

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Wisata belajar membatik yang merupakan *brand* dari Paguyuban Batik Giriloyo ini memiliki banyak potensi untuk dapat dikunjungi wisatawan. Dengan adanya paket - paket wisata yang sudah disediakan oleh pengelola Kampung Batik Giriloyo membuktikan bahwa wisata belajar membatik sudah sangat mampu menyambut wisatawan yang datang. Keistimewaan wisata membatik di Kampung Batik Giriloyo yakni masyarakat berkesempatan mencoba membuat salah satu warisan budaya berupa seni tradisi yaitu batik tulis yang belum banyak ada khususnya di Yogyakarta dan wisata batik di Kampung Batik Giriloyo merupakan satu-satunya wisata batik yang proses pewarnaannya melalui proses pencelupan.

Beragam promosi telah dilakukan oleh para pengelola di Kampung Batik Giriloyo, namun dirasa kurang maksimal. Untuk itu perlu dilakukan terobosan media promosi baru guna mengomunikasikan Kampung Batik Giriloyo ke masyarakat luas. *Video blog* melalui media sosial *youtube* dipilih karena sebagian besar masyarakat pada era modern cenderung menggunakan media sosial dalam memperoleh informasi. Selain itu video juga dianggap sebagai media yang efektif dalam penyampaian pesan ke khalayak sasaran. Dengan penggunaan media berupa *audiovisual* diharapkan mampu mengomunikasikan sekaligus mempromosikan Kampung Batik Giriloyo sebagai wisata edukatif berupa belajar membatik yang mengajarkan seni kebudayaan batik secara menyenangkan. Sehingga khalayak sasaran dapat menjadikan wisata belajar membatik sebagai salah satu obyek wisata yang akan dikunjungi sekaligus membeli produk - produk batik yang ada di Kampung Batik Giriloyo sehingga dapat meningkatkan kegiatan ekonomi pada masyarakat Desa Giriloyo.

Dalam perancangan *video blog* sebagai media promosi wisata Kampung Batik Giriloyo relatif lebih mudah dirancang dari video promosi pada umumnya. Karena dalam pembuatan *video blog* tidak diharuskan

menggunakan naskah, tim produksi yang tidak begitu banyak dan *editing* yang tidak relatif banyak sehingga *editor* tidak harus sekelas profesional. Dalam proses perancangannya, *video blog* ini diawali dengan menentukan *shotlist* berupa hal-hal apa saja yang menarik untuk direkam. Karena dengan tujuan promosi terdapat faktor berupa penambahan atau pengurangan dari kejadian sebenarnya dengan tujuan agar lebih menarik. Kemudian mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan, seperti kamera dan lensa, *clip on*, *stabilizer*, *memori card* dengan kapasitas cukup besar karena akan memakan waktu sehari-hari dan juga baterai kamera cadangan. Dengan tim produksi yang tidak banyak ditambah situasi pandemi *covid 19* yang sedang mengalami masa transisi, proses produksi hanya melibatkan satu *talent*, satu kru dan satu kameramen. Kemudian tahap *editing* berupa penambahan *background music*, transisi, *cinematic title* dan efek visual lainnya sesuai kebutuhan.

Pada hasil perancangan *video blog* wisata Kampung Batik Giriloyo diharapkan mampu memberikan media promosi baru untuk pengelola wisata Kampung Batik Giriloyo dan perancangan ini dapat membantu meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung ke Kampung Batik Giriloyo sehingga mampu membantu ekonomi pengrajin batik di Giriloyo.

## B. Saran

Pada proses perancangan *video blog* wisata Kampung Batik Giriloyo terdapat berbagai kendala dalam produksinya, seperti cuaca yang sedang memasuki musim hujan sehingga proses pengambilan gambar di luar ruangan tertunda. Hal ini juga menjadikan pencahayaan dalam beberapa video terlihat berbeda padahal direkam pada kurun waktu yang relatif berdekatan. Metode *vlogging* yang menggunakan bahasa Indonesia tidak baku terkadang memerlukan penyesuaian dan improvisasi di lapangan agar terdengar lebih natural dalam penyampaiannya. Berdasarkan berbagai kendala tersebut, maka pada perancangan serupa kendala tersebut dapat diatasi dengan memperhitungkan pengambilan gambar yang sebisa mungkin tidak di luar ruangan namun tetap sesuai dengan *storyline* untuk efektifitas waktu dalam proses produksi.

Ketika dalam proses pasca produksi, membangun mood video menjadi poin utama dalam proses editing. Sehingga dalam proses *editing*, penambahan *background music* dan transisi menjadi fokus utama dalam membantu membangun *mood* tersebut. Dalam teknis ini proses *editing* dirasa masih bisa dikembangkan lagi, maka dari itu dalam hal efek visual maupun efek audio dapat dieksplorasi lebih untuk mendapatkan *mood* video yang diinginkan.

Pada hasil perancangan *video blog* wisata Kampung Batik Giriloyo diharapkan mampu memberikan referensi dan informasi tentang batik khususnya batik tulis serta pembuatan media promosi alternatif berupa *video blog*. Semoga dengan adanya perancangan ini dapat membantu pihak-pihak yang sedang melakukan perancangan serupa dikemudian hari.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anshori, Yusak dan Adi Kusriano., *Keeksotisan Batik Jawa Timur*, PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia: Jakarta, 2011
- Bantul, Pemerintah Daerah Kabupaten., *Batik Bantul*, Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul: Yogyakarta, 2010
- Kotler, Philip. (terjemahan A. B. Susanto), *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta, 2001
- Nasrullah, Rusli., *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Soiso Teknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015
- Pratista, Himawan., *Memahami Film*, Yogyakarta: Montsase Press, 2017
- Suwasono, A.A., *Pengantar Film*, Badan Penerbit Institut Seni Indonesia Yogyakarta: Yogyakarta, 2014

### Jurnal

- Alditio., Iqbal, *Perancangan Video Blog Studis TV Sebagai Media Alternatif Informasi Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta*, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2016
- Dirgantara Rinjani Putra., Erland, *Perancangan Video Iklan Instagram Berseri "Sembung Batik"*, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2019
- Eka Nur Fua'ad., Fariz, *Penggunaan Media Video Blogging (VLOGGING) Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (Penelitian Studi Kuasi Eksperimen Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandung)*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2013
- Nuurfhatier., Annisa, *Perancangan Video Blog Sebagai Media Promosi Desa Krebet*, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2017
- Restu Pravesti Hayuardhani., Andrita, *Perancangan Video Promosi Wisata Wayang Wukirsari Imogiri Bantul*, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2017

Wawancara

Ahmadi, Nur (55 th.), Ketua Paguyuban Kampung Batik Giriloyo, wawancara tanggal 23 Oktober 2020, Yogyakarta.

*Website*

<http://gedungarsitek.blogspot.com/2019/09/pengertian-media-promosi.html>

(diakses penulis pada tanggal 6 Oktober 2020, 14.00 WIB)

<http://batikgiriloyo.com/>

(diakses penulis pada tanggal 5 Oktober 2020, 23.45 WIB)

<https://mybabbling.wordpress.com/2017/02/13/reportase-jurnalistik/>

(diakses penulis pada tanggal 7 Desember 2020, 21.25 WIB)

<https://www.greener.co/flora-fauna/manfaat-tanaman-senggugu-untuk-pengobatantradisional/>

(diakses penulis pada tanggal 5 Oktober 2020, 22.10 WIB)

