

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang terletak di pulau Sumatera dengan ibu kota Padang, Provinsi Sumatera Barat terletak sepanjang pesisir barat Sumatera bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai. Sumatera Barat menjadi salah satu icon wisata yang ada di Indonesia, seperti wisata alam, wisata sejarah dan wisata lainnya. Selain wisata, Sumatera Barat juga memiliki ciri khas tersendiri seperti Songket.

Songket bagi masyarakat Minangkabau merupakan jenis pakaian yang tinggi nilainya (sangat dihargai). Oleh karena itu, pemakaiannya terbatas pada peristiwa-peristiwa atau kegiatan-kegiatan tertentu, seperti: perkawinan, batagak gala (penobatan penghulu), dan penyambutan tamu-tamu penting. Pola tenun songket tidak hanya terbatas pada berbagai macam pakaian seperti baju kurung dan daster, tetapi juga berbagai kelengkapan upacara adat dan perkawinan, seperti: kodek songket, saruang balapak, saruang batabua, selendang songket atau selendang batabua tingkuluak tanduak (tutup kepala wanita), dan sesamping (perlengkapan penghulu). Saat ini banyaknya motif songket tersebut dan jarang diketahui oleh orang awam karena kurang sosialisasi dan juga informasi yang tersedia juga sangat terbatas hanya sekitar para penenun dan orang-orang tertarik dengan songket. Banyak pola baru di masyarakat tapi tidak bernilai historis sama

sekali, sehingga menjadikan kurangnya rasa memiliki terhadap produk-produk songket yang berasal dari Sumatera Barat ini.

Upaya yang dilakukan untuk melestarikan songket ini sudah dilakukan, seperti tetap memproduksi pola-pola lama yang memiliki nilai historis agar tidak hilang dalam masyarakat dan melanjutkannya ke generasi penerus. Selain itu motif songket yang memiliki nilai historis dan juga motif baru memiliki pola yang hampir sama sehingga bagi orang biasa akan sulit mengetahui nama dari pola songket yang ada. Selain itu upaya lain dalam pelestarian songket yaitu dengan memakainya dalam acara-acara budaya di Sumatera Barat.

Bisnis Songket merupakan jenis usaha yang berkaitan dengan produksi, penjualan, atau distribusi kain songket. Songket adalah kain tradisional yang dibuat dengan teknik tenun dan dihiasi dengan benang emas atau perak, menciptakan pola yang indah dan bernilai seni tinggi. Pembuatan songket melibatkan proses tenun yang rumit, yang memerlukan keterampilan tinggi dan waktu yang lama. Kain ini dibuat dengan menambahkan benang emas atau perak pada benang utama yang ditenun. Meski songket tradisional memiliki pola yang khas, banyak pengusaha songket kini menciptakan desain yang lebih modern untuk menarik konsumen muda. Inovasi dalam warna, motif, dan penggunaan benang menjadi faktor penting dalam perkembangan bisnis ini. Setiap kain songket memiliki nilai seni yang tinggi dan merupakan hasil keterampilan tangan yang diwariskan dari generasi ke generasi. Hal ini membuat songket menjadi produk yang sangat dihargai, baik local maupun internasional.

Songket paling banyak dijual atau diproduksi di daerah Kabupaten Tanah Datar. Ada beberapa usaha yang memproduksi Songket Tenun yang berada di daerah Kabupaten Agam. Salah satunya adalah Songket Tenun Minang, usaha ini beralamatkan di Jl. Raya Bukittinggi – Payakumbuh, Km. 10, Koto Hilalang, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam, 26190, Provinsi Sumatera Barat. Usaha ini telah didirikan sejak tahun 2021 oleh pemiliknya yang bernama Yunika Fernandes.

Menurut *survey* yang telah dilakukan perancang, usaha Songket Tenun Minang ini telah memiliki banyak sertifikat yang membuat banyaknya orderan yang masuk dari berbagai daerah yang ada di Sumatera Barat.

Songket Tenun Minang merupakan salah satu budaya Indonesia yang memiliki nilai estetika tinggi dan sarat makna filosofis, keberadaan songket tradisional menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan relevansi dan daya saing. Fenomena yang muncul adalah menurunnya minat generasi muda terhadap produk tenun tradisional karena dianggap kurang praktis, mahal, serta kalah populer dibandingkan busana instan yang lebih terjangkau dan mudah diperoleh.

Menurut Degey (2016:9) Video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan

objek tersebut. vidio promosi sangat tepat bagi perusahaan, organisasi, institusi maupun perorangan yang ingin menjadi pemimpin di antara para pesaing. Dengan vidio promosi yang baik tentunya akan meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan *brand* di hadapan para calon pelanggan atau target *audience*.

Menurut Supriyono (2010:12) vidio promosi merupakan salah satu media yang efektif dalam mempengaruhi seseorang atau sebuah lembaga/instansi dengan penyampaian yang menarik. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian promosi semakin efektif. Alhasil, vidio promosi adalah cara yang tepat untuk mempromosikan sebuah lembaga atau instansi secara efektif dan efisien.

Dalam hal ini, beberapa persoalan yang dapat dirumuskan dari objek penelitian usaha Songket Tenun Minang diantaranya yaitu seperti belum adanya penerapan Vidio Promosi yang signifikan. Hal tersebut membuat usaha Songket Tenun Minang belum sepenuhnya memiliki citra yang kuat. Selain itu, belum adanya Vidio Promosi yang efektif yang menyebabkan usaha Songket Tenun Minang ini sangat membutuhkan proses Perancangan Vidio Promosi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Belum adanya penerapan Vidio Promosi terhadap usaha Songket Tenun Minang akan membuat keterbatasan pada promosi.
2. Vidio Promosi yang kurang efektif atau kurang menonjol menyebabkan usaha Songket Tenun Minang kurang memiliki citra.

3. Kurangnya Vidio Promosi menjadikan Songket Tenun Minang ini sulit bersaing di pasaran.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, agar hasil penelitian tidak melenceng ataupun keluar dari konteks masalah yang akan dibahas, maka perancang perlu membatasi masalah penelitian yaitu :

1. Merancang Vidio Promosi agar dapat dikenal luas dimasyarakat.
2. Merancang Vidio Promosi agar Songket Tenun Minang ini dapat bersaing dipasaran.

D. Rumusan Masalah

Dari Batasan masalah yang dijelaskan, maka rumusan masalah yang diambil pada perancangan ini adalah :

1. Bagaimana video promosi yang efektif dapat membantu usaha Songket Tenun Minang dalam membangun citra dan sekaligus menjadi pembeda dari pesaing lainnya?
2. Bagaimana usaha Songket Tenun Minang dapat dikenal lebih luas di Masyarakat dalam maupun luar daerah?

E. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan video promosi usaha Songket Tenun Minang yang hendak dicapai, yaitu :

1. Tujuan Umum

- a. Memperkenalkan Usaha Songket Tenun Minang ini kepada Masyarakat luas yang mencakup dalam dan luar daerah.
- b. Menciptakan sebuah perancangan video promosi agar lebih memiliki citra yang baik dimasyarakat.
- c. Membuat usaha Songket Tenun Minang menjadi lebih kuat dan lebih dikenali dari segi identitas.

2. Tujuan Khusus

- a. Merancang identitas usaha Songket Tenun Minang agar dapat menjadi pembeda dengan yang lain.
- b. Membantu pemilik usaha dapat meningkatkan relasi usahanya melalui penciptaan identitas merek yang kuat.
- c. Merancang video promosi yang unik dan berkarakter, agar identitas usaha Songket Tenun Minang dapat membekas di benak konsumen.

F. Manfaat Perancangan

Manfaat yang ingin dicapai dari perancangan video promosi usaha Songket Tenun Minang ini adalah :

1. Bagi Unit Usaha
 - a. Sebagai Upaya dalam membantu usaha Songket Tenun Minang untuk merancang sebuah video promosi yang jelas dan berbeda dari usaha lainnya.
 - b. Dapat mempromosikan unit usaha sekaligus juga membantu pemilik dalam meningkatkan pendapatannya.
2. Bagi Masyarakat dan Konsumen Produk
 - a. Memudahkan Masyarakat dan konsumen dalam mengidentifikasi produk usaha Songket Tenun Minang.
 - b. Membantu Masyarakat untuk dapat membedakan usaha Songket Tenun Minang dengan merek usaha lainnya.
3. Bagi Perancang
 - a. Sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Desain komunikasi Visual untuk mencapai gelar sarjana desain.
 - b. Sebagai aplikasi ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah diperoleh selama perkuliahan dan dikembangkan dalam konsep pemikiran kreatif.
4. Bagi Universitas
 - a. Hasil karya dari rancangan video promosi usaha Songket Tenun Minang ini bisa menjadi dokumen akademik.
 - b. Dapat menjadi referensi maupun acuan untuk mahasiswa selanjutnya.