

JURNAL
PERANCANGAN VIDEO PROFIL BATIK BOLLECHES DARI
KABUPATEN KEDIRI



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh
Maulana Sancaya
NIM 1112159024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

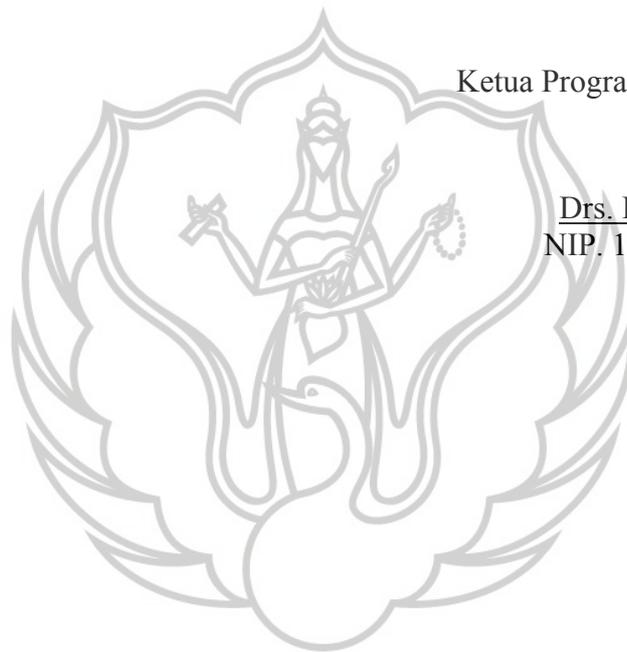
Jurnal Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

“PERANCANGAN VIDEO PROFIL BATIK BOLLECHES DARI KABUPATEN KEDIRI”

diajukan oleh Maulana Sancaya, NIM 1112159024 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Telah di setujui Tim Pembina Tugas Akhir dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengetahui
Ketua Program Studi DKV/Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP. 19650209 199512 1 001



ABSTRAK

Perancangan ini dilatar belakangi oleh ketertarikan penulis terhadap salah satu batik di Kabupaten Kediri yaitu batik Bollehes Suminar. Dalam motif batik Bolleches terdapat unsur-unsur dari Kabupaten Kediri yang bertemakan flora, fauna dan sosial budaya yang mengangkat potensi alam serta pariwisata dari Kabupaten Kediri. Sangat disayangkan sebuah identitas yang mewakili sebuah daerah tidak memiliki sebuah media yang membantu mengenalkan sekaligus mempromosikannya dalam bentuk video profil.

Adapun dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kegiatan riset yang diawali dengan pengumpulan data verbal dan data visual, sehingga akan memudahkan perancangan sebuah media komunikasi visual. Untuk menentukan konsep yang tepat dalam perancangan video profil Batik Bolleches agar tercapai tujuan perancangan, maka pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan metode 5W+1H yaitu *What, Who, Where, When, Why, How*.

Hasil perancangan ini menyimpulkan bahwa, sebuah media video profil mampu mengenalkan sekaligus mempromosikan batik Bolleches Suminar ke masyarakat Kabupaten Kediri maupun luar Kabupaten Kediri.

Kata kunci : Video Profil, Batik Bolleches, Kabupaten Kediri



ABSTRACT

This project was made up by the writer's personal interest with batik from Kediri district named Bolleches Suminar. These batik pattern was made by Kediri's local culture and value inspired from floral, animal, and even social and cultural value that develops tourism and natural potential from Kediri district itself. It such a bummer when such beautiful things that represent the identity of a district doesn't have a media to tell and promote in a format of profile video.

It's good to know that in the making of this project, methods of research such as verbal data and visual data collecting were done in order to deliver message with visual communication design work. To achieve the right concept of this Batik Bolleches video profile, the approach used is 5W+1H : What, Who, Where, When, Why, and How.

The conclusion of this project is that a video profile media is able to tell and also promote Batik Bolleches Suminar to the Kediri people themself and even the people from outer kediri.

Keywords : Profile Video, Batik Bolleches, Kediri District



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 2 Oktober 2009, batik Indonesia telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi (*Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*). Pengakuan UNESCO menulis dalam situsnya yang berhubungan dengan status sosial, kebudayaan lokal, alam dan sejarah batik itu sendiri. Batik merupakan identitas bangsa Indonesia dan menjadi sebuah bagian penting seorang warga bangsa Indonesia sejak lahir hingga meninggal. (<http://suminar-batik.blogspot.com/search?updated:> Diakses 27 Januari 2016, pukul 10.30 WIB)

Semenjak batik mendapat pengakuan dari UNESCO sebagai warisan kemanusiaan sebagai budaya lisan dan non bendawi, menyebabkan kesadaran masyarakat Indonesia untuk mengenakan batik semakin meningkat. Batik tidak hanya digunakan pada acara resmi saja, namun sudah dikenakan pada lingkungan kerja bahkan dipakai pada suasana santai. Beragam motif batik di Indonesia yang berisi makna filosofis memiliki nilai dan sejarah yang panjang. Corak dan motifnya tidak dapat dilepaskan dari wilayah asal pembuatannya seperti sebuah batik yang berasal dari Kabupaten Kediri.

Kabupaten Kediri merupakan sebuah wilayah di daerah Provinsi Jawa Timur yang memiliki banyak komoditas unggulan. Luas wilayah yang dimiliki Kabupaten Kediri hanya 5% dari keseluruhan Provinsi Jawa Timur. Terletak diantara Gunung Kelud dan Gunung Wilis membuat Kabupaten Kediri memiliki tanah yang subur. Kabupaten ini mempunyai beragam sektor ekonomi mulai dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, pariwisata, budaya dan lain sebagainya. ([http://bisnisukm.com/komoditas-unggulan-di-kabupaten-kediri:](http://bisnisukm.com/komoditas-unggulan-di-kabupaten-kediri) diakses 1 Februari 2016).

Dengan beragamnya kekayaan alam serta potensi pariwisata dan budaya yang dimiliki Kabupaten Kediri maka munculah ide pembuatan batik yang dicetuskan oleh ibu dra. Suminarwati Sundoro pada tahun 1992. Batik yang menciri khaskan Kabupaten Kediri ini memiliki motif menarik yang digali dari sisi sejarah dari Kabupaten Kediri, peninggalan arkeologis, serta perkembangan masyarakat yang ada di Kabupaten Kediri maka lahirlah sebuah busana kediren yang bernama batik Bolleches.

Bolleches merupakan salah satu bahasa Belanda yang berarti kumpulan titik-titik atau bola-bola kecil yang diaplikasikan dengan bunga tertentu atau motif legenda tertentu. Motif utama yang ditonjolkan dalam batik ini adalah gambar burung garuda. Dalam sejarah kerajaan Airlangga burung garuda disebut juga sebagai garuda muka yang menjadi kendaraan dewa Wisnu. ([https://fitinonline.com/index.php?/article/read/batik-kediri:](https://fitinonline.com/index.php?/article/read/batik-kediri) diakses 1 Februari 2016, pukul 19.00 WIB).

Berdasarkan wawancara langsung dengan pembuat sekaligus pencetus ide motif batik Bolleches dra. Suminarwati Sundoro, bahwa batik Bolleches Suminar belum mempunyai video profil sebagai media perkenalan sekaligus promosi. Video profil dibuat selain memperkenalkan motif batiknya juga biasa mempromosikan identitas daerah dari Kabupaten Kediri ke masyarakat Kediri sendiri maupun masyarakat diluar Kabupaten Kediri.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video profil batik Bolleches dari Kabupaten Kediri secara menarik dan informatif?

C. Tujuan Perancangan

1. Menginformasikan tentang keberadaan serta proses pembuatan batik bolleches dari kabupaten Kediri.
2. Membuat konsep video profil secara unik serta komunikatif sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh audience yang melihatnya.

D. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

Metode Perancangan yang akan digunakan dalam perancangan desain ini adalah berupa kegiatan riset yang diawali dengan pengumpulan data verbal dan data visual, sehingga akan memudahkan perancangan sebuah media komunikasi visual seperti yang diharapkan.

Data verbal merupakan data yang didapat dari lisan, umumnya dilakukan dengan wawancara terhadap narasumber atau koresponden yaitu kepada pemilik batik Bolleches yaitu ibu Suminar serta masyarakat sekitar yang ikut dalam pembuatan batik ini.

2. Metode Analisis

Untuk menentukan konsep yang tepat dalam perancangan video profil Batik Bolleches agar tercapai tujuan perancangan, maka pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan metode 5W+1H yaitu *What, Who, Where, When, Why, How*.

3. Perancangan Visual

a. Pra Produksi

- 1) Tujuan Media dan Kreatif
- 2) Target Audience
- 3) Outline
- 4) Pendekatan Visual
- 5) Storyline
- 6) Script
- 7) Format
- 8) Program Visual
- 9) Penjadwalan
- 10) Pembiayaan

b. Produksi

- 1) Shooting Lokasi

c. Pasca Produksi

- 1) Editing System
- 2) Project Setting
- 3) Materi Editing
- 4) Recording Voice Over
- 5) Music Finalized and Mixing

d. Visualisasi

- 1) Karakterisasi Visual
- 2) Storyboard
- 3) Desain Jadi

E. DEFINISI DAN TEORI

1. Video

Menurut kamus besar bahasa Indonesia arti video adalah rekaman gambar hidup atau program televisi yang ditayangkan lewat media pesawat televisi. Sedangkan menurut buku milik Azhar Arsyad menyatakan bahwa Video merupakan sebuah rekaman gambar-gambar dalam sebuah frame, frame-frame yang diproyeksikan melalui lensa dengan menggunakan proyektor sehingga gambar terlihat hidup. (Arsyad: 2011:49)

2. Video Profil

Video profil adalah sebuah media yang efektif untuk dijadikan sebuah alat dalam mempropagandakan sebuah perusahaan, produk hingga sebagai media dalam mengenalkan suatu potensi daerah. Media ini mempunyai 2 metode komunikasi yaitu audio dan visual yang tentunya membuat penyampaian propaganda ataupun promosi semakin efektif. Selain dikemas dalam format linier (dioperasikan melalui media player seperti VCD atau DVD) yang dapat diproduksikan melalui CD interaktif dan dioperasikan melalui komputer. (Produksi Indonesia: 2007).

Menurut Wawan Kuswandi (2011: 47), Video profil merupakan sebuah bentuk informasi yang didalamnya berisi tentang riwayat seseorang atau suatu perusahaan yang telah mencapai sebuah kesuksesan di dalam hal produksi ataupun hasil karya yang dihasilkan mempunyai sebuah keunikan dan dapat diterima oleh masyarakat pada umumnya.

Menurut Fred Wibowo (2011: 34-36), Video profile perusahaan merupakan video yang dibuat atau diproduksi untuk mengenalkan suatu perusahaan dan sebagai salah satu sarana untuk mempresentasikan sebuah perusahaan atau kelompok tertentu. Dari beberapa penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa video profil adalah sebuah media audio visual yang berisi informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah perusahaan untuk sarana mempromosikan hasil produksi dan keunggulan yang dimiliki kepada masyarakat umum dalam bentuk video.

3. Komunikasi

Dalam buku teori-teori komunikasi yang ditulis oleh B. Aubrey Fisher, dikutip definisi komunikasi yang baik dari Fortheringham, bahwa komunikasi dapat dipandang baik atau efektif apabila ide, tema, informasi, dan sebagainya yang disampaikan dapat dipandang "sama" atau mempunyai makna sama dengan orang-orang yang terlibat dalam perilaku komunikasi. (Nugroho: 2014: 13)

Menurut Colin Cherry komunikasi adalah proses dimana berbagai pihak saling menggunakan informasi untuk mencapai tujuan bersama dan komunikasi berkaitan dengan hubungan yang ditimbulkan oleh penerus rangsangan dan pembangkit balasannya. (definisi.org /pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli: Diakses 29 Januari 2016, jam 16.00 WIB)

4. Informasi

Dalam teori ini melihat komunikasi sebagai fenomena mekanistik, matematis dan informatif. Komunikasi dijadikan sebagai transmisi pesan dan transmitter menggunakan media komunikasi. Teori informasi menitikberatkan titik perhatiannya pada sejumlah sinyal yang lewat melalui media dalam proses komunikasi.(puziebd.blogspot.co.id

/2013/04/macam-macam-teori-komunikasi.html: diakses 29 Januari 2016, jam 16.00 WIB)

5. Konsep Desain

Menurut (Masri: 2010: 31) sebuah desain dikatakan baik apabila tercapainya sebuah tujuan desain dan pengukuran tercapainya tujuan desain adalah terpenuhinya kriteria-kriteria desain. Secara garis besar, sebuah desain dapat memenuhi kriteria tujuan jika:

- a. Desain memenuhi kriteria fungsi
- b. Desain memenuhi kriteria produksi
- c. Desain memenuhi kriteria oprasional
- d. Desain harus dapat diperoleh oleh penggunaanya
- e. Desain memenuhi nilai etik dimasyarakat

6. Unsur Visual Desain

Unsur visual merupakan sebuah unsur yang pertama dari aspek formalistik. Penamaan unsur visual dilatarbelakangi pemikiran bahwa berbagai unsur formal tampil secara visual pada sebuah objek.(Masri: 2010: 95) Unsur visual terdiri atas:

a. Titik

Titik merupakan kesatuan terkecil dari unsur visual yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu bergantung pada unsur visual lain.

b. Garis

Garis merupakan sebuah unsur visual yang terbentuk dari pergeseran sebuah titik. Garis dapat disusun dengan memilih jenis garis seperti garis yang tegas, berbelok lembut, berbelok tajam.

c. Bidang

Bidang merupakan jejak yang terbentuk dari garis yang digeser tegak lurus terhadap garis itu sendiri. Bidang memiliki shape yang dapat dibedakan karena bentuk bidang itu sendiri.

d. Massa

Massa terbentuk dari pergeseran sebuah bidang tegak lurus terhadap bidang itu sendiri. Massa memiliki volume di dalamnya dan dibedakan menjadi 2 jenis yaitu massa organis dan geometris.

e. Warna

Warna adalah fenomena fisik dari cahaya yang diasosiasikan terhadap beragam gelombang yang tampak dari spektrum elektromagnetik (Microsoft Encarta 2005). Warna dibagi menjadi 2 jenis yaitu warna yang dihasilkan oleh pigmen dan warna yang dihasilkan oleh cahaya.

f. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan dari sebuah objek. Kualitas permukaan berhubungan dengan efek raba yang ditimbulkan secara visual. Tekstur terbagi menjadi 2 jenis yaitu tekstur kasar dan tekstur halus.

F. Tujuan dan Strategi Komunikasi

1. Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi kepada target audience tentang profil dari batik Bolleches yang di dalamnya membahas pembuatan dari segulung kain hingga membentuk kain batik jadi dengan penggambaran pola Bolleches di dalam kain tersebut. Sehingga diharapkan target audience dapat mengetahui tentang keberadaan

batik Bolleches sebagai bagian dari budaya Kediri yang unik dan pada akhirnya memunculkan keinginan untuk bersama-sama melestarikan dan mengenalkan batik Bolleches.

2. Strategi Komunikasi

Dalam video profil batik Bolleches menyampaikan tentang informasi bagaimana runtutan pembuatan dari awal hingga akhir sampai batik tersebut siap dipasarkan. Dalam video ini pesan video akan disampaikan lewat narasi yang disampaikan oleh narator agar audience dapat mengerti isi pesan video tersebut.

G. Tujuan dan Strategi Kreatif

1. Tujuan Kreatif

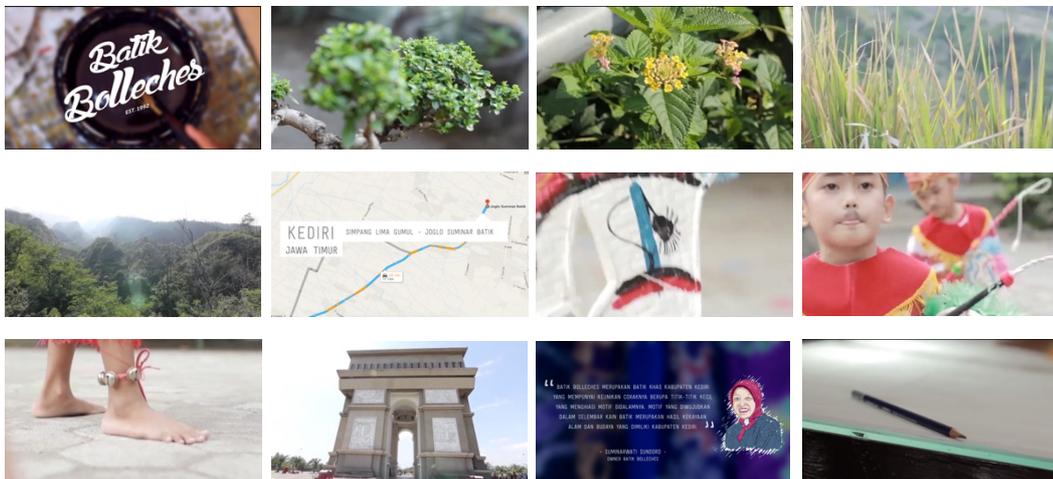
Banyak pendapat tentang kreatifitas diantaranya menyatakan bahwa kreatifitas adalah suatu kemampuan yang dimiliki orang-orang yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan baru dalam menghadapi situasi tertentu yang pada umumnya terciptanya dalam pemecahan masalah dengan cara baru dan lebih dari sebelumnya. (Ernest : 1994 : 4)

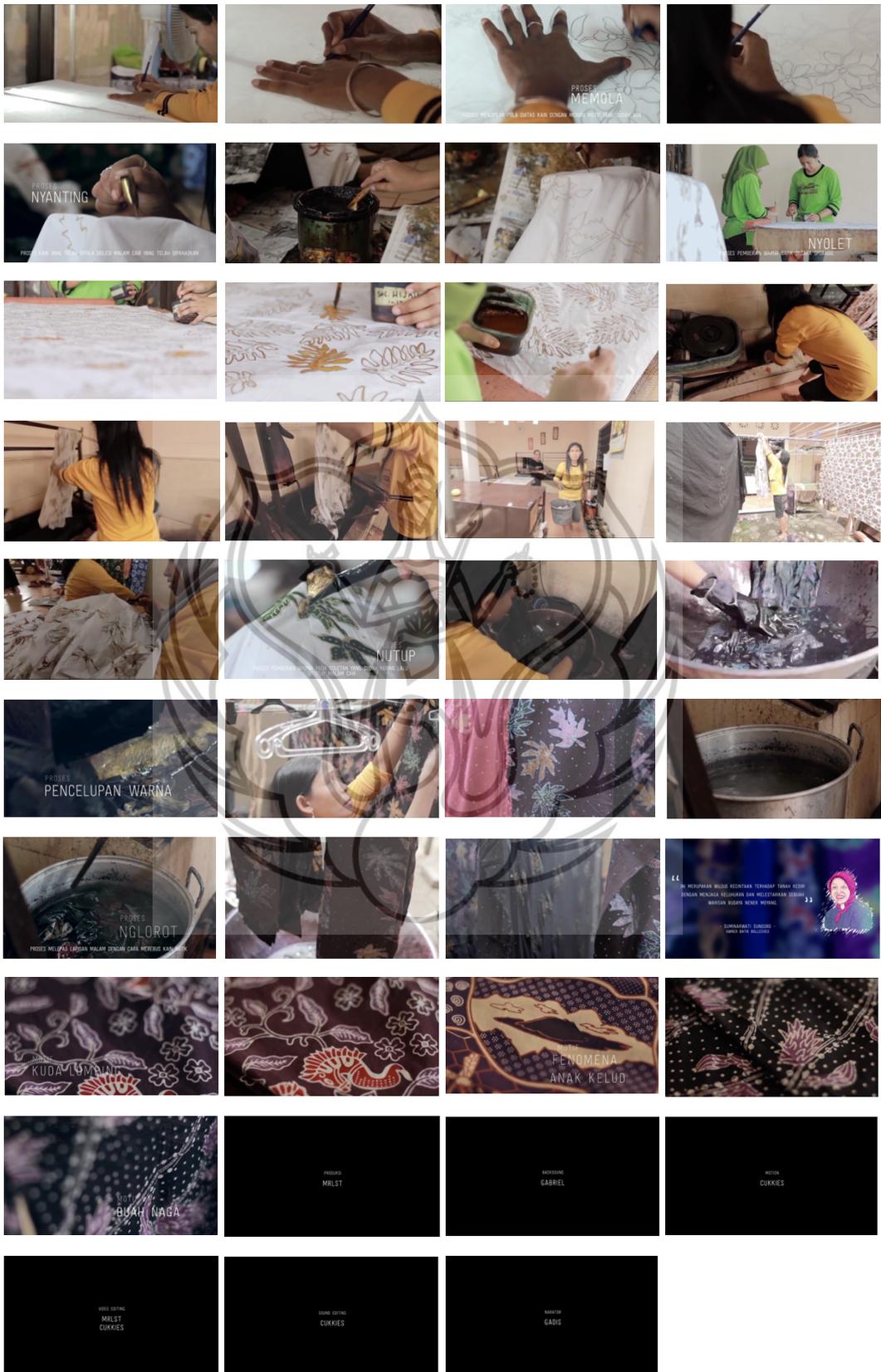
Pada perancangan video profil batik Bolleches tujuan kreatifnya adalah merancang video profil yang memiliki gambaran yang jelas dan detail tentang pembuatan batik Bolleches dengan menggunakan unsur budaya-budaya Kediri. Menumbuhkan rasa ingin tahu serta motivasi target audience tentang keberadaan batik Bolleches yang dirancang memiliki nuansa yang sedikit modern sehingga dapat menarik target audience.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan upaya yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan kreatif. Strategi kreatif sering dianggap sebagai hasil dari sebuah terjemahan dari berbagai informasi mengenai pesan yang akan disampaikan ke dalam suatu posisi tertentu di dalam komunikasi sesuai dengan tujuan perancangan tersebut. Strategi kreatif dalam video profil batik Bolleches adalah menyajikan gambaran cerita yang runtut dari opening sampai akhir video mengacu pada satu topik permasalahan yang fokus. Video yang mengangkat tentang pengenalan dan proses pembuatan batik khas Kediri ini ditunjang dengan narasi yang menginformasikan tentang step-step pembuatan batik tersebut secara runtut.

H. Screenshot Video





I. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian, wawancara terhadap narasumber yaitu pemilik sekaligus penemu motif batik Bolleches dra. Suminarwati Sundoro serta perancangan video profil yang berisi tentang pengenalan sekaligus menjadi media promosi dapat disimpulkan bahwa video profil ini sangat bermanfaat bagi penulis serta masyarakat Kabupaten Kediri maupun masyarakat diluar Kabupaten Kediri mengetahui tentang sebuah identitas daerah dari Kabupaten Kediri yang termuat dan tergambar dalam sebuah kain batik. Media video profil yang bertujuan untuk mengenalkan sebuah warisan budaya masyarakat dari Kabupaten Kediri agar kedepannya generasi penerus dapat mengerti tentang sejarah dari batik Bolleches ini.

J. SARAN

Didalam pelaksanaan sebuah penelitian haruslah mencari sumber yang terbukti kevalidan dari sumber tersebut. Para generasi muda penerus harus kritis dalam mengamati permasalahan yang ada disekitarnya dan memberikan solusi untuk permasalahan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Admaja Yoga, dkk. 2007. Video Komunitas, Penerbit INSISTPress & Kawanusa, Yogyakarta.

Ernest Katoppo. 1994. "Kreatif Periklanan" (Modul Belajar Studi Periklanan Tingkat Dasar). Jakarta, Lembaga Pengkajian Komunikasi Pemasaran.

Masri, Andry. 2010. "Strategi Visual". Penerbit Jalasutra. Yogyakarta

Nugroho, Sarwo. 2014. Teknik Dasar Videografi. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Website :

<http://definisi.org>

<http://bisnisukm.com>

<https://fitinline.com>

<http://indonesia-nizar.blogspot.com>

<http://suminar-batik.blogspot.co.id>

