

INTISARI

Demi mencapai apa yang dicita-citakan yakni membuat batik dari desa Salem Kabupaten Brebes dikenal pada tingkat regional maupun nasional. Perlu ada pengenalan kepada masyarakat luas, tidak hanya kepada kalangan dewasa tetapi kepada generasi muda. Mengingat anak merupakan generasi penerus yang akan menggantikan generasi di atas mereka, sehingga penting untuk mengenalkan batik ini apabila ingin produk ini eksis dikemudian hari. Untuk mewujudkannya perlu ada pendekatan baru yang memang secara khusus menasar kalangan muda yang menjadi target potensial, dan menggunakan media yang dekat dengan mereka. Pendekatan itu harus menarik serta dapat menceritakan sejarah dan berbagai motif yang dimiliki. Melalui pendekatan sejarah yang menarik kemudian disebarluaskan melalui media online, diharapkan batik ini dapat dikenal tidak hanya di kalangan dewasa tetapi juga anak muda secara luas. Maka dipakailah media Motion Graphic, media ini hampir mirip dengan Video Promosi namun bukan termasuk keluarga Video Promosi, singkatnya Motion Graphic adalah desain atau infografis yang disajikan dengan dinamis dan bergerak, sehingga lebih menarik untuk disimak. Media Motion Graphic tepat untuk menggambarkan reka ulang sejarah batik ini hingga sekarang dan pula mengenalkan motif yang ada. Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem pada penelitian ini adalah metodologi Luther Sutopo (1994) pengembangan multimedia versi Binanto (2010). Hasil presentase responden yang menyatakan sangat bagus 36%, kemudian cukup 19%, sedangkan presentase yang menyatakan bagus 45%, dan kurang 0%.

Kata kunci: Video Promosi, Motion Graphic, Batik Salem

ABSTRACT

In order to achieve what he aspires to, namely making batik from the village of Salem, Brebes Regency, it is known at the regional and national level. There needs to be an introduction to the wider community, not only to adults but to the younger generation. Given that children are the next generation who will raise the generation above them, so it is important to introduce this batik if you want this product to exist in the future. To make this happen, there needs to be a new approach that specifically targets young people who are potential targets, and uses media that are close to them. The approach must be interesting and be able to tell the history and various motifs it has. Through an interesting historical approach and then disseminated through online media, it is hoped that this batik can be known not only among adults but also young people at large. So we use Motion Graphic media, this media is almost similar to animation but does not belong to the animation family, in short Motion Graphic is a design or infographic that is presented dynamically and moves, so it is more interesting to display. Motion Graphic Media is appropriate to describe the historical re-enactment of this batik until now and also introduces the existing motifs. The method used in developing the system in this research is the methodology of Luther Sutopo (1994) Binanto's version of multimedia development (2010). The percentage of respondents who said it was very good was 36%, then 19% was sufficient, while the percentage who said it was good was 45%, and 0% less.

Keywords: promotional video, Motion Graphic, Batik Salem