

Video Company Profile Rumah Batok Batik Di Kabupaten Pasaman Barat

Muhammad Fachrul Alvaer¹, Dr. M. Nasrul Kamal²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: fachrulalvaer5@gmail.com

Submitted: 2022-09-09

Published: 2022-12-30

Accepted: 2022-11-21

DOI: 10.24036/dekave.v12i4.119266

Abstrak

Rumah Batok Batik adalah sebuah usaha yang memproduksi dan menjual suatu kerajinan tangan terbuat dari batok kelapa dan juga kain batik yang berlokasi di Jln. Padang Halaban, Sasak Ranah Pasisie, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat. Usaha ini dirintis oleh bapak Andy Setiaji dan ibu Tesa Adfalina. Usaha ini diawali dari owner sendiri menyukai kerajinan tangan yang diolah dari limbah yang ada disekitar sehingga owner menghasilkan kerajinan yang bagus dan unik. Rumah Batok Batik ini menghasilkan berbagai macam hasil karya yang diproduksi langsung dan hasil output dari karya memiliki nilai seni. Rumah Batok Batik ini sebelumnya belum memiliki media yang dapat dijadikan sebagai media promosi untuk usaha ini. Suatu media yang dijadikan sebagai bahan promosi sangat diperlukan untuk suatu usaha oleh sebab itu Rumah Batok Batik membutuhkan suatu media promosi yang menarik sehingga dapat menarik perhatian penonton dan juga mudah diingat dan dipahami oleh masyarakat.

Kata kunci : *Rumah Batok Batik, Video, Company Profile, Perencanaan, Promosi.*

Pendahuluan

Media cetak sebagai sumber informasi bisa dalam bentuk majalah maupun Koran, untuk media informasi elektronik salah satunya berupa Video Company Profile dinilai lebih efektif dibandingkan dengan media cetak karena pengemasannya lebih menarik dan dapat menggambarkan suatu informasi lebih jelas dan detail. Video Company profile dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu produk. Selain itu, juga dapat digunakan sebagai prasyarat dalam mengikuti suatu event tertentu seperti pameran, seminar dan workshop (Afriwan,2019). Perkembangan digital pada era globalisasi sekarang begitu banyak perubahan, keterbukaan dalam menerima informasi dapat dan mudah diperoleh kapan pun dan dimanapun. Penyebaran informasi dapat melalui media cetak ataupun media elektronik, dari media itulah masyarakat dapat memperoleh informasi. Pada umumnya masyarakat memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap sesuatu sehingga dengan adanya informasi melalui media yang ada dapat membantu masyarakat mengetahui hal yang diinginkan dan juga dapat menambah pengetahuan. Kerajinan adalah karya seni yang proses pembuatannya menggunakan tangan manusia yang dilakukan secara manual. Hasil kerajinan biasanya dapat menghasilkan karya yang indah, produk dengan sentuhan seni yang tinggi. Sebuah Kerajinan tangan memiliki nilai jual yang unik karena di dalamnya terdapat sebuah keindahan dengan makna dan fungsi tersendiri. Produk yang dibuat oleh pengrajin unik, berkualitas tinggi, dan dijual dengan harga tinggi.

Rumah Batok Batik adalah suatu usaha yang memproduksi dan menjual Kerajinan tangan dari limbah batok kelapa dan ditambah dengan kain batik, usaha ini berlokasi di Jln. Padang Halaban, Sasak Ranah Pasisie, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat. Usaha ini dirintis oleh bapak Andy Setiaji dan ibu Tesa Adfalina. Awal dirintisnya usaha Rumah Batok Batik yaitu owner sendiri menyukai kegiatan dalam mengolah bahan limbah batok ini sehingga dapat menjadi sebuah kerajinan tangan, dan owner juga melihat adanya peluang untuk menjual kerajinan tersebut. Dilihat dari hari ke harinya usaha ini berkembang dan produk yang dihasilkanpun semakin lama semakin memiliki daya tarik sendiri. Namun saat ini usaha ini belum terlalu diketahui oleh masyarakat karena kurangnya media yang digunakan sebagai promosi usaha ini.

Saat sekarang ini promosi yang sedang berjalan hanya 2 menggunakan spanduk biasa dan hanya melakukan promosi lewat obrolan antar masyarakat. Namun promosi yang sudah dilakukan kurang efektif karena promosi tersebut memiliki sifat direct marketing yang jangkauannya kurang luas untuk dinikmati dan dipahami langsung oleh customer karena media promosi tersebut yang kurang spesifik mengenali produk. Berdasarkan permasalahan diatas, penulis merancang *Video Company profile* Rumah Batok Batik sebagai bahan media yang dapat digunakan oleh owner sebagai bahan promosi dan dapat dikenal oleh masyarakat umum didaerah tersebut maupun oleh masyarakat daerah lain dan penelitian yang sama dengan penelitian ini tentang Perancangan Multimedia Interaktif Company Profile dan Katalog produk sebagai media promosi Zie Batik Semarang .

Metode penelitian

A. Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam perancangan Video company profile Rumah Batok Batik yaitu metode glass box. Istilah glass box menurut Conto (2013) ialah "perancangan yang berdasarkan kepada suatu analisis dan sintesis". melalui metode glass box ini perancang mengumpulkan data - data dimana akan diolah menjadi suatu desain atau rancangan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara langsung ke lokasi. Selain itu penulis juga melakukan studi

pengumpulan data terkait melalui sumber buku dan internet. Metode perancangan merupakan suatu uraian kerja atau urutan suatu pekerjaan yang telah disusun dengan teratur untuk membantu dalam penyelesaian suatu masalah. Metode perancangan yang digunakan pada perancangan *Video Company Profile* Rumah Batok Batik, penulis menggunakan metode kotak kaca (Glass box). Glass Box adalah desain yang dirancang berdasarkan analisis dan sintesis (contoh: 2013), di mana data dikumpulkan oleh penulis dan kemudian diolah menjadi sebuah desain. Metode glass box yaitu suatu metode yang dapat membantu untuk menentukan fakta atau penyebab terjadinya suatu hal dan juga membantu dalam mencari solusi untuk permasalahan tersebut.

Metode glass box memiliki beberapa tahapan yaitu tahap persiapan, inkubasi, luminasi, dan validasi, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini merupakan langkah awal yang dilakukan oleh seorang perancang dalam mempersiapkan segala keperluan yang dibutuhkan untuk suatu proses desain nantinya. Pada tahap ini nantinya akan berisikan mengenai beberapa hal seperti latar belakang permasalahan, bagaimana tujuan yang akan dicapai dan bagaimana tema desain yang akan dimasukkan kedalam permasalahan sehingga dapat menyelesaikan permasalahan nantinya.

2. Tahap inkubasi

Pada tahap ini nantinya perancang dapat mempersiapkan diri dengan tenang dan juga peka akan permasalahan yang ada sehingga nantinya dapat memunculkan berbagai macam ide baru yang unik dan menarik.

3. Tahap luminasi

Merupakan suatu tahapan dimana ide ide yang muncul pada tahap inkubasi dapat digabungkan sehingga nantinya berujung dengan adanya sketsa rancangan. Dalam tahapan ini perancang juga akan melalui beberapa tahap dimana ide yang telah menjadi rancangan kemudian dilakukan analisis dimana perancang memilah kembali ide tersebut berdasarkan data data yang ada dan tujuan yang akan dicapai. Kemudian sampailah pada tahap dimana perancang menarik kesimpulan berdasarkan semua pengecekan yang telah dilakukannya sebelumnya.

4. Tahap Verifikasi

Pada tahapan ini dimana semua proses perancangan ide ide dan finishing maupun rancangan ditinjau kembali pada latar belakang dan tujuan masalah sebelumnya.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam proses perancangan *Video Company Profile Rumah Batok Batik* yaitu :

1. Data Primer

Data primer ini merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh perancang melalui penelitian teoritis dari buku, majalah, internet, dll yang berkaitan dengan *Company Profile*.

C. Metode Analisis Data

Tahap yang dilakukan setelah pengumpulan data dilakukan yaitu metode analisis data. Pada perancangan *Video Company Profile* Rumah Batok Batik menggunakan analisis data 5W+1H. Analisis 5W+1H adalah metode analisis data yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam perancangan.

1. *What* (apa)

Rumah Batok Batik ini sebelumnya belum memiliki bahan promosi yang efektif sebagai bahan promosinya, daripada itu perancang merancang *Video Company Profile* ini sehingga dapat membantu usaha ini dalam mempromosikan usahanya.

2. *Where* (Dimana)

Rumah Batok Batik ini berlokasi di Jln. Padang Halaban, Sasak Ranah Pasisie, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat.

3. *When* (kapan)

Rumah Batok Batik ini sudah berdiri sejak tahun 2016. Namun meskipun usaha ini sudah berdiri dari lama, usaha ini belum diketahui oleh masyarakat luas.

4. *Who* (Siapa)

Siapakah yang akan menjadi target *audience* dari usaha Rumah Batok Batik ini? Sasaran dari usaha ini yaitu semua kalangan dimana mulai dari yang berusia 15 tahun.

5. *Why* (kenapa)

Mengapa usaha Rumah Batok Batik ini harus diketahui oleh masyarakat luas? Karena kerajinan tangan yang diproduksi oleh Rumah Batok Batik ini merupakan kerajinan tangan yang diproduksi dengan hasil yang bagus dan menarik.

6. *How* (bagaimana)

Bagaimana solusi dari permasalahan yang ada sekarang yaitu dengan merancang sebuah media berupa *Video Company Profile* dimana nantinya dapat digunakan sebagai bahan promosi oleh Rumah Batok Batik ini.

Hasil Pembahasan

A. Pembahasan

Dalam pembuatan *Video Company Profile* dimana tahapan awalnya dimulai dari melakukan observasi, wawancara kemudian dilakukanlah pengumpulan ide, menentukan bagaimana perancangan yang akan dibuat dan melakukan persiapan dalam pembuatan *Video Company Profile* ini.

1. Observasi

Dalam melakukan perancangan ini pada tahap awalnya perancang melakukan observasi langsung ke lokasi Rumah Batok Batik yang beralamat di Jln. Padang Halaban, Sasak Ranah Pasisie, Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat. Awalnya observasi ini dilakukan agar dapat melihat lokasi

langsung dan bertemu dengan owner (pemilik) dimana nantinya perancang meminta izin kepada owner untuk melakukan penelitian.

2. Wawancara

Selanjutnya perancang melakukan wawancara dengan owner untuk memenuhi data data yang diperlukan untuk perancangan mulai dari cerita berdirinya usaha ini, apa saja bahan yang digunakan, bagaimana proses pembuatannya dan juga bagaimana selama ini penjualan yang sudah berlangsung pada usaha ini.

B. Tahap Produksi

- 1) Pengumpulan Data Informasi Video, audio, teks dan lainnya.
- 2) Menyatukan semua video, Sound effect music, dan pengisian suara agar video terlihat lebih jelas.
- 3) Struktur perancangan Video Company Profile pada dasarnya Storyline dan storyboard.

C. Hasil



Gambar 1 Wawancara dengan owner
Shoot Narasumber Pemilik dengan mewancarai owner secara langsung



Gambar 2 Simpang empat Kabupaten Pasaman Barat
Drone pusat dari daerah pasaman barat.



Gambar 3 shoot pengambilan kelapa
Pengambilan Kelapa di lakukan secara langsung di lokasi.



Gambar 4 Usaha Rumah Batok Batik
Shoot ruko usaha batok kelapa.

D. Media

1. Media utama

Media utama dalam perancangan ini berupa Video yaitu *Video Company Profile*, dimana nantinya didalam video tersebut berisi tentang informasi mengenai profile usaha agar citra usaha Rumah Batok Batik ini lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2. Media pendukung

Perancang juga menambahkan media pendukung berupa kartu nama, poster, sticker, totebag, kalender, baju dan media sosial dimana nantinya media pendukung tersebut bertujuan agar dapat mendukung media utama dalam memperkenalkan Rumah Batok Batik kepada Audience.

Final Desain**1. Kartu Nama**

Gambar 5 Final desain Kartu Nama
Rumah Batok Batik

Gambar merupakan bagian penting dalam media informasi. Gambar dapat menjadi sebuah media yang lebih komunikatif.

2. Poster

Gambar 6 Final Desain Poster
Rumah Batok Batik

Bentuk akhir dari poster rumah batok kelapa yang digunakan untuk pembaca tertarik dan mendapatkan informasi dengan desain batok kelapa.

3. Sticker



Gambar 7 Final desain Sticker
Rumah Batok Batik

Gambar stiker kelapa yang digunakan sebagai ciri khas batok kelapa tersebut.

4. Totebag



Gambar 8 Final Desain Totebag
Rumah Batok Batik

Bentuk dinal desain totebag batok kelapa di rumah batok batik.

5. Kalender



Gambar 9 Final Desain kalender Rumah Batok Batik

Kalender yang juga menjadi final desain rumah batok kelapa.

6. Baju



Gambar 10 Final Desain Baju Rumah Batok Batik

Bentuk final baju sebagai ciri khas batok kelapa dengan menggunakan gambar dan tulisan tentang batok kelapa di rumah batok batik.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil rancangan mengenai Video Company Profile ini maka perancang dapat menarik kesimpulan yaitu: Video Company Profile ini memiliki tujuan yaitu sebagai bahan untuk mempromosikan Rumah Batok Batik kepada masyarakat luas dan juga dapat membantu meningkatkan konsumen yang dating atau memesan kerajinan yang ada. Dalam perancangan ini memerlukan beberapa

tahapan dimana diawali dari mengumpulkan data yang diperlukan, mencari audience yang akan menjadi target, kemudian merancang storyline dan storyboard dilanjutkan dengan pra-Produksi kemudian dilakukan produksi kemudian merancang media pendukung.

Daftar Rujukan

- Afriwan Hendra, Mila. 2019. Redesign Sign System Penangkaran Penyu di Pariaman. Google cendekia. Padang: Prodi DKV UNP.
- Charprod. (2020, 09 21). Apa itu video company profile? Retrieved from Charprod: https://charprod.co.id/2017/07/18/video-company-profile/?__cf_chl_jschl_tk__=6679fb0507fa073f6766758cd5a7aa2606bece48-1600697210-0AUY_bhKC2G4JU9uGB4iQ8IQBV6xssrLRrV0YAY3mebh6SsyPpj3hsnIGACwJdS2_YX8-KTUr6p-Aql_HEfpIHv2DIJqrmgwk_w_pT0F89IRPaeBZZNK5AK8L3PtYr
- Couto, Nasbahry. 2013. Metode Desain (Jurnal).