

Jurnal Desain Komunikasi Kreatif

https://judikatif-upiyptk.org/ojs

2020 Vol. 2 No. 1 Hal: 5-9 e-ISSN: 2745-9454

Perancangan Media Promosi Batik Mimi di Kota Solok dalam bentuk Audio Visual

Afif Oktavianus^{1⊠}, Riki Iskandar ², Vernanda Em Afdha³ Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Afifoctav@gmail.com

Abstract

The design of the Batik Mimi Promotional Video was motivated by the lack of public knowledge about Mimi Batik. The designer needs data that will help him in the design process, which is done through observation, interviews, and literature studies. From the data, an analysis was carried out using the data analysis method, namely the S.W.O.T analysis theory discussing the Promotional Video and looking at the weaknesses that became the motivation to increase the message in the Promotional Video, and seeing the response from the public about Mimi Batik in Solok City. The design process produces the main media in the form of a Promotional Video with a duration of 00.02.29 seconds which displays various kinds of Mimi batik in Solok City, Mimi Batik Promotional Video as a promotional media equipped with supporting media such as Posters, X-Banners, Paperbags, Pins, clothes.

Keywords: Promotional Video, Mimi Batik, Tourism, Solok City.

Abstrak

Perancangan Video Promosi Batik Mimi dilatar belakangi oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Batik Mimi. Perancang membutuhkan data-data yang akan membantunya dalam proses mendesain, dimana dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dari data, dilakukan analisis dengan menggunakan metode analisis data yaitu teori analisis S.W.O.T membahas mengenai Video Promosi dan melihat dari sisi kelemahan yang menjadi motivasi untuk meningkatkan pesan dalam Video Promosi, dan melihat respon dari masyarakat tentang Batik Mimi di Kota Solok.Proses perancangan menghasilkan media utama berupa Video Promosi yang berdurasi 00.02.29 detik yang menampilkan tayangan macam macam batik mimi di Kota Solok, Video Promosi Batik Mimi sebagai media promosi dilengkapi media pendukung seperti Poster, X-Banner, paperbag, Pin, Baju.

Kata kunci: Video Promosi, Batik Mimi, Wisata, Kota Solok.

© 2020 Judikatif

1. Pendahuluan

Kota Solok sendiri merupakan salah satu Kota yang berada di Sumatera Barat, Indonesia. Lokasi Kota Solok sangat strategis, karena terletak pada persimpangan jalan antar Provinsi dan antar Kabupate atau Kota. Dari arah selatan jalur lintas dari provinsi Lampung, Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Jambi [1]. Kota ini merupakan titik persimpangan untuk menuju Kota Padang. Kota soolok menuju Kota Padang berjarak 64 KM. Bila kearah utara akan menuju Kota Bukittinggi yang berjarak sekitar 71 KM untuk menuju Kawasan Sumatera bagian Utara. Dulunya Kota ini merupakan Ibu Kota atau Kabupaten Solok.

Batik mimi berasal dari daerah Kota Solok. Batik Mimi beralamatkan di jalan Sapta Marga Banda Balantai, Kampung Jawa Kota Solok. Usaha Batik Mimi ini di kelola langsung oleh Mimi bersama suami Nanang Suhardis yang sudah dijalankan sejak tahun 2013 yang berawal dari usaha Industri Kecil Menengah (IKM) yang dipelopori oleh Dinas Pariwisata Kota Solok [2].

Berjalan dengan seiringnya waktu batik mimi tersebut mulai tidak di kenal oleh masyarakat daerah Kota Solok. Hal ini disebabkan pengaruh dari pesaing serupa, bahkan batik dari daerah lain termasuk batik dari jawa. Keterbelakangan informasi mengenai berbagai sektor yang tidak diserap sama prduksi rumah batik ini membuat kita terpuruk [3]. Disisi lain batik masih dianggap sebagai barang yang bernilai ekslusif berharga tinggi. Hal ini juga menjadi pelengkap permasalahan dalam pemasaran batik lokal.

Sampai saat ini, baik dari pemerintahan dan penggiat industri masih belum ada menetapkan harga khusus. Harga masih bergantung kepada penggiat kerajinan itu sendiri. Mestinya produk batik asli Kota Solok ini bisa menjadi salah satu produk lokal yang bisa menjadi daya tarik untuk wisata domestik, dan wisata mancanegara. Tidak hanya di jadikan sebagai oleholeh buah tangan saja tetapi juga menjadi icok utama dalam hal pemanfaat sumber daya alam dan sumber manusia yang mumpuni.

Upaya untuk menggait kembali supaya produksi rumah batik kian membaik, berbagai usaha terus

Diterima: 01-04-2020 | Revisi: 10-05-2020 | Diterbitkan: 30-06-2020 | DOI: 10.35134/judikatif.v131.1

dilakukan pemerintahan melalui pengembangan industri, dari segi pengelola management, usaha, modal dan berbagai sektor lainnya. Agar produksi batik Kota Solok mampu bersaing dipasar nasional dan pasar internasional.

Disisi lain perhatian akan batik lokal juga datang dari anggota DPRD Kota Solok melakukan tinjauan lapangan kesentral industri batik khas Solok, Senin (29/2). Mencanangkan agar batik lokal dijadikan sebagai baju resmi dalam sebuah kegiatan pemerintahan. Disamping sebagai ikut serta mengembangkan dan peduli akan karya lokal juga membantu dalam promosi secera langsung [4].

Berdasarkan uraian data diatas yang menjadi pokok permasalah dalam pemasaran batik lokal (batik mimi) ialah dalam bentuk media promosi. Media promosi menjadi sektor utama yang sangat di perhatikan supaya batik lokal Kota Solok bisa dilebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya masyarakat Minang Kabau.

2. Metodologi Analisis Data

Dalam perancangan video promosi ini, perancang menggunakan metode analisis SWOT. Pemilihan metode ini perancangan video promosi batik Mimi dalam bentuk audio visual belum didokumentasikan sebelumnya sehingga tidak ada karya pembanding untuk analisis data yang dibutuhkan dan perlunya analisis data dari awal tentang perancangan videp promosi tersebut. Analisis SWOT ini membahas tentang apa kekuatan yang ada pada promosi Batik Mimi (Strenght), kelemahan dalam promosi Batik Mimi (Weaknes), Peluang utama perancangan Promosi Batik Mimi (opportunity), dan Ancaman yang dihapadi dalam promosi Batik Mimi (treatment).

2.1. Strenght

- Batik Mimi merupakan satu-satunya Batik yang menjual berbagai macam Batik Khas Kota Solok.
- Menjual Batik berkelas menengah keatas dan berkualitas tinggi yang jarang di temui di Kota Solok.
- Batik Mimi masih memproduksi batik dengan cara tradisional yang membuat Batiknya secara utuh dan detail.
- d. Batik Mimi menggunakan bahan bahan alami seperti tumbuhan liar yang ada disekitar rumah dan memanfaatkan tumbuh tumbuhan sebagai pewarna alami.

2.2. Weakness

- Kurangnya informasi tentang Batik Mimi di Kota Solok.
- Belum efektifnya Media Promosi Batik Mimi di Kota Solok.

- Kurangnya minat kunjungan wisatawan lokal dan domestik terhadap batik mimi di Kota Solok.
- 2.3. Opportunity
- a. Menjadikan Batik Mimi sebagai salah satu Batik Khas yang berasal dari Kota Solok.
- b. Menjadikan hasil Batik Mimi sebagai souvenir Khas Kota Solok.
- 2.4. Treatment
- a. Adanya usaha Batik yang bergerak dibidang yang sama di Kota Solok.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Media Utama

Pada pembuatan media utama dalam Perancangan Video Promosi Batik mimi di Kota Solok dalam bentuk audio visual, ada beberapa tahap yang di lewati agar perancangan karya yang diciptakan lebih menarik dan informasi yang diberikan dapat mudah dicerna dan di pahami oleh audience

3.1.1. Tahapan Pra Produksi

Dari data yang telah dikumpulkan maka perancang akan menyampaikan informasi yang telah terpilih dan difokuskan untuk masyarakat daerah Kota Solok.

a. Program

Judul program : Perancangan Video Promosi Batik mimi di Kota Solo Dalam Bentuk Audio Visual.

Tujuan : Memberikan informasi sekaligus upaya-upaya untuk lebih memberikan tekanan pada pesan yang ingin dicapai yaitu untuk dapat lebih memperkenalkan kepada wisatawan lokal dan wisatawan domestik tentang Wisata yang ada di KotaSolok.

Pokok bahasan :Perancangan Video Promosi Batik mimi di Kota Solok Dalam Bentuk Audio Visual.

Target audience : Wisatawan Lokal dan Wisatawan domestik.

Dalam tahapan pra produksi penulis menetapkan tema cerita yang akan dibuat dalam bentuk Storyline dan Storyboard, cerita tersebut akan lebih mudah dipahami dan dijelaskan dalam bentuk gambar dan kata-kata. Dan membaginya menjadi bagian yang lebih detail. Pada tahap pra produksi penulis juga menetapkan tagline yang akan dipakai untuk mengekspresikan tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan Perancangan Video Promosi Batik mimi di Kota Solok.

b. Lokasi

Penentuan lokasi merupakan suatu hal penting dalam pembuatan promosi, baiknya sebuah video promosi juga tergantung terhadap lokasi yang mendukung. Berikut ini adalah lokasi-lokasi yang diambil untuk Perancangan Video Promosi Batik mimi di Kota Solok.

- 1) Ruang Tamu (Studio Ardika)
- 2) Rumah Produksi Batik mimi
- 3) Sawah Solok

c. Talent

Pemilihan model harus sesuai dengan karakter pemain yang ada di storyline dan storyboard Perancangan Video Promosi Batik mimi di Kota Solok. Karakter tersebut dapat membangun jalan cerita yang baik dan tidak ada kekakuan dalam video tersebut

d. Audio

1. Dubbing

Pada perancangan video promosi ini penulis akan menggunakan backsound yang santai dan tidak terlalu cepat yang bisa memberikan kesan menyenangkan dan tidak terlau mecolok agar tidak menutup suara dubbing yang akan dimasukkan. Musik ini dipilih karena musiknya yang cocok dengan visual yang ditampilkan kemudian musik ini menjadikan gambar lebih hidup dan bermakna. Dan dubbing yang digunakan akan memberikan penjelasan lebih kepada audience tentang video promosi yang dirancang.

2. Narasi

Narasi yang digunakan adalah narasi yang mudah dipahami dan tidak membosankan. Penggunaan bahasa yang santai dan tidak terlalu kaku akan membuat promosi ini dapat tersampaikan kepada audience agar lebih nyaman dan menyenangkan

3. Storyline

Perancangan Video Promosi Batik Mimi diKota Solok Dalam Bentuk Audio Visual.

3.1.2. Tahapan Produksi

Dalam tahap produksi dilakukan pengambilan gambar yang dilakukan diberbagai tempat dan wisata. Proses syuting juga tergantung pada cuaca yang mendukung dan dapat ditunda ketika cuaca kurang baik.

3.1.2.1. Mengatur Komposisi gambar

- Pengaturan cahaya, menentukan penggunaan cahaya apakah sudah pas atau sesuai dengan yang dibutuhkan dalam merekam gambar.
- b. Mencari posisi terbaik, Merupakan hal yang sama menentukan dalam perekaman gambar apabila posisi angle kamera tidak sesuai, maka akan terdapat hasil yang kurang memuaskan dari hasil perekaman tersebut.
- Merekam gambar, bila pencahayaan dan posisi yang terbaik telah di dapatkan maka gambar bisa

direkam. Proses tahap produksi video promosi batik mimi di lakukan dibeberapa tempat

3.1.3. Tahap Pasca Produksi

Ada beberapa langkah dalam pengeditan media utama perancangan video promosi Batik Mimi di Kota Solok.

a. Capture

Capture merupakan proses pemindahan gambar yang telah di rekam dengan kamera video ke computer PC. Pemindahan data gambar di kelompokkan sesuai dengan storyline dan storyboard agar jelas dan tidak susah dalam editing video

b. Editing

Editing merupakan pengolahan video setelah dilakukan pemindahan data gambar dari kamera perekam. Penyusunan bahan mentah video yang direkam per frame agar sesuai dengan scene yang diinginkan, di potong-potong dan di rangkai menjadi suatu video yang utuh. Dalam proses ini akan di buatkan video promosi dari 4 3 storyboard yang ada. Untuk mendapatkan final video Promosi dan mengedit kembali video promosi tersebut untuk mendapatkan suatu video promosi yang lebih menarik seperti yang tersaji pada Gambar 1 sampai dengan Gambar 3.



Gambar 1. Tahapan penyusunan footage video promosi



Gambar 2. Tahapan Rendering video promosi



Gambar 3. Tahapan Mixing video promosi

c. Mixing

Mixing adalah pencampuran gambar dengan suara, video yang telah dipotong-potong dan di rangkai, mulai di satukan dengan musik pendukung. Pemilihan music instrumental sinematic membuat video iklan ini menjadi suatu padu dan enak untuk dilihat. Keseimbangan antar musik pendukung dengan video yang di tampilkan sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu

d. Mastering

Mastering atau render, merupakan proses terakhir dalam pembuatan Video Promosi Batik Mimi yang dimana video formatnya bisa di jalankan oleh media player.

3.2. Media Pendukung

Dalam perancangan media Promosi Batik Mimi video promosi sebagai media utama akan di dukung dengan beberapa media pendukung dalam kegiatan promosi. Pada media pendukung ini penulis menggunakan tagline "Batik Rancak Bana Khas Kota Solok" pada media pendukung ini perancang akan menggunakan berbagai warna yang diantaranya putih, kuning, biru.

Peranan media pendukung nantinya diharapkan akan menunjang efektifitas dari media utama video promosi dalam memberikan pesan kepada target audience dan menghasilkan umpan balik yang positif dari target audience yang di tuju. Media pendukung terdiri dari beberapa jenis media, ukuran, material seperti yang tersaji pada Gambar 4 sampai dengan Gambar 11

3.2.1. Poster



Gambar 4. Media Poster

3.2.2. Paper bag



Gambar 5. Media Paper bag

3.2.3. Hanger



Gambar 6. Media Hanger

3.2.4. Pin



Gambar 7. pin

3.2.5. Brosur



Gambar 8. Brosur

3.2.6. Stiker



Gambar 9. Media Stiker

3.2.7. Spanduk



Gambar 10. Media Spanduk

3.2.8. X-banner



Gambar 11. X-banner

4. Kesimpulan

Perancangan video dikerjakan secara berurutan, sesuai dengan proses pembuatan video dimulai dari pembuatan ide, storyline, pengambilan video, proses editing dan tahap akhir yaitu rendering. Video promosi Batik Mimi menginformasikan, dijadikan video berdurasi 2 menit 29 detik yang akan di unggah dengan menggunakan media social instagram.

Dengan menonton video promosi Batik Mimi target audience mulai tertarik dan tahu dimana lokasi Batik Mimi.

Daftar Rujukan

- Nuzul, F. (2021). Evaluasi Terhadap Durasi Lampu Kuning Dan Merah Semua (Intergreen) Di Simpang Bersinyal Di Kota Solok Studi Kasus Persimpangan Rumbio (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- [2] Efi, A. (2019). Teknik Pewarnaan Dan Pelorodan Serta Pengendalian Limbah Pada Usaha Batik Mimi Kota Solok. Jurnal Kapita Selekta Geografi, 2(2), 101-109.
- [3] Rud, A. (2018). Kendala Sosiokultural Pengembangan Usaha Rumah Batik Minang Panyakalan Kecamatan Kubung Kabupaten Solok (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- [4] Dahlia, P., Akmal, A., & Munaf, Y. Ragam Hias Dan Fungsi Batik Minang Nagari Panyakalan Kabupaten Solok. Gorga: Jurnal Seni Rupa, 7(2), 134-140. https://doi.org/10.24114/gr.v7i2.10976

.