik yang dibawa oleh ibu Zulmi Ariani. Sentra batik yang didirikan oleh ibu Zulmi dikenal dengan nama Azyanu Batik yang terletak di Lundang, Nagari Pasir Talang Barat, Kecamatan Sungai Pagu, Muara Labuh Solok Selatan.

Azyanu Batik bisa dikatakan satu atau salah satu sentra batik yang ada di Kabupaten Solok Selatan. dimana batik ini lebih banyak dikenal dengan sebutan batik 1000 Rumah Gadang. Dimulai dari beliau terinspirasi oleh batik motif minang, lalu terfikir oleh Ibu Zulmi untuk membuat batik dengan motif icon-icon yang ada di Solok Selatan seperti icon Solok Selatan yaitu kawasan 1000 Rumah Gadang, gerbang 1000 Rumah Gadang, Menara Songket, motif Rusa, Carano, Mesjid Tuo dan Daun Sirih yang dijadikan sebagai motif batik. Awal mulanya batik tersebut dibuat ibu Zulmi pada akhir tahun 2019 di Semarang. Berbicara mengenai keunggulan batik terdapat keunggulan seperti mengangkat motif dari icon nagari Sarantau Sasurambi yaitu Solok Selatan seperti kawasan 1000 Rumah Gadang, menara songket dan yang lainnya, desain yang dibuat langsung oleh putra putri daerah solok selatan dengan background kependidikan ilmu Seni Rupa, dibuat dengan pewarna alam (daun-daun) dan sintetis, batik yang beragam (batik tulis, lukis, cap dan printing), edukasi membatik dari Azyanu Batik, dan menerima pesanan (seragam kantor, sekolah) dengan motif sesuai dengan keinginan dari konsumen.

Azyanu batik memulai produksi pada awal januari 2020 di semarang, dibantu dengan pengrajin yang ada di semarang dengan mencari pasar khalangan menengah kebawah. Saat ini sentra batik Azyanu Batik sudah berlokasi di Solok Selatan dan masih diproduksi di Semarang. Sentra Azyanu Batik menyediakan baju, selendang, bahan baju, dan dasar kain.

Berbicara mengenai promosi batik 1000 Rumah Gadang maka dibuat Sebuah Video promosi sebagai media utama dengan target audiens dimulai dari remaja hingga dewasa yang banyak menggunakan teknologi modern (Gadget). Yang menampilkan ikon dalam motif batik agar audience dapat mengetahui motif asli batik yang dituangkan menjadi gambar motif batik, dapat memperkenalkan batik dan juga menarik audience untuk membeli batik 1000 Rumah Gadang. Oleh karena itu media video dipilih sebagai media utama dan juga dibantu dengan media pendukung seperti poster, foto, T-shirt, sticker, x-banner, totebag dan video teaser. Perancangan promosi tersebut dilakukan karena sebelumnya promosi yang dilakukan belum maksimal, seperti contoh promosi melalui media social seperti media foto yang tidak begitu menarik dari segi angle, ketajaman foto dan promosi hanya tersebar dari cerita satu orang ke orang lain yang membuat batik ini tidak banyak dikenal orang bahkan tidak semua orang Solok Selatan mengetahui sentra batik ini. Oleh karena itu video promosi dijadikan sebagai media utama untuk mengenalkan dan mempromosikan batik agar lebih banyak dikenal orang dan menjangkau pasaran yang lebih luas lagi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dirancang sebuah video promosi dengan judul "*Video Promosi Batik 1000 Rumah Gadang* " dimana hasil akhir dari video promosi ini adalah dengan menampilkan icon yang ada dalam motif batik dilanjutkan dengan menampilkan sedikit proses pembuatan batik dan hasil jadi batik.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas dapat ditemukan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum maksimalnya promosi yang dilakukan karena sebelumnya promosi di media social hanya melalui media foto dan juga hanya dari cerita satu orang ke orang lain.
2. Belum adanya promosi melalui Video Promosi di era zaman digital karena saat ini orang sudah bisa mengakses berita maupun iklan melalui smartphone.
3. Perlunya promosi dalam bentuk Video Promosi karena Video Promosi dianggap cukup efektif dan Komunikatif untuk mempromosikan Batik 1000 Rumah Gadang

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka perancangan ini dibatasi dengan permasalahan: membuat sebuah video promosi agar promosi tidak hanya dari media foto yang diupload di sosial media dan juga agar masyarakat luas dapat mengetahui batik 1000 Rumah Gadang agar menjangkau pasaran yang lebih luas lagi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis merumuskan masalah yaitu: Bagaimana perancangan video promosi yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan Batik 1000 Rumah Gadang.

E. Orisinalitas

Video promosi yang diangkat oleh penulis dengan judul Video Promosi Batik 1000 Rumah Gadang ini adalah murni dari ide pemikiran penulis juga berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada narasumber.

Oleh karena itu karya ini jauh dari unsur penjiplakan dan duplikasi dari pihak manapun.

F. Tujuan Perancangan

Tujuan Perancangan media promosi ini adalah untuk mempromosikan Batik 1000 Rumah Gadang melalui media Video Promosi sebagai media utama dan ditambah dengan media pendukung untuk mempromosikan batik ke masyarakat yang lebih luas lagi.

G. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan video promosi ini adalah untuk lebih mengenalkan batik 1000 Rumah Gadang hingga menjangkau pasaran yang lebih luas lagi dan juga untuk mengaplikasikan pembelajaran yang telah didapat oleh penulis selama berada di bangku perkuliahan.