



Arty 7 (1) 2018

Arty: Jurnal Seni Rupa

<http://journal.unnes.ac.id/siu/index.php/artly>

VIDEO PROMOTION OF *DESA WISATA BATIK TULIS LASEM*

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI DESA WISATA BATIK TULIS LASEM

Faizal Adi Suwignyo[✉], **Moh. Rondhi**, **Eko Haryanto**

Program Studi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual S1,

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Des 2017

Disetujui Jan 2018

Dipublikasikan Jan 2018

Keywords:

**Design; Visual Identity,
Promotion Media; and
Salon and Make-up
Studio.**

Abstrak

Tujuan proyek studi ini adalah mengenalkan Desa Wisata Batik Tulis Lasem dengan membuat media promosi yang berupa video promosi. Perancangan media komunikasi visual ini melalui tahap proses berkarya dengan urutan pencarian ide karya, pengumpulan data, analisis khalayak sasaran, penentuan konsep, strategi publikasi, pembuatan *story line*, pembuatan *story board*, penetapan lokasi pengambilan gambar, *briefing*, *take video*, menyatukan *scene per scene*, *editing*, konsultasi dosbing, *rendering*, *uploading video* dan penyajian karya. Hasil perancangan ini adalah video promosi. Saran yang dapat dikemukakan, perancangan video promosi ini dapat menjadi media alternatif untuk menyampaikan informasi atau sosialisasi kepada konsumen atau wisatawan. Mengingat perkembangan teknologi dan informasi semakin maju maka dibutuhkan pula media yang sesuai dan dapat menjangkau konsumen atau wisatawan yang lebih luas tidak hanya secara spesifik dalam satu lingkup.

Abstract

The aim of this study is to introduce Desa Wisata Batik Tulis Lasem by video promotion as a medium. The process in planning of the video promotion passes through some stages such as looking for the idea, gathering the data, analyzing the public target, determining the concept, preparing the publication strategies, making the story line, creating the story board, determining the location shoot, briefing, taking the video, banding each scenes, editing, consulting to the advisors, rendering, uploading the video, and presentation. As the result is the video promotion. The suggestion for this study is that the video promotion is able to be an alternative media to extend the information and socialization to the consumers and the tourists. Considering the developing of technology and information more sophisticated nowadays, it requires proper media on behalf of reaching the consumers and the tourists not only in a specific scope but also in a broad range.

© 2018 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: erlin_mbem@yahoo.com

ISSN 2252-7516

E-ISSN 2721-8961

PENDAHULUAN

Lasem adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah, Indonesia. Merupakan kota terbesar kedua di Kabupaten Rembang setelah kota Rembang. Lasem dikenal juga sebagai "Tiongkok kecil" karena merupakan kota awal pendaratan orang Tionghoa di tanah Jawa dan terdapat perkampungan Tionghoa yang sangat banyak tersebar di kota Lasem. Selain itu Lasem juga dikenal sebagai kota santri, kota pelajar dan salah satu daerah penghasil buah jambu dan mangga selain hasil dari laut seperti garam dan terasi. Batik Lasem sangat terkenal karena cirinya sebagai batik pesisir yang indah dengan pewarnaan yang berani. (Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Lasem,_Rembang)

Lasem juga terkenal dengan desa wisata batiknya. Sebagai langkah pasti untuk pengembangan batik Lasem pada hari Kamis, 25 Februari 2015 Pemerintah Kabupaten Rembang meresmikan Desa Babagan, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah sebagai Desa Wisata Kampoeng Batik Lasem. Pengembangan sentra-sentra batik dalam bentuk Kawasan Wisata Kampung Batik menjadi salah satu upaya untuk mendongkrak pamor batik pesisir yang memiliki ciri khas warna merah darah ayam ini. (Sumber : <http://batik.or.id/rembang-punya-desa-wisata-kampung-batik/>).

Desa Babagan, Kecamatan Lasem adalah salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah dengan potensi utama di bidang industri kerajinan batik. Desa Wisata Kampoeng Batik Babagan masih kurang dalam melakukan promosi. Padahal kegiatan promosi merupakan hal yang penting untuk menciptakan kesan desa wisata, memberikan informasi dan membujuk calon wisatawan untuk datang berkunjung.

Media Promosi

Media, bisa diartikan sebagai sarana atau alat untuk menyampaikan pesan, pengetahuan, atau informasi (Syarif, 2009; Prameswari, 2014). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007:726) adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, TV, film, poster, dan spanduk.

Promosi adalah salah satu dari empat elemen utama bauran promosi perusahaan. Pemasar dan pengiklan harus tau bagaimana menggunakan iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan personal untuk mengkomunikasikan suatu produk beserta nilainya kepada konsumen yang dituju atau target (Suyanto, 2004:26).

Banyak orang menganggap bahwa promosi dan pemasaran mempunyai pengertian yang sama, dimana sebenarnya promosi hanya merupakan salah satu bagian dari kegiatan pemasaran. Walaupun promosi sering dihubungkan dengan penjualan, akan tetapi kenyataannya promosi mempunyai arti yang lebih luas dari penjualan, karena penjualan hanya berhubungan dengan pertukaran hak milik yang dilakukan oleh tenaga penjual, sedangkan promosi adalah setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau juga mempengaruhi konsumen agar untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Promosi bersangkutan dengan metode komunikasi yang ditujukan kepada pasar yang menjadi target tentang produk yang tepat yang dijual pada tempat yang tepat dengan harga yang tepat.

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan sebuah informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002:219).

Promosi mencakup penjualan oleh perseorangan, penjualan massal dan promosi penjualan. Berdasarkan ketiga pendapat tersebut diatas dapatlah ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen supaya membeli produk yang dihasilkan atau pun untuk menyampaikan berita tentang produk tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi dengan para pendengar (*audience*) yang sifatnya membujuk.

METODE BERKARYA

Dalam pembuatan video *safety briefing* ini diperlukan alat-alat untuk mempermudah dan menghasilkan sebuah karya jadi. Terdapat dua alat yang digunakan oleh penulis, yaitu perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*).

Perangkat keras (*hardware*) yang digunakan untuk membuat iklan layanan masyarakat ini yaitu : kamera DSLR Canon EOS 5D dan 700D, *slider*, tripod/monopod, *recorder Sony cx480*, Notebook Lenovo.

Perangkat lunak (*software*) yang digunakan yaitu : *Adobe Photoshop CC*, *Audacity*, *Adobe Premiere CS 6* dan *Adobe After Effect CS 6*. Bahan yang digunakan dalam proses pembuatan video *safety briefing* yaitu kertas dan *sketch book*.

Teknik Berkarya

Teknik berkarya pembuatan video promosi ini terdiri dari beberapa tahapan. Penggunaan alat dan bahan menjadi alat bantu dalam proses pembuatan. Perangkat *hardware* digunakan dalam perancangan video promosi. Kamera yang digunakan yaitu Canon EOS 5D dan 700D digunakan untuk merekam simulasi adegan yang diperankan oleh model (*live shot*). Penggunaan *slider* dan *tripod* berfungsi sebagai media pendukung mendapatkan gambar yang diinginkan. Notebook Lenovo Ideapad 310, digunakan sebagai alat untuk mengedit.

Software seperti Photoshop CC merupakan perangkat lunak untuk editing teks narasi, *Audacity* digunakan dalam proses pembuatan/rekaman narasi, yang nantinya akan digunakan untuk pengisi suara video. Sedangkan *software* Adobe Premier CS 6 digunakan untuk mengolah data yang berupa video. *Software* inilah yang digunakan untuk menyatukan video, narasi video dan teks. Dapat dikatakan sebagian besar proses berkarya akan menggunakan *software* Adobe Premier. *Software* inilah yang digunakan untuk melakukan *finishing*.

Proses Berkarya

Berikut beberapa tahapan kerja yang dilakukan dalam membuat karya.

Proses Preliminary

Proses *Preliminary* merupakan tahap awal dalam proses berkarya. Proses ini dilakukan sebelum proses perancangan karya dimulai. Proses *Preliminary* ini dilakukan dalam rangka mengumpulkan informasi yang dibutuhkan terkait dengan perancangan video promosi desa wisata batik tulis lasem di antaranya riset, penentuan khalayak sasaran, dan penentuan konsep.

Proses Pra Produksi

Proses pra produksi disini yang berhubungan dengan persiapan berupa hal-hal yang harus dicapai sebelum melakukan produksi dalam pembuatan video promosi, perancangan *storyline*, *storyboard* dan *casting*.

Proses Produksi

Dalam membuat video promosi ini terdapat 5 tahapan dalam proses produksi, yaitu : *take video*. Video yang diambil berupa *live shoot*. Setelah itu dilanjutkan dengan proses *editing* dan *compositing*. Hal yang dilakukan adalah menggabungkan *scene per scene*. Tahap yang terakhir adalah *rendering*, yaitu tahap *finishing* atau akhir dari proses editing, setelah mendapat persetujuan. Video siap dipublikasikan.

Proses Pasca Produksi

Proses pasca produksi merupakan proses terakhir dalam proses berkarya. Pada proses ini, hal yang dilakukan adalah persiapan pameran, memilih tempat dan waktu pameran, pameran dan publikasi video.

DESKRIPSI DAN ANALISIS KARYA

Pengambilan gambar pada video promosi ini dilakukan dengan mengambil objek secara langsung. Video promosi tersebut menampilkan tempat, suasana dan sisi lain dari Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Dalam hal ini video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem akan dibahas mengenai spesifikasi karya, deskripsi karya dan analisis karya.

Video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem ini lebih menunjukkan mengenai tempat, suasana dan sisi lain dari Desa Wisata Batik

Tulis Lasem yaitu Desa Babagan. Pesan yang disampaikan pada video promosi ini yaitu Desa Wisata Batik Tulis Lasem merupakan sebuah tempat wisata keluarga yang tidak hanya menyajikan batik Lasem didalamnya tetapi juga memiliki daya tarik tersendiri dari segi bangunan-bangunan tua bergaya Tionghoa, klenteng *Gie Yong Bio*, serta adanya akulturasi budaya dan masyarakat yaitu Islam, Jawa dan Tionghoa. Video yang divisualisasikan dengan menampilkan keindahan alam yang ada di Lasem pada pembukaan dimaksudkan untuk memberikan kesan kepada *audience* tentang kota Lasem. Kemudian baru menampilkan Desa Babagan sebagai Desa Wisata Batik Tulis Lasem, proses membatik di beberapa rumah produksi dan *showroom* batik yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem.

Didukung dengan suara musik instrumen yang berjudul *sky in yogyakarta* dengan *free royalty* dan tidak diberi narasi karena dalam video tersebut saya ingin membangun *mood audience* dengan menyajikan audio visual yang menarik dan membuat penasaran. Video promosi ini berdurasi 2 menit 26 detik yang memuat beberapa konten bahasan yang dibagi dalam empat *sequence*, yaitu yang pertama adalah Pembukaan, kedua adalah Keadaan Desa, ketiga adalah Proses Membatik, keempat adalah *Showroom* Batik serta Penutup.

Video Promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem

Spesifikasi Karya

Judul : Video Promosi Desa Wisata
Batik Tulis Lasem
Jenis : Video Promosi
Tema : *Culture and Heritage*
Durasi : 2 menit 26 detik
Format : MP4
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Sequence 1 : Pembukaan

Dalam *sequence* ini terdapat tiga *scene*, yaitu: 1. Judul 2. Papan Jalan 3. Pesisir.

Scene

1



Spesifikasi Karya

Judul : Judul
Durasi : 00.00 – 00.05 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene ini adalah *scene* pembuka untuk video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Menampilkan Karya grafis dengan pembagian yang simetris, yaitu berada ditengah. Menggunakan video sebagai *background*, hal ini bertujuan untuk menonjolkan objek yang ada. Tulisan yang dibuat menggunakan warna putih, hal ini agar tulisan menjadi lebih ramah dimata. Memberikan lebih banyak ruang pada objek, dengan maksud agar objek menjadi *point of interest* lebih jelas. *Font* yang dipakai yaitu *Tw Cen MT*, memiliki kesan simpel dan elegan. Selain itu, *font* ini juga memiliki unsur keterbacaan yang jelas. Pada saat orang melihat dari jarak 3-4 meter, tulisan masih dapat terbaca.

Background, diambil menggunakan kamera DSLR yang menggunakan bantuan *tripod* diambil dari sudut *medium angle*. Pembukaan video menggunakan transisi/teknik penghubung *fade in* kemudian dilanjutkan dengan *cut to cut* pada *frame* berikutnya.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini menampilkan antara lain : pembuka video menggunakan transisi *fade in*, menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan pesan objek dan *background* yang tampil secara menyeluruh. Video *background* tersebut menjadi ikon penting untuk diperlihatkan, karena secara geografis kecamatan Lasem

terletak diantara bukit dan laut. Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini.

Pemberian judul merupakan salah satu pendukung dalam video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem ini. Fokusnya adalah memberikan identitas dan informasi kepada *audience* tentang judul dari video. *Software* yang digunakan adalah Adobe Photoshop CC. *Font* yang dipakai dalam grafis tersebut adalah *Tw Cen MT*.

Scene

2



Spesifikasi Karya

Judul : Papan
Durasi : 00.06 – 00.08 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene ini merupakan *scene* pembuka setelah judul, terdiri dari 1 *shoot* yang menampilkan seorang papan jalan yang bertuliskan *quote* tentang batik Lasem. Perpindahan dari *frame* 1 ke 2 menggunakan transisi *zoom in, zoom out*.

Analisis Karya

Pada *scene* ini menampilkan papan jalan yang bertuliskan *quote* tentang batik Lasem. Menggunakan *medium shoot* dan sudut pengambilan *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan detail dan memberi penekanan kepada *quote* yang merupakan pembelajaran tentang “Melestarikan Kekayaan Tradisi dan Budaya Bangsa. Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk

melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi pada *frame* menggunakan komposisi asimetris, objek berada dipinggir, sepertiga bagian dari bidang. *Scene* ini mengandung pesan informatif, yang berisi tentang “Melestarikan Kekayaan Tradisi dan Budaya Bangsa.

Scene

3



Spesifikasi Karya

Judul : Pesisir
Durasi : 00.09 – 00.13 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene ini berisi tentang keindahan alam yang ada di kecamatan Lasem yang menjadi ciri khas selain batik Lasem itu sendiri. Pengambilan ukuran gambar yang digunakan dalam *scene* ini antara lain adalah *long shoot* dengan *foreground*. Sudut pengambilan pada *scene* ini antara lain yaitu *eye level*. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Pada *scene* ini menampilkan keindahan pesisir yang ada di kecamatan Lasem. Menggunakan *long shoot* dengan menggunakan *foreground* dan sudut pengambilan *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan detail dan memberi penekanan kepada keindahan alam yang ada di kecamatan Lasem. Komposisi pada *frame* menggunakan komposisi asimetris, objek berada dipinggir, sepertiga bagian dari bidang.

Sequence 2 : Keadaan Desa

Dalam *sequence* ini menampilkan pengenalan Desa Wisata Batik Tulis Lasem. *Sequence* ini terbagi dalam tiga *scene*, yaitu : 1.

Gerbang 2. Bangunan Tua 3. Klenteng *Gie Yong Bio* dan Jalan Desa

Scene

1



Spesifikasi Karya

Judul : Gerbang
Durasi : 00.14 – 00.19 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene ini adalah *scene* pembuka untuk video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Menampilkan Karya grafis dengan pembagian yang simetris, yaitu berada ditengah. Menggunakan video sebagai *background*, hal ini bertujuan untuk menonjolkan objek yang ada. Tulisan yang dibuat menggunakan warna putih, hal ini agar tulisan menjadi lebih ramah dimata. Memberikan lebih banyak ruang pada objek, dengan maksud agar objek menjadi *point of interest* lebih jelas. *Font* yang dipakai yaitu *Tw Cen MT*, memiliki kesan simpel dan elegan. Selain itu, *font* ini juga memiliki unsur keterbacaan yang jelas. Pada saat orang melihat dari jarak 3-4 meter, tulisan masih dapat terbaca.

Background, diambil menggunakan kamera DSLR yang menggunakan bantuan *tripod* diambil dari sudut *medium angle*. Pembukaan video menggunakan transisi/teknik penghubung *fade in* kemudian dilanjutkan dengan *cut to cut* pada *frame* berikutnya.

Analisis Karya

Pada *scene* ini menampilkan gapura pintu masuk Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Dalam *scene* adalah penggunaan *medium shoot* berfungsi untuk menampilkan tampak gapura secara keseluruhan. Pada *frame* pertama teknik *timelapse* dimaksudkan untuk mendramatisir suasana sehingga gapura tampak lebih indah dan megah. Pada *frame* kedua pergerakan

kamera *panning* bertujuan untuk memperlihatkan detail dan memberi penekanan pada gapura itu sendiri. Sedangkan sudut pandang *frog eye level* sendiri bertujuan untuk membuat gapura tampak megah dan mewah. Komposisi pada *frame* menggunakan komposisi asimetris, objek berada dipinggir, sepertiga bagian dari bidang. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Scene

2



Spesifikasi Karya

Judul : Bangunan Tua
Durasi : 00.19 – 00.42 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Pada *scene* Bangunan Tua menunjukkan rumah masyarakat Desa Babagan dengan arsitektur bergaya Tionghoa. Pengambilan gambar yang statis pada awal *scene* dan diteruskan dengan teknik *panning* bertujuan untuk memperlihatkan keadaan desa yang klasik bernuansa Tionghoa dan didukung dengan *tone* warna *soft* atau tidak mencolok. Kemudian memperlihatkan pintu dan dua jendela disamping kanan kiri. Terdapat aktivitas warga berjalan didepan pintu tersebut. Pintu Tua yang klasik bernuansa Tionghoa. Rumah Tua memperlihatkan bangunan yang terdapat dua kursi dan jendela berada pada sisi kanan kiri. Didalamnya juga terdapat beberapa perabotan seperti meja, kursi, cermin dengan bingkai, bingkai-bingkai foto, dan terdapat meja yang di atasnya terdapat dua vas bunga. Pergerakan kamera dalam *scene* ini hanya statis dan *panning*. Pada *scene* ini terdapat *subtitle* yang ada pada video. Menggunakan desain yang

simpel, yaitu kotak berwarna putih yang dilengkapi dengan kotak merah pada bagian samping. Warna merah diambil dari warna ciri khas batik Lasem yaitu merah darah. Menggunakan komposisi asimetris, sepertiga bawah. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

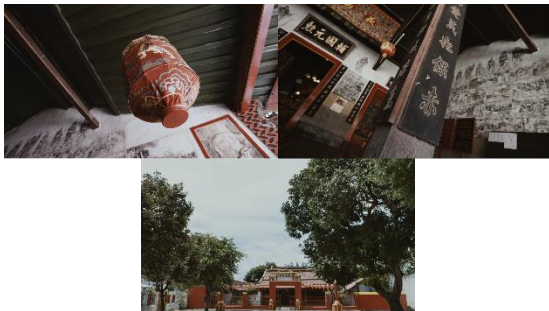
Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh. Rumah tua dan pintu-pintu tua tersebut menjadi ikon penting untuk diperlihatkan, karena merupakan ciri khas desa yang ada di kecamatan Lasem. *Shoot* kedua, menggunakan pergerakan *panning* dan pengambilan *medium shoot*. *Panning* dilakukan dengan *speed* yang berbeda saat awal dan akhir *frame*. Pada bagian inti, *speed* lebih diperlambat. *Subtitle* yang terdapat pada *scene* ini termasuk dalam desain yang simpel, karena hanya terbentuk dari bidang kotak. Pembuatan desainnya menekankan pada unsur keterbacaan teks. Selain itu warna putih yang digunakan bertujuan agar *background* tampak menyatu. Menggunakan prinsip keserasian desain.

Pesan yang ingin disampaikan dari *frame* ini adalah sebagai tanda bahwa adanya akulturasi budaya di Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini.

Scene

3



Spesifikasi Karya

Judul : Klenteng *Gie Yong Bio* dan Jalan Desa

Durasi : 00.43 – 00.55 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Pada *scene* Klenteng Gie Yong Bio memperlihatkan salah satu bangunan yang menjadi daya tarik tersendiri dari Desa Babagan yaitu Klenteng Gie Yong Bio. Dalam *scene* ini menampilkan *lowerthird* bertuliskan Klenteng Gie Yong Bio Desa Babagan yang bertujuan memberikan informasi kepada *audience* serta detail dari Klenteng Gie Yong Bio seperti lampion, ornamen-ornamen bernuansa Tionghoa, dan lukisan yang berada di dinding Klenteng. Pada *scene* ini terdapat *subtitle* yang ada pada video. Menggunakan desain yang simpel, yaitu kotak berwarna putih yang dilengkapi dengan kotak merah pada bagian samping. Warna merah diambil dari warna ciri khas batik Lasem yaitu merah darah. Menggunakan komposisi asimetris, sepertiga bawah. Pergerakan kamera dalam *scene* ini menggunakan teknik *panning*, *timelapse* dan *fast motion* dimaksudkan agar video tidak terlalu monoton. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level* dan *frog eye*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh serta membuat objek tampak megah dan mewah. Menampilkan segi artistik dari Klenteng *Gie Yong Bio* penting untuk diperlihatkan, karena menjadi daya tarik tersendiri bagi *audience*. *Panning* dilakukan dengan *speed* yang berbeda saat awal dan akhir *frame*. Pada bagian inti, *speed* lebih diperlambat. *Subtitle* yang terdapat pada *scene* ini termasuk dalam desain yang simpel, karena hanya terbentuk dari bidang kotak. Pembuatan desainnya menekankan pada unsur keterbacaan teks. Selain itu warna putih yang digunakan bertujuan agar *background* tampak menyatu. Menggunakan prinsip keserasian desain.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris.

Komposisi asimetris pada *shoot* 1 sampai 3. Pada *frame* tersebut objek berada dipinggir *frame* atau menempati sepertiga bidang. Komposisi simetris terlihat pada *shoot* 4, objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

Sequence 3 : Proses Membatik

Dalam *sequence* ini menampilkan proses membatik yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem. *Sequence* ini terbagi dalam empat *scene*, yaitu : 1. Mencanting 1 2. Mencanting 2 3. Mencanting 3 4. Mencanting 4 5. Pewarnaan 6. *Nglorot*

Scene 1



Spesifikasi Karya

Judul : Mencanting 1
Durasi : 00.55 – 01.06 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene pertama yaitu Mencanting 1 terdiri dari empat *shoot*. *Shoot* pertama menampilkan *lowerthird* bertuliskan Proses Mencanting Proses Membatik bertujuan untuk memberikan informasi kepada *audience* tentang kegiatan yang sedang divisualisasikan. Kemudian terdapat malam yang mendidih dan pergerakan memasukan canting kedalam malam. Dengan teknik pengambilan kamera *close up* bertujuan untuk menampilkan detail-detail dari proses mencanting. Pada *shoot* kedua, dengan menambahkan *foreground* putih yang seakan-akan mengintip dari kejauhan menampilkan ibu-ibu yang sedang meniup canting dengan malam yang panas yang akan digoreskan pada sehelai kain putih. *Shoot* ketiga menampilkan proses mencanting motif yang bergaya Tionghoa dengan teknik *close up*

memperlihatkan detail dari keindahan motif yang sedang dicanting.

Shoot selanjutnya menampilkan para pengrajin batik, pada *scene* ini pengambilan gambar dengan teknik *timelapse*, *medium shoot*, dan *zoom out* bertujuan agar dapat merekam keseluruhan kegiatan dari para pengrajin batik yang ada pada salah satu sanggar batik yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Pada *scene* ini terdapat *subtitle* yang ada pada video. Menggunakan desain yang simpel, yaitu kotak berwarna putih yang dilengkapi dengan kotak merah pada bagian samping. Warna merah diambil dari warna ciri khas batik Lasem yaitu merah darah. Menggunakan komposisi asimetris, sepertiga bawah. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level* dan menggunakan teknik *close up* pada pergerakan kamera. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh serta memberikan detail-detail pada objek yang akan ditekankan. Menampilkan pengrajin batik yang sedang mencanting disalah satu rumah produksi yang ada di Desa wisata Batik Tulis Lasem. Bertujuan untuk memperlihatkan kepada *audience* tentang bagaimana kondisi rumah produksi dan proses mencanting yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem. *Timelapse* dilakukan dengan *zoom out* yang berbeda saat awal dan akhir *frame*.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris. *Subtitle* yang terdapat pada *scene* ini termasuk dalam desain yang simpel, karena hanya terbentuk dari bidang kotak. Pembuatan desainya menekankan pada unsur keterbacaan teks. Selain itu warna putih yang digunakan bertujuan agar *background* tampak menyatu. Menggunakan prinsip keserasian desain.

Scene 2



Spesifikasi Karya

Judul : Mencanting 2
Durasi : 01.06 – 01.19 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Pada *scene* Mencanting 2 terdiri dari 4 *shoot*. *Scene* ini berisi proses membatik di beberapa rumah produksi Desa Wisata Batik Tulis Lasem Secara keseluruhan pengambilan gambar menggunakan beberapa teknik seperti *close up* dan *medium shoot*. Sebagian besar *scene* ini menggunakan ukuran pengambilan gambar *close up*. Sudut pengambilan gambar yang digunakan dalam *scene* ini adalah pengambilan sudut normal/*eye level*. *Shoot* pertama sampai keempat menggambarkan tentang suasana ibu-ibu yang sedang mencanting di beberapa sanggar batik. Pada *scene* ini juga menampilkan ekspresi bahagia ibu-ibu yang sedang mencanting dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah di Desa Wisata Batik Tulis Lasem yang ada di Desa Babagan. Dalam *scene* ini pada tiga *shoot* terakhir lebih menampilkan tentang detail dari motif batik yang sedang dibuat oleh salah satu pengrajin batik. Perpindahan *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh. Sudut pandang *close up* dimaksudkan untuk memberikan detail pada objek yaitu motif batik yang menjadi ciri khas dari batik Lasem. Kemudian dengan sudut pandang kamera *eye level* bertujuan agar video tidak monoton. Pada *scene* ini juga menampilkan

ekspresi bahagia ibu-ibu yang sedang mencanting dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah di Desa Wisata Batik Tulis Lasem yang ada di Desa Babagan.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris. Komposisi asimetris pada *shoot* 1, 3 dan 4. Pada *frame* tersebut objek berada dipinggir *frame* atau menempati sepertiga bidang. Komposisi simetris terlihat hanya pada *shoot* 2, objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

Scene 3



Spesifikasi Karya

Judul : Mencanting 3
Durasi : 01.20 – 01.30 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Pada *scene* Mencanting 3 terdiri dari 4 *shoot*. *Scene* ini berisi proses membatik di beberapa rumah produksi Desa Wisata Batik Tulis Lasem Secara keseluruhan pengambilan gambar menggunakan beberapa teknik seperti *close up* dan *medium shoot*. Sebagian besar *scene* ini menggunakan ukuran pengambilan gambar *close up*. Sudut pengambilan gambar yang digunakan dalam *scene* ini adalah pengambilan sudut normal/*eye level*. *Shoot* pertama sampai keempat menggambarkan tentang suasana ibu-ibu yang sedang mencanting di beberapa sanggar batik. Pada *scene* ini juga menampilkan ekspresi bahagia ibu-ibu yang sedang mencanting dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah di Desa Wisata Batik Tulis Lasem yang ada di Desa Babagan. Dalam *scene* ini pada tiga *shoot* terakhir

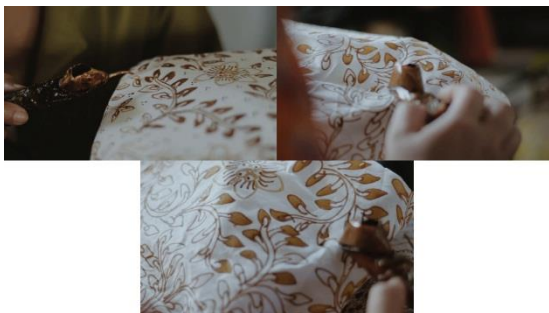
menampilkan detail dari motif batik yang sedang dibuat oleh salah satu pengrajin batik. Perpindahan *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh. Sudut pandang *close up* dimaksudkan untuk memberikan detail pada objek yaitu motif batik yang menjadi ciri khas dari batik Lasem. Kemudian dengan sudut pandang kamera *eye level* bertujuan agar video tidak monoton. Pada *scene* ini juga menampilkan ekspresi bahagia ibu-ibu yang sedang mencanting dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah di Desa Wisata Batik Tulis Lasem yang ada di Desa Babagan.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris. Komposisi asimetris pada *shoot* 1, 2 dan 4. Pada *frame* tersebut objek berada dipinggir *frame* atau menempati sepertiga bidang. Komposisi simetris terlihat hanya pada *shoot* 3, objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

Scene 4



Spesifikasi Karya

Judul : Mencanting 4
Durasi : 01.31 – 01.37 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Pada *scene* Mencanting 4 terdiri dari 3 *shoot*. *Scene* ini berisi proses membatik di beberapa rumah produksi Desa Wisata Batik

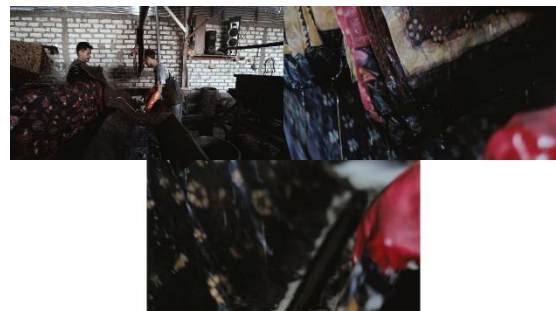
Tulis Lasem Secara keseluruhan pengambilan gambar menggunakan beberapa teknik seperti *close up*. Sebagian besar *scene* ini menggunakan ukuran pengambilan gambar *close up*. Sudut pengambilan gambar yang digunakan dalam *scene* ini adalah pengambilan sudut normal/*eye level*. *Shoot* pertama sampai ketiga menggambarkan tentang detail dari objek yaitu motif batik Lasem. Pada *scene* ini juga menampilkan ekspresi bahagia ibu-ibu yang sedang mencanting dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah di Desa Wisata Batik Tulis Lasem yang ada di Desa Babagan. Dalam *scene* ini pada tiga *shoot* terakhir lebih menampilkan tentang detail dari motif batik yang sedang dibuat oleh salah satu pengrajin batik. Perpindahan *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh. Sudut pandang *close up* dimaksudkan untuk memberikan detail pada objek yaitu motif batik yang menjadi ciri khas dari batik Lasem. Kemudian dengan sudut pandang kamera *eye level* bertujuan agar video tidak monoton. Pada *scene* ini juga menampilkan ekspresi bahagia ibu-ibu yang sedang mencanting dimaksudkan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah di Desa Wisata Batik Tulis Lasem yang ada di Desa Babagan.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi.

Scene 5



Spesifikasi Karya

Judul : Pewarnaan
Durasi : 01.38 – 01.46 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene ketiga berjudul Pewarnaan terdiri dari tiga *shoot*. *Shoot* pertama menampilkan dua orang pengrajin batik dengan komposisi berada ditengah sedang melakukan proses pewarnaan pada batik. Penambahan *lowerthird* pada *scene* ini berfungsi untuk memberikan informasi kepada *audience* tentang kegiatan yang sedang divisualisasikan. *Shoot* kedua dan ketiga pada *scene* ini memberikan gambaran yang lebih detail dari proses pewarnaan dengan teknik pengambilan gambar *close up*. Pada *scene* ini terdapat *subtitle* yang ada pada video. Menggunakan desain yang simpel, yaitu kotak berwarna putih yang dilengkapi dengan kotak merah pada bagian samping. Warna merah diambil dari warna ciri khas batik Lasem yaitu merah darah. Menggunakan komposisi asimetris, sepertiga bawah. Perpindahan *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh. Sudut pandang *close up* dimaksudkan untuk memberikan detail pada objek dan untuk dapat menjelaskan dan memperindah esensi dari *shoot* yang ada. *Subtitle* yang terdapat pada *scene* ini termasuk dalam desain yang simpel, karena hanya terbentuk dari bidang kotak. Pembuatan desainnya menekankan pada unsur keterbacaan teks. Selain itu warna putih yang digunakan bertujuan agar *background* tampak menyatu. Menggunakan prinsip keserasian desain.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris. Komposisi asimetris pada *shoot* 2 dan 3. Pada *frame* tersebut objek berada dipinggir *frame* atau menempati sepertiga bidang. Komposisi simetris terlihat pada *shoot* 1, objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

Scene 6



Spesifikasi Karya

Judul : *Nglorot*
Durasi : 01.46 – 02.00 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene keempat merupakan proses *nglorot*. *Nglorot* adalah proses dalam membuat batik yang bertujuan untuk menghilangkan malam dari kain. *Scene* ini terdiri dari lima *shoot*. Pada *shoot* pertama dan kedua menampilkan bara api dan air yang mendidih dari sudut pandang yang lebih dekat. Pengambilan gambar tersebut bertujuan untuk menambah segi estetis. Selanjutnya *shoot* ketiga dan keempat menampilkan seorang pengrajin sedang melakukan proses *nglorot* yang diambil dari berbagai sudut pandang. *Shoot* yang kelima menampilkan kain batik yang sedang melalui proses penjemuran. Adanya pergerakan kamera dimaksudkan agar pengambilan gambar tidak terlalu monoton.

Pada *scene* ini juga ditambahkan *lowerthird* yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada *audience* tentang kegiatan yang sedang divisualisasikan. *Scene* ini terdapat *subtitle* yang ada pada video. Menggunakan desain yang simpel, yaitu kotak berwarna putih yang dilengkapi dengan kotak merah pada bagian samping. Warna merah diambil dari warna ciri khas batik Lasem yaitu merah darah. Menggunakan komposisi asimetris, sepertiga bawah. Perpindahan *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level*. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh. Sudut pandang *close up* dimaksudkan untuk memberikan detail pada

objek dan untuk dapat menjelaskan dan memperindah esensi dari *shoot* yang ada. *Subtitle* yang terdapat pada *scene* ini termasuk dalam desain yang simpel, karena hanya terbentuk dari bidang kotak. Pembuatan desainnya menekankan pada unsur keterbacaan teks. Selain itu warna putih yang digunakan bertujuan agar *background* tampak menyatu. Menggunakan prinsip keserasian desain.

Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris. Komposisi asimetris pada *shoot* 4 dan 5. Pada *frame* tersebut objek berada dipinggir *frame* atau menempati sepertiga bidang. Komposisi simetris terlihat pada *shoot* 1, 3 dan 4 objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

Sequence 4 : Showroom Batik dan Penutup

Dalam *sequence* ini menampilkan *showroom* batik yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem. *Sequence* ini terbagi dalam dua *scene*, yaitu : 1. *Showroom* Batik 2. Penutup.

Scene 1



Spesifikasi Karya

Judul : *Showroom* Batik
 Durasi : 02.01 – 02.18 detik
 Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Sequence yang keempat atau yang terakhir berjudul *Showroom* Batik dan Penutup. Berisikan 2 *scene* yaitu *scene* *Showroom* Batik dan *scene* Penutup. *Scene* pertama yang berjudul *Showroom* Batik terdiri dari 4 *shoot* yang secara keseluruhan memvisualisasikan keadaan di

dalam *showroom* batik yang terdapat di Desa Wisata Batik Tulis Lasem dengan berbagai macam sudut pandang dan teknik kamera seperti *close up*, *panning*, dan *medium shoot*. Pada *scene* ini juga ditambahkan *lowerthird* yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada *audience* tentang apa yang sedang divisualisasikan. *Scene* ini terdapat *subtitle* yang ada pada video. Menggunakan desain yang simpel, yaitu kotak berwarna putih yang dilengkapi dengan kotak merah pada bagian samping. Warna merah diambil dari warna ciri khas batik Lasem yaitu merah darah. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Dalam *scene* ini video menggunakan sudut pandang kamera *eye level* dan menggunakan teknik *close up* pada pergerakan kamera. Hal ini bertujuan untuk memunculkan objek yang tampil secara menyeluruh serta memberikan detail-detail pada objek yang akan ditekankan. Menampilkan *showroom* batik yang ada di Desa wisata Batik Tulis Lasem. Bertujuan untuk memperlihatkan kepada *audience* tentang bagaimana kondisi *showroom* batik ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem. Pada *sequence* keempat ingin menyampaikan pesan kepada *audience* bahwa Desa Wisata Batik Tulis Lasem memiliki tempat dan suasana yang nyaman serta memiliki tempat berbelanja batik yang lengkap dengan berbagai motif batik dari beberapa pengrajin yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem.

Subtitle yang terdapat pada *scene* ini termasuk dalam desain yang simpel, karena hanya terbentuk dari bidang kotak. Pembuatan desainnya menekankan pada unsur keterbacaan teks. Selain itu warna putih yang digunakan bertujuan agar *background* tampak menyatu. Menggunakan prinsip keserasian desain. Gaya penyampaian pesan yang digunakan dalam *scene* ini adalah dramatisasi, hal ini bertujuan agar audiens tertarik untuk melihat jauh kedalam isi video ini. Komposisi yang digunakan yaitu simetris dan asimetris. Komposisi asimetris pada *shoot* 1 sampai 3. Pada *frame* tersebut objek berada dipinggir *frame* atau menempati sepertiga bidang. Komposisi

simetris terlihat pada *shoot* 4, objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

Scene 2

Supported by



Spesifikasi Karya

Judul : Penutup
Durasi : 02.19 – 02.27 detik
Ukuran *Frame* : 1920px x 1080px

Deskripsi Karya

Scene penutup menampilkan *background* putih yang bertuliskan “*supported by*” kemudian dengan transisi *dissolve* menunjukkan logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang. Perpindahan dari *frame* ke *frame* menggunakan transisi *cut to cut*.

Analisis Karya

Sequence Penutup memiliki pesan yaitu ingin menekankan kembali bahwa video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem ini didukung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang. Penggunaan *background* putih dan *font* hitam pada *scene* ini dimaksudkan agar *audience* mudah untuk membaca atau melihat informasi yang ingin disampaikan. Komposisi yang digunakan yaitu simetris. Komposisi simetris terlihat pada *shoot* 1 dan 2, objek terletak ditengah dengan pembagian yang sama pada kiri, kanan, atas dan bawah.

SIMPULAN

Tujuan perancangan video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem untuk menciptakan kesan desa wisata, memberikan informasi dan membujuk calon wisatawan untuk datang berkunjung serta lebih mengenal potensi pariwisata kerajinan batik yang ada di Desa Babagan dan juga untuk meningkatkan perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah.

Target audience utama dari video ini adalah masyarakat dengan usia mulai dari 13 tahun. Pembuatan video ini berkerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rembang sebagai klien. Penyebaran video ini akan diutamakan untuk diaplikasikan melalui media apapun, kapanpun dan di manapun, misalnya televisi, *handphone*, *android*, laptop, tablet, dan situs-situs internet seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, ataupun website pariwisata lainnya. Selain itu video ini dapat dijadikan arsip bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Rembang untuk meningkatkan perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah.

Video ini memilih *simple video explainer* yang dibuat dengan teknik *live shot* sebagai *Grand Concept*, yaitu gaya video dengan pendekatan sederhana yang menekankan pada kegunaan, dengan tidak menggunakan efek, perbedaan warna mencolok, berfokus pada kondisi sebenarnya, kegiatan nyata. Video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem berjumlah 1 buah, berdurasi 2 menit 26 detik. Video memiliki ukuran *frame* 1920px x 1080px dengan format jenis file mp4.

Dalam video promosi Desa Wisata Batik Tulis Lasem, banyak digunakan istilah *long shot*, *close up*, sudut pandang normal/*eye level* dan menggunakan transisi *fade out*, *band slide* untuk teks, dan *cut to cut*. Secara keseluruhan, video ini menggunakan komposisi asimetris dengan fokus penempatan objek di pinggir/samping *frame*.

Konten yang disampaikan dalam video *safety briefing* ini adalah fakta tentang keadaan yang ada di Desa Wisata Batik Tulis Lasem, dan hal-hal yang menarik yang ada di sana. Jenis pesan yang digunakan adalah berupa persuasif-informatif. Gaya pesan yang digunakan adalah berupa bukti ilmiah yang dipadukan dan menggunakan daya tarik yang berfokus pada praktik, fungsi atau kebutuhan konsumen secara optimal terhadap suatu jasa, yang menekankan pada manfaat atau alasan untuk melakukan sesuatu. Isi pada pesan menekankan pada fakta, belajar dan persuasi yang logis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayu, V. 2007. *Videografi dan Sinematografi Praktis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Nirmana Vol. 1, Januari 1999:1-11.
- Chezadwirania. "Pembuatan Video Promosi Parental Advisory Baby Clothing Bertema Innocent Messenger" dalam *Jurnal Diploma Desain Multimedia*. Fakultas Desain Komunikasi Visual, Universitas Widayatama.
- Dinissa, Kara. "Perancangan Identitas Visual Klinik Tanaya, Bandung" dalam *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain*. Desain Komunikasi Visual, Universitas Institut Teknik Bandung.
- Goenawan, Johan Christian, Arief Agung Suwasono, dan Daniel Kurniawan Salamoon. "Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya" dalam *Jurnal Tingkat Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain*, Universitas Kristen Petra Surabaya, dan *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta*.
- Harto, Dwi Budi. 2012. "Perancangan Model Film Animasi Bitmap Berbasis Pengolahan Pesan dan Informasi Visual, Bahasa Rupa Tradisi Relief Jataka Candi Borobudur". Makalah. Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2012 (Semantik 2012). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Harto, Dwi Budi dan Ahmad Zainul Fanani, 2016. Revitalisasi Bahasa Rupa Relief Candi Masa Hindu-Budha sebagai Ciri Lokalitas Seni Budaya Nusantara. Artikel dalam *Proceeding Seminar Seni Budaya antar Bangsa "Koeksistensi Seni Budaya Nusantara untuk Memperkokoh Identitas Kebangsaan"*, 12 Oktober 2016. Malang: Jurusan Seni dan Desain - Fakultas Sastra - Universitas Negeri Malang. https://id.wikipedia.org/wiki/L asem,_Rembang
- <http://variansmakalah.blogspot.co.id/2015/06/media-visual.html>
- <http://www.pengertianku.net/2014/11/pengertian-audio-dan-media-audio-secaralengkap.html>
- <http://batik.or.id/rembang-punya-desa-wisata-kampung-batik/>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Audio_visual
- <http://adhy14.blogspot.co.id/2013/03/pengertian-media-audio-visual.html>
- Kariza, Fajar. 2005. *Karya Perancangan Video Klip "Perjuangan Cinta"*. Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Kotler, P. (2001). *A framework for marketing management*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, p.4.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Marwansyah, Annisa Nurrohmani dan M. Isa Pramana Koesoemadinata S.Sn., M.Sn. "Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Desa Wisata Batik Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten" dalam *Jurnal Tingkat Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom*.
- Millerson, Gerald. 2008. *Effective Tv Production: Third Edition*. Focal Press.
- Muda, Deddy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. 2003. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Prameswari, N. S. 2014. Di Balik Topeng Maskulinitas Iklan Rokok: Kritik Terhadap Iklan Rokok A Mild Media Outdoor Versi Berani Takut. *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 12(2).
- Putra, Michael Harianto, Prayanto WH, Hen Dian Yudani. "Perancangan Video Promosi Street Food Semarang Untuk

- Mendukung Pariwisata Di Kota Semarang” dalam *Jurnal Tingkat Sarjana Desain Komunikasi Visual*, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Sari, Annisa Dyah Ayu Puspita, Prabhakoro Prabhoto Wiratoro, dan Agus Purwanto. “Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi Promosi Pariwisata Dan Kerajinan Batik Di Desa Krebet Kabupaten Bantul” dalam *Naskah Publikasi*. Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Amikom Yogyakarta.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryanto, 2013. *Keteknikan Videografi Membuat Film Pendek dan Video Iklan*. Penerbit : Kementrian pendidikan dan Kebudayaan direktorat Pembinaan sekolah menengah kejuruan 2013.
- Suharto, Christine. 1999. “Elemen-Elemen dalam Desain Komunikasi Visual” dalam *Nirmana Volume 1*, No.1, Januari 1999. Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Volume 5, No. 1 Januari 2003. Hlm. 1-11.
- Suwasana, Arief Agung. 2006. *Diklat Kuliah : Bahasan Film*. PS. Diskomvis, ISI Yogyakarta.
- Suyanto, M. 2004. *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Suyanto. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Visual Art, 108.
- Syarif, M. Ibban, 2009. “Wayang sebagai Media Pengenalan Nilai pada Anak Usia Dini” dalam *Seni Kriya Dan Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Penerbit: B.I.D. ISI.
- Tinarbuko, Sumbo. 2003. “Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual” dalam *Nirmana Volume 5*, No.1, Januari 2003. Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra Volume 5, No. 1 Januari 2003. Hlm. 31-47.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Warno, Wahyu Tri. 2016. *Perancangan Film Animasi Cerita Sudamala Relief Candi Sukuh*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

