

PERANCANGAN *VIDEO BLOG*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA KAMPUNG BATIK GIRILOYO



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

I Kadek Fajar Bagaskara

NIM: 1612408024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021

PERANCANGAN *VIDEO BLOG*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA KAMPUNG BATIK GIRILOYO



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

I Kadek Fajar Bagaskara

NIM: 1612408024

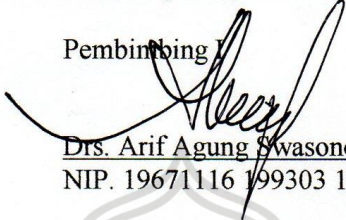
Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual

2021

Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

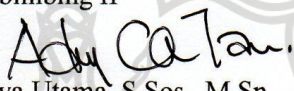
PERANCANGAN VIDEO BLOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA KAMPUNG BATIK GIRILOYO diajukan oleh I Kadek Fajar Bagaskara, NIM: 1612408024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 12 Januari 2021 dan dinyatakan untuk memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I


Drs. Arif Agung Swasono, M.Sn.


NIP. 19671116 199303 1 001 / NIDN. 0016116701

Pembimbing II


Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP 19840909 201404 1 001 / NIDN. 0009098410

Cognate/Anggota


Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn.

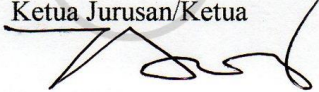
NIP. 19801125 200812 1 003 / NIDN. 0025118007

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota


Daru Tanggul Aji, S.S., M.A.

NIP. 19870103 201504 1 002 / NIDN. 0003018706

Ketua Jurusan/Ketua


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1 005 / NIDN. 0015037702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Tumbul Baharjo, M.Hum.

NIP. 19691108 199303 1 001 / NIDN. 000811690

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Video Blog* Sebagai Media Promosi Wisata Kampung Batik Giriloyo”, guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) pada Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari kekurangan dan ketidaklengkapan yang ada dalam Tugas Akhir ini. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang penulis miliki serta adanya situasi pandemi *covid 19* . Maka dari itu kritik, saran, bimbingan, serta petunjuk-petunjuk dari semua pihak sangat penulis harapkan guna kelengkapan serta penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 15 Januari 2021

Penulis,



I Kadek Fajar Bagaskara

NIM. 1612408024

ABSTRAK
PERANCANGAN *VIDEO BLOG* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
KAMPUNG BATIK GIRILOYO

I Kadek Fajar Bagaskara
NIM. 1612408024

Kampung Batik Giriloyo merupakan salah satu sentra batik yang ada di daerah Yogyakarta. Kampung Batik Giriloyo menawarkan produk batik tulis yang masih mengikuti pakem warisan Keraton Yogyakarta seperti motif-motif lama dengan pewarna alam. Kampung Batik Giriloyo juga berkembang menjadi eduwisata berupa belajar membatik. Adapun permasalahan-permasalahan yang dihadapi pengelola wisata yakni promosi yang masih terbilang pasif dan pemanfaatan media sosial yang kurang maksimal. Melihat masalah ini, perancangan *video blog* sebagai media promosi wisata Kampung Batik Giriloyo dirancang untuk kembali menawarkan kepada masyarakat adanya wisata edukatif sekaligus menawarkan produk yang dimiliki Kampung Batik Giriloyo. Melalui *video blog* khalayak sasaran dapat melihat sekaligus merasakan secara langsung apa saja yang terdapat di Kampung Batik giriloyo. Dikemas dengan gaya semi dokumenter dan reportase, *video blog* ini bertujuan agar khalayak sasar lebih merasakan interaksi yang terjadi dan tertarik untuk mengikutinya.

Dengan adanya perancangan *video blog* ini diharapkan mampu mengkomunikasikan sekaligus mempromosikan adanya tempat wisata Kampung Batik Giriloyo sebagai wisata yang mengajarkan kebudayaan, yaitu mengenal serta ikut serta dalam membuat batik khususnya batik tulis sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo.

Kata kunci: Kampung Batik Giriloyo, *Video Blog*, Wisata Edukatif Belajar Membatik

ABSTRACT
DESIGN OF VIDEO BLOG AS A MEDIA PROMOTION
KAMPUNG BATIK GIRILOYO

I Kadek Fajar Bagaskara
NIM. 1612408024

Kampung Batik Giriloyo is one of the batik centers in Yogyakarta. Kampung Batik Giriloyo offers batik tulis products that still follow the heritage pakem of Yogyakarta Palace such as old motifs with natural dyes. Kampung Batik Giriloyo also developed into eduwisata in the form of learning batik. The problems faced by tourism managers are the promotion that is still fairly passive and the utilization of social media is not maximal. Seeing this problem, the design of video blog as a tourism promotion media of Kampung Batik Giriloyo is designed to again offer to the public the existence of educational tourism as well as offer products owned by Kampung Batik Giriloyo. Through the video blog the target audience can see as well as feel directly what is in Kampung Batik giriloyo. Packed with semi-documentary and reportage styles, this video blog aims to make the sasar audience feel more about the interactions that occur and are interested in following it.

With the design of this video blog is expected to be able to communicate as well as promote the existence of tourist attractions Kampung Batik Giriloyo as a tourism that teaches culture, namely knowing and participating in making batik, especially batik tulis so as to increase the interest of tourists to visit Kampung Batik Giriloyo.

Keywords: Kampung Batik Giriloyo, Video Blog, Educational Tourism Learning to Make Batik

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR MOTIVASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Lingkup Perancangan	4
1. Batasan Ruang Lingkup	4
2. Batasan Teknis	4
E. Manfaat Perancangan	4
1. Manfaat bagi Perancang	4
2. Manfaat bagi Institusi	5
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	5
4. Manfaat bagi Kampung Batik Giriloyo	5
F. Definisi Operasional	5
1. Video.....	5
2. <i>Video blog</i> atau <i>vlog</i>	5
3. Media Promosi.....	6
4. Wisata Kampung Batik Giriloyo	6

G.	Metode Perancangan	6
1.	Data yang Dibutuhkan	6
2.	Metode Pengumpulan Data.....	7
3.	Instrumen/ Alat Pengumpulan Data.....	8
H.	Metode Analisis Data	8
I.	Skematika Perancangan	9
BAB II	IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	10
A.	Tinjauan Tentang Teori	10
1.	Film dan Video	10
2.	Promosi	19
3.	Reportase	20
4.	Media Sosial	22
5.	Batik.....	22
B.	Tinjauan Tentang Masalah Perusahaan.....	25
1.	Nama Perusahaan.....	25
2.	Sejarah Perusahaan	25
3.	Produk atau Layanan yang Dipasarkan	27
4.	Wilayah Operasional Pemasaran	34
5.	Lokasi Perusahaan	34
C.	Data Visual	35
1.	Foto Produksi.....	35
2.	Foto Lokasi Produksi	36
3.	Foto Galeri	39
4.	Foto Produk.....	40
D.	Analisis Data.....	41
1.	<i>What:</i> Apa yang Dirancang?	41
2.	<i>Who:</i> Siapa Khalayak Sasar dalam Perancangan ini?.....	41
3.	<i>When:</i> Kapan <i>Video Blog</i> ini akan Dipublikasikan?	42
4.	<i>Where:</i> Di mana <i>Video Blog</i> ini akan Dipublikasikan?	42
5.	<i>Why:</i> Mengapa Perlu Dirancang?	42
6.	<i>How:</i> Bagaimana Metode Perancangannya?.....	42
E.	Kesimpulan Analisis Data	43
BAB III	KONSEP DAN PERANCANGAN	44
A.	Konsep Kreatif	44
B.	Tujuan Kreatif	45
C.	Strategi Kreatif.....	45
1.	<i>What to Say</i>	45
2.	<i>How to Say</i>	45

D. Materi Program	52
E. Sinopsis.....	52
1. Video Seri Pertama	52
2. Video Seri Kedua.....	53
F. Konsep Penyuntingan.....	53
BAB IV VISUALISASI	54
A. Pra Produksi.....	54
1. <i>Storyline</i>	54
2. <i>Treatment</i>	54
3. <i>Shooting Script</i>	56
B. Produksi	65
1. Peralatan.....	65
2. Lokasi/Artis/Aktor/Modeling	65
3. <i>Shooting Schedule</i>	67
4. <i>Budgeting</i>	68
C. Kerabat Kerja Produksi.....	69
D. Pasca Produksi	69
1. <i>Editing</i>	69
2. <i>Audio Recording</i>	70
3. <i>Mixing</i>	72
4. <i>Color Grading</i>	73
5. <i>Formating</i>	74
E. Karya Jadi	74
1. Media Utama.....	74
2. Media Penunjang	84
F. Poster Pameran Tugas Akhir	87
G. Katalog Pameran Tugas Akhir.....	87
BAB V PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93
A. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	93
B. Hasil Wawancara	93
C. Dokumentasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Camera Shots and Angles</i>	19
Gambar 2. 2 Batik Tulis	23
Gambar 2. 3 Batik Cap	24
Gambar 2. 4 Batik <i>Printing</i>	24
Gambar 2. 5 Logo Kampung Batik Giriloyo	25
Gambar 2. 6 Lokasi Gazebo Batik Giriloyo	25
Gambar 2. 7 Suasana Belajar Membatik	26
Gambar 2. 8 Batik Motif Klasik	27
Gambar 2. 9 Batik Motif Klasik yang Mengalami Perkembangan	27
Gambar 2. 10 Batik Motif <i>Srigunggu Wiguno</i>	28
Gambar 2. 11 Tanaman Srigunggu	28
Gambar 2. 12 Kain Katun Primisima	29
Gambar 2. 13 <i>Canting</i>	30
Gambar 2. 14 <i>Lilin Malam</i>	30
Gambar 2. 15 Kompor Batik	31
Gambar 2. 16 Pewarna <i>Naptol</i>	31
Gambar 2. 17 Tahap <i>Pencantingan</i> Belajar Membatik	32
Gambar 2. 18 Tahap Pewarnaan Belajar Membatik	32
Gambar 2. 19 Tahap <i>Pelorodan</i> Belajar Membatik	33
Gambar 2. 20 Proses Pengeringan Belajar Membatik	33
Gambar 2. 21 Hasil Belajar Membatik	34
Gambar 2. 22 Lokasi Kampung Batik Giriloyo	34
Gambar 2. 23 Proses Pemindahan Pola ke Kain	35
Gambar 2. 24 Proses <i>Pencantingan</i>	35
Gambar 2. 25 Proses Warna <i>Colet</i>	36
Gambar 2. 26 Proses Pengeringan	36
Gambar 2. 27 Pendopo	36
Gambar 2. 28 Lokasi Produksi 1	37
Gambar 2. 29 Lokasi Produksi 2	37
Gambar 2. 30 Lokasi Produksi 3	37
Gambar 2. 31 Lokasi Produksi 4	38
Gambar 2. 32 Lokasi Produksi 5	38
Gambar 2. 33 Lokasi Produksi 6	38
Gambar 2. 34 Galeri Tampak Luar 1	39
Gambar 2. 35 Galeri Tampak Luar 2	39
Gambar 2. 36 Galeri Tampak Dalam	39
Gambar 2. 37 Galeri Tampak Dalam 2	40
Gambar 2. 38 Produk 1	40
Gambar 2. 39 Produk 2	40

Gambar 3. 1 <i>Cinematic Titles</i>	50
Gambar 3. 2 Smooth Zoom Transition	51
Gambar 4. 1 Lokasi Dusun Giriloyo	65
Gambar 4. 2 Lokasi Wisata Kampung Batik Giriloyo	65
Gambar 4. 3 Lokasi Keraton Yogyakarta	66
Gambar 4. 4 Lokasi Alun-Alun Utara	66
Gambar 4. 5 <i>Talent Rizka Sulistyaningsih</i>	66
Gambar 4. 6 <i>Screenshot Proses Editing dengan Software Adobe Premiere Pro CC 2019</i>	70
Gambar 4. 7 <i>Screenshot Proses Insert Graphic berupa Subtitle dengan Software Adobe Premiere Pro CC 2019</i>	70
Gambar 4. 8 <i>Screenshot Halaman Situs Channel Youtube Vlog No Copyright Music</i>	71
Gambar 4. 9 <i>Screenshot Proses Mengolah Audio Narasi dengan Software Adobe Audition CC 2018</i>	72
Gambar 4. 10 <i>Screenshot Proses Mixing dengan Software Adobe Premiere Pro CC 2019</i>	72
Gambar 4. 11 <i>Screenshot Proses Noise Reduction dengan Software Adobe Audition CC 2018</i>	73
Gambar 4. 12 <i>Screenshot Proses Color Grading dengan Software Adobe Premiere Pro CC 2019</i>	73
Gambar 4. 13 <i>Screenshot Proses Export dengan Software Adobe Premiere Pro CC 2019</i>	74
Gambar 4. 14 <i>Screenshot Video Blog Seri Pertama</i>	78
Gambar 4. 15 <i>Screenshot Video Blog Seri Kedua</i>	81
Gambar 4. 16 <i>Desain Sampul Channel Youtube Kampung Batik Giriloyo</i>	82
Gambar 4. 17 <i>Screenshot Pengaplikasian Desain Sampul Channel Youtube</i>	82
Gambar 4. 18 <i>Screenshot dari Perancangan Bumper Cinematic Title untuk Video Blog Seri Pertama</i>	82
Gambar 4. 19 <i>Screenshot 2 dari Perancangan Bumper Cinematic Title untuk Video Blog Seri Pertama 2</i>	83
Gambar 4. 20 <i>Screenshot dari Perancangan Bumper Cinematic Title untuk Video Blog Seri Kedua</i>	83
Gambar 4. 21 <i>Screenshot dari Perancangan Bumper Cinematic Title untuk Video Blog Seri Kedua 2</i>	83
Gambar 4. 22 <i>Halaman Profil Instagram dan Konten Unggahan Instagram Batik Giriloyo</i>	84
Gambar 4. 23 <i>Screenshot dari Perancangan Video Teaser</i>	85
Gambar 4. 24 <i>Screenshot dari Perancangan Video Trailer</i>	86
Gambar 4. 25 <i>Mockup Poster Pameran Tugas Akhir</i>	87
Gambar 4. 26 <i>Mockup Katalog Pameran Tugas Akhir</i>	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Rancangan Biaya Pra Produksi	68
Tabel 3. 2 Tabel Rancangan Biaya Produksi	68
Tabel 3. 3 Tabel Rancangan Biaya Pasca Produksi	68
Tabel 4. 1 Tabel <i>Shooting Script</i> Video Pertama	61
Tabel 4. 2 Tabel <i>Shooting Script</i> Video Kedua.....	64
Tabel 4. 3 Tabel Peralatan.....	65
Tabel 4. 4 Tabel <i>Shooting Scheldule</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Proses Kunjungan 1	95
Proses Produksi 1	95
Proses Produksi 2	95
Display Pameran 1	96
Display Pameran 2	96
Display Pameran 3	96
Suasana Sidang 1	97
Suasana Sidang 2	97
Suasana Sidang 3	97

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia sejak lama. Batik sudah berkembang dan ada sejak dulu. Batik merupakan peninggalan sejarah yang mengakar dari budaya bangsa. Salah satu daerah penghasil batik terbesar di Indonesia adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam perkembangannya batik di Yogyakarta tidak terlepas dari keraton sebagai pusat sentra budaya, kemudian meluas keluar dari tembok keraton hingga ke kawasan pedalaman dan kawasan pesisir pantai.

Bantul merupakan sebuah kabupaten di Yogyakarta yang letaknya di sebelah selatan Kota Yogyakarta. Batik yang berkembang di wilayah Bantul merupakan perkembangan batik Keraton Yogyakarta. Sebab awal mulanya tradisi membatik berasal dari keraton yang berkembang ke wilayah sekitarnya. Beberapa wilayah Bantul yang sampai saat ini menjadi sentra batik diantaranya adalah daerah Imogiri, Pandak, Jetis, dan Pajangan. Diantara daerah-daerah tersebut di Imogiri terdapat dusun yang menjadi sentra batik tulis untuk Yogyakarta, yaitu Dusun Giriloyo.

Giriloyo merupakan dusun di bawah kaki perbukitan Imogiri, bukit yang terkenal di daerah kawasan selatan Yogyakarta karena terdapat Raja-Raja Mataram Islam dimakamkan. Dusun Giriloyo memiliki jarak sekitar lima belas kilometer dari daerah Kota Yogyakarta. Karena Dusun Giriloyo terpencil dan berada di kaki bukit membuat suasana khas pedesaan yang sepi dan sunyi. Diakses dari (<http://batikgiriloyo.com/> ; pada tanggal 2 Oktober 2020, 19.20 WIB)

Giriloyo menyimpan warisan budaya yang luar biasa, yaitu batik tulis warisan dari Keraton Yogyakarta. Berdasarkan wawancara dari Bapak Nur Ahmadi selaku Ketua Paguyuban Batik di Giriloyo, secara historis Giriloyo merupakan tempat tinggal para pembatik yang mengabdikan pada Keraton Yogyakarta. Sejak zaman dulu, busana keluarga Keraton Yogyakarta dibuat

oleh para pembatik Giriloyo, sehingga sampai sekarang para pembatik masih mengikuti pakem seperti, motif - motif lama dari keraton dan pewarnaannya yang menggunakan pewarna alam. Hal ini yang menjadi keunikan dari batik Giriloyo. Maraknya perkembangan batik modern, batik Giriloyo masih bertahan pada pakemnya yakni memiliki motif - motif klasik atau tradisional yang mengandung makna-makna filosofi tersendiri. Umumnya motif batik klasik sarat akan makna filosofi dan pelajaran hidup, contohnya batik motif *Sido Asih* yang mempunyai makna harapan agar manusia mengembangkan rasa saling menyayangi dan mengasihi antar sesama. Batik Giriloyo menjadi sentra batik tulis karena bertahan dengan nilai-nilai tradisi berupa batik tulis dengan motif klasik dan pewarna alami.

Perkembangan batik Giriloyo tergolong pesat, karena pengrajin yang semula perseorangan dengan memiliki *showroom* sendiri, kini berkembang menjadi satu paguyuban batik. Paguyuban batik ini bernama Kampung Batik Giriloyo yang bertempat di Jalan Imogiri Timur km 14, Gazebo Wisata Giriloyo, Wukirsari. Tidak hanya menjual batik, paguyuban ini juga membuka wisata belajar membatik bagi wisatawan.

Kampung Batik Giriloyo menawarkan salah satu jenis wisata edukasi berbasis seni dan budaya khususnya batik tulis. Dalam hal ini munculnya kelompok - kelompok pelaku industri pariwisata ditengah masyarakat, membuat wisata edukasi berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Manfaat dari wisata edukasi ini adalah mendorong kecintaan masyarakat terhadap seni dan budaya leluhur, pembentukan karakter, wisata belanja dan untuk memperkenalkan seni budaya Indonesia kepada wisatawan lokal maupun mancanegara.

Dalam melakukan promosinya adapun permasalahan - permasalahan yang dihadapi pengelola wisata Kampung Batik Giriloyo sejauh ini diantaranya, pengelola masih bersifat pasif karena hanya mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut para wisatawan dan melalui media *offline* berupa brosur. Pengelola wisata Kampung Batik Giriloyo di awal tahun 2020 ini melakukan promosi dengan media sosial seperti *website, facebook* dan *instagram*. Namun promosi yang dilakukan masih dirasa kurang karena

keterbatasan pengetahuan dalam mengelola media tersebut. Sehingga masyarakat luas masih banyak yang belum mengetahui adanya wisata Kampung Batik Giriloyo.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin merancang media promosi baru untuk wisata Kampung Batik Giriloyo guna menginformasikan kepada masyarakat secara virtual. Salah satunya melalui *video blog*. Melalui adanya media promosi *video blog* diharapkan mampu memberi informasi sekaligus mempromosikan adanya tempat wisata Kampung Batik Giriloyo sebagai wisata yang mengajarkan kebudayaan, yaitu mengenal serta ikut serta dalam membuat batik khususnya batik tulis. Di zaman sekarang penggunaan media sosial sudah menjadi rutinitas sehari-hari dalam berkomunikasi hingga transaksi jual beli. Maka *video blog* merupakan salah satu media yang dapat menjangkau lebih luas terutama pengguna media sosial yang dianggap potensial sebagai target marketnya. *Video blog* juga mampu menjadi media komunikasi yang efektif dalam penyampaian pesan kepada masyarakat karena penonton merasakan pengalaman visual secara interaktif yang mana penonton akan merasakan secara tidak langsung bagaimana situasi dan kondisi yang ditampilkan pada video. *Video blog* dalam perancangan ini nantinya memberikan informasi mengenai wisata edukasi berupa belajar membatik serta menampilkan produk batik khas dari Giriloyo. Video ini nantinya dipublikasikan pada *platform youtube*, karena *youtube* memiliki keunggulan dalam fiturnya yakni adanya pemilihan resolusi saat hendak menonton video dan umumnya *video blog* banyak ditemui di *youtube*. Berdasarkan data kuesioner yang telah penulis bagi kepada target audien, *video blog* juga merupakan salah satu media favorit dari masyarakat untuk memperoleh sumber informasi. Dengan hal ini, *video blog* dipilih menjadi media promosi yang tepat dalam perancangan ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *video blog* Kampung Batik Giriloyo sebagai media promosi yang edukatif dan menarik sebagai upaya mempromosikan wisata Kampung Batik Giriloyo?

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, maka tujuan perancangan yaitu:

1. Menciptakan sebuah video promosi dengan format *vlogging* mengenai wisata Kampung Batik Giriloyo dengan harapan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata Kampung Batik Giriloyo di Yogyakarta.
2. Memberikan edukasi tentang kebudayaan tradisi batik tulis sekaligus mempromosikan kerajinan batik daerah Giriloyo kepada masyarakat dalam bentuk *video blog*.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Batasan masalah agar perancangan dalam skripsi ini tidak terlalu luas. Batasan masalah dalam perancangan dibuat sebagai berikut:

1. Batasan Ruang Lingkup

Perancangan *video blog* berlokasi di Kampung Batik Giriloyo. Perancangan terfokus pada *video blog* yang menampilkan wisata edukasi berupa belajar membatik dari awal hingga selesai serta produk batik klasik khas daerah Giriloyo. Perancangan video sebatas merancang *video blog*.

Khalayak sasaran dalam perancangan ini adalah dewasa dengan usia di antara 25-40 tahun baik pria maupun wanita yang berasal dari dalam negeri khususnya Pulau Jawa.

2. Batasan Teknis

Dalam batasan teknis ini akan dibatasi oleh durasi, maka durasi maksimal dari setiap videonya adalah lima menit atau kurang dari itu.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi Perancang

- a. Perancang mendapat pengalaman bekerja sama di lingkungan seni kriya, khususnya seni batik.
- b. Perancang dapat memperluas informasi mengenai batik tulis khususnya yang ada di daerah Giriloyo.

- c. Perancang mampu menambah wawasan dan juga referensi mengenai media promosi khususnya *video blog*.
- d. Hasil perancangan sekaligus menjadi portofolio dalam bentuk *audiovisual*.

2. Manfaat bagi Institusi

Dengan adanya perancangan ini diharapkan mampu memperluas dan memberikan wawasan baru bagi mahasiswa Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual. Karena perancangan berupa *audiovisual* dengan format *video blog* merupakan salah satu media yang memiliki potensial besar dalam perkembangan media promosi.

3. Manfaat bagi Masyarakat

Diharapkan dari perancangan ini mampu membuat masyarakat lebih mengenal tentang batik tulis dan lebih mengetahui proses membuat batik tulis sekaligus makna atau filosofi di balik motif batik tersebut.

4. Manfaat bagi Kampung Batik Giriloyo

Perancangan diharapkan mampu memberikan media promosi baru untuk mengedukasi sekaligus mempromosikan batik tulis yang ada di daerah Giriloyo, agar dapat dikenal lebih luas dan menjadikan daya tarik tersendiri untuk mengajak wisatawan berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo.

F. Definisi Operasional

1. Video

Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan *frame* dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan *frame rate*, dengan satu *fps (frame per second)*.

2. *Video blog* atau *vlog*

Video blog atau lebih dikenal dengan *vlog* adalah kegiatan *blogging* dengan menggunakan media video. Komposisinya berupa teks dan audio

sebagai sumber media utama. *Video blog* masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. *Video blog* biasanya ada juga yang dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa *video blog*, mencantumkan data lainnya.

3. Media Promosi

Media promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat kesadaran, memberitahu, membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan. Pengertian lain dari promosi adalah cara memberi tahu maupun menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengonsumsinya. Diakses dari (<http://gedungarsitek.blogspot.com>; pada tanggal 6 Oktober 2020, 14.00 WIB)

4. Wisata Kampung Batik Giriloyo

Wisata Kampung Batik Giriloyo merupakan salah satu sentra pengrajin batik tulis terbesar dan tertua di Yogyakarta. dikatakan terbesar karena sebagian besar warga Giriloyo merupakan pengrajin batik dan menurut data wawancara Giriloyo memiliki pengrajin batik sebanyak 420 orang yang terbagi ke dalam 12 kelompok. Wisata Kampung Batik Giriloyo terletak di Kelurahan Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Wisata Kampung Batik Giriloyo memiliki motif khas berupa motif klasik atau tradisional warisan Keraton Yogyakarta yang mengandung makna-makna filosofi tersendiri. Berkembangnya wisata Kampung Batik Giriloyo, menjadikan tempat wisata yang edukatif berupa kegiatan belajar membuat batik.

G. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

- a. Data primer, informasi yang diperoleh dari sumber primer, yakni asli informasi dari tangan pertama atau responden. Misal melakukan observasi ke lapangan, opini dan wawancara personal.

- b. Data sekunder, informasi yang diperoleh tidak langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga. Penggunaan data sekunder sangat menguntungkan penulis karena menghemat waktu, tenaga dan dana. Teknik sekunder juga merupakan metode dokumentasi sehingga pengambilan dokumen - dokumen yang terkait misal kajian pustaka, media cetak atau internet.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Kajian Pustaka

Mengumpulkan dan mempelajari data pustaka terkait dengan objek dan subjek perancangan seperti batik tulis, batik Giriloyo, *video blogging*, video mengenai batik dan desain komunikasi visual. Sumber pustaka yang diperoleh dapat dikumpulkan melalui buku, skripsi, jurnal, makalah, serta data yang relevan dari internet.

b. Wawancara

Selain melalui kajian pustaka, data dan informasi diperoleh melalui proses wawancara yang kemudian dirangkai menjadi cerita yang utuh. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai Ketua Paguyuban Batik Giriloyo maupun pengelola wisata Kampung Batik Giriloyo untuk memperoleh fakta yang terdapat sesuai dengan pesan yang disampaikan melalui *video blog* yang akan dibuat.

c. Kuesioner

Kuesioner akan ditujukan kepada audien yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dari audien mengenai *video blogging* dalam mempengaruhi minat untuk mendapatkan informasi.

d. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung. Observasi nantinya akan dilakukakan dengan mengamati dan mengumpulkan data - data yang dibutuhkan dalam proses perancangan *video blog* Batik Giriloyo.

e. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui berbagai dokumen-dokumen yang sudah didokumentasikan.

3. Instrumen/ Alat Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah berbagai sarana atau alat bantu dalam penelitian yang akan digunakan untuk melaksanakan seluruh tahap pengumpulan data, antara lain:

- a) Kamera
- b) *Smartphone*
- c) Buku dan alat tulis
- d) Internet

H. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why dan How*).

- a. *What*: Apa yang akan dirancang?
- b. *Why*: Mengapa perlu dirancang?
- c. *Where*: Di mana perancangan ini akan dipublikasikan?
- d. *When*: Kapan perancangan ini akan dipublikasikan?
- e. *Who*: Siapa target dari perancangan ini?
- f. *How*: Bagaimana metode perancangannya?

Dari analisis yang telah dilakukan, diharapkan nantinya akan terbentuk sebuah kesimpulan yang bisa menjadi dasar dalam perancangan *video blog* sehingga proses dan hasil perancangan akan lebih efektif dan efisien.

I. Skematika Perancangan

