

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Batik Indonesia dapat berkembang hingga sampai pada suatu tingkatan yang tak ada bandingannya baik dalam desain/motif maupun prosesnya. Corak ragam batik yang mengandung penuh makna dan filosofi akan terus digali dari berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia. Motif Batik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif adalah corak atau pola. Motif adalah suatu corak yang di bentuk sedemikian rupa hingga menghasilkan suatu bentuk yang beraneka ragam. [1]

Kulon Progo merupakan salah satu kabupaten di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki banyak sekali produsen batik. Salah satu pelopor yang mengawalinya adalah Batik Farras dari tahun 2006. Batik Farras menjadi sentra batik di Kulon Progo, namun hal ini tidak diketahui oleh banyak orang karena minimnya pemasaran Batik Farras secara online di era digital ini. Selain karena kurangnya konten di media sosial, pemilik Batik Farras juga kurang banyak memiliki waktu untuk pemasaran secara digital. [2]

Permasalahan yang terjadi pada Batik Farras adalah belum adanya media informasi yang dapat memberikan konten menarik kepada masyarakat atau konsumen dari segi informasi. Batik Farras mempunyai akun sosial media seperti Instagram guna memberikan informasi mengenai katalog batik, tetapi didalam Instagram Batik Farras belum memiliki video pemasaran atau video informasi mengenai apa itu Batik Farras. Untuk itu Batik Farras masih belum mempunyai video pemasaran dan informasi yang dikemas secara menarik dan interaktif.

Dari latar bekalang diatas penulis membuat sebuah video Pembuatan Video Media Informasi Batik Farras Sebagai Pelopor Batik Di Desa Sembungan Kulon Progo. Media informasi adalah alat atau sarana yang digunakan untuk

menyampaikan informasi kepada khalayak. Media informasi disini merupakan sebuah video liveshot tentang brand Batik Farras. Dalam mengimplementasikannya video ini dirancang dengan naskah narasi, storyboard, voice over dan backsound lalu diolah menggunakan Adobe Premier Pro. Dengan adanya video media informasi ini diharapkan mampu menampilkan konten yang interaktif, jelas dan efektif serta mudah di pahami oleh khalayak.

1.2 Perumusan masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah bagaimana membuat sebuah video Pembuatan Video Media Informasi Batik Farras Sebagai Pelopor Batik Di Desa Sembungan Kulon Progo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan tugas akhir ini adalah:

1. Membuat video media informasi Batik Farras.
2. Memberikan kemudahan untuk konsumen dalam mengetahui apa itu Batik Farras dan apa itu brand Batik Farras
3. Memberikan media baru untuk membantu dan mendukung media yang lama dalam menyampaikan informasi yang mudah di pahami.

1.4 Batasan Masalah

Agar penulisan tugas akhir ini lebih terarah, maka penulis akan memberikan batasan masalah yang akan dibahas sehingga hal ini tidak menyimpang dari tujuan yang hendak dicapai yaitu:

1. Luas lingkup hanya seputar informasi mengenai Batik Farras.
2. Video hanya menampilkan penjelasan Batik Farras.
3. Penayangan video untuk Platform Instagram, Tiktok dan Facebook.
4. Video Media Informasi memiliki durasi kurang lebih 3 mnt
5. Software yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro CC 2020

1.5 Manfaat Penelitian

Tuliskan manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi kepada konsumen Batik Farras.
2. Membantu Batik Farras meningkatkan penjualan.
3. Mempermudah Batik Farras dalam menyebarluaskan informasi mengenai Batik Farras itu sendiri.
4. Membuat daya tarik ke konsumen

