

PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI BATIK SERATAN KLECO

Fera Riskia Dewi

Ahmad Khoirul Anwar, S.Sn, M.Sn

Arif Yulianto, S.Sn, M.Sn

Abstrak

Batik yang merupakan kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sejak lama. Batik seratan yang berlokasi di Jajar, Solo merupakan suatu industri yang baru berkembang dan bergerak sejak tahun 2000 dalam pembuatan batik cap dan tulis. Perusahaan ini membutuhkan sebuah media informasi beserta promosi sebagai upaya untuk meningkatkan citra perusahaan dan nilai penjualan agar lebih dikenal oleh masyarakat kota solo maupun luar kota solo. Perkembangan era digital yang sangat pesat ini alat peraga dalam hal promosi sangat beragam. Video merupakan salah satu alat peraga yang mampu memberikan pengenalan secara merinci bagi klien, maka dari itu video banyak digunakan dalam promosi produk. Perancangan video company profile merupakan sebuah media penyampaian informasi secara visual dengan video yang menarik sehingga menambah daya tarik masyarakat tentang industri Batik Seratan. Metode penelitian untuk perancangan video company profile Batik Seratan dikembangkan menggunakan metode wawancara dengan narasumber Batik Seratan dan metode studi pustaka yaitu mencari referensi dengan materi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menghasilkan video company profile yang akan memberikan informasi melalui sosial media lewat instagram dengan mengikuti perkembangan jaman yang sudah modern. Informasi yang diberikan adalah mengenai proses awal sampai akhir pembuatan Batik Seratan. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi untuk mengenalkan profil perusahaan tentang produk yang dihasilkan oleh Batik Seratan.

Kata Kunci : Batik Seratan, Company Profile, Perancangan, Promosi, Video.

Abstract

Batik is a craft that has high artistic value and has been a part of Indonesian (especially Javanese) culture for a long time. Batik seratan which is located in Jajar, Solo is a new industry that has been developing and has been engaged since 2000 in the manufacture of printed and hand-written batik. This company needs an information media along with promotion as an effort to improve the company's image and sales value so that it is better known by the people of the city of solo and outside the city of solo. The very rapid development of the digital era, the props in terms of promotion are very diverse. Video is one of the props that can provide a detailed introduction to clients, therefore video is widely used in product promotion. The design of a video company profile is a medium for delivering information visually with an attractive video so as to increase the public's attractiveness about the Seratan Batik industry. The research method for designing a video company profile of Batik Seratan was developed using the interview method with Batik Seratan sources and the literature study method, namely looking for references with material related to the research carried out. This research produces a video company profile that will provide information through social media via Instagram by following the developments in modern times. The

information provided is about the process from beginning to end of making Batik Seratan. This design is expected to be a solution to introduce the company profile about the products produced by Batik Seratan.

Keywords: *Seratan Batik, Company Profile, Design, Promotion, Video.*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan era digital yang sangat pesat ini alat peraga dalam hal promosi sangat beragam. Video merupakan salah satu alat peraga yang mampu memberikan pengenalan secara merinci bagi klien, maka dari itu video banyak digunakan dalam promosi produk. Perancangan video company profile merupakan sebuah media penyampaian informasi secara visual dengan video yang menarik sehingga menambah daya tarik masyarakat tentang industri Batik Seratan. Kota Solo merupakan salah satu pengrajin batik yang dikenal mempunyai Keanekaragaman motif yang sangat lengkap, sehingga tak heran bila banyak kalangan dari dalam maupun luar Kota Solo yang datang berbelanja baik untuk dipakai sendiri maupun membeli dalam partai besar untuk dijual kembali. Melihat prospek batik Solo yang banyak peminat inilah menjadi dasar pemikiran untuk merencanakan membuat media promosi melalui video company profile "Batik Seratan". Harapan selain nama tersebut mudah untuk dihafal dan dikenang juga untuk menguatkan citra tentang keindahan dan keanekaragaman motif dari batik Solo itu sendiri.

Batik Seratan dalam bahasa jawa yang artinya Seratan yaitu "Tulisan". Membaca batik pada setiap lembar yang digambar di setiap helainya dan menulis dengan canthing. Waktu proses awal usaha hanya memproduksi batik tulis, maka dinamakan Batik Seratan. Batik Seratan merupakan sebuah industri batik rumahan yang berdiri sejak tahun 2000 yang berlokasi di jalan Kenari Karangasem, Laweyan. Batik yang di wariskan turun temurun oleh orang tua kepada anaknya sampai sekarang. Industri batik seratan yang memiliki tempat pengelolaan yang tidak terlihat oleh semua orang, karena tempat industri tersebut tidak terlalu besar dan berada di dalam lingkungan belakang rumah pemiliknya. Pembuatan batik yang diproduksi di Batik Seratan diantaranya jenis batik tulis dan batik cap. Batik cap dibuat dengan teknik cap (stempel besar) dengan cara menekan kuat-kuat cap bermotif batik yang sudah diberi malam/lilin cair ke atas kain. Supaya menghasilkan batik yang berkualitas harus melalui proses pembuatan yang lumayan lama agar batik seratan mempunyai nilai jual yang tinggi. Proses produksi batik jenis cap ini membutuhkan waktu kurang lebih 2 hingga 3 hari dan untuk proses batik jenis tulis prosesnya lebih lama hingga membutuhkan waktu 1 bulan. Setiap kawasan daerah mempunyai ciri khas masing-masing yang membedakan motifnya, salah satu di kota solo yang terkenal yaitu Kampung Batik Laweyan. Ciri khas motif batik di Laweyan memiliki warna terang. Perbedaan dari motif Batik Seratan mempunyai ciri khas motif identik dengan warnaogan atau coklat dan mempunyai beragam motif yang di desain sendiri oleh pemiliknya. Warna motif batik yang digunakan di batik seratan lebih awet dan tidak mudah luntur. Bahan-bahan kain yang digunakan sangat bervariasi, yang terdiri dari kain dolby, katun prima, katun primissima, sifon, sutra. Produk batik seratan bisa eksklusif yang artinya menyediakan berbagai macam pilihan motif batik cap dan tulis yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen atau instansi tempat bekerja, baik corak

maupun warna tidak dijual di pasaran sehingga tidak menyediakan katalog per item. Menyediakan variasi bahan kain yang bisa konsumen pilih sesuai dengan budget yang dimiliki.

Sejak dari tahun berdirinya batik seratan hingga saat ini, industri batik tersebut tidak memiliki media pemasaran online seperti industri batik lainnya yang memiliki website ataupun toko online di sosial media, dikarenakan keterbatasan jumlah produksi batik seratan, sehingga usaha tersebut membutuhkan perputaran barang yang cepat supaya usaha batik seratan bisa berjalan dengan lancar. Produk batik seratan tidak bisa terlalu lama dipesan dan serta kurangnya pengetahuan dalam mempromosikan batik tersebut ke dalam media-media yang inovatif, sehingga hanya memasarkan secara konvensional /secara langsung di antar ke pasar. Dengan kemajuan teknologi informasi dan multimedia saat ini, media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tidak hanya sebatas teks atau gambar saja melainkan juga video. Untuk meningkatkan citra batik seratan agar tidak kalah saing dengan perusahaan batik lainnya, maka di buatlah Video Company Profile untuk mempromosikan Batik Seratan. Sosial media instagram menjadi pilihan alternatif yang akan digunakan untuk memperkenalkan identitas brand itu lebih dikenal masyarakat di kota solo maupun luar kota solo. Media instagram sendiri sudah banyak diminati oleh semua kalangan mulai dari remaja sampai orang tua dan sudah banyak digunakan untuk mengakses produk/jasa lewat online.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, adapun rumusan masalah yang mendasar dalam proses pelaksanaan :

1. Bagaimana konsep perancangan Video Company Profile?
2. Bagaimana merancang video company profile yang dapat menarik minat konsumen terhadap batik seratan?

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat diketahui tujuan dari perancangan video company profile batik seratan :

1. Mendeskripsikan konsep perancangan Video Company Profile.
2. Merancang sebuah video company profile sebagai media promosi batik seratan.

D. Manfaat Perancangan

Bagi Mahasiswa, dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya yang mengadakan penelitian dengan tema serupa.

1. Bagi Lembaga, mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menguasai materi teori yang telah diberikan selama kuliah.
2. Bagi Perusahaan, membantu mempromosikan dan memperkenalkan Batik Seratan di kalangan masyarakat.
3. Bagi Masyarakat
4. Memberikan informasi mengenai media promosi melalui video company profile.

PEMBAHASAN

A. Batik Seratan Kleco

Batik Seratan dalam bahasa jawa yang artinya Seratan yaitu “Tulisan”. Membaca batik pada setiap lembar yang digambar di setiap helainya dan menulis dengan canthing. Waktu proses awal usaha hanya memproduksi batik tulis, maka dinamakan Batik Seratan. Batik Seratan merupakan sebuah industri batik rumahan yang berdiri sejak tahun 2000 yang berlokasi di jalan Kenari Karangasem, Laweyan. Batik yang di wariskan turun temurun oleh orang tua kepada anaknya sampai sekarang.

Industri batik seratan yang memiliki tempat pengelolaan yang tidak terlihat oleh semua orang, karena tempat industri tersebut tidak terlalu besar dan berada di dalam lingkungan belakang rumah pemiliknya. Pembuatan batik yang diproduksi di Batik Seratan diantaranya jenis batik tulis dan batik cap. Batik cap dibuat dengan teknik cap (stempel besar) dengan cara menekan kuat-kuat cap bermotif batik yang sudah diberi malam/lilin cair ke atas kain. Supaya menghasilkan batik yang berkualitas harus melalui proses pembuatan yang lumayan lama agar batik seratan mempunyai nilai jual yang tinggi.

Proses produksi batik jenis cap ini membutuhkan waktu kurang lebih 2 hingga 3 hari dan untuk proses batik jenis tulis prosesnya lebih lama hingga membutuhkan waktu 1 bulan. Setiap kawasan daerah mempunyai ciri khas masing-masing yang membedakan motifnya, salah satu di kota solo yang terkenal yaitu Kampung Batik Laweyan. Ciri khas motif batik di Laweyan memiliki warna terang. Perbedaan dari motif Batik Seratan mempunyai ciri khas motif identik dengan warna sogan atau coklat dan mempunyai beragam motif yang di desain sendiri oleh pemiliknya.

Warna motif batik yang digunakan di batik seratan lebih awet dan tidak mudah luntur. Bahan-bahan kain yang digunakan sangat bervariasi, yang terdiri dari kain dolby, katun prima, katun primissima, sifon, sutra. Produk batik seratan bisa eksklusif yang artinya menyediakan berbagai macam pilihan motif batik cap dan tulis yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen atau instansi tempat bekerja, baik corak maupun warna tidak dijual di pasaran sehingga tidak menyediakan katalog per item. Menyediakan variasi bahan kain yang bisa konsumen pilih sesuai dengan budget yang dimiliki.

1. Produksi

Dalam aspek produk, Batik Seratan mengelola batik tulis dan batik cap yang menggunakan material yang berkualitas serta pewarna yang cenderung alami seperti sogan dan pewarna alami lainnya dan jenis bahan yang digunakan untuk membatik dengan karakter motif yang unik dari potensi alam maupun industri yang dihadirkan, membuat produk ini unggul dan berkualitas.

2. Promosi

Perkembangan teknologi yang canggih diberbagai aspek dan terbatasnya kemampuan serta minimnya pengetahuan yang tidak merata, batik seratan ini hanya mempromosikan batiknya secara konvensional secara langsung di pasar. Dengan ini membutuhkan video profil sebagai cara untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada untuk mempromosikan produk mereka yang nantinya dapat digunakan diberbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube dan media sosial lainnya yang mampu dilihat lebih banyak orang .

Batik Seratan memproduksi semua produknya menggunakan mereknya sendiri. Memiliki produk eksklusif bagi produsen batik terpercaya, batik seratan menyediakan berbagai macam

pilihan motif batik cap dan tulis yang bisa disesuaikan dengan keinginan dari produsen dan instansi tempat bekerja. Warna motif batik seratan yang digunakan lebih awet dan tidak mudah luntur. Menyediakan variasi bahan kain yang bisa dipilih sesuai budget yang dimiliki. Bahan-bahan kain yang digunakan batik seratan sangat bervariasi yang terdiri dari kain dolby, katun prima, katun primissima, sifon, dan sutra. Meskipun bervariasi, bahan kain batik seratan harganya jauh lebih murah karena memproduksi kain batik sendiri.

B. Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Batik Seratan Kleco

Guna tercapainya proses perancangan video company profile Batik Seratan Kleco sebagai media promosi, target ditentukan dengan berbagai pertimbangan sebagai berikut :

1. Segmentasi Geografis

Ditujukan untuk masyarakat di wilayah Kota Surakarta, dikarenakan Surakarta sebagai Kota Budaya.

2. Aspek Demografis

Jenis Kelamin Laki-laki dan Perempuan Usia 20 sampai 50 tahun Profesi Umum Agama Semua Agama Tingkat Ekonomi Menengah Keatas

3. Segmentasi Psikografis

Masyarakat yang menyukai motif dan warna batik yang bagus serta elegan dengan kualitas bahan kain batik yang digunakan tidak kaku dan tebal.

4. Behavior (Perilaku atau Gaya Hidup)

Masyarakat yang memiliki kebiasaan melihat di beberapa tempat untuk menyesuaikan keinginan yang diharapkan dengan banyak permintaan.

5. USP (Unique Selling Proposition)

USP (*Unique Selling Proposition*) merupakan strategi untuk menciptakan keunikan dan keunggulan produk ataupun jasa yang diproduksi yang tidak dimiliki produk maupun jasa sejenis yang sudah ada, sehingga produk maupun jasa tersebut mempunyai daya tarik yang berbeda. Batik Seratan adalah salah satu perusahaan batik yang memproduksi jenis batik cap dan tulis, yang memiliki perbedaan dengan perusahaan sejenis lainnya yaitu Produk batik seratan bisa eksklusif yang artinya menyediakan berbagai macam pilihan motif batik cap dan tulis yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen atau instansi tempat bekerja, baik corak maupun warna tidak dijual di pasaran sehingga tidak menyediakan katalog per item. Warna motif kain batik lebih awet dan tidak mudah luntur, mampu menyediakan variasi bahan kain yang bisa konsumen pilih sesuai dengan budget yang dimiliki.

6. ESP (Emotional Selling Proposition)

Strategi pemasaran dengan melibatkan emosi, atau yang biasa disebut emotional marketing adalah sebuah taktik yang dipercayai mampu untuk menarik perhatian audiens. Konsumen cenderung membuat keputusan dalam membeli sesuatu karena pengaruh dari dorongan perasaan daripada logika. Perkembangan teknologi mendorong konsumen untuk memiliki lebih banyak akses terhadap suatu brand tertentu. Ini memaksa pebisnis untuk harus menjadi lebih kreatif dalam menyampaikan identitas dan visi-misi suatu brand agar menjadi beda

di mata konsumen. Emotional marketing pada batik seratan tidak ada hal tertentu untuk menarik audiens seperti slogan ataupun yang lainnya. Batik seratan hanya menggunakan marketing secara konvensional dengan menggunakan ciri khas batik seratan itu sendiri.

7. Positioning

Positioning adalah segala upaya untuk mendesain produk serta merek agar dapat menempati sebuah posisi yang unik dibenak konsumen. (Philip Kotler, 1997:36). Positioning dalam batik seratan di terapkan dalam video company profile yang menjelaskan proses pembuatan batik cap dan tulis dari awal sampai akhir dengan teknik videografi. Visual yang ditampilkan dalam video company profile Batik Seratan yaitu menggunakan gaya desain *minimalist style* video.

Gaya video yang menggunakan dua effect yaitu effect Curtain dan Dissolve untuk effect slide perpindahan video ke video lainnya. Dengan menggunakan *color corrector* pada video untuk menambahkan pada saturasi warna supaya warna yang hilang atau kurang lebih terlihat jelas dan terang serta menambahkan *brightness* pada video untuk menambahkan intensitas cahaya. Gaya video seperti ini akan memunculkan kesan video yang sederhana, hanya menggunakan efek video transisi yang sama sehingga tampilan video akan lebih fokus pada setiap proses pembahasan pada video tersebut, dalam hal ini perancangan Buku Profil Wisata Alam dan Buatan Kabupaten Wonogiri adalah dengan target masyarakat wonogiri sendiri, serta menggerakkan para penggiat minat baca untuk tidak melupakan budaya membaca buku, serta dapat tersampaikan serta mengetahui lokasi wisata melalui gambar dan teks sebagai penjelas dari wisata yang di miliki sendiri di Kabupaten Wonogiri.

8. Strategi Kreatif

Pada umumnya video company profile ini membahas proses pembuatan batik seratan. Teknik yang dilakukan dalam video ini indoor dan outdoor dengan dibantu oleh pencahayaan dari sinar matahari dan lampu di dalam ruangan. Pengambilan video lebih banyak di dalam ruangan dan waktu yang berbeda. Video company profile yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu media promosi Batik Seratan untuk memperkenalkan perusahaan tersebut kepada masyarakat umum.

9. Konsep Estetis

Selain tujuan yang tersampaikan perlu adanya pendekatan lain seperti halnya pemanfaatan konsep estetik :

a. Sinopsis Video company profile

Sinopsis Video company profile yang akan dibuat terdiri dari tiga segmen. Segmen pertama menjelaskan tentang kota solo kota batik di lanjutkan dengan wawancara. Segmen kedua adalah proses pembuatan batik seratan dari pembuatan desain manual lanjut ke tahap proses batik tulis dan cap sampai pewarnaan dan perebusan kain dengan tujuan pembuangan malam/lilin yang menempel di kain batik dan terakhir penjemuran kain batik. Segmen tiga penyeteroran kain batik seratan kepada salah satu toko batik dan promosi video batik seratan bisa di akses lewat media online Instagram.

b. Storyline

Storyline merupakan deskripsi detail dari plot atau alur cerita dalam sebuah video. Storyboard Untuk membuat video biasanya disusun suatu storyboard yang menceritakan urutan-urutan scene yang akan ditampilkan. Pembuatan storyboard bertujuan untuk kemudahan dalam pengambilan gambar pada tiap scene.

10. Konsep Teknis

Di dalam penyusunan tugas akhir ini, alat yang dipergunakan dibagi menjadi dua yaitu kebutuhan mengenai perangkat lunak dan perangkat keras.

PENUTUP

1. Simpulan

Sebagai produk budaya lokal, Batik Seratan yang pada awalnya merupakan usaha industri kecil batik rumahan di Kleco Karangasem Laweyan, pada akhirnya usaha tersebut dilakukan turun temurun. Pembuatan batik yang diproduksi di Batik Seratan diantaranya jenis batik tulis dan batik cap. Kegiatan ini mampu menunjukkan lokalitas, warna, ciri dan bentuk baru pengembangan batik di wilayah Kota Solo. Tidak hanya menghasilkan pola dan sajian visual yang khas, namun lebih dari itu hasil varian batik tulis tangan Batik Seratan selain menjadi jati diri lokalitas wilayah, hadir disaat yang tepat yaitu mewarnai budaya jaman, budaya visual kontemporer.

Sejak dari tahun berdirinya batik seratan hingga saat ini, industri batik tersebut tidak memiliki media pemasaran online seperti industri batik lainnya yang memiliki website ataupun toko online di sosial media, dikarenakan keterbatasan jumlah produksi batik seratan, sehingga usaha tersebut membutuhkan perputaran barang yang cepat supaya usaha batik seratan bisa berjalan dengan lancar, maka hanya memasarkan secara konvensional /secara langsung di antar ke pasar. Dengan target anak muda dan orang tua dari kelas menengah ke atas, ciri motif, warna batik ini dianggap dapat mengikuti selera jaman. Namun semua usaha tersebut tidak akan berhasil dan menjadi komoditas yang kuat apabila tidak ditunjang oleh kegiatan promosi. Untuk itu melalui Perancangan tugas akhir karya video company profil ini dapat memacu usaha perluasan kegiatan batik seratan melalui sosial media instagram menjadi pilihan alternatif yang akan digunakan untuk memperkenalkan identitas brand itu lebih dikenal masyarakat di kota solo maupun luar kota solo.

Konsep perancangan yang dilakukan dengan membuat alur sinopsis dan storyline dengan membuat storyboard dari proses pembuatan batik dari awal hingga tahap akhir yang akan di rancang menjadi satu untuk mempermudah pembuatan video. Alat yang digunakan atau dibutuhkan yang memadai selama proses produksi bisa mempermudah dalam melakukan kegiatan. Supaya karya itu bisa diamati dan didengar maka dilakukan perwujudan karya dengan proses yang lebih detail lagi dengan menjelaskan satu per satu dari video yang dibuat dan di dukung dengan media cetak yang dapat memberikan kesan yang unik karya video tersebut.

Selama penyusunan video profil ini pada awalnya cukup mendapat kesulitan mengingat kegiatan membatik, untuk menghasilkan sebuah karya memerlukan waktu cukup lama, setidaknya beberapa bulan guna mendapatkan hasil kain batik yang bermutu bagus, namun dengan segala kesabaran, kesulitan ini dapat diatasi dengan berusaha doa dan ketekunan.

2. Saran

Di masa mendatang, bagi usaha industri kerajinan sejenis, guna mendapatkan peluang pasar yang lebih luas, maka kegiatan tersebut perlu mendapatkan dukungan promosi yang memadai. Sebuah usaha yang bagus namun apabila tidak didukung oleh kegiatan komunikasi, maka nilai keberhasilan dapat dikatakan kurang maksimal. Batik Seratan sebagai batik unggulan dan usaha baru dengan visualisasinya yang unik, telah mencoba menggali potensi daerah, dan ternyata mampu membuat corak dan warnanya yang khas serta menjadi pendorong berputarnya roda ekonomi kreatif di suatu wilayah. Perlunya mengajak kerjasama dengan mitra kerja dalam upaya menumbuhkan kembangkan dan meningkatkan kegiatan ini, maka salah satunya adalah dengan menciptakan serangkaian bentuk promosi yang memadai. Untuk itu melalui perancangan video company profil ini kiranya dapat dijadikan contoh bagaimana sebuah kegiatan industri memerlukan upaya itu.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini Retni Astrini, 2017. *Perancangan Video Profil Khasanah Batik "Adi Purwo" Kabupaten Purworejo*. Yogyakarta :UPT ISI Yogyakarta.
- Bungin, B. 2003. *Analisis data penelitian kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danang Setiawan Sadono, 2012. *Company Profile Interaktif DIII-Teknik Informatika*. Surakarta.
- Danny Maulana Haq, 2014. *Perancangan Video Company Profile CV. Kemilau Cake*. Batam.
- Murgiyanto, S. 2004. *Tradisi dan inovasi: Beberapa masalah tari di Indonesia*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Wisnu Tri Wibowo, 2015. *Analisis dan Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Promosi Pada CV. OAK Merch*. Yogyakarta.

