

ABSTRAK

Batik merupakan salah satu seni budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya dunia sejak Oktober 2009. Keberadaan batik sendiri sudah ada sejak zaman Majapahit dan terus berkembang hingga saat ini. Batik tulis, yang dibuat secara manual dengan tangan menggunakan canting, memiliki nilai seni dan filosofi yang tinggi. Usaha batik merupakan salah satu sektor industri kreatif yang terus berkembang di Indonesia, termasuk di Kota Padang. Salah satu usaha yang bergerak di bidang ini adalah Batik Tulis Nella Karlana, yang berlokasi di Jl. Jati V No. 19, Padang, Sumatera Barat. Saat ini, Batik Tulis Nella Karlana menghadapi tantangan dalam promosi produknya. Media promosi yang telah digunakan, seperti X-banner dan iklan di media massa, masih memiliki keterbatasan dalam jangkauan sehingga belum memberikan dampak pemasaran yang maksimal. Dengan perkembangan teknologi digital, media promosi berbasis video menjadi salah satu strategi yang efektif karena mampu menyampaikan pesan secara menarik melalui konsep audio-visual. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video promosi Batik Tulis Nella Karlana sebagai media pemasaran yang lebih efektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi dilakukan perencanaan konsep, penulisan naskah, serta pembuatan storyboard. Tahap produksi mencakup pengambilan gambar dan perekaman audio, sedangkan tahap pasca-produksi mencakup proses penyuntingan dan penyempurnaan video hingga siap digunakan sebagai media promosi. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah video promosi yang diharapkan mampu meningkatkan daya tarik dan jangkauan pemasaran Batik Tulis Nella Karlana. Dengan adanya video promosi ini, informasi mengenai keunikan dan keindahan batik tulis yang dihasilkan dapat tersampaikan dengan lebih baik kepada target pasar yang lebih luas.

Kata kunci : Media Promosi, Batik Nella Karlana, Audio Visual

ABSTRACT

Batik is one of Indonesia's cultural arts that has been recognized by UNESCO as a world cultural heritage since October 2009. The existence of batik dates back to the Majapahit era and has continued to develop until today. Handwritten batik, which is manually made using a canting, holds high artistic and philosophical value. The batik industry is one of the creative industry sectors that continues to grow in Indonesia, including in the city of Padang. One of the businesses engaged in this field is Batik Tulis Nella Karlana, located at Jl. Jati V No. 19, Padang, West Sumatra. Currently, Batik Tulis Nella Karlana faces challenges in promoting its products. The promotional media used, such as X-banners and advertisements in mass media, still have limited reach and have not had a significant impact on product marketing. With the development of digital technology, video-based promotional media has become one of the most effective strategies, as it can convey messages in an engaging manner through an audio-visual concept. This study aims to design a promotional video for Batik Tulis Nella Karlana as a more effective marketing tool. The research method consists of three main stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage includes concept planning, scriptwriting, and storyboard creation. The production stage involves video shooting and audio recording, while the post-production stage includes editing and refining the video until it is ready to be used as a promotional medium. The result of this study is a promotional video expected to enhance the attractiveness and marketing reach of Batik Tulis Nella Karlana. Through this promotional video, information about the uniqueness and beauty of the handmade batik can be conveyed more effectively to a wider target audience.

Keywords: *Handwritten Batik, Promotion, Video, Batik Nella Karlana*