

Perancangan *Motion Graphic* Batik Incung Kabupaten Kerinci

Donie Novian¹, Irma Rochmawati²

¹*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung*

²*Desain Grafis, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung*

Email: ¹*donid928@gmail.com*, ²*irma@email.unikom.ac.id*

Abstrak: Banyak daerah di Indonesia yang memproduksi batik dengan ciri khasnya sendiri, salah satunya adalah batik Incung dari Kabupaten Kerinci tepatnya di kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Pada awalnya batik Incung sendiri dibuat hanya dengan tulisan aksara nya saja dan juga warna yang digunakan pada umumnya berwarna merah tua dan hitam. Namun sekarang sudah memiliki banyak varian warna dan motif, bahan pewarna yang biasa di gunakan adalah bahan warna yang berasal dari alam dan bahan warna sintetis. Motif yang di terapkan pada batik Incung saat ini, awal mulanya berasal dari tulisan (aksara) yang sudah mulai kurang dikenal oleh masyarakat Kabupaten Kerinci khususnya pada kalangan generasi mudanya, aksara Incung digunakan oleh masyarakat Kerinci pada zaman dahulu untuk mendokumentasikan sejarah, menuliskan sastra, mantra, serta hukum adat yang di tuliskan pada daun lontar, bambu, dan tanduk kerbau. Oleh sebab itu perancang mencoba memanfaatkan media informasi berupa media animasi guna menarik perhatian juga meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan masyarakat, khususnya generasi muda di Kabupaten Kerinci agar lebih mengenal batik Incung sendiri.

Kata kunci: Batik, Kerinci, Incung, animasi, *motion graphic*.

Abstract: Many regions in Indonesia produce batik with their own characteristics, one of which is Incung batik from Kerinci Regency, precisely in the city of Sungai Penuh, Jambi Province. At first, Incung batik itself was made only by writing the characters and the colors used were generally dark red and black. However, now that it has many variants of colors and motifs, the coloring materials commonly used are materials derived from nature and synthetic materials. The motifs applied to the Incung batik today, originally came from writing (scripts) which had begun to be less well known by the people of Kerinci Regency, especially among the younger generation, the Incung script was used by the Kerinci people in ancient times to document history, write literature, spells, as well as customary law written on palm leaves, bamboo, and buffalo horns. Therefore, the designer tries to use information media in the form of animation media to attract attention as well as increase knowledge and increase public insight, especially the younger generation in Kerinci Regency so that they are more familiar with Incung batik itself.

Keywords: Batik, Kerinci, Incung, animation, *motion graphic*.



PENDAHULUAN

Motif pada batik tidak dapat lepas dari unsur kebudayaan, adat istiadat, serta lingkungan alamnya, sehingga dapat menghasilkan batik dengan corak dan motif yang berbeda di setiap daerahnya (Herawati, 2008). Pada saat ini banyak daerah yang memproduksi batik dengan ciri khasnya sendiri, salah satunya adalah batik Incung dari kabupaten Kerinci tepatnya di kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. Tahun 1993 batik Incung diperkenalkan oleh Ida Maryanti. Daerah Kabupaten Kerinci pada saat itu diketahui belum memiliki industri batik serta motif khasnya sendiri, maka pada saat itu Ida Maryanti membawa inovasi baru dalam mengembangkan motif batik dengan memanfaatkan kearifan lokal yang kurang dikenal oleh masyarakat Kabupaten Kerinci. Yaitu Aksara (tulisan) Incung yang di terapkan menjadi motif kain batik yang di kenal saat ini dengan nama batik Incung, aksara ini sendiri digunakan untuk mendokumentasikan sejarah, sastra, hukum adat, dan mantra-mantra yang ditulis pada tanduk kerbau, bambu, dan daun lontar. Hal inilah yang menjadi nilai tambah serta keunikan batik Incung yang dikembangkan di Kabupaten kerinci tepatnya di kota Sungai Penuh (Pitri, 2019).

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh melalui kuesioner dan juga wawancara kepada salah satu pengelola galeri batik Incung, didapat bahwa batik Incung merupakan sebuah inovasi yang diperkenalkan kepada masyarakat Kabupaten Kerinci, yang diangkat dari peninggalan sejarah berupa aksara (tulisan) Incung yang kurang dikenal, yang kemudian diperkenalkan kembali melalui batik Incung, tapi sayangnya masyarakat Kabupaten Kerinci sendiri kurang mengetahui informasi tentang batik Incung. Hal tersebut diketahui karena minimnya informasi juga pengetahuan masyarakat, sehingga batik Incung kurang di kenal oleh masyarakat Kabupaten Kerinci, dan tentu saja hal tersebut mengurangi potensi berkembangnya batik Incung sendiri. Oleh sebab itu hal ini sangat disayangkan mengingat nilai sejarah yang terkandung dalam batik Incung ini sangatlah tinggi (Erni, 2021).

Oleh sebab itu, berdasarkan masalah yang dihadapi, maka dibutuhkan adanya perancangan sosialisasi kepada masyarakat mengenai batik Incung, guna memberikan informasi dan juga pengetahuan yang baik, kepada masyarakat bahwa batik Incung mempunyai potensi yang bagus untuk berkembang dan di kenal lebih baik lagi oleh masyarakat Kabupaten Kerinci.

METODE

Dalam video perancangan informasi ini ada dua metode yang digunakan yaitu strategi kreatif dan juga strategi komunikasi. Dalam strategi kreatif perancangan media informasi batik Incung, ada beberapa aspek yang diperhatikan yaitu, bentuk media informasi, konten yang disajikan, dan tujuan media informasi juga di perhatikan. Dalam strategi komunikasi agar perancang menyampaikan informasi dengan tepat dan efektif perancang menyusun strategi melalui pendekatan verbal, visual, dan audio.

Objek Penelitian

Objek yang dijadikan penelitian dalam perancangan ini adalah Batik Incung. Batik Incung sendiri dibuat pada tahun 1993 batik Incung pertama kali diperkenalkan oleh Ida Maryanti, yang merupakan pegawai dari Dinas Perindustrian Provinsi Jambi. Pada saat itu, Ida Maryanti melihat daerah Kerinci belum memiliki industri batik yang baik serta motif khas daerah sendiri, oleh karena itu Ida Maryanti memanfaatkan salah satu peninggalan sejarah budaya yang ada di Kerinci yaitu Aksara Incung, yang kemudian diaplikasikan kedalam kain batik, yang kini dikenal dengan nama batik Incung. Pada tahun 1993 batik Incung pertama kali diperkenalkan oleh Ida Maryanti, yang merupakan pegawai dari Dinas Perindustrian Provinsi Jambi. Pada saat itu, Ida Maryanti melihat daerah Kerinci belum memiliki industri batik yang baik serta motif khas daerah sendiri, oleh karena itu Ida Maryanti memanfaatkan salah satu peninggalan sejarah budaya yang ada di Kerinci yaitu Aksara Incung, yang kemudian diaplikasikan kedalam kain batik, yang kini dikenal dengan nama batik Incung.

Prosedur Pengambilan Data

Perancang menyusun dan memperoleh data lapangan melalui observasi langsung dengan cara wawancara langsung kepada pengelola sekaligus pemilik salah satu galeri batik Incung yang ada di Kabupaten Kerinci tepatnya di kota Sungai Penuh. Observasi dilakukan di Galeri Incung, Jl. Tanah Mendapo, Kota Sungai Penuh, Kabupaten Kerinci, Jambi 37111. Observasi ke galeri Incung ini sangat penting dilakukan agar informasi dan data yang didapatkan dapat sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Selanjutnya perancang melakukan wawancara dengan Erni Yusnita selaku pemilik galeri Incung dan juga pengrajin batik Incung. Dan yang terakhir perancang melakukan kegiatan penyebaran kuesioner secara langsung dan online kepada masyarakat Kabupaten Kerinci, guna menemukan fakta dan juga menjadi sumber data dalam memecahkan masalah.

Target Audiens

Dalam perancangan ini menargetkan kalangan masyarakat dengan status ekonomi menengah, karena target khalayak sasaran masih berstatus pekerjaan yaitu sebagai pelajar. Dengan pendidikan pada tingkat SMA sampai perguruan tinggi, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dengan batasan usia yaitu rentang 17-21 tahun. Karena pada masa tersebut dipercaya seseorang lebih mudah menerima informasi dan lebih mudah mempelajari sesuatu hal yang baru. Terlebih lagi batik Incung adalah sebuah kearifan lokal yang harus dijaga kelestariannya, maka harusnya generasi muda lah yang harus mengembangkan dan mempertahankan batik Incung karena sudah menjadi identitas dan juga warisan budaya.

Strategi Komunikasi

Dalam perancangan ini, membutuhkan tahapan dalam melakukan perancangan informasi, guna mencapai hasil dan tujuan yang baik dalam perancangan, dilihat dari khalayak sasaran diatas maka didapat beberapa poin dalam strategi perancangan yang digunakan perancang sebagai acuan dalam menyusun strategi perancangan agar terkonsep dengan baik. Melihat batik Incung yang kurang dikenal oleh masyarakat, dan tentu saja hal tersebut mengurangi potensi berkembangnya batik Incung sendiri, maka dibutuhkan adanya perancangan sosialisasi kepada masyarakat mengenai batik Incung, guna memberikan informasi dan juga pengetahuan yang baik, kepada masyarakat bahwa batik Incung mempunyai potensi yang bagus untuk berkembang dan di kenal lebih baik lagi oleh masyarakat Kabupaten Kerinci.

Tujuan dan Pendekatan Komunikasi

Perancangan batik Incung ini memiliki tujuan untuk menginformasikan batik Incung sebagai hasil dari kebudayaan daerah Kabupaten Kerinci, yang memiliki keunikan tersendiri yaitu penggunaan aksara (tulisan) Incung sebagai motif batiknya, yang diketahui sebagai peninggalan sejarah, budaya, dan kearifan lokal yang wajib untuk di pertahankan dan dikembangkan lebih baik lagi. Oleh sebab itu dengan adanya perancangan ini diharapkan agar masyarakat generasi muda Kabupaten Kerinci dapat mengetahui informasi terhadap batik Incung, agar tetap lestari dan dapat berkembang lebih baik lagi.

Mandatory

Dalam perkembangannya batik Incung diresmikan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kerinci tepatnya di kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi pada tahun 2013, sebagai bentuk kearifan lokal dan budaya, yang di angkat dari peninggalan sejarah yang kurang dikenal yaitu Aksara (tulisan) Incung, yang hampir dilupakan oleh masyarakat Kabupaten Kerinci, yang wajib dipertahankan dan dikembangkan lebih baik lagi. Di Kota Sungai Penuh sendiri terdapat sebuah galeri batik yang bernama Incung yang di kelola oleh Erni Yusnita, Incung sendiri didirikan pada tahun 2009, untuk meningkatkan perkembangannya, pada saat ini galeri batik Incung ini sendiri sering mengikuti event-event acara terkait kesenian, dan juga sering melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah untuk mengenalkan batik Incung kepada genderasi kaum muda yang ada di Kabupaten Kerinci.



Gambar 1. Logo Galeri Incung

Sumber: <https://web.facebook.com/101077411385975/photos/a.101077464719303/101077581385958/> (Diakses 29/11/2021)

Kabupaten Kerinci saat ini mulai bertransformasi dari konsumen batik menjadi produsen batik. Adapun setelah dikeluarkannya surat edaran oleh Wali Kota Sungai Penuh No. 510/71/III.2/Koperindag-ESDM/ 2013 tentang Penggunaan Produk Batik Motif Khas Kerinci, membuat perubahan pesat terhadap perkembangan industri batik incung di Kota Sungai Penuh. Dalam beberapa peraturan tersebut juga terdapat kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah tentang kewajiban pejabat seperti ASN dan PNS untuk menggunakan pakaian batik khas Kerinci setiap hari Kamis. Kebijakan tersebut menggambarkan bahwa keterlibatan pemerintah daerah tentu akan meningkatkan perkembangan industri batik di Kota Sungai penuh, dan juga penggunaan Batik Incung dapat dipergunakan secara masif oleh masyarakat.



Gambar 2. Logo Kabupaten Kerinci

Sumber: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/1c/Kab.Kerinci.svg/1200px-Kab.Kerinci.svg.png> (Diakses 29/11/2021)

Kabupaten Kerinci saat ini mulai ber-transformasi dari konsumen batik menjadi produsen batik. Adapun setelah dikeluarkannya surat edaran oleh Wali Kota Sungai Penuh No. 510/71/III.2/Koperindag-ESDM/ 2013 tentang Penggunaan Produk Batik Motif Khas Kerinci, membuat perubahan pesat terhadap perkembangan industri batik incung di Kota Sungai Penuh. Dalam beberapa peraturan tersebut juga terdapat kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah tentang kewajiban pejabat seperti ASN dan PNS untuk menggunakan pakaian batik khas Kerinci setiap hari Kamis. Kebijakan tersebut menggambarkan bahwa keterlibatan pemerintah daerah tentu akan meningkatkan perkembangan industri batik di Kota Sungai penuh, dan juga penggunaan Batik Incung dapat dipergunakan secara masif oleh masyarakat.

Strategi Kreatif dan Media

Strategi kreatif yang perancang lakukan pada perancangan informasi melalui video informatif ini adalah, dengan menggambarkan dan juga menginformasikan sejarah terbentuknya batik Incung dan berbagai motif batik Incung yang ada saat ini, sehingga dapat memberikan kesan bagi target khalayak bahwa batik Incung adalah kearifan lokal dan budaya yang wajib dipertahankan dan dikembangkan lebih baik lagi. Berikut poin penting yang digunakan agar pesan dalam perancangan dapat tersampaikan dengan baik dan jelas:

Copywriting

Copywriting dalam perancangan ini nantinya digunakan sebagai pengisi unsur teks dalam perancangan. Menurut Agustrijanto “*copywriting* merupakan dapur dari periklanan yang mempunyai peran berarti dalam menciptakan karya kampanye iklan, serta kaya akan pesan-pesan penjualan yang menarik. Tujuan copywriter adalah membentuk perilaku pembeli, terpenuhinya pesan penjualan, serta membuat atau membujuk konsumen agar tertarik dengan produk yang diiklankan” (Agustrijanto, 2001). Pada intinya *copywriting* adalah sebuah teknik memilih kata dengan tujuan yang mampu membangun rasa dan mempengaruhi pembaca untuk melakukan apa yang diharapkan. Adapun teks *Copywriting* yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

a) *Headline*

Headline pada perancangan ini, akan berupa ajakan kepada target khalayak sasaran untuk menginformasikan batik Incung seperti “Kenal Lebih Dekat Dengan Batik Incung”

b) *Subheadline*

Subheadline pada perancangan, akan menginformasikan motif khas batik Kerinci yaitu batik Incung yang berasal dari tulisan Incung, yang dikombinasikan antara tulisan Incung dan juga motif-motif batik seperti biji kopi, bilok padi, daun padi, daun kemumu, embun buntal, dan gunung kerinci.

c) *Bodycopy*

Bodycopy pada perancangan, akan menggunakan penjeleasan yang berisi mengenai informasi sejarah kebudayaan batik Incung dan aksara Incung di daerah Kabupaten Kerinci.

Rancangan Visual

Dalam perancangan ini visualisasi yang digunakan berupa elemen visual (ilustrasi) yang dipadukan dengan elemen teks, dengan tujuan agar informasi yang disampaikan jelas dan menguatkan isi pesan yang ingin disampaikan. Oleh sebab itu Visual tidak hanya untuk dilihat saja tetapi harus mempunyai nilai pesan didalamnya (Rochmawati, 2019). Adapun visualisasi yang dimaksud adalah berupa video animasi *motion graphic* dengan latar dan ilustrasi motif-motif batik Incung yang ada, juga elemen-elemen pendukung lainnya. Dengan tujuan menguatkan isi pesan sekaligus informasi yang disampaikan dapat terkesan serius dan jelas.



Gambar 3. Contoh Visualisasi

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=pWZZyJLV5qs>
(Diakses 08/12/2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum mencapai hasil produksi ada beberapa tahapan yang harus dilakukan, perancang akan menentukan ide dan konsep yang akan digunakan dalam pembuatan video informasi batik Incung. Kemudian masuk kedalam tahap pembuatan *storyline* untuk menentukan alur cerita, selanjutnya perancang membuat aset-aset visual untuk keperluan pembuatan video seperti latar, karakter, dan objek-objek yang digunakan sebagai properti dalam pembuatan media utama.

Adapun dalam proses produksi perancang melakukan proses animasi dengan menggerakkan gambar digital yang telah dijadikan aset visual pada sebuah *software* Adobe Animate CC 2019 menjadi beberapa bagian *scene* yang nantinya akan digabungkan menjadi satu. *Software* ini digunakan karena dirasa memiliki fitur yang lengkap dan pengoperasian yang mudah.

Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan ini berupa video dan audio. Memanfaatkan *software* Adobe Animate dan disunting menggunakan *software* Adobe Premiere, adapun ketentuan format yang disunting sebagai bentuk *output* pada media utama adalah sebagai berikut:

- Ratio : 16:9
- Ekstensi : H.264 (.mp4)
- Resolusi : 1920px x 1080px
- Framerate : 30 fps

Tata Letak

Tata letak pada perancangan ini menggunakan jenis *motionlayout*, yaitu suatu objek akan dihubungkan kesuatu frame dengan mempertimbangkan gerakan yang kompleks dan transisi letak yang sesuai, sehingga memungkinkan transisi dan gerak yang dilakukan dapat sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dalam pembuatan animasi. Adapun jenis komposisi dalam video akan menggunakan perspektif satu arah atau *eye level* yaitu sudut gambar yang sama dengan mata dari objek gambar, dengan ilustrasi *vector* 2D dengan gambaran style secara *flat design*.



Gambar 4. Perspektif Eye level

Sumber: https://st2.depositphotos.com/4203575/10421/v/950/depositphotos_104211590-stock-illustration-motion-graphics-infographics.jpg (Diakses 25/11/2021)



Gambar 5. Flat Design

Sumber: https://drive.google.com/drive/folders/1MmE0nVjVzMxnHc20ITez-8rsrEnTzX_C
(Diakses 25/11/2021)

Tipografi

Dalam perancangan ini tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan visual dan grafis yang saling berhubungan dan terkait. Dengan adanya tipografi menjadikan pesan yang ingin disampaikan lebih mudah dipahami dan jelas. Menurut Rochmawati (2021) “Tipografi memiliki fungsi utama sebagai penyampai informasi yang harus membuat pembaca merasa nyaman saat melihat tulisan atau teks”.

Dalam pemilihan *font* perancangan ini akan menggunakan font Apple Tea dengan jenis *font sans serif* pada penulisan judul perancangan ke dalam media video perancangan. Dengan tujuan memperjelas bacaan, karena typeface ini memiliki bentuk yang tegas dan hanya memiliki satu jenis font saja yaitu *uppercase*.



Gambar 6. Typeface Apple Tea
Sumber: Dokumen Pribadi

Pada bagian *bodycopy* dalam perancangan ini akan menggunakan beberapa jenis *typeface* yang bervariasi menyesuaikan ilustrasi dalam media perancangan, dengan jenis font *sans serif*, adapun *typeface* yang dimaksudkan adalah Phospate Pro Cond Solid Regular, Helvetica Rounded Bold, dan Bebas Neue Regular. Dengan pemilihan *typeface* ini diharapkan agar dalam media perancangan terkesan santai dan tidak terkesan kaku. Perancang juga memastikan agar target khalayak sasaran dapat memahami isi pesan dengan jelas.



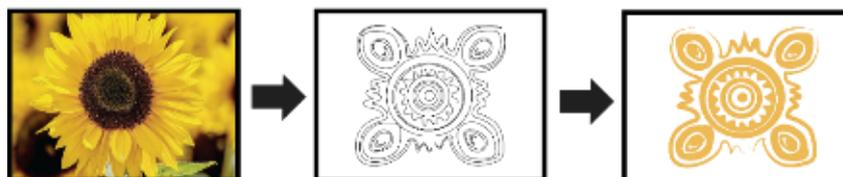
Gambar 7. *Type Face* Helvetica Rounded Bold
Sumber: Dokumen Pribadi

Ilustrasi

Dalam perancangan ini, ilustrasi digunakan sebagai elemen dalam menyampaikan dan memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Menurut Rohidi (1994) “ilustrasi adalah sebuah gambar yang berkaitan dengan seni rupa, ilustrasi menjelaskan tentang makna dari sebuah tulisan sehingga membantu pembaca untuk memahami makna dan pesan dari tulisan tersebut”. Adapun beberapa ilustrasi yang digunakan dalam video “Perancangan Informasi Batik Incung” sebagai berikut:



Gambar 8. Ilustrasi Keris
Sumber: Data Pribadi (2021)



Gambar 9. Ilustrasi Bunga Matahari
Sumber: Data Pribadi (2021)

Ilustrasi batik Incung dengan motif keris banyak digunakan dalam pembuatan batik Incung, karena di daerah Kabupaten Kerinci sendiri banyak peninggalan sejarah berupa keris. Oleh sebab itu keris biasanya dijadikan benda sejarah yang memiliki nilai sejarah yang dinilai sakral. Bunga matahari juga dijadikan motif karena memiliki arti semangat dan optimis juga di percaya menjadi simbol umur yang panjang bagi masyarakat Kabupaten Kerinci.

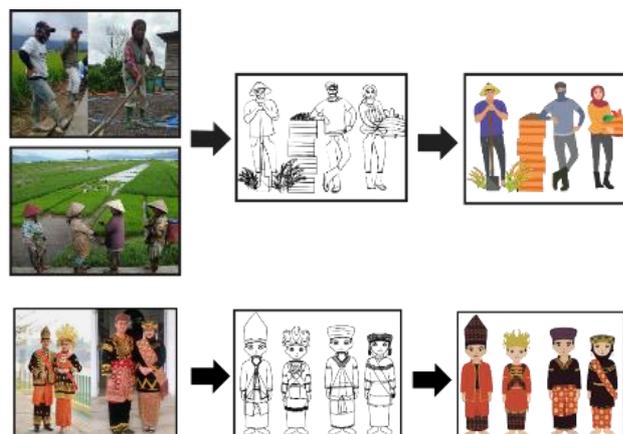


Gambar 10. Ilustrasi Pembuat Batik
Sumber: Data Pribadi (2021)



Gambar 11. Ilustrasi Gunung
Sumber: Data Pribadi (2021)

Batik Incung awalnya dibuat dan diperkenalkan oleh Ida Maryanti, oleh sebab itu perancang mencoba menggambarkan ilustrasi gambar seorang wanita yang memakai kerudung sedang membuat batik Incung. Perancang menggambarkan ilustrasi salah satu gunung yang ada di Kabupaten Kerinci yaitu gunung Kerinci, hal ini bertujuan untuk mempresentasikan daerah Kabupaten Kerinci yang merupakan tempat pembuatan batik Incung.

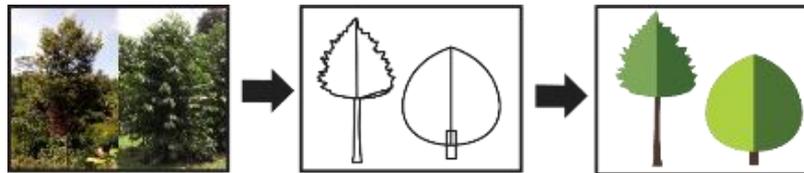


Gambar 12. Ilustrasi Karakter
Sumber: Data Pribadi (2021)

Penggambaran ilustrasi masyarakat Kabupaten Kerinci yang mayoritasnya sebagai petani, untuk mewakili salah satu kegiatan yang paling sering dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Kerinci. Penggambaran ilustrasi karakter menggunakan pakaian adat Kerinci, disini perancang mengaplikasikan motif-motif batik Incung pada pakaian adat tersebut, hal ini bertujuan untuk memberi tahu dan menunjukkan salah satu kebudayaan yang ada di daerah Kabupaten Kerinci.



Gambar 13. Ilustrasi Rumah
Sumber: Data Pribadi (2021)



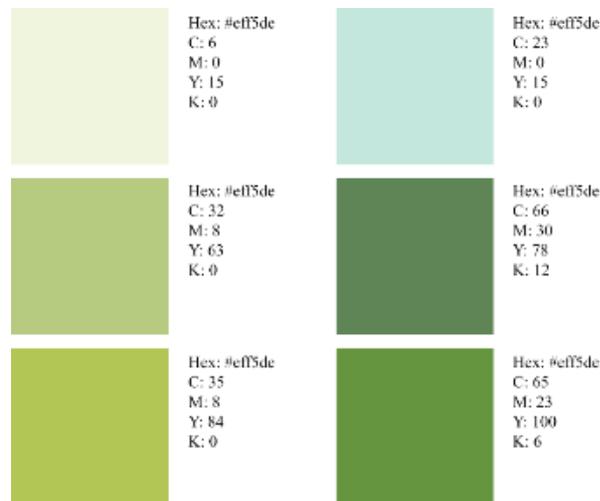
Gambar 14. Ilustrasi Pohon
Sumber: Data Pribadi (2021)

Untuk melengkapi Kebudayaan yang ada di daerah Kabupaten Kerinci, perancang juga menggambarkan visual rumah adat, guna mewakili dan mempresentasikan rumah adat yang ada di Kabupaten Kerinci. Pohon merupakan salah satu visual pendukung yang digunakan pada perancangan video, disini perancang menggambarkan pohon yang banyak tumbuh didaerah Kabupaten Kerinci, yaitu pohon kayu manis dan pohon kopi.

Warna

Dalam perancangan ini, warna digunakan sebagai pemberi kesan kepada target khalayak. Adapun menurut Wexner (1954) “warna merupakan gambaran luapan emosi seseorang yang erat kaitannya dengan suasana hati, secara umum penerapan warna dapat menyampaikan pesan tertentu”. Tentu saja dalam perancangan ini penggunaan warna diperlukan khususnya untuk memperjelas pesan yang hendak disampaikan dan memberikan kesan dan suasana sesuai warna yang digunakan.

Pada perancangan telah ditentukan penggunaan warna yang bersifat hangat dan dingin sebagai warna tint, yang dimana warna akan terlihat lebih cerah namun tidak terlihat terlalu terang yang digunakan dalam media perancangan. Pemilihan warna sendiri akan didominasi oleh warna dingin yang kemudian dikombinasikan ke warna hangat untuk memperkuat kesan dan pesan yang disampaikan pada perancangan media informasi batik Incung.



Gambar III.19 Skema Warna
Sumber: Dokumen Pribadi

Audio

Dalam perancangan ini, audio digunakan sebagai media penyampaian pesan dan penambahan musik sebagai backsound dalam perancangan guna memperkuat isi pesan yang ingin disampaikan. Menurut Sudjana dan Rivai (2019) “audio merupakan sebuah media yang dapat dungakan sebagai pengajaran yang dimana didalamnya mengandung pesan dalam bentuk audirif yang berguna untuk merangsang pikiran, perhatian, perasaan”. Juga kemauan yang dimiliki target khalayak sehingga terjadi suatu proses penyampaian pesan.

Adapun pembagian audio dalam perancangan ini terbagi menjadi 2 yaitu, audio visual yang berguna sebagai penyampaian pesan guna memperkuat visual dan *typography* yang ditampilkan, yang biasanya dinamakan *voice over*. Yang kedua adalah audio *background* yang berguna sebagai pendukung atas visual yang ditampilkan, guna memberikan kesan dan suasana yang santai dan tidak terkesan kaku, yang biasanya dinamakan BGM (*background music*).

Hasil Akhir

Pada video informatif yang dirancang, umumnya akan berisikan informasi-informasi tentang batik Incung, mulai dari pengenalan daerah, masyarakat, sejarah, motif-motif yang populer dan pesan yang ingin disampaikan kepada target khalayak. Menurut Cangara (2009) “Model penyusunan pesan yang bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayaknya sendiri. Proses penyebaran dilakukan secara sederhana, jelas dan tidak banyak menggunakan jargon atau istilah-istilah”.



Gambar 14. Screenshoot Cuplikan Media Utama
Sumber: Data Pribadi (2021)

Dengan harapan dapat mudah dan mampu menjangkau setiap khalayak sasaran, media utama video *motion graphic* ini akan disebar melalui salah satu *platform* media *online* yaitu Youtube. Dikarenakan media *platform* tersebut sering diakses oleh target khalayak sasaran, maka menurut perancang platform tersebut adalah tempat penyebaran media utama yang tepat dan efektif dalam perancangan ini. Dan untuk mendukung publikasi media utama, telah dibuat media pendukung agar penyebaran dapat lebih efektif, yaitu:

- Poster

Media pendukung poster digunakan sebagai penyampaian terkait objek yang di informasikan, isi dari poster sendiri adalah ilustrasi pembuat batik incung juga seruan kepada target khalayak dalam bentuk *headline* agar batik Incung dapat dikenal lebih luas dan dapat berkembang lebih baik lagi. ditambah dengan kode QR pada poster agar target khalayak dapat melihat media utama dalam perancangan ini.



Gambar 15. Poster
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- Instastory Instagram

Instastory Instagram adalah salah satu fitur yang ada pada aplikasi Instagram, yang dapat di akses melalui *smartphone*. Kemudian perancang memasukan sebuah *link* dimana saat pengguna melakukan *swipe* ke atas pada layar *smartphone* akan langsung menuju ke media utama. Hal tersebut dilakukan karena Instagram sendiri merupakan salah satu media *social platform* yang sering digunakan oleh khalayak sasaran.



Gambar 16. *Instastory* Instagram
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- Notebook

Dikarenakan target khalayak sasaran mendominasi pendidikan pada tingkat SMA dan Kuliah, maka notebook atau buku catatan pastilah menjadi barang yang umum sering digunakan, sehingga dapat menjadi pengingat di khalayak sasaran tentang batik Incung.



Gambar 17. *Notebook*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- *X-banner*

X-banner merupakan sebuah media yang paling sering dilihat pada suatu event ataupun di depan toko, berisi tentang ilustrasi pembuat batik Incung dengan *headline* ajakan mengenal batik Incung lebih dekat dan tak lupa juga menempatkan kode QR pada banner agar target khalayak sasaran dapat melihat media utama dari perancangan ini.



Gambar 18. X-banner
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- *T-shirt*

Media pendukung selanjutnya adalah *t-shirt*, karena data yang diperoleh target khalayak sasaran masih berstatus sebagai remaja, maka *t-shirt* menjadi media pendukung yang efektif karena sering digunakan sehari-hari. Juga dapat menjadi pengingat bagi target khalayak sasaran sendiri.



Gambar 19. *T-shirt*
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- Brosur

Untuk mengenalkan batik Incung tentunya dibutuhkan media pendukung seperti brosur, brosur sendiri akan berisi mengenai informasi batik Incung, sehingga target khalayak bisa tau informasi mengenai batik Incung.



Gambar 20. Brosur
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- Masker

Media pendukung selanjutnya adalah masker, karena saat ini masker merupakan benda paling umum yang sering digunakan, sehingga dapat menjadi media pendukung yang efektif. Dengan menggunakan salah satu motif yang ada pada batik Incung menjadikan masker terlihat lebih unik dan menarik perhatian khalayak yang melihatnya.



Gambar 21. Masker
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- *Hard case Handphone*

Media pendukung selanjutnya adalah hard case handphone, karena target khalayak sendiri tidak lepas dari yang namanya beraktifitas menggunakan smartphone, oleh sebab itu hard case handphone adalah salah satu media pendukung yang efektif. Ditambah dengan motif batik Incung yang tentunya menjadi visual unik dan menarik target khalayak lain jika melihatnya.



Gambar 22. *Hard Case Handphone*
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

- *Stiker dan Pin*

Media pendukung selanjutnya adalah stiker dan pin sebagai aksesoris tambahan, yang berisi berbagai macam motif batik Incung, karena bisa dibawa kemana-mana sehingga dapat menjadi faktor penyebaran batik Incung lebih luas lagi.



Gambar 23. *Stiker dan Pin*
Sumber: Dokumen Pribadi (2021)

KESIMPULAN

Dapat diambil kesimpulan dalam perancangan informasi batik Incung Kabupaten Kerinci melalui media *motion graphic*, berdasarkan data yang telah diperoleh dan dikumpulkan dari latar belakang dan juga masalah tentang batik Incung yang kurang dikenal oleh masyarakat Kabupaten Kerinci, maka hal tersebut disimpulkan terjadi karena minimnya informasi dalam masyarakat terhadap batik Incung

menjadikan batik Incung kurang dikenal dan sulit berkembang. Maka dengan adanya perancangan ini diinformasikan secara digital kepada masyarakat khususnya target khalayak sasaran yang berada di daerah Kabupaten Kerinci tentang sejarah batik Incung dan batik Incung yang merupakan sebuah warisan budaya dan kearifan lokal di daerah Kabupaten Kerinci yang harus dijaga kelestariannya sehingga di masa yang akan datang dapat berkembang lebih baik lagi. Media utama *motion graphic* yang telah ditentukan ini memanfaatkan sebuah video yang dapat dilihat melalui *gadget* baik itu *smartphone*, tablet, laptop, dan komputer yang sering digunakan oleh target khalayak sasaran dibandingkan dengan media-media konvensional seperti buku. Oleh sebab itu, video ditayangkan secara gratis melalui sebuah platform digital bernama YouTube agar target khalayak sasaran dapat mengaksesnya lebih mudah. Media utama video *motion graphic* ini berisi informasi mengenai pengenalan batik Incung, sejarah dan juga motif-motif batik Incung yang ada pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2001). *Copywriting: Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Cangara. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Erni, Y. (2021) *Wawancara Tentang Batik Incung*. Sungai Penuh, Kabupaten Kerinci: Galeri Incung.
- Herawati, S. D. (2008). *Seni Budaya Untuk SMK*. Jakarta: Direktorat Jendral.
- Pitri, N. (2019). *Perkembangan Dinamis Industri Batik di Indonesia Batik Incung di Kerinci, Jambi, Indonesia, 1995-2017*. Padang: Universitas Andalas Fakultas Ilmu Budaya.
- Rochmawati, I. (2019). *IWEARUP.COM USER INTERFACE ANALYSIS*. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 31-44. <https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.1459>
- Rochmawati, I. (2021). *Design and Implementation of Company Profile Website for Fashion Brand*. *ICOBEST 2021 - Digitalization and Opportunities in the Tough Time* - ISBN 978-623-95562-1-1 [online] <https://icobest.unikom.ac.id/submission/proceeding/article/228> Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Rohidi. (1994). *Lintasan Peristiwa dan Tokoh Seni Rupa Indonesia Baru*. Semarang: IKIP Semarang Press
- Shiddiq H, R., & Albar, D. (2021). *Desain Ilustrasi Tokoh Suryaputra Karna Mahabharata*. *DIVAGATRA - Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 1(2), 214-225. <https://doi.org/10.34010/divagatra.v1i2.5709>