

ABSTRAK

Renaldi (625170013)

PERANCANGAN PROMOSI ANYAM NIPAH DENGAN PENDEKATAN MULTIMEDIA

Sentra kerajinan daerah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, dengan produk khas serta ciri dan keunikannya masing-masing. Beberapa daerah memiliki produk khasnya sendiri, salah satunya Kota Palembang. Kota Palembang merupakan kota tertua di Indonesia berumur setidaknya 1337 tahun jika berdasarkan prasasti Sriwijaya yang dikenal sebagai prasasti Kedudukan Bukit. Sejarah tua Kota Palembang serta masuknya para pendatang dari wilayah lain, telah menjadikan kota ini sebagai kota multi-budaya yang mempunyai beberapa kerajinan khas salah satunya kerajinan anyaman daun Nipah.

Nipah disebut juga sebagai *Nypa fruticans* merupakan tumbuhan dengan jenis palem (palma) yang tumbuh di lingkungan hutan bakau atau daerah pasang-surut di dekat tepi laut. Daun Nipah ini dapat diolah menjadi beberapa macam kerajinan seperti anyaman keranjang, hiasan dinding dan kerajinan lainnya oleh masyarakat kota Palembang, terutama oleh masyarakat di kawasan 3-4 Ulu yang berprofesi sebagai pengrajin anyaman daun Nipah. Menurut Juanda, salah satu pengrajin nipah, sulitnya pemasaran dari produk – produk anyaman nipah menjadi faktor kuat dalam mengembangkan bisnis ini.

Di jaman teknologi saat ini Video merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian propaganda atau promosi semakin efektif. Video dapat lebih mudah untuk mempromosikan suatu produk atau daerah, seperti produk-produk kerajinan maupun kawasan sentra kerajinan yang berpotensi untuk mengembangkan kebudayaan di suatu daerah. Oleh karena itu, diperlukan perancangan visual melalui multimedia tentang hasil kerajinan anyam nipah untuk menyebarluaskan pemasarannya, terutama kepada Ibu Rumah Tangga berusia 37-46 Tahun yang aktif bermain sosial media serta tertarik dengan videografi. Metode perancangan menggunakan 3 Tahap *Production*, berupa Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca-Produksi. Data didapatkan dengan penyebaran kuesioner kepada 50 target audiens. Hasil dari perancangan ini adalah tampilan visual berupa video Motion Graphic infografis dengan pallet warna dominasi coklat yang melambangkan Handmade serta tradisional, jenis font yang digunakan adalah “natural”, dan dengan resolusi 1080p dengan rasio 1920×1080 (16:9) dan memiliki durasi 3 menit. Video dibuat seefektif mungkin agar pesan dan visualisasi dapat disampaikan dengan baik.

Kata kunci : Anyam Nipah, Infographic, Motion Graphic, Multimedia

ABSTRACT

Renaldi (625170013)

DESIGN OF NIPAH WOVEN PROMOTION WITH A MULTIMEDIA APPROACH

Regional handicraft centers are scattered in various regions in Indonesia, with their own distinctive products and characteristics and uniqueness. Several regions have their own unique products, one of which is Palembang City. Palembang City is the oldest city in Indonesia, at least 1337 years old, based on the Sriwijaya inscription known as the Bukit Position inscription. The old history of Palembang City and the entry of immigrants from other regions, has made this city a multi-cultural city that has several distinctive crafts, one of which is the craft of woven Nipah leaves.

*Nipah, also known as *Nypa fruticans*, is a plant with a type of palm (palm) that grows in mangrove forest or tidal areas near the edge of the sea. This Nipah leaf can be processed into several kinds of crafts such as woven baskets, wall hangings and other handicrafts by the people of Palembang, especially by people in the 3-4 Ulu area who work as craftsmen of Nipah leaf weaving. According to Juanda, one of the nipah craftsmen, the difficulty of marketing nipah woven products is a strong factor in developing this business.*

In the current technological era, video is one of the most effective media in propagating companies, products, and propaganda for regional potential. With audio-visual communication, of course, the delivery of propaganda or promotion is more effective. Videos can be easier to promote a product or area, such as handicraft products or craft center areas that have the potential to develop culture in an area. Therefore, visual design through multimedia is needed about the handicrafts of nipah Woven to disseminate its marketing, especially to housewives aged 37-46 years who actively play social media and are interested in videography. The design method uses 3 stages of production, in the form of pre-production, production and post-production. Data obtained by distributing questionnaires to 50 target audiences. The result of this design is a visual display in the form of an infographic Motion Graphic video with a brown color palette that symbolizes handmade and traditional, the type of font used is "natural", and with a resolution of 1080p with a ratio of 1920 × 1080 (16: 9) and has a duration of 3 minute. Videos are made as effective as possible so that the message and visualization can be conveyed properly.

Keywords : Nipah Woven, Infographic, Motion Graphic, Multimedia