

JURNAL TUGAS AKHIR

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

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *VIDEO BLOG*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
WISATA KAMPUNG BATIK GIRILOYO



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

I Kadek Fajar Bagaskara

NIM: 1612408024

Jurnal Tugas Akhir ini Diajukan kepada Faklutas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai

Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

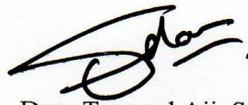
Gelar Sarjana S-1 Dalam Bidang

Desain Komunikasi Visual

2021

Jurnal 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.

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP. 19870103 201504 1 002 / NIDN. 0003018706

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 semidocumentary 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*

A. PENDAHULUAN

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. 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 menyimpan warisan budaya yang luar biasa, yaitu batik tulis warisan dari Keraton Yogyakarta. Berdasarkan wawancara dari Isnaeni, 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. 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 keterangan 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. *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 saat ini *platform* yang sering digunakan masyarakat dalam menonton video yaitu

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.

Berdasarkan paparan di atas, perancangan ini menentukan rumusan masalahnya berupa bagaimana merancang *video blog* Kampung Batik Giriloyo sebagai media promosi yang edukatif dan menarik sebagai upaya mempromosikan wisata Kampung Batik Giriloyo? Kemudian teori - teori yang digunakan dalam perancangan ini salah satunya teori reportase yang diterapkan pada strategi penyampaian pesannya berupa *talent* seakan-akan mengajak penonton berinteraksi secara langsung sehingga penonton mendapatkan pengalaman visual secara interaktif yang bertujuan agar khalayak sasar lebih merasakan interaksi dan tertarik mengikutinya.*video blog*.

Kemudian ada teori *video blog* yang pengertiannya adalah *video diary online* yang berbasis *blog* yang ditampilkan atau disajikan dalam bentuk video. Walaupun beberapa tampilan *vlog* juga termasuk teks untuk menyampaikan konteks dari video, fokus utama yang ditampilkan adalah video. Penggunaan video dapat memberikan kebebasan lebih untuk *vlogger* dalam memberikan opini dan berinteraksi kepada penonton dengan lebih terarah dan lebih interaktif. Format *video blog* dipilih karena dirasa lebih menarik dalam menyampaikan suatu produk atau *brand* yang akan ditawarkan kepada khalayak sasar. Khalayak sasar secara tidak langsung sedang menonton iklan karena *video blog* menyajikannya secara halus

Metode perancangan terbagi ke dalam tiga bagian, yakni yang pertama data yang dibutuhkan berupa data primer atau informasi yang diperoleh dari sumber primer dan data sekunder berupa informasi yang diperoleh dari pihak ketiga seperti dokumen - dokumen kajian pustaka, media cetak dan internet. Kemudian metode yang kedua berupa teknik pengumpulan data meliputi, kajian pustaka, wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Lalu yang terakhir instrument atau alat pengumpulan data berupa kamera, buku tulis, *smartphone* dan internet.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

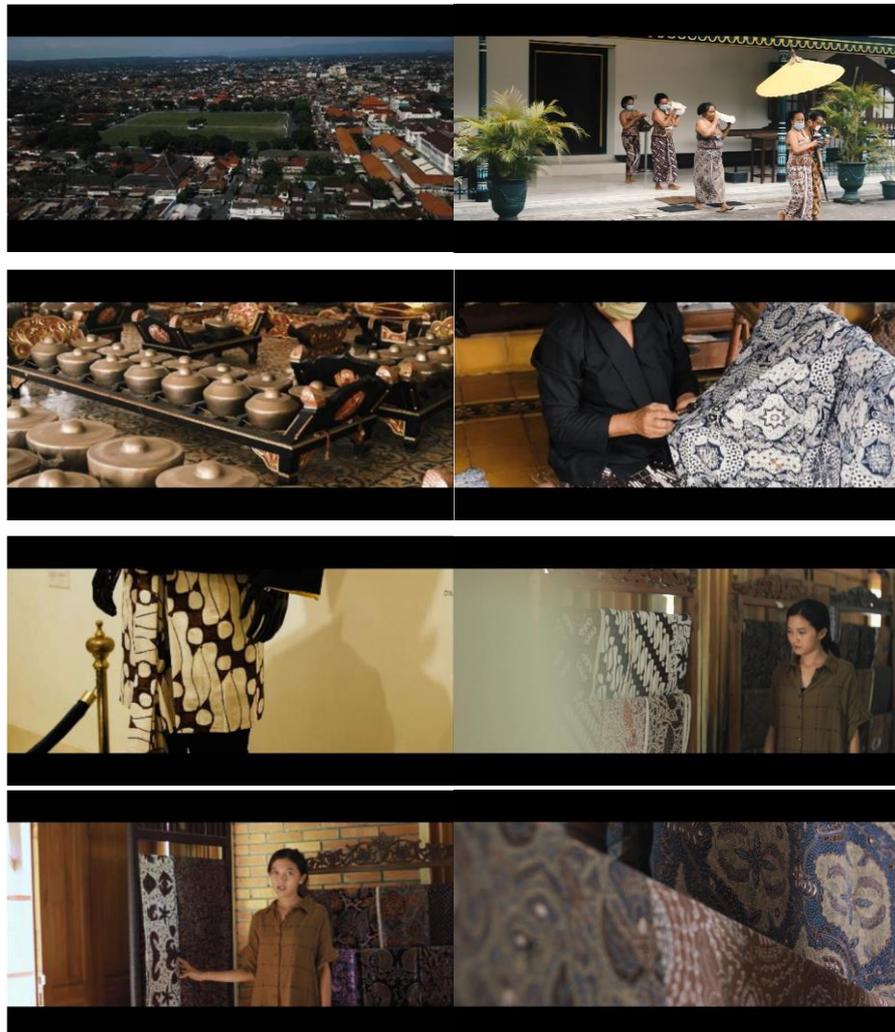
1. Media Utama

a. *Video Blog* Seri Pertama

Judul : “Sejarah Busana Keluarga Kraton Yogyakarta”

Durasi : 4 menit 53 detik

Menceritakan secara visual dan narasi bagaimana awal di balik cerita batik Giriloyo mewarisi warisan budaya tradisi Kraton Yogyakarta yang dilanjutkan menampilkan produk batik warisan tersebut yang sudah mengalami perkembangan berbagai ragam hias dan juga warna. Kemudian menampilkan salah satu motif baru yaitu motif *srigunggu wiguno* yang sudah menjadi motif khas Giriloyo.





b. *Video blog* Seri Kedua

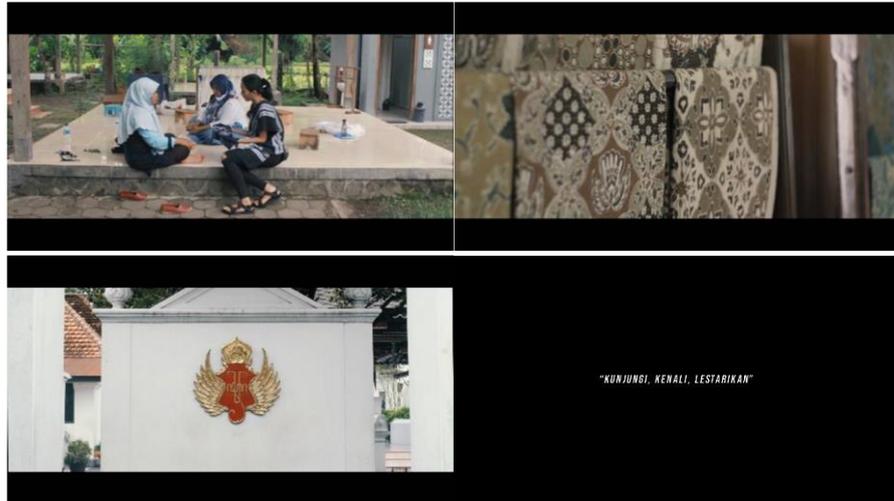
Judul : “Wisata Warisan Keraton Yogyakarta”

Durasi : 5 menit 21 detik

Menceritakan secara visual dan narasi bagaimana proses membatik dari tahap awal hingga akhir secara sederhana dengan menampilkan suasana wisata edukatif yaitu belajar membatik. Dimulai dengan kegiatan mencanting kain dengan malam hingga ke proses pencelupan, pelorodan dan pengeringan. kemudian batik yang sudah selesai bisa dibawa pulang sebagai *merchandise* dari wisata

belajar membatik.



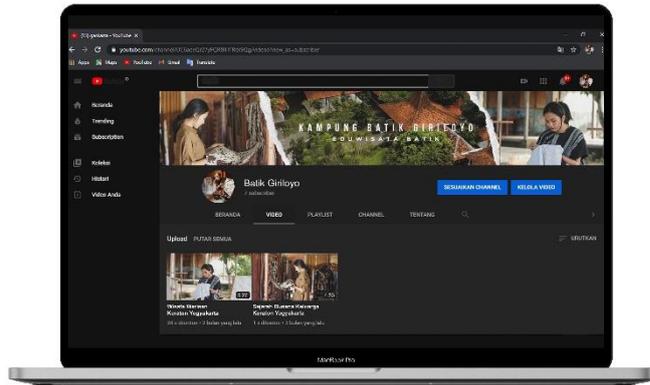


Strategi dalam penyajian visual secara sinematik yang tidak hanya sekedar estetika namun ada beberapa aspek yang digunakan yakni *movement* yakni pergerakan kamera yang cenderung tidak diam dengan tujuan membangun suasana dan menceritakan secara simbolis. *Light and color* juga bertujuan meraih emosi dan persepsi. Kemudian juga *point of view* sebagai mata dari penonton sehingga penonton seakan-akan merasa terlibat dalam video.

c. Channel Youtube

Kampung Batik Giriloyo adalah nama pengguna dalam perancangan *channel youtube* ini. *Channel youtube* memiliki beberapa hal kaitannya dengan *layout* grafis yakni *cover* sampul. Resolusi ideal dari sampul *channel youtube* adalah 2560 x 1440 piksel dengan zona aman adalah 1540 x 427 piksel. Berikut merupakan desain dan *screenshot* sampul *channel youtube* ketika diaplikasikan.





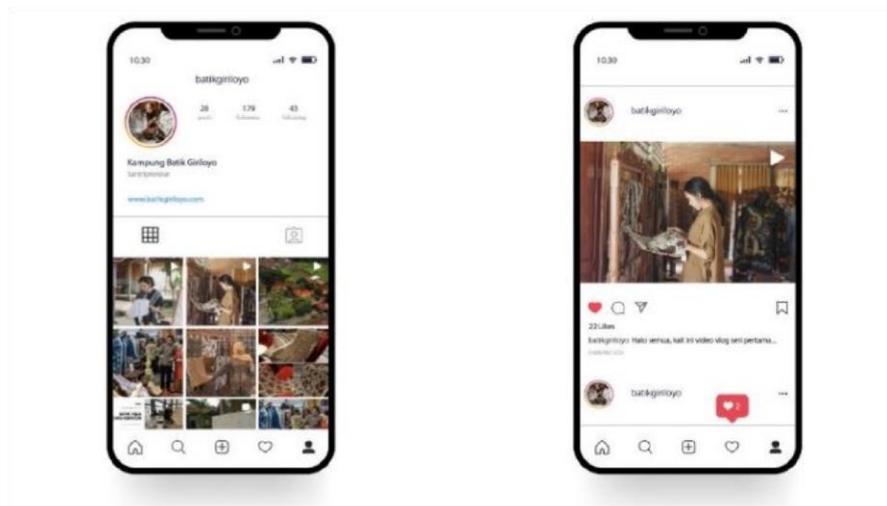
d. Bumper



2. Media Penunjang

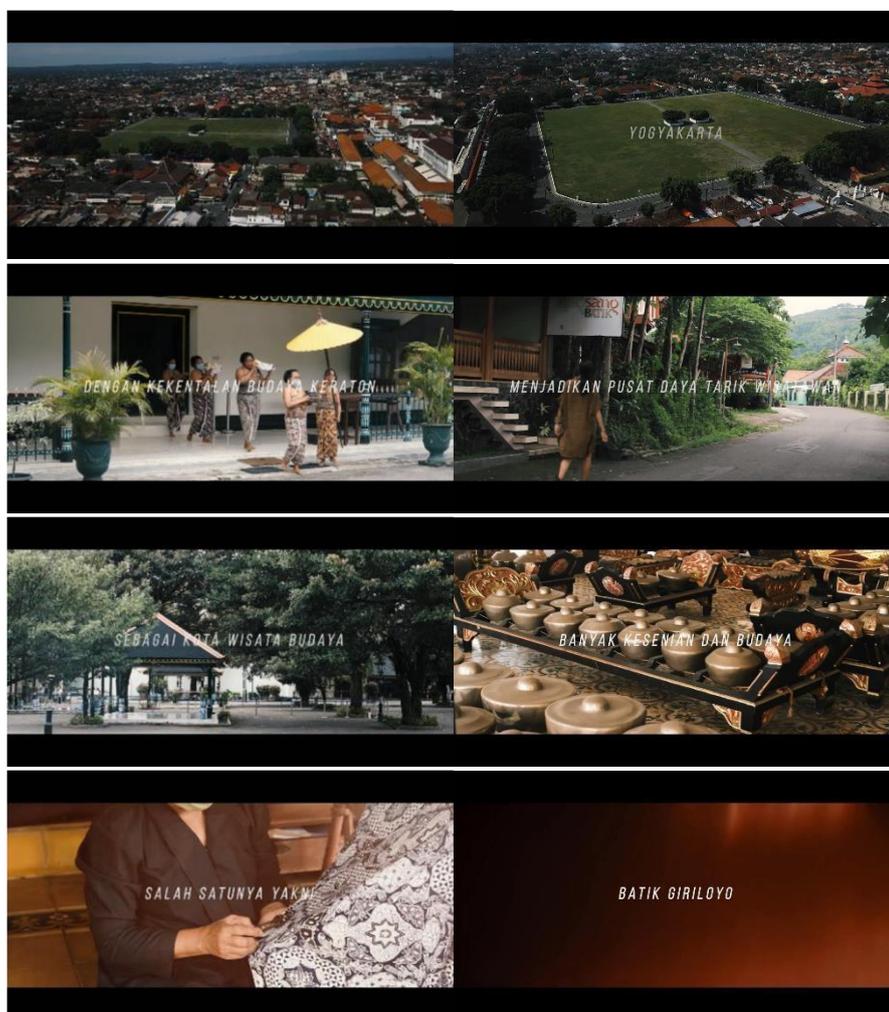
a. Instagram

Akun *instagram* dari Kampung Batik Giriloyo memiliki nama pengguna @kampungbatikgiriloyo, yaitu akun asli dari pengelola wisata Kampung Batik Giriloyo. Konten yang akan dipublikasi dalam akun *instagram* ini berupa *video trailer* dan *video teaser* yang berkaitan dengan tujuan dari perancangan *video blog* wisata Kampung Batik Giriloyo. *Instagram* merupakan salah satu media penunjang untuk mendatangkan khalayak sasaran ke halaman *youtube* dari Kampung Batik Giriloyo maka diperlukan tata letak dan kualitas yang baik dalam unggahannya. Berikut merupakan hasil rancangan unggahan *instagram* Kampung Batik Giriloyo.



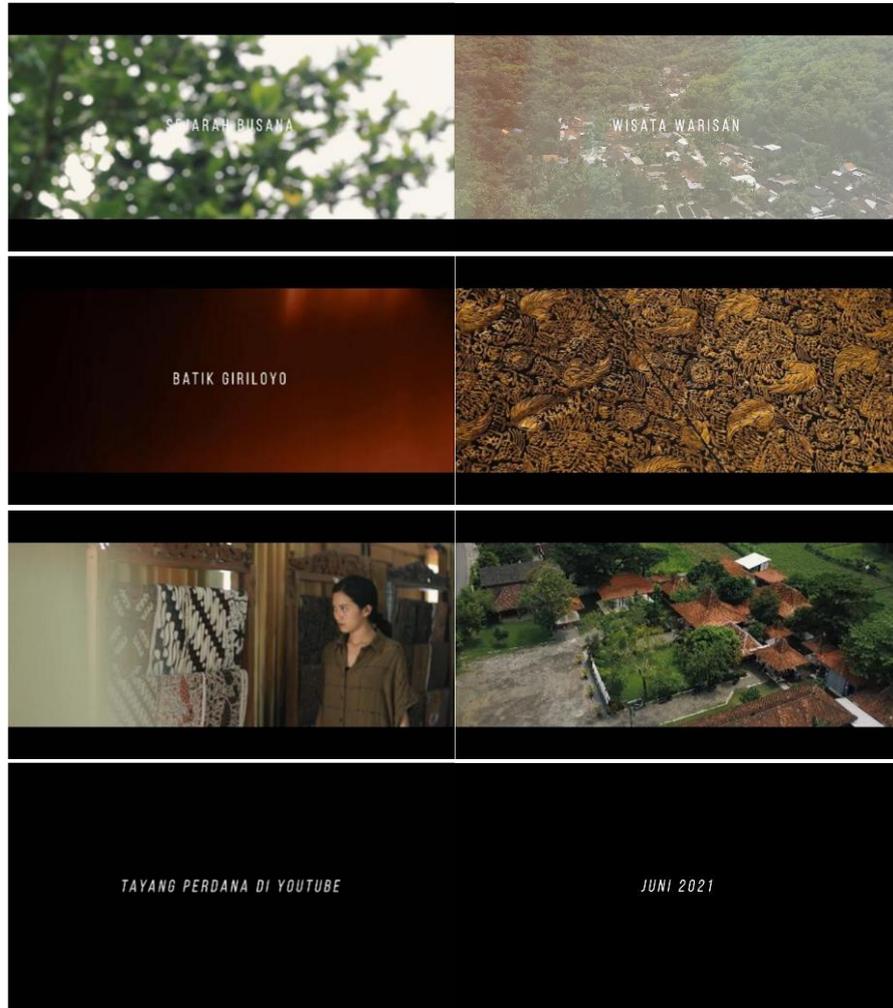
b. *Video Teaser*

Durasi : 41 detik



c. *Video Trailer*

Durasi : 45 detik



C. KESIMPULAN

Wisata belajar membatik yang merupakan *brand* dari Paguyuban Batik Giriloyo ini memiliki banyak potensi untuk dapat dikunjungi wisatawan. 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. Beragam promosi telah dilakukan oleh 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. Dengan penggunaan media berupa *audiovisual* diharapkan mampu mengomunikasikan sekaligus mempromosikan Kampung Batik Giriloyo sebagai wisata edukatif berupa belajar membuat batik yang mengajarkan seni kebudayaan batik secara menyenangkan. Sehingga khalayak sasaran dapat menjadikan wisata belajar membuat batik sebagai salah satu obyek wisata yang akan dikunjungi sekaligus membeli produk - produk batik yang ada di Kampung Batik 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 seharian dan juga baterai kamera cadangan. 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.

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
- 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-journalistik/> (diakses penulis pada tanggal 7 Desember 2020, 21.25 WIB)