

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Potensi kekayaan alamnya mulai dari kekayaan laut, darat, bumi dan kekayaan alam lainnya yang terkandung di dalam bumi Indonesia. Selain itu, Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam dan unik. Kekayaan budaya tersebut mencakup bahasa, adat istiadat, seni, musik, tari, pakaian adat, dan banyak lagi. Kekayaan budaya Indonesia berasal dari berbagai suku bangsa yang ada di Indonesia. Setiap suku bangsa memiliki keunikan dan karakteristik budaya yang berbeda-beda, dan inilah yang membuat Indonesia begitu kaya dan berwarna.

Kebudayaan Indonesia adalah keseluruhan kebudayaan lokal yang ada di setiap daerah di Indonesia. Kebudayaan nasional dalam pandangan Ki Hajar Dewantara adalah “puncak-puncak dari kebudayaan daerah”. Kutipan pernyataan ini merujuk pada paham kesatuan makin dimantapkan, sehingga ketunggalikaan makin lebih dirasakan daripada kebhinnekaan. Wujudnya berupa negara kesatuan, ekonomi nasional, hukum nasional, serta bahasa nasional. Kebudayaan Indonesia dari zaman ke zaman selalu mengalami perubahan, perubahan ini terjadi karena faktor masyarakat yang memang menginginkan perubahan dan perubahan kebudayaan terjadi sangat pesat yaitu karena masuknya unsur-unsur globalisasi ke dalam kebudayaan Indonesia. Unsur globalisasi masuk tak terkendali merasuki kebudayaan

nasional yang merupakan jelmaan dari kebudayaan lokal yang ada di setiap daerah dari Sabang sampai Merauke(Tobroni: 2012 : 123)

Melihat kenyataan bahwa masyarakat Indonesia saat ini lebih memilih kebudayaan asing yang mereka anggap lebih menarik ataupun lebih unik dan praktis. Kebudayaan lokal banyak yang luntur akibat dari kurangnya generasi penerus yang memiliki minat untuk belajar dan mewarisinya. Menurut Malinowski, Budaya yang lebih tinggi dan aktif akan mempengaruhi budaya yang lebih rendah dan pasif melalui kontak budaya (Malinowski dalam Mulyana, 2005:21).

Seni kriya adalah semua hasil karya manusia yang memerlukan keahlian khusus yang berkaitan dengan tangan, sehingga seni kriya sering juga disebut kerajinan tangan. Seni kriya dihasilkan melalui keahlian manusia dalam mengolah bahan mentah, sehingga ruang lingkupnya dapat ditelusuri melalui jenis bahan yang digunakan untuk menghasilkan kerajinan tangan tersebut. Jenis-jenis bahan yang dimaksud antara lain adalah; batu, tanah liat, tulang, cangkang kerang, kayu, logam, kulit, kaca, benang, dan sebagainya. Selain itu, seni kriya juga dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan penciptaannya atau penggunaannya menjadi kriya yang mempunyai fungsi praktis, estetis, dan simbolis (religius) (Atmosudiro ed., 2001:107-110).

Selama ini terdapat dua strata sosial yang membedakan produk kriya, yaitu budaya agung (high culture) yang biasanya muncul dari penghayatan estetis yang mendalam (politesse) dan dikerjakan dengan

craftmanship tinggi. Jika produk kriya muncul dari masyarakat tradisi, maka dimungkinkan akan tercipta karya-karya klasik, seperti batik tulis halus, kain songket, perhiasan, dan sebagainya. Di samping itu ada produk kriya yang dihasilkan dari budaya alit (folk culture), sebagian besar berasal dari budaya rakyat. Produk ini lebih dominan dibuat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Produk ini tidak terlalu dibebani dengan nilai-nilai filosofi dan pengerjaannya tidak sehalus produk kriya dari budaya agung. Meskipun demikian tidak menutup kemungkinan digunakannya unsur estetika dan dan craftmanship. Contoh produk kriya ini antara lain batik cap, ukir-ukiran pada furniture, gerabah, dan sebagainya (Soedarso Sp., 2006: 113).

Kain merupakan selembar bahan tekstil yang terbuat dari serat yang disusun secara teratur. Serat tersebut dapat berasal dari berbagai sumber, seperti kapas, wol, sutra, linen, atau bahan sintetis seperti poliester atau nilon. Proses pembuatan kain melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pengumpulan serat, pemintalan, pemanjangan, pewarnaan, hingga penenunan atau penganyaman untuk menciptakan pola atau motif tertentu. Pada produk kriya, kain merupakan sebuah media yang kaya akan sejarah, keindahan, dan keberagaman budaya. Dari proses pembuatannya yang membutuhkan keterampilan dan ketelitian yang tinggi hingga hasil akhirnya yang merepresentasikan keunikan motif dan warna, kain tidak hanya sekadar bahan untuk pakaian atau furnitur, tetapi juga merupakan karya seni yang memperkaya estetika budaya dari setiap daerah. Setiap jenis kain mencerminkan kekayaan warisan budaya suatu masyarakat,

menggambarkan identitas, cerita, dan nilai-nilai yang diwariskan. Kain tidak hanya produk fungsional, tetapi juga simbol keindahan dan kelestarian tradisi.

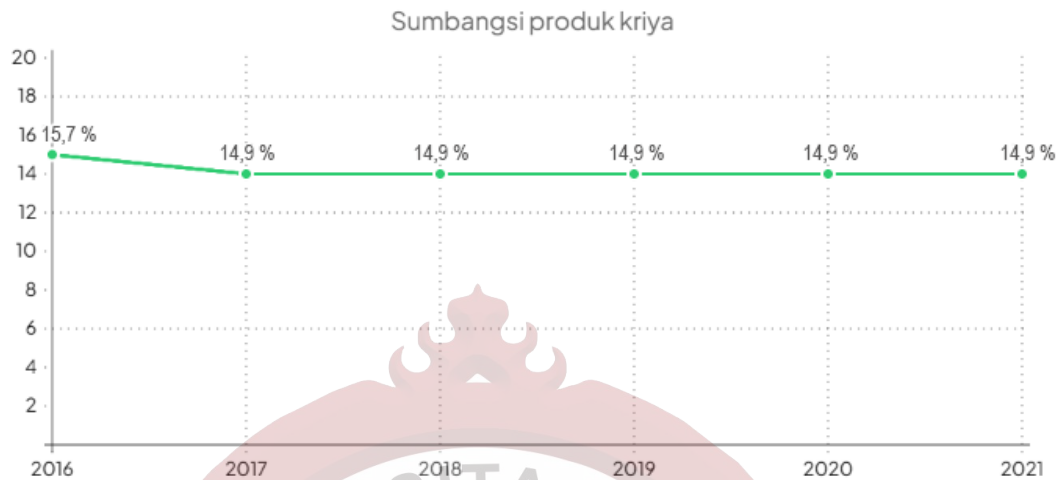
Produk kriya nusantara berupa kain merupakan cerminan dari budaya yang ada pada daerah tertentu. Setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing, selain kain batik Indonesia juga memiliki produk kriya kain lainnya yaitu tenun. Kain tenun adalah kain yang dibuat dengan teknik tenun, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Kain tenun biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, sutra, dan lainnya. Kain tenun memiliki keunikan dalam motif, pola, dan tekstur yang membuatnya menjadi identitas budaya suatu daerah. Kain tenun digunakan dalam berbagai keperluan dan memiliki peluang bisnis yang menjanjikan.

Indonesia memiliki banyak ragam kain tenun yang tersebar di berbagai daerah, seperti Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, dan Maluku. Nusa Tenggara khususnya Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu yang memproduksi kain tenun dengan kualitas yang tak kalah bagus dari produsen kain tenun daerah lain di Indonesia.

Kain tenun Nusa Tenggara Timur adalah kain yang dibuat dari proses menenun oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur. Masyarakat Nusa Tenggara Timur memiliki kebudayaan lokal yang beraneka ragam dan juga kerajinan tenun yang terkenal. Kain tenun merupakan cinderamata khas bagi para wisatawan asing dan domestik. Pada umumnya kain tenun dibuat oleh kaum perempuan yang memiliki daya cipta dan kreasi seni tinggi.

Kain tenun adalah kriya tenun Indonesia berupa kain yang ditenun dari helaian benang pak an(benang lungsin) yang sebelumnya diikat dan dicelupkan ke dalam zat pewarna alami. Alat tenun yang dipakai adalah alat tenun bukan mesin. Kain ikat dapat dijahit untuk dijadikan pakaian dan perlengkapan busana, kain pelapis mebel, atau penghias interior rumah. Berdasarkan data peninjauan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) 2016 merilis bahwa pertumbuhan PDB dari subsektor kriya menyumbang 15,7% pada pertumbuhan ekonomi nasional di tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap seni kerajinan tangan merupakan hal yang lazim. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, pada tahun 2017, sektor kriya menyumbang 14,9% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. pada tahun 2018, sektor kriya menyumbang Rp 3,9 triliun atau sekitar 0,3% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun, data terbaru dari Kemenparekraf menunjukkan bahwa pada tahun 2019, industri kriya menyumbang 14,9% dari total PDB nasional. Data sumbangsi sektor kriya yang di lansir dari Badan Pusat Statistik ini terus stabil di angka 14,9% hingga tahun 2021.

Data peninjauan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf)



Gambar 1. Table pertumbuhan PDB dari subsektor kriya
(Sumber : <https://kemenparekraf.go.id/>)

Menurut keterangan yang di dapat melalui wawancara dengan salah satu pelaku UMKM di daerah kabupaten Belu, kota Atambua Nusa Tenggara Timur, penjualan kain tenun pada masa *Covid-19* tidak terlalu berpengaruh. Pembeli kain tenun lebih dominan dari daerah sekitar saja. Penjualan kain tenun dari tahun ketahun masih belum ada peningkatan, salah satu faktor nya adalah dari sistem promosi yang di terapkan. Promosi dari UMKM kain tenun ini masih sebatas spanduk.

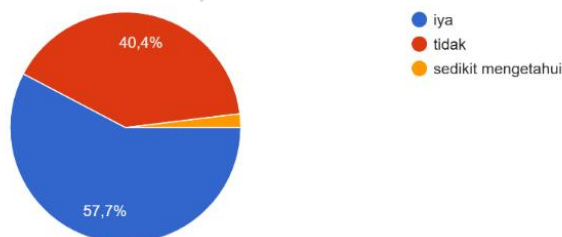
Kekhawatiran terhadap penurunan pertumbuhan PDB tidak timbul begitu saja, melainkan berakar dari faktor-faktor yang dapat diidentifikasi, mengingat ancaman penjualan produk kriya banyak datang dari mana saja, teknologi saat ini juga merupakan salah satu ancaman bagi produk kriya, ketertarikan generasi muda pada budaya luar dapat dengan mudah masuk

melalui teknologi dan pertukaran informasi yang saat ini sudah semakin mudah serta cepat.

Beberapa generasi muda mungkin merasa bahwa tradisi dan budaya lokal kurang relevan atau ketinggalan zaman dalam konteks kehidupan modern. Media sosial dapat menjadi *platform* yang sangat memengaruhi preferensi dan gaya hidup generasi muda. Tren dan gaya yang dominan di media sosial sering kali berasal dari budaya internasional, memicu kekhawatiran bahwa ketertarikan pada budaya lokal bisa terabaikan.

Penting bagi generasi muda untuk lebih memahami dan menghargai keberagaman budaya Indonesia, salah satunya apresiasi terhadap budaya lokal yaitu kain tenun Nusa Tenggara Timur yang memiliki identitas dan keunikan. Keterbatasan pemahaman terhadap kain tenun Nusa Tenggara Timur mengakibatkan potensi kehilangan warisan budaya yang berharga, oleh karena itu, penting untuk memberikan ruang edukasi dan apresiasi terhadap kekayaan kain tradisional ini agar generasi muda dapat lebih memahami dan menghargai keindahan warisan budaya Indonesia.

Apakah anda mengetahui tentang kain tenun Nusa Tenggara Timur?
52 jawaban



Gambar 2. Diagram Kuisisioner pengetahuan tentang kain tenun NTT
(Sumber : Fajar Suharyono_kuisisioner pengetahuan kain tenun NTT_2024)

Berdasarkan data yang di peroleh melalui kuisioner, terlihat bahwa masih terdapat beberapa generasi muda yang masih belum mengetahui tentang kain tenun dari Nusa Tenggara Timur. Seiring perkembangan zaman serta kehidupan yang semakin terkoneksi secara global dan dipengaruhi oleh arus modernisasi, warisan budaya seperti kain tenun Nusa Tenggara Timur ini mungkin kurang mendapatkan perhatian yang layak. Banyak dari mereka yang masih asing terhadap kain tenun tradisional ini. Sebagai salah satu langkah dalam menghadapi tantangan globalisasi, memahami dan menghargai busaya lokal seperti salah satunya kain tenun Nusa Tenggara Timur bukan hanya upaya untuk melestarikan budaya lokal, tetapi juga untuk membuka mata generasi muda terhadap keindahan dan kearifan warisan nenek moyang.

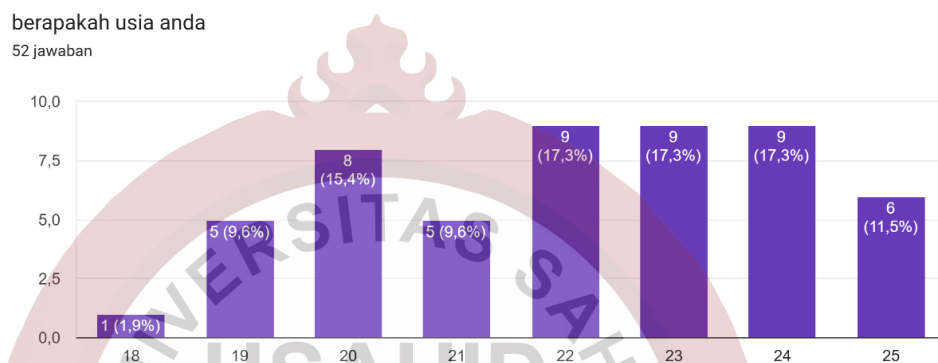
Penting untuk mencari solusi guna mempromosikan serta melakukan pendekatan kepada generasi muda terhadap budaya lokal dan penerimaan terhadap aspek-aspek positif dari globalisasi. Edukasi, pemberdayaan, dan promosi nilai-nilai lokal dapat membantu mengatasi kekhawatiran ini dan memupuk rasa kebanggaan terhadap warisan budaya. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah media informasi, promosi sekaligus edukasi bagi masyarakat khususnya generasi muda sebagai edukasi untuk pengenalan dan pembelajaran mengenai kain tenun Nusa Tenggara Timur dan sebagai promosi untuk kain tenun. Untuk mewujudkannya perlu adanya pendekatan yang dilakukan kepada generasi muda. Pendekatan yang menarik untuk menceritakan sejarah kain tenun yang sesuai bagi generasi

muda adalah dengan menggunakan sesuatu yang sangat dekat dengan generasi muda saat ini, yaitu media online. Penggunaan media online diharapkan dapat dikenal tidak hanya di kalangan dewasa namun juga pada generasi muda. Maka dipilihlah media video sebagai media yang dirasa sesuai, Video adalah media elektronik yang menggabungkan teknologi audio dan visual secara bersama sehingga menghasilkan suatu tayangan yang dinamis dan menarik. Untuk menghasilkan video yang menarik tentunya perlu menggunakan teknik yang tepat. Pemilihan teknik *motion graphic* dirasa sesuai karena *motion graphic* adalah cara yang efektif untuk mengomunikasikan informasi atau mempromosikan produk atau layanan. Penggunaan media *motion graphic* juga mudah untuk mengomunikasikan berbagai macam informasi, mulai dari data yang rumit hingga konsep yang sederhana. Selain itu *motion graphic* juga merupakan salah satu media kekinian yang cocok ditujukan kepada generasi muda.

Motion graphic dapat diartikan sebagai gambar-gambar yang bergerak. *Motion graphic* biasanya merupakan gabungan dari audio dan visual, seperti teks, suara, ilustrasi, foto, hingga videografi. Media *motion graphic* merupakan media yang sesuai digunakan untuk menceritakan sejarah mengenai kain tenun serta sebagai media promosi. Nantinya video *motion graphic* ini akan dipublikasi di media online berbasis video seperti Youtube.

Penyebaran *link kuisioner* dilakukan untuk mengetahui lebih detail sekaligus sebagai penguat data untuk perancangan video *motion graphic* ini.

Kuisisioner ini ditujukan kepada generasi muda yang masih awam dengan kain tenun Nusa Tenggara Timur. Selain itu kuisisioner ini juga dilakukan sebagai media untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan generasi muda tentang kain tenun Nusa Tenggara Timur .



Gambar 3. Diagram Kuisisioner usia yang awam dengan kain tenun NTT (Sumber : Fajar Suharyono_kuisisioner pengetahuan kain tenun NTT_2024)

Pemanfaatan media *motion graphic* dalam konteks promosi dan edukasi kain tenun Nusa Tenggara Timur memberikan sebuah langkah baru yang terkesan menarik. Dalam pendekatan edukatif, media *motion graphic* dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk memperkenalkan budaya lokal terkhusus kain tenun dan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Pemanfaatan media *motion graphic* ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik edukasi terutama di kalangan generasi muda yang lebih responsif terhadap media digital.

Dalam aspek promosi, media *motion graphic* membuka peluang untuk menciptakan promosi yang lebih dinamis dan menarik. Penggunaan

media *motion graphic* juga relevan sebagai media promosi, karena dirasa efektif dan mudah di sebarluaskan melalui media sosial. Dengan pemanfaatan media *motion graphic*, baik sebagai alat edukasi maupun promosi, diharapkan dapat memperkenalkan serta memajukan warisan budaya kain tenun Nusa Tenggara Timur dengan cara yang lebih modern, kreatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Perancangan video promosi sekaligus sebagai media edukasi ini diharapkan dapat membawa dampak baik bagi UMKM. Tujuan daripada perancangan ini adalah sebagai pendorong UMKM di sentra kain tenun Khususnya Nusa Tenggara Timur. Dengan menggunakan media yang menarik serta kekinian, diharapkan dapat menjangkau tidak saja kalangan dewasa namun juga generasi muda, selain itu perancangan ini juga ditujukan kepada generasi muda dengan tujuan menumbuhkan rasa cinta generasi muda terhadap kekayaan budaya lokal. Seiring perkembangan zaman, teknologi semakin cepat merambah di kalangan generasi muda. Perancangan ini menggunakan media yang dekat dengan generasi muda agar generasi muda dapat dengan mudah menerima sekaligus memperkenalkan kain tenun secara luas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut

1. Bagaimana konsep video promosi kain tenun Nusa Tenggara Timur?

2. Bagaimana perancangan video promosi kain tenun Nusa Tenggara Timur?

C. Tujuan

Dari rumusan masalah diatas dapat di simpulkan tujuan, sebagai berikut

1. Untuk mendorong serta memajukan UMKM khususnya pada sentra kain tenun Nusa Tenggara Timur.
2. Untuk memperkenalkan kain tenun Nusa Tenggara Timur ditingkat regional maupun nasional

D. Manfaat

Perancangan ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi penulis, perusahaan atau wirausaha dan bagi pembaca, sehingga penulis mengharapkan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat bagi penulis

Perancangan ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis tentang kebudayaan daerah khususnya Sejarah kain tenun dan perkembangan kain tenun di Nusa Tenggara Timur.

2. Manfaat bagi pengrajin dan pelaku UMKM kain tenun

Menjadi media pengenalan sekaligus promosi yang menarik, selain itu juga untuk memperkenalkan kain tenun Nusa Tenggara Timur ditingkat regional maupun nasional.

3. Manfaat bagi instansi

Diharapkan perancangan ini dapat menjadi salah satu sumber pengetahuan serta sebagai media referensi bagi mahasiswa lain untuk berkarya.

4. Manfaat bagi masyarakat luas

Perancangan ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan masyarakat secara umum tentang sejarah kain tenun Nusa Tenggara Timur pada khususnya, dan di Indonesia pada umumnya.

E. Tinjauan Pustaka

Pada karya tugas akhir yang berjudul “PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN *MOTION GRAPHIC* DALAM PEMBELAJARAN BERBASIS BUDAYA PADA ERA 4.0” pada tahun 2022, karya Dhea Santika, Hasna dari Universitas Pendidikan Indonesia membahas tentang, Dengan adanya perkembangan teknologi, berbagai macam informasi dari luar siswa jadi lebih mengenal dan bahkan mengikuti budaya luar kemudian melupakan budaya lokal yang menyebabkan menggeser kearifan lokal yang dapat menurunkan nilai karakter dalam diri siswa. Hal ini sejalan dengan pendapat Oktavianti et al bahwa pada masa yang akan datang globalisasi dan perkembangan teknologi yang berkembang sangat pesat mampu menggeser kearifan lokal pada masyarakat dan pergeseran ini terjadi karena tidak adanya batasan yang jelas antara budaya lokal dan budaya asing, tatanan gaya hidup masyarakat modern menyebabkan menurunnya identitas dan karakter peserta didik (2018, hlm. 150) dan Sularso (2016, hlm. 74).

Menurut Rozaki & Apriani Jika pembelajaran berorientasi pada etnopedagogi tidak diterapkan sejak dini, maka masa yang akan datang globalisasi dan perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat menggeser kearifan lokal dalam masyarakat dan terkikisnya nilai kebangsaan (2021, hlm. 373). Oleh karenanya pembelajaran berbasis budaya harus diimbangi dengan adanya perkembangan teknologi, siswa maupun guru sangat diharuskan untuk mengenal dan mempelajari literasi digital melalui Media Pembelajaran Berbasis ICT, salah satunya menggunakan *motion graphic*. Pada perancangan ini tujuan serta penerapan metode yang digunakan sudah sejalan dengan perancangan yang dibuat pada perancangan ini, yaitu mengangkat tema tentang memperkenalkan budaya lokal guna menumbuhkan rasa cinta terhadap budaya lokal. Perbedaan dari perancangan yang akan dibuat dengan perancangan video kain tenun NTT ini adalah *target audience*. Pada perancangan ini ditujukan khusus kepada sekolah Dasar (SD) yaitu SD Islam Al Azhar Kabupaten Tulungagung. (PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN MOTION GRAPHIC DALAM PEMBELAJARAN BERBASIS BUDAYA PADA ERA 4.0, n.d.)

Pada karya tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO INFORMASI “LENGGER LANANG” DENGAN TEKNIK ANIMASI MOTION GRAPHIC UNTUK KALANGAN REMAJA USIA 17-22 TAHUN” pada tahun 2021, karya Nadya¹, Lia Nyta² dari Universitas Dian Nuswantoro menjelaskan bahwa, seni tradisional adalah seni yang lahir dan berkembang secara alami di masyarakat tertentu yang terkadang masih

tunduk terhadap suatu aturan aturan tertentu namun dalam perkembangannya ada tidak lagi terikat aturan sehingga kesenian ini menjadi bagian dari kesenian rakyat yang dapat dinikmati dalam bentuk massal. Indonesia dikenal dengan masyarakatnya yang pluralis sehingga menjadi daya tarik masyarakat asing untuk mengetahui hal tersebut. Namun pada era globalisasi segala informasi menjadi lebih cepat masuk sehingga para seniman lokal dituntut untuk dapat mengenalkan keseniannya. Jurnal juga dijadikan sebagai salah satu acuan atau referensi, selain itu juga sebagai penambah data bagi penulisan perancangan tugas akhir *motion graphic* kain tenun NTT. Perbedaan antara jurnal dengan tema yang di angkat pada perancangan ini adalah pada topik pembahasan atau isi, meskipun secara *target audience* keduanya memiliki kesamaan, namun pembahasan pada jurnal hanya terfokus pada informasi atau edukasi. Sedangkan pada tema perancangan yang diangkat focus terhadap dua hal yaitu promosi dan edukasi terhadap generasi muda. (Nadya & Nyta, 2023)

Pada karya tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* POLA MAKAN IBU HAMIL SEBAGAI BAHAN SOSIALISASI STUNTING DESA JAMBEARJO” pada tahun 2022, karya Erina Rahmanil Mauludiyah¹, Eva Handriyanti² , Rina Nurfitri³ dari Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia. Menjelaskan bahwa, Perancangan media sosialisasi berbasis *motion affiliation graphic* dengan tema pengaturan pola makan pada ibu hamil sebagai penerapan pengurangan dampak stunting. Media tersebut difungsikan menjadi media

utama penyampai informasi sebagai bahan sosialisasi agar dapat diterima dengan mudah oleh target audience. Media baru yang dirancang menarik digunakan sebagai bahan sosialisasi akan membuat jalannya penyampaian informasi menjadi mudah diterima dengan efektif. Perbedaan tema perancangan dengan jurnal adalah pada pembahasan. Pada jurnal mengangkat topik pembahasan berupa Kesehatan, sementara pada tema perancangan membahas mengenai budaya lokal. (Mauludiyah et al., 2022)

Pada karya tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO *MOTION GRAPHIC* INFOGRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA PANTAI PACITAN MELALUI YOUTUBE” pada tahun 2021, karya Vidya Pandutya Mahardikal dan Bambang Mardiono Soewito² dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember(ITS), Surabaya menjelaskan bahwa, Peran video sebagai media yang efektif juga dapat menyampaikan informasi secara visual dan verbal serta menjadi media yang mudah dikonsumsi semua kalangan pada platform digital maupun konvensional, didukung dengan kemudahan berbagai (sharing) di Internet, hal ini merupakan salah satu alternatif promosi yang dapat dilakukan. Maka perlu adanya media promosi berupa video yang akan ditempatkan pada kanal di YouTube agar dapat dilihat oleh banyak orang secara global di internet. Selain itu juga untuk mengoptimalkan kegiatan promosi online khususnya pada platform YouTube sekaligus memersuasi penonton untuk tertarik berkunjung sehingga nantinya akan meningkatkan angka kunjungan ke Kabupaten Pacitan. Jurnal digunakan sebagai referensi dan acuan dalam

pembuatan karya. Selain itu juga digunakan sebagai data guna penyempurnaan perancangan video motion kain tenun NTT. Perbedaan antara jurnal dengan tema perancangan adalah tujuan daripada dibuatnya video motion. Pada jurnal penggunaan video dengan Teknik motion diterapkan sebagai media promosi untuk sebuah destinasi wisata. Sedangkan pada tema perancangan penggunaan media video *motion graphic* ditujukan tidak hanya sebagai media promosi saja namun juga sebagai media edukasi. (Mahardika & Soewito, 2021)

Pada tugas akhir berjudul “PENERAPAN E-COMMERCE PENJUALAN KAIN TENUN BERBASIS ANDROID” pada tahun 2017, karya Yosafat E. L. Hoely¹, dan Menhya Snae² dari STIKOM Uyelindo Kupang, menjelaskan bahwa, Penelitian yang berjudul “Pengembangan strategi business to customer untuk sistem informasi penjualan online sarung nagekeo”. Permasalahan yang ada adalah pemasaran barang yang masih terbatas, dimana pemasaran hanya melalui brosur dan situs facebook. Menggunakan metode penelitian seperti study kepustakaan dan metode observasi hasil dan Hasil dan fitur yang tersedia tampilan home penjualan, tampilan halaman profil penjualan, tampilan halaman cara pembelian, tampilan produk penjualan, tampilan halaman keranjang belanja (Natilia, 2013). Dengan kurangnya informasi penjualan dan informasi produk kain tenun kepada masyarakat NTT maupun luar NTT, maka penulis menuangkan ide penelitian dengan judul “Sistem Penjualan Tenun Ikat

Berbasis Android”. Aplikasi ini diharapkan akan dapat membantu untuk mempromosikan tenun ikat, dapat membantu pihak konsumen yang ingin mendapatkan informasi dan memesan tenun ikat tanpa harus datang langsung ke toko, serta mengetahui perkembangan pesannya tanpa harus menghubungi pihak toko. Perbedaan antara jurnal dengan tema perancangan adalah penggunaan media promosi, pada jurnal menggunakan media e- commerce sebagai media promosi kain tenun, sedangkan pada perancangan menggunakan media video motion. (Hoely, 2017)

F. Landasan teori

1. Video

Istilah video berasal dari kata vidi atau visum yang berarti melihat atau mempunyai daya penglihatan (Yuanta, 2020, hal. 93). Lebih jelasnya, video adalah sebuah teknologi perakaman, penyimpanan, dan pengolahan gambar diam sehingga ia tampak seperti gambar bergerak (Munir, 2013, hal. 289).

Manfaat penggunaan media audio visual (video) tersebut sesuai konsep pembelajaran menurut piramida pengalaman yang dituliskan oleh Edgar dale, bahwa orang belajar lebih dari 50 % nya adalah dari apa yang telah di lihat dan di dengar (Devi Sandra Ervina, 2013).

Berdasarkan sumber-sumber diatas dapat disimpulkan bahwa video merupakan media audio visual yang dapat mengkomunikasikan materi sehingga dapat dengan mudah dipahami.

2. Promosi

Menurut Tjiptono (2000:219) : “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan .

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha, 2001:349).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, promosi merupakan sebuah cara komunikasi pasar dengan tujuan untuk menarik target pasar agar bersedia menerima atau membeli produk.

3. Kain tenun

Menurut Kotler dan Keller (2012:349), kain tenun tradisional merupakan specialty goods. Konsumen bersedia melakukan usaha khusus dalam pembeliannya, terlebih jika kain tenun tersebut memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari produk yang sejenis. Adanya keunikan, kekhasan menjadi diferensiasi yang jelas dari suatu produk sehingga produk tersebut memiliki kekuatan dalam bersaing dengan produk sejenis.

Tenun ikat merupakan proses persilangan antara benang arah memanjang disebut lungsi dan dipadu dengan benang arah melebar yang disebut pakan dengan didasarkan pada pola anyaman tertentu (Panggabea, 2007).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kain tenun merupakan sebuah karakteristik yang dimiliki sebuah daerah. Kain tenun adalah benang yang di satukan dengan teknik tenun.

4. Edukasi

Pengertian edukasi menurut kamus besar bahasa inggris disebut education yang artinya pendidikan, Sedangkan menurut Nugroho D, A. dkk. (2017:70) menyatakan bahwa edukasi adalah suatu proses belajar yang memiliki tujuan sebagai pengembang potensi diri pada murid dan proses belajar yang baik.

Edukasi adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk menemukan jati dirinya, yang dilakukan dengan mengamati dan belajar yang kemudian melahirkan tindakan dan prilaku. Edukasi sebenarnya tidak jauh berbeda dari belajar yang dikembangkan oleh aliran behaviorisme dalam psikologi. Hanya istilah ini sering dimaknai dan diinterpretasikan berbeda dari learning yang bermakna belajar. (Diana dan dave: 2017)

Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa edukasi merupakan suatu proses yang dilalui dengan tujuan mengembangkan

potensi diri yang dilakukan dengan mengamati dan belajar kemudian melahirkan Tindakan.

5. Budaya lokal

Kata budaya lokal juga bisa mengacu pada budaya milik penduduk asli (inlander) yang telah dipandang sebagai warisan budaya. Berhubung pelaku pemerintahan Republik Indonesia adalah bangsa sendiri, maka warisan budaya yang ada menjadi milik bersama. Ini berbeda situasinya dengan Negara Australia dan Amerika yang warisan budayanya menjadi milik penduduk asli secara eksklusif sehingga penduduk asli mempunyai hak untuk melarang setiap kegiatan pemanfaatan yang akan berdampak buruk pada warisan budaya mereka (Frankel, 1984).

Kebudayaan setiap masyarakat atau suku bangsa terdiri atas unsur-unsur besar maupun unsur-unsur kecil yang merupakan bagian dari suatu kebulatan yang bersifat sebagai kesatuan. Ada beberapa unsur yang terdapat dalam kebudayaan, dimana kita sebut sebagai cultural universals, yang meliputi:

1. Peralatan dan perlengkapan hidup manusia.
2. Mata pencaharian hidup dan system-sistem ekonomi
3. Sistem kemasyarakatan
4. Bahasa (lisan dan tulisan)
5. Kesenian

6. Sistem pengetahuan

7. Religi (system kepercayaan) (Soekanto, 1990: 193).

Selanjutnya, ketika memahami unsur-unsur kebudayaan tersebut, maka kita bisa mengetahui tentang terdapatnya unsur-unsur kebudayaan yang mudah berubah dan ada pula unsur-unsur kebudayaan yang susah berubah. Adapun unsur-unsur budaya yang mudah berubah meliputi; seni, bahasa, teknologi. Sedangkan unsur-unsur budaya yang sulit berubah meliputi: agama (system kepercayaan), system social, dan system pengetahuan (Kahmad, 2002).

Kesimpulan dari pendapat-pendapat diatas budaya lokal merupakan budaya milik penduduk asli yang telah dipandang sebagai warisan budaya yang terdiri dari beberapa unsur-unsur.