



Perancangan Video Promosi Kain Tenun Nusa Tenggara Timur Dan Sebagai Media Edukasi Terhadap Budaya Lokal

Fajar Arif Suharyono

e-mail: fajarsuharyono123@gmail.com

Evelyne Henny Lukitasari

Ahmad Khoirul Anwar

*Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta*

Ringkasan

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam dan unik. Kekayaan budaya Indonesia berasal dari berbagai suku bangsa yang ada di Indonesia. Melihat kenyataan bahwa masyarakat Indonesia saat ini lebih memilih kebudayaan asing yang mereka anggap lebih menarik ataupun lebih unik dan praktis. Kain tenun adalah kain yang dibuat dengan teknik tenun, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Kain tenun Nusa Tenggara Timur adalah kain yang dibuat dari proses menenun oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur. Penting bagi generasi muda untuk lebih memahami dan menghargai keberagaman budaya Indonesia, salah satunya melalui pengetahuan dan apresiasi terhadap budaya lokal salah satunya kain tenun Nusa Tenggara Timur yang memperkaya identitas dan sejarah bangsa. Seiring perkembangan zaman serta kehidupan yang semakin terkoneksi secara global dan dipengaruhi oleh arus modernisasi, warisan budaya seperti kain tenun Nusa Tenggara Timur ini mungkin kurang mendapatkan perhatian yang layak. Oleh karena itu, diperlukan perancangan video motion graphic sebagai media promosi UMKM kain tenun serta edukasi kepada generasi muda terhadap budaya lokal. Langkah ini diharapkan dapat memupuk rasa kebanggaan terhadap warisan budaya.

Kata kunci: *Budaya Lokal, Kain Tenun, Generasi Muda, Motion Graphic*

Abstract

Indonesia has diverse cultural richness. Indonesia's cultural richness comes from the various tribes in Indonesia. the rapid development of technology and exchange of information makes the younger generation tend to be more interested in foreign cultures than local cultures. Woven fabric is a fabric made using weaving techniques. East Nusa Tenggara woven fabric is a fabric made from the weaving process by the local people. It is important for the younger generation to better understand and appreciate the diversity of Indonesian culture, namely through knowledge and appreciation of local culture such as East Nusa Tenggara woven fabric. However, cultural heritage such as woven fabric has not received the proper appreciation. Therefore, the design of this final project motion graphic video is made using the design method from the 2021 Antelope Studio which applies the method of conveying messages through narration. This is in line with the concept and purpose of designing motion graphic videos, namely as a promotional media for woven fabric MSMEs and as a means of educating the public about local culture. This design is expected to build a sense of love and pride in the cultural heritage.

Keywords : *Local Culture, Woven Fabric, Young Generation, Motion Graphic*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Potensi kekayaan alamnya mulai dari kekayaan laut, darat, bumi dan kekayaan alam lainnya. Selain itu, Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam dan unik. Kekayaan budaya tersebut mencakup bahasa, adat istiadat, seni, musik, tari, pakaian adat, dan banyak lagi. Kekayaan budaya Indonesia berasal dari berbagai suku bangsa yang ada di Indonesia. Setiap suku bangsa memiliki keunikan dan karakteristik budaya yang berbeda-beda, dan inilah yang membuat Indonesia begitu kaya dan berwarna.

Kebudayaan Indonesia adalah keseluruhan kebudayaan lokal yang ada di setiap daerah di Indonesia. Kebudayaan nasional dalam pandangan Ki Hajar Dewantara adalah “puncak-puncak dari kebudayaan daerah”. Kutipan pernyataan ini merujuk pada paham kesatuan makin dimantapkan, sehingga ketunggalikaan makin lebih dirasakan daripada kebhinnekaan.

Wujudnya berupa negara kesatuan, ekonomi nasional, hukum nasional, serta bahasa nasional. Kebudayaan Indonesia dari zaman ke zaman selalu mengalami perubahan, perubahan ini terjadi karena faktor masyarakat yang memang menginginkan perubahan dan perubahan kebudayaan terjadi sangat pesat yaitu karena masuknya unsur-unsur globalisasi ke dalam kebudayaan Indonesia. Unsur globalisasi masuk tak terkendali merasuki kebudayaan nasional yang merupakan jelmaan dari kebudayaan lokal yang ada di setiap daerah dari Sabang sampai Merauke (Tobroni: 2012 : 123)

Melihat kenyataan bahwa masyarakat Indonesia saat ini lebih memilih kebudayaan asing yang mereka anggap lebih menarik ataupun lebih unik dan praktis. Kebudayaan lokal banyak yang luntur akibat dari kurangnya generasi penerus yang memiliki minat untuk belajar dan mewarisinya. Menurut Malinowski, Budaya yang lebih tinggi dan aktif akan mempengaruhi budaya yang lebih rendah dan pasif melalui kontak budaya (Malinowski dalam Mulyana, 2005:21).

Seni kriya adalah semua hasil karya manusia yang memerlukan keahlian khusus yang berkaitan dengan tangan, sehingga seni kriya sering juga disebut kerajinan tangan. Seni kriya dihasilkan melalui keahlian manusia dalam mengolah bahan mentah, sehingga ruang lingkupnya dapat ditelusuri melalui jenis bahan yang digunakan untuk menghasilkan kerajinan tangan tersebut. Jenis-jenis bahan yang dimaksud antara lain adalah; batu, tanah liat, tulang, cangkang kerang, kayu, logam, kulit, kaca, benang, dan sebagainya. Selain itu, seni kriya juga dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan penciptaannya atau penggunaannya menjadi kriya yang mempunyai fungsi praktis, estetis, dan simbolis (religius) (Atmosudiro ed., 2001:107-110).

Produk kriya nusantara berupa kain merupakan cerminan dari budaya yang ada pada daerah tertentu. Setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing, selain kain batik Indonesia juga memiliki produk kriya kain lainnya yaitu tenun. Kain tenun adalah kain yang dibuat dengan teknik tenun, yaitu dengan

menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Kain tenun biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, sutra, dan lainnya. Kain tenun memiliki keunikan dalam motif, pola, dan tekstur yang membuatnya menjadi identitas budaya suatu daerah. Kain tenun digunakan dalam berbagai keperluan dan memiliki peluang bisnis yang menjanjikan.

Kain tenun Nusa Tenggara Timur adalah kain yang dibuat dari proses menenun oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur. Kain tenun merupakan cinderamata khas bagi para wisatawan asing dan domestik. Pada umumnya kain tenun dibuat oleh kaum perempuan yang memiliki daya cipta dan kreasi seni tinggi.

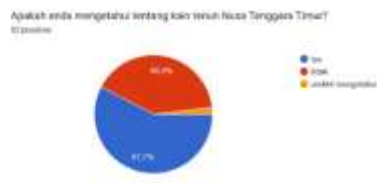
Kain tenun adalah kriya tenun Indonesia berupa kain yang ditenun dari helaian benang pak an (benang lungsin) yang sebelumnya diikat dan dicelupkan ke dalam zat pewarna alami. Alat tenun yang dipakai adalah alat tenun bukan mesin. Kain ikat dapat dijahit untuk dijadikan pakaian dan perlengkapan busana, kain pelapis mebel, atau penghias interior rumah. Berdasarkan data peninjauan

Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) 2016 merilis bahwa pertumbuhan PDB dari subsektor kriya menyumbang 15,7% pada pertumbuhan ekonomi nasional di tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap seni kerajinan tangan merupakan hal yang lazim. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, pada tahun 2017, sektor kriya menyumbang 14,9% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. pada tahun 2018, sektor kriya menyumbang Rp 3,9 triliun atau sekitar 0,3% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun, data terbaru dari Kemenparekraf menunjukkan bahwa pada tahun 2019, industri kriya menyumbang 14,9% dari total PDB nasional. Data sumbangsi sektor kriya yang di lansir dari Badan Pusat Statistik ini terus stabil di angka 14,9% hingga tahun 2021.



Beberapa generasi muda mungkin merasa bahwa tradisi dan budaya lokal kurang relevan atau ketinggalan zaman dalam konteks kehidupan modern. Media sosial dapat menjadi platform yang sangat memengaruhi preferensi dan gaya hidup generasi muda. Tren dan gaya yang dominan di media sosial sering kali berasal dari budaya internasional, memicu kekhawatiran bahwa ketertarikan pada budaya lokal bisa terabaikan.

Penting bagi generasi muda untuk lebih memahami dan menghargai keberagaman budaya Indonesia, salah satunya melalui pengetahuan dan apresiasi terhadap budaya lokal salah satunya kain tenun Nusa Tenggara Timur yang memperkaya identitas dan sejarah bangsa. Keterbatasan pemahaman terhadap kain tenun Nusa Tenggara Timur mengakibatkan potensi kehilangan warisan budaya yang berharga, oleh karena itu, penting untuk memberikan ruang edukasi dan apresiasi terhadap kekayaan kain tradisional ini agar generasi muda dapat lebih memahami dan menghargai keindahan warisan budaya Indonesia.



Berdasarkan data yang di peroleh melalui kuisioner, terlihat bahwa masih terdapat beberapa generasi muda yang masih belum mengetahui tentang kain tenun dari Nusa Tenggara Timur. Seiring perkembangan zaman serta kehidupan yang semakin terkoneksi secara global dan dipengaruhi oleh arus modernisasi, warisan budaya seperti kain tenun Nusa Tenggara Timur ini mungkin kurang mendapatkan perhatian yang layak. Banyak dari mereka yang masih asing terhadap kain tenun tradisional ini. Sebagai salah satu langkah dalam menghadapi tantangan globalisasi, memahami dan menghargai busaya lokal seperti salah satunya kain tenun Nusa Tenggara Timur bukan hanya upaya untuk melestarikan budaya lokal, tetapi juga untuk membuka mata generasi muda terhadap keindahan dan kearifan warisan nenek moyang.



Pemanfaatan media *motion graphic* dalam konteks promosi dan edukasi kain tenun Nusa Tenggara Timur memberikan sebuah langkah baru yang terkesan menarik. Dalam pendekatan edukatif, media *motion graphic* dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk memperkenalkan budaya lokal terkhusus kain tenun dan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Pemanfaatan media *motion graphic* ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik edukasi terutama di kalangan generasi muda yang lebih responsif terhadap media digital.

Dalam aspek promosi, media *motion graphic* membuka peluang untuk menciptakan promosi yang lebih dinamis dan menarik. Penggunaan media *motion graphic* juga relevan sebagai media promosi, karena dirasa efektif dan mudah di sebarluaskan melalui media sosial. Dengan pemanfaatan media *motion graphic*, baik sebagai alat edukasi maupun promosi, diharapkan dapat

memperkenalkan serta memajukan warisan budaya kain tenun Nusa Tenggara Timur dengan cara yang lebih modern, kreatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Perancangan video promosi sekaligus sebagai media edukasi ini diharapkan dapat membawa dampak baik bagi UMKM. Tujuan daripada perancangan ini adalah sebagai pendorong UMKM di sentra kain tenun Khususnya Nusa Tenggara Timur. Dengan menggunakan media yang menarik serta kekinian, diharapkan dapat menjangkau tidak saja kalangan dewasa namun juga generasi muda, selain itu perancangan ini juga ditujukan kepada generasi muda dengan tujuan menumbuhkan rasa cinta generasi muda terhadap kekayaan budaya lokal. Seiring perkembangan zaman, teknologi semakin cepat merambah di kalangan generasi muda. Perancangan ini menggunakan media yang dekat dengan generasi muda agar generasi muda dapat dengan mudah menerima sekaligus memperkenalkan kain tenun secara luas.

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana konsep video promosi kain tenun Nusa Tenggara Timur?
- b. Bagaimana perancangan video promosi kain tenun Nusa Tenggara Timur?

3. Tujuan

- a. Untuk mendorong serta memajukan UMKM khususnya pada sentra kain tenun Nusa Tenggara Timur.
- b. Untuk memperkenalkan kain tenun Nusa Tenggara Timur ditingkat regional maupun nasional

4. Landasan teori

a. Video

Istilah video berasal dari kata vidi atau visum yang berarti melihat atau mempunyai daya penglihatan (Yunta, 2020, hal. 93). Lebih jelasnya, video adalah sebuah teknologi perakaman, penyimpanan, dan pengolahan gambar diam sehingga ia tampak seperti gambar bergerak (Munir, 2013, hal. 289).

Manfaat penggunaan media audio visual (video) tersebut sesuai konsep pembelajaran menurut piramida

pengalaman yang dituliskan oleh Edgar dale, bahwa orang belajar lebih dari 50 % nya adalah dari apa yang telah di lihat dan di dengar (Devi Sandra Ervina, 2013).

b. Promosi

Menurut Tjiptono (2000:219) : “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan .

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha, 2001:349).

Berisi tinjauan Pustaka, metode dan hasil perancangan atau penelitian

c. Kain tenun

Menurut Kotler dan Keller (2012:349), kain tenun tradisional merupakan specialty goods.

Konsumen bersedia melakukan usaha khusus dalam pembeliannya, terlebih jika kain tenun tersebut memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari produk yang sejenis. Adanya keunikan, kekhasan menjadi diferensiasi yang jelas dari suatu produk sehingga produk tersebut memiliki kekuatan dalam bersaing dengan produk sejenis.

Tenun ikat merupakan proses persilangan antara benang arah memanjang disebut lungsi dan dipadu dengan benang arah melebar yang disebut pakan dengan didasarkan pada pola anyaman tertentu (Panggabean, 2007).

d. Edukasi

Pengertian edukasi menurut kamus besar bahasa inggris disebut education yang artinya pendidikan, Sedangkan menurut Nugroho D, A. dkk. (2017:70) menyatakan bahwa edukasi adalah suatu proses belajar yang memiliki tujuan sebagai pengembang potensi diri pada murid dan proses belajar yang baik.

Edukasi adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk menemukan jati dirinya, yang dilakukan dengan mengamati dan

belajar yang kemudian melahirkan tindakan dan perilaku. Edukasi sebenarnya tidak jauh berbeda dari belajar yang dikembangkan oleh aliran behaviorisme dalam psikologi. Hanya istilah ini sering dimaknai dan diinterpretasikan berbeda dari learning yang bermakna belajar. (Diana dan dave: 2017)

e. Budaya lokal

Kata budaya lokal juga bisa mengacu pada budaya milik penduduk asli (inlander) yang telah dipandang sebagai warisan budaya. Berhubung pelaku pemerintahan Republik Indonesia adalah bangsa sendiri, maka warisan budaya yang ada menjadi milik bersama. Ini berbeda situasinya dengan Negara Australia dan Amerika yang warisan budayanya menjadi milik penduduk asli secara eksklusif sehingga penduduk asli mempunyai hak untuk melarang setiap kegiatan pemanfaatan yang akan berdampak buruk pada warisan budaya mereka (Frankel, 1984).

Kebudayaan setiap masyarakat atau suku bangsa terdiri atas unsur-unsur besar maupun unsur-unsur kecil

yang merupakan bagian dari suatu kebulatan yang bersifat sebagai kesatuan. Ada beberapa unsur yang terdapat dalam kebudayaan, dimana kita sebut sebagai cultural universals, yang meliputi:

1. Peralatan dan perlengkapan hidup manusia.
 2. Mata pencaharian hidup dan system-sistem ekonomi
 3. Sistem kemasyarakatan
 4. Bahasa (lisan dan tulisan)
 5. Kesenian
 6. Sistem pengetahuan
 7. Religi (system kepercayaan)
- (Soekanto, 1990: 193).

B. PEMBAHASAN

1. Tinjauan Pustaka

karya tugas akhir yang berjudul “PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN *MOTION GRAPHIC* DALAM PEMBELAJARAN BERBASIS BUDAYA PADA ERA 4.0” pada tahun 2022, karya Dhea Santika, Hasna dari Universitas Pendidikan Indonesia membahas tentang, Dengan adanya perkembangan teknologi

Perbedaan dari perancangan yang akan dibuat dengan perancangan video kain tenun NTT ini adalah

target audience. Pada perancangan ini ditujukan khusus kepada sekolah Dasar (SD) yaitu SD Islam Al Azhar Kabupaten Tulungagung

karya tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO INFORMASI “LENGGER LANANG” DENGAN TEKNIK ANIMASI *MOTION GRAPHIC* UNTUK KALANGAN REMAJA USIA 17-22 TAHUN” pada tahun 2021, karya Nadya¹, Lia Nyta² dari Universitas Dian Nuswantoro

Perbedaan antara jurnal dengan tema yang di angkat pada perancangan ini adalah pada topik pembahasan atau isi, meskipun secara *target audience* keduanya memiliki kesamaan, namun pembahasan pada jurnal hanya terfokus pada informasi atau edukasi. Sedangkan pada tema perancangan yang diangkat focus terhadap dua hal yaitu promosi dan edukasi terhadap generasi muda.

karya tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* POLA MAKAN IBU HAMIL SEBAGAI BAHAN SOSIALISASI STUNTING DESA JAMBEARJO” pada tahun 2022, karya Erina Rahmanil

Mauludiyah¹, Eva Handriyanti² , Rina Nurfitri³ dari Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia.

Pada jurnal mengangkat topik pembahasan berupa Kesehatan, sementara pada tema perancangan membahas mengenai budaya lokal.

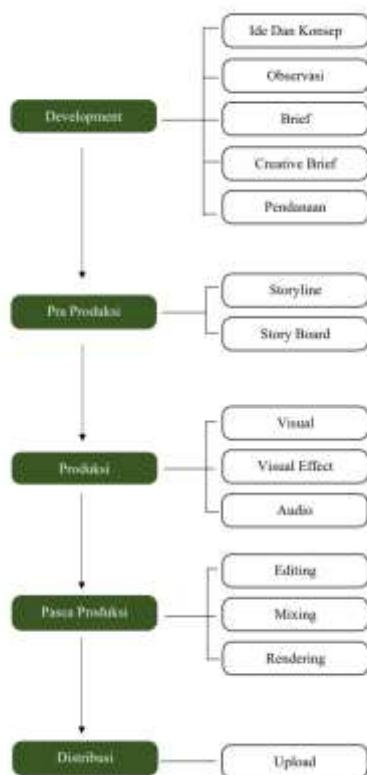
karya tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHIC* INFOGRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA PANTAI PACITAN MELALUI YOUTUBE” pada tahun 2021, karya Vidya Pandutya Mahardika¹ dan Bambang Mardiono Soewito² dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember(ITS), Surabaya.

Perbedaan antara jurnal dengan tema perancangan adalah tujuan daripada dibuatnya video motion. Pada jurnal penggunaan video dengan Teknik motion diterapkan sebagai media promosi untuk sebuah destinasi wisata. Sedangkan pada tema perancangan penggunaan media video *motion graphic* ditujukan tidak hanya sebagai media promosi saja namun juga sebagai media edukasi.

tugas akhir berjudul “PENERAPAN E-COMMERCE PENJUALAN KAIN TENUN BERBASIS ANDROID” pada tahun 2017, karya Yosafat E. L. Hoely1, dan Menhya Snae2 dari STIKOM Uyelindo Kupang.

Perbedaan antara jurnal dengan tema perancangan adalah penggunaan media promosi, pada jurnal menggunakan media e-commerce sebagai media promosi kain tenun, sedangkan pada perancangan menggunakan media video motion.

2. Metode



1. Development

A. Ide dan konsep

Pada tahap ide dan konsep, dilakukan pengumpulan ide, pemikiran, dan perencanaan awal untuk pengembangan suatu *project*. Ini melibatkan proses brainstorming, penelitian, analisis kebutuhan pengguna, serta perumusan gagasan kreatif dan konseptual yang akan menjadi dasar dalam perancangan video *motion graphic* kain tenun NTT.

a. Observasi

Pada tahap observasi, dilakukan pengamatan langsung terhadap situasi, fenomena, atau objek yang menjadi fokus perancangan. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data secara sistematis, memahami konteks yang relevan, dan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang kondisi yang sedang diamati. Tahap observasi juga penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang masalah atau kebutuhan yang ingin dipecahkan. Pada perancangan video promosi kain tenun NTT, menggunakan tahapan ini untuk

meninjau langsung UMKM kain tenun.

a. Brief

Tujuan brief adalah sebagai media promosi serta media edukasi tentang budaya lokal yaitu kain tenun Nusa Tenggara Timur. Konsep perancangan brief tentunya dengan bimbingan dosen sehingga terciptanya perancangan karya yang sesuai dengan konsep

b. Creative Brief

Pada tahap *creative brief*, dilakukan penyusunan dokumen yang menggambarkan secara singkat dan jelas tentang visi, tujuan, pesan utama, serta target audiens, terkait dengan *project* kreatif yang akan dilakukan. *Creative brief* juga dapat mencakup informasi tentang preferensi gaya, warna, dan elemen desain lainnya yang relevan atau sesuai dengan konsep perancangan video promosi kain tenun NTT.

d. Pendanaan

Pendanaan pada tahap pengembangan merupakan aspek vital dalam memastikan perancangan video promosi dapat mencapai hasil yang sesuai dengan harapan. Proses perancangan memerlukan

pengelolaan dana yang tepat untuk mendukung berbagai kegiatan seperti riset atau observasi dan pengembangan. Pada perancangan video promosi kain tenun NTT ini pendanaannya lebih terfokus atau dominan pada tahap observasi. Observasi ini dilakukan dengan meninjau langsung kelapangan atau melihat langsung kondisi UMKM kain tenun NTT.

B. Pra Produksi

a. Storyline

Pada tahap *story line*, dilakukan pengembangan yang akan menjadi dasar untuk perancangan video *motion graphic* kain tenun NTT. Storyline bertujuan untuk mempermudah proses perancangan sehingga hasil karya tidak melenceng dari konsep yang dibuat.

b. Storyboard

Pada tahap *storyboard*, dilakukan penyusunan rangkaian gambar atau ilustrasi secara berurutan sesuai dengan storyline yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Pembuatan *storyboard* pada perancangan video promosi kain tenun NTT ini dilakukan sebagai acuan untuk

mengurutkan dari scene awal hingga akhir.

C. Produksi

a. Visual

Visual pada tahap produksi dalam perancangan video promosi kain tenun memiliki peranan yang sangat penting dalam memastikan karya akhir sesuai dengan konsep perancangan yang ditetapkan. Proses produksi visual melibatkan pengembangan elemen-elemen grafis.

b. *Visual Effect*

Pada perancangan video terkhusus pada tahap visual effect dilakukan pengembangan elemen seperti desain grafis, animasi, serta pengeditan gambar atau video, yang bertujuan untuk membentuk identitas visual yang dapat memikat audiens.

c. Audio

Audio merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan sebuah karya video, pada perancangan video promosi ini tahap penambahan audio dilakukan setelah visual atau tampilan dari video sudah selesai. Elemen audio merupakan salah satu elemen vital pada

perancangan video promosi kain tenun NTT.

D. Pasca Produksi

Editing Pada tahap editing dalam perancangan video promosi kain tenun NTT dilakukan proses memilah serta menentukan bagian-bagian yang akan digunakan nantinya. Tahap ini dilakukan pada software *Adobe After Effect*.

a. *Mixing*

Proses mixing video adalah tahapan penting pada perancangan video promosi kain tenun NTT, dalam produksi konten visual yang melibatkan penggabungan berbagai elemen visual dan audio untuk menciptakan hasil akhir yang harmonis dan menarik secara audiovisual. Mixer video juga bertanggung jawab untuk menyelaraskan gambar, memastikan transisi yang mulus antara klip, serta menyesuaikan timing untuk mencapai hasil sesuai dengan konsep serta sesuai dengan yang diinginkan.

b. *Rendering*

Tahap berikutnya setelah mixing adalah rendering, pada tahap ini scene video dijadikan format MP4 melalui tahap rendering. Proses rendering

dilakukan pada software *Adobe After Effect*.

E. Distribusi

a. Upload

Setelah video selesai melalui beberapa tahapan diatas, langkah selanjutnya adalah mengunggah hasil video ke *platform* distribusi yang sesuai, seperti YouTube, atau *platform* media sosial lainnya.

Analisa data

1. Segmentasi

1. Segmentasi

Guna tercapainya proses perancangan *Motion Graphic* promosi kain tenun dan media edukasi budaya lokal, target dari perancangan karya ini di tentukan dengan pertimbangan sebagai berikut:

a. Segmentasi Geografis

Daerah : Seluruh Wilayah Indonesia

Negara : Indonesia

Luasan wilayah : Wilayah Indonesia

b. Segmentasi Demografis

Usia : 15 – 25 Tahun

Kelamin : Laki-Laki Dan Perempuan

Agama: Semua Agama

Ekonomi: Semua Kalangan

Pendidikan: SMP Hingga Sarjana

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi pada perancangan ini adalah Masyarakat yang memiliki ketertarikan pada kain tenun juga khususnya pada generasi muda diusia 15-25 tahun yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi tentang budaya lokal kain tenun Nusa Tenggara Timur, sehingga dapat menambah pengetahuan.

d. Behaviour

Masyarakat terkhusus generasi muda yang memiliki gaya hidup yang yang serba kekinian, sehingga memungkinkan untuk lebih tertarik pada budaya luar dibanding budaya lokal dan bertujuan untuk memperkenalkan pada masyarakat serta membantu dan mengembangkan UMKM.

2. Unique Selling Proposition (USP)

USP (*Unique Selling Proposition*) adalah aspek atau ciri khas yang membuat produk berbeda dari

produk-produk lain. USP pada perancangan karya tugas akhir kain tenun ini adalah nilai budaya dan warisan yang melekat pada kain tenun Nusa Tenggara Timur. Kain tenun merupakan bagian penting dari warisan budaya dan tradisional masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Timur. Proses pembuatan kain tenun sering kali melibatkan teknik-teknik tradisional yang telah diturunkan dari generasi ke generasi, serta motif-motif yang mencerminkan identitas budaya lokal. Selain itu, kain tenun Nusa Tenggara Timur juga memiliki nilai estetika yang unik, baik dalam pola, warna, maupun tekstur.

Saat ini, produk ekonomi kreatif lainnya lebih menonjolkan aspek-aspek seperti inovasi teknologi atau desain modern, sedangkan kain tenun Nusa Tenggara Timur menonjolkan

nilai-nilai budaya dan warisan tradisional yang mendalam. Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk mendorong nilai-nilai budaya lokal khususnya daerah Nusa Tenggara Timur untuk mengedukasi sekaligus mempromosikan kain tenun.

Diferensiasi pada tugas akhir ini dengan tugas akhir sebelum-sebelumnya yaitu pada media yang digunakan sebagai media promosi kain tenun. Tidak hanya pada media promosi, penggunaan media *Video Motion Graphic* ini masih belum diterapkan pada edukasi budaya lokal khususnya kain tenun Nusa Tenggara Timur. Sesuai dengan makna promosi yaitu komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi serta mempengaruhi *audience*. Penggunaan media pada perancangan ini juga menawarkan sesuatu yang

menarik bagi *audience*. Selain itu penggunaan media ini pada sistem edukasi juga efisien karena video merupakan salah satu media yang mudah untuk dipahami apabila diterapkan pada metode belajar.

3. Emotional Selling Proposition (ESP)

Emosional selling preposition (ESP) merupakan sebuah metode yang di fokuskan pada emosi *audience* sehingga menimbulkan pendapat pada objek atau karya. ESP atau emosi yang akan di rasakan setelah menggunakan kain tenun Nusa Tenggara Timur adalah perasaan bangga karena kain tenun ini bukan hanya sekedar kain, tetapi representasi dari warisan budaya yang telah diwariskan turun-temurun. Alasan lainnya kain tenun ini selain memiliki keunikan karena tidak dapat di temukan di tempat lain, yaitu karena nilai estetika yang terdapat pada kain tenun yang di hasilkan dari perpaduan warna serta motifnya yang unik.

kain tenun Nusa Tenggara Timur dapat menciptakan hubungan yang

lebih dalam dan bermakna dalam segi emosional dengan konsumen atau pengguna, yaitu dari motif kain yang memiliki makna dari tiap motifnya, sehingga dengan menggunakan kain tenun pengguna merasa bangga secara emosional. Tidak hanya itu pengguna atau konsumen dapat merasa bangga ketika menggunakan kain tenun karena merasa berkontribusi langsung pada kesejahteraan pengrajin lokal.

4. Positioning

Positioning merupakan sebuah langkah atau upaya untuk membuat sebuah produk terlihat berbeda, tujuannya agar produk atau usaha ada di benak *audience*. Perancangan video motion promosi serta edukasi tentang budaya lokal kain tenun ini menggunakan gaya visual flat design yang dikombinasikan dengan teknik *cut out* dan *Kinetic Typography*. *Cut out* adalah salah satu teknik dalam dunia motion grafik teknik ini sudah banyak digunakan dan ditemui di sosial media saat ini. Teknik ini banyak digunakan konten creator untuk menghasilkan konten yang terlihat menarik. *Kinetic typography* atau tipografi kinetik secara garis

besar bisa diartikan sebagai kalimat atau kata yang disusun dan dikomposisikan dengan gerakan, dan dibuat menjadi menarik. Teknik motion ini biasanya ditemui atau sering digunakan pada pembuatan video lirik musik. Penggunaan teknik ini dirasa sesuai karena target *audience* yang difokuskan pada generasi muda diusia 15-25 tahun.

C. Strategi kreatif

1. Konsep teknis

a. Layout

Pada perancangan ini menerapkan jenis layout axial layout. *Axial layout* adalah konsep desain yang mengatur elemen-elemen dalam sebuah komposisi sepanjang sumbu atau garis tertentu. Dalam tata letak ini, elemen-elemen desain ditempatkan mengikuti garis yang ditentukan, baik itu garis horizontal, vertikal, maupun diagonal. Pada perancangan *video motion graphic* ini juga menggunakan komposisi *rule of third* dimana nantinya objek utama akan di letakkan atau berada pada bagian tengah dari frame.

b. Warna

Penggunaan warna dalam perancangan karya memiliki peran yang sangat penting. Warna dapat mempengaruhi persepsi, emosi, dan reaksi audiens terhadap sebuah karya. Penerapan warna pada perancangan ini yaitu warna *flat color pallate*. Namun, agar keseluruhan tampilan tetap seimbang dan estetis, warna-warna tersebut dikombinasikan dengan warna-warna pendukung lainnya seperti warna primer, sekunder, dan tersier serta warna hitam dan putih. Warna hitam memberikan kesan elegan dan tegas, sedangkan warna putih memberikan kesan bersih dan sederhana, sehingga kombinasi ini mampu menciptakan visual yang menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan.

c. Typography

Salah satu yang penting dalam sebuah perancangan *motion graphic* selain pemilihan warna yaitu pemilihan gaya huruf atau *typography*. Pada perancangan *video motion graphic* ini

menggunakan font Roboto. Penggunaan font ini karena font Roboto termasuk salah satu font sans serif. Font sans serif dipilih karena jenis font ini terkesan tegas sehingga mudah dibaca nantinya

d. Ilustrasi

Pada perancangan video *motion graphic* kain tenun ini menggunakan ilustrasi *cut out*. Ilustrasi *cut out* adalah teknik ilustrasi di mana gambar dibuat dengan cara memotong dan menyusun kembali potongan-potongan kertas atau material lain untuk membentuk gambar atau adegan. Teknik ini sering digunakan untuk menciptakan efek yang unik dan menarik secara visual, serta dapat memberikan dimensi dan kedalaman pada karya seni. *Layout* ini terkesan kreatif serta imajinatif. Penggunaan media serta pemilihan ilustrasi *cut out* pada perancangan ini diharapkan sesuai dengan target *audience* yaitu generasi muda.

2. Sinopsis

Kain tenun Nusa Tenggara Timur adalah salah satu warisan budaya yang kaya dan memiliki nilai sejarah yang tinggi. Dikenal dengan motifnya yang unik dan warna-warna cerah, kain tenun ini mencerminkan keragaman budaya dan tradisi dari berbagai suku di Nusa Tenggara Timur. Proses pembuatan kain tenun Nusa Tenggara Timur melibatkan teknik tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi, mulai dari pemintalan benang, pewarnaan alami, hingga penenunan menggunakan alat tenun sederhana.


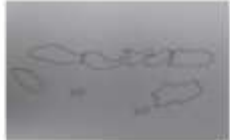

Kain tenun Nusa Tenggara Timur bukan hanya sekadar kain, tetapi juga sebuah simbol identitas dan kebanggaan masyarakat setempat. Setiap motif dan warna yang digunakan memiliki makna khusus yang mencerminkan filosofi hidup, kepercayaan, dan cerita-cerita leluhur. Dalam kehidupan sehari-hari, kain tenun sering digunakan dalam berbagai upacara adat, pernikahan, dan sebagai pakaian kebesaran.


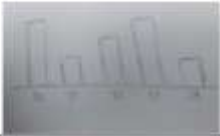









Namun, dengan perkembangan zaman dan tantangan modernisasi, keberlangsungan kain tenun Nusa Tenggara Timur menghadapi







berbagai hambatan. Upaya pelestarian terus dilakukan oleh berbagai pihak, baik pembelajaran budaya lokal di sekolah hingga pemerintah pemerintah.






Video edukasi ini akan mengajak penonton untuk lebih mengenal dan menghargai kain tenun Nusa Tenggara Timur, memahami proses pembuatannya, serta pentingnya menjaga dan melestarikan warisan budaya ini untuk generasi mendatang.

3. Story board

No	Gambar	Durasi
1		± 6 detik
2		± 7 detik
3		± 10 detik


4		± 10 detik
5		± 6 detik
6		± 6 detik
7		± 6 detik
8		± 6 detik
9		± 7 detik
10		± 5 detik
11		± 12 detik
12		± 10 detik
13		± 14 detik
14		± 10 detik

15		± 10 detik
16		± 10 detik
17		± 12 detik
18		± 7 detik
19		± 9 detik
20		± 7 detik

21		± 15 detik
22		± 12 detik
23		± 12 detik
24		± 7 detik
25		± 5 detik

4. Scene priview

No	Priview	Durasi	Keterangan
1.		00:00:06	Jenis Shot : mid shot Voice over : Indonesia merupakan negara yang memiliki ribuan pulau yang kaya akan kekayaan alam serta keragaman budayanya Keterangan : menunjukkan map Indonesia dengan ilustrasi wanita menggunakan kain tenun NTT
2.		00:00:09	Jenis Shot : mid shot Voice over : Nusa Tenggara Timur adalah salah satu permata di timur Indonesia, yang memiliki tradisi serta budaya yang begitu menarik Keterangan : menunjukkan map NTT dengan objek permata sebagai objek yang merepresentasikan narasi dari narator
3.		00:00:12	Jenis Shot : mid shot Voice over :

			Salah satu yang paling menonjol dari Nusa Tenggara Timur adalah kain tenunnya. Setiap helai benang ditunam dengan penuh cinta dan keterampilan, menciptakan kain dengan motif yang kaya akan makna dan cerita. Keterangan : menunjukkan 3 barang khas dari NTT yaitu kain tenun, alat musik sasando dan ti'i lugga
4.		00:00:12	Jenis Shot : mid shot Voice over : Kerajinan tenun dulunya merupakan produksi sederhana terutama di rumah rumah khususnya oleh kaum wanita demi kebutuhan adat dan diperjualbelikan di kalangan sendiri. Keterangan : menunjukkan wanita yang sedang menenun dengan matahari yang merepresentasikan suasana siang hari atau kemarau

5.		00:00:08	Jenis shot : mid shot Voice over : Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisioner masih terdapat generasi muda yang awam dengan kain tenun Nusa Tenggara Timur Keterangan : muncul ilustrasi polling kuisioner usia generasi muda yang masih awam dengan kain tenun Nusa Tenggara Timur
6.		00:00:08	Jenis shot : mid shot Voice over : Kain tenun Nusa Tenggara Timur adalah kain tradisional yang dibuat dengan teknik tenun oleh masyarakat di provinsi Nusa Tenggara Timur. Keterangan : Jefame objek kain tenun dengan teks bertuliskan kain tradisional
7.		00:00:08	Jenis shot : medium shot Voice over :

			Kain tenun Nusa Tenggara Timur sangat terkenal karena keindahan dan kerumitan pola serta motifnya yang khas. Keterangan : Jefame 2 objek kain tenun dengan teks yang menjelaskan objek gambar
8.		00:00:08	Jenis shot : medium shot Voice over : Salah satu daerah penghasil kain tenun di Nusa Tenggara Timur adalah kota Atambua terutama di kabupaten Belu Keterangan : Menunjukkan map kota atambua dengan teks bertuliskan atambua dan belu
9.		00:00:09	Jenis shot : medium shot Voice over : Kain tenun belu atau Tau belu bukanlah sekadar kain atau pakaian biasa, melainkan juga merupakan

			simbol identitas, tempat, dan pasokat. Keterangan: Terdapat 2 objek kain tenun dengan teks yang menjelaskan objek gambat
10.		00:00:07	Jenis shot: medium shot Voice over: Tais Belu dibagi dalam dua jenis yaitu tais mane dan tais foto. Keterangan: Muncul teks dengan teknik kinetik typography
11.		00:00:14	Jenis shot: mid shot Voice over: Tais mane hanya digunakan oleh kaum pria dengan cara diikatkan pada bagian pinggang. Tais mane dibuat menyerupai selendang dengan ukuran kurang lebih panjang 3 meter dan lebar 1,5 meter. Keterangan: Muncul ilustrasi kain tenun dan teks dengan teknik kinetik typography
12.		00:00:14	Jenis shot: mid shot

			Voice over: Tais mane biasanya didominasi oleh warna dasar merah dengan motif garis vertikal yang bermakna sebagai simbol kaum lelaki terhadap kelonggaran hidup keluarganya. Keterangan: Muncul ilustrasi kain tenun digunakan pria dan teks dengan teknik kinetik typography
13.		00:00:16	Jenis shot: mid shot Voice over: Tais foto hanya digunakan oleh kaum perempuan dengan cara diikatkan pada bagian dada. Tais foto dibuat seperti sarung dengan ukuran kurang lebih panjang 2 meter dan lebar 1,5 meter. Tais foto didominasi oleh warna dasar hitam. Keterangan: Muncul ilustrasi kain tenun digunakan wanita dan teks dengan teknik kinetik typography

14.	 	00:00:12	Jenis shot: mid shot Voice over: Tais Belu dibuat dengan teknik atau cara yang tidak mudah. Umumnya dikenal tiga cara membuat sebuah tais yaitu futus (ikat), fafot (sengket) dan sui (sulam). Keterangan: Muncul ilustrasi kain tenun khas kabupaten Belu dan muncul teks dengan teknik kinetik typography
15.		00:00:12	Jenis shot: medium shot Voice over: Futus adalah teknik memberi motif pada kain dengan cara mengikat benang menjadi pola tertentu sebelum benang tersebut dilepaskan pada pewarna dan ditusen. Keterangan: Muncul ilustrasi benang dan pewarna dan panah yang mengarah ke pewarna.
16.		00:00:12	Jenis shot: medium shot Voice over:

			Voice over: Fafot adalah teknik memberi motif pada kain pada saat kain ditusen dengan cara menambahkan benang dengan warna tertentu untuk membentuk pola yang diinginkan. Keterangan: Muncul narator yang sedang menjelaskan proses menusen dengan ilustrasi benang.
17.		00:00:14	Jenis shot: medium shot Voice over: Yang terakhir sui adalah teknik memberi motif pada saat kain yang ditusen dengan cara menyulam benang menggunakan alat bantu berupa lidi atau bambu yang dipipihkan untuk membentuk pola tertentu pada kain. Keterangan: Muncul narator yang sedang menjelaskan proses menusen dengan ilustrasi alat sulam dan dua buah teks yang menjelaskan narasi.

18.		00:00:09 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over : Elongasi kain tenun, sebenarnya adalah sebagai busana yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat. Keterangan : Muncul ilustrasi kain tenun Nusa Tenggara Timur apabila digunakan oleh kaum pria maupun kaum wanita.
19.		00:00:11 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over : Selain itu juga digunakan sebagai busana upacara adat, belis atau mahar, serta sebagai bentuk penghormatan kepada tamu. Keterangan : Muncul ilustrasi kain tenun dengan kegunaan masing-masing.
20.		00:00:09 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over : Berhacarkan kegunaannya, kain tenun lebih sering digunakan sebagai

		sebelumnya, sarung maupun selendang. Keterangan : Muncul ilustrasi yang menjelaskan fungsi dari kain tenun.
21.	  	00:00:17 Jenis shot : <i>mid shot</i> Force over : Namun, saat ini kain tenun telah mengalami banyak inovasi dan kreasi yang luar biasa, di mana tidak hanya digunakan sebagai bahan untuk pakaian tradisional, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk modern seperti rompi yang stylish maupun tas kecil yang praktis dan elegan. Keterangan : Ditawali dengan muncul teks "banyak inovasi & kreasi" kemudian dilanjutkan dengan teks berisi kutipan narasi dan ilustrasi rompi dan tas.
22.		00:00:14 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over :

	 	Menurut keterangan dari salah satu pelaku usaha mikro di daerah kota Atambua kabupaten Belu menerangkan bahwa "pembeli kain tenun di daerah ini masih dari dalam kota saja. Masih belum ada pembeli yang datang dari luar kota". Keterangan : Muncul ilustrasi map kota atambua kemudian muncul pemilik UMKM dengan narasinya.
23.	 	00:00:11 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over : Marilah bersama-sama melestarikan dan menghidupkan warisan budaya Indonesia. Menggunakan serta mendukung kain tenun, Nusa Tenggara Timur, adalah salah satu langkah menjaga kekayaan budaya Indonesia untuk generasi mendatang. Keterangan : Muncul narator dengan narasi akan yang

		muncul dengan teknik <i>kinetik typography</i>
24.		00:00:09 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over : Kain tenun, Nusa Tenggara Timur, lebih dari sekadar kain. Ini adalah warisan, identitas, dan kebanggaan kita bersama. Keterangan : Muncul narator dengan narasinya yang muncul dengan teknik <i>kinetik typography</i> .
25.		00:00:05 Jenis shot : <i>medium shot</i> Force over : Mai ita duka no hadiak warisan budaya ita no tais adat. Keterangan : Muncul narator dengan narasi dengan Bahasa daerah.

5. Media pendukung

a. Thumbnail



b. Roll banner



c. Poster



d. Sticker



e. Kaos



6. PENUTUP

a. Simpulan

Kain tenun Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu kebudayaan Indonesia yang wajib untuk di lestarikan. Kain tenun bukan hanya sekedar kain melainkan warisan serta identitas. Seiring perkembangan teknologi yang saat

ini sangat mudah untuk di jangkau generasi muda, bukan tidak mungkin lebih mudah pula budaya asing untuk masuk serta mempengaruhi minat generasi muda terhadap budaya asing yang masuk. Perancangan video *motion* ini bertujuan agar menarik minat generasi muda terhadap budaya lokal khususnya pada kain tenun Nusa Tenggara Timur. Selain itu perancangan video *motion* ini juga bertujuan untuk mempromosikan kain tenun kepada masyarakat, dengan tujuan menarik minat masyarakat terhadap kain tenun.

Penggunaan media *motion* sebagai media edukasi serta promosi ini bertujuan agar informasi yang ingin disampaikan dapat dimengerti dengan baik. Pemilihan media video ini juga dipilih karena video merupakan salah satu media yang mudah untuk dimengrti dalam penyampaian pesan, informasi maupun promosi. Perancangan video *motion graphic* ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi kepada masyarakat khususnya generasi muda, selain

itu juga dapat menjadi salah satu media promosi bagi kain tenun Nusa Tenggara Timur agar lebih dikenal serta mendapat minat masyarakat.

b. Saran

Berdasarkan perancangan tugas akhir yang sudah dilakukan, terdapat saran bagi peneliti berikutnya yang hendak mengangkat tema permasalahan yang serupa dalam perancangan *motion graphic*

Perbanyak referensi agar karya yang nantinya dihasilkan memiliki keunikan atau pembeda dari karya-karya sebelumnya. Dalam merancang sebuah karya sebaiknya fokus pada pesan yang akan di sampaikan melalui video *motion* atau tidak berlebihan dalam menggunakan aset maupun isi informasi yang nantinya membingungkan audiens.

Selain secara visual meperhatikan kualitas audio juga merupakan salah satu hal penting, sehingga nantinya mudah bagi audiens untuk mengerti pesan yang disampaikan. Selain itu, Pelajari sesuatu yang sedang menjadi tren,

sehingga karya yang nantinya dihasilkan lebih relevan dan menarik bagi audiens.

Dengan tercapainya tugas akhir video *motion graphic* diharapkan dapat menjadi referensi maupun inspirasi kepada perancang video *motion graphic* yang lebih baik nantinya.

Daftar Pustaka

Aris, N., Setyaningrum, D., Aslam, M., Putri, S., Wulan, T., Fu'adin, A., & Nugraha, D. M. (2023). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Kesadaran Kalangan Muda. *Jurnal Pelita Kota*, 4(2), 419-429.

Daeng, W. R. (2022). PENGARUH IDENTITAS GLOBAL, NILAI KEUNTUNGAN DAN NIAT BELI KAIN TENUN NTT. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 1(1), 24-38.

Dhea Santika, H. (2022). PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN MOTION GRAPHIC DALAM PEMBELAJARAN BERBASIS BUDAYA PADA ERA 4.0 (Doctoral dissertation,

Universitas Pendidikan Indonesia).

Dioh, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Tenun Ikat Ntt. *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen*, 5(01), 46-53.

Hoely, Y., & Snae, M. (2017). Penerapan E-commerce Penjualan Kain Tenun Berbasis Android. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 3(1).

Kemenparekraf/Baparekraf RI. 2021. Produk Kriya Bertahan di Tengah Pandemi. Produk Kriya Bertahan di Tengah Pandemi (kemenparekraf.go.id). Diakses: 14 Januari 2024

Mahardika, V. P., & Soewito, B. M. (2021). Perancangan Video Motion Graphic Infografis Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Pantai Pacitan Melalui Youtube. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 10(1), F91-F98.

Margery, F., & Saputra, G. (2023). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI ALTERNATIF

MUSEUM BAHARI
JAKARTA. Titik Imaji, 6(1).

Mauludiyah, E. R., Handriyanti, E.,
& Nurfitri, R. (2022).
Perancangan Motion Graphic
Pola Makan Ibu Hamil Sebagai
Bahan Sosialisasi Stunting Desa
Jambearjo. Jurnal Desain
Komunikasi Visual Asia, 6(01),
52-64.

Nadya, N., & Nyta, L. (2023).
Perancangan Video Informasi
“Lengger Lanang” dengan
Teknik Animasi Motion Graphic
untuk Kalangan Remaja Usia 17-
22 Tahun. ANDHARUPA:
Jurnal Desain Komunikasi
Visual & Multimedia, 9(02),
294-309.

Nugraha, R. K., Novandi, T.,
Wardhana, W. A., Sembodho, G.
B., & Santoso, S. (2022).
Analisis Strategi Pengembangan
Kain Tenun Ikat Sumba oleh
Pelaku Kriya dan Komunitas.
Jurnal Pengabdian Seni, 3(1), 73-
82.