

## PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK MENGENALKAN BATIK “NDULIT” KHAS KOTA GRESIK

Rizki Agung Kurniawan<sup>1</sup>, Tri Cahyo Kusumandyoko<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
rizki.17021264079@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
tricachyo@unesa.ac.id

### Abstrak

Di setiap daerah atau sebuah wilayah pasti memiliki budaya masing-masing seperti halnya kota Gresik yang memiliki budaya, salah satunya adalah batik ndulit khas kota Gresik. Batik ini diketahui sudah ada sejak masa wali songo yakni pada abad ke 13, meskipun sudah ada sejak dulu, mayoritas masyarakat kota Gresik tidak tahu batik ini. Hal ini dikarenakan kurangnya media yang berguna untuk mengenalkan batik ndulit ini. Hasil dari penelitian ini berupa video pengenalan yang berupa *motion graphic* yang berisi konten tentang sejarah, dan motif dari batik ndulit sebagai upaya pengenalan kepada masyarakat luas khususnya golongan remaja. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode perancangan *design thinkink* yang terdiri dari 5 tahapan yakni *emphatize*, *define*, *idea*, *prototype*, dan *test*. Tahap penilaian akan dilakukan secara *online* melalui *googleform*. Aspek penilaian terdiri dari 2 aspek yakni aspek *motion graphic* dan aspek konten. Skor yang didapatkan yakni 3.09. Nilai tersebut tergolong masuk di kriteria layak yakni pada rentang nilai 2,51-3.50.

**Kata Kunci:** Kebudayaan, Batik Ndulit, Motion Graphic

### Abstract

*In every region or region, it must have its own culture, just like the city of Gresik which has culture, one of which is the typical ndulit batik of Gresik. This batik is known to have existed since the Wali Songo era, namely in the 13th century, although it has existed for a long time, the majority of the people of Gresik city do not know this batik. This is due to the lack of useful media to introduce this ndulit batik. The results of this study are in the form of an introduction video in the form of a motion graphic containing content about history, and the motifs of Ndulit batik as an introduction to the wider community, especially teenagers. This study uses the design thinkink design method which consists of 5 stages, namely empathize, define, idea, prototype, and test. The assessment stage will be carried out online via Google Form. The assessment aspect consists of 2 aspects, namely the motion graphic aspect and the content aspect. The score obtained is 3.09. This value is included in the appropriate criteria, namely in the range of 2.51-3.50 values.*

**Keywords:** Culture, Ndulit Batik, Motion Graphic

### PENDAHULUAN

Bila bicara tentang Indonesia tidak bisa lepas oleh keberagaman budaya yang di terbentang dari pulau sabang sampai Merauke. Kekayaan budaya Indonesia dapat dilihat dari berbagai aspek salah satunya di bidang *fashion* yaitu dari setiap suku yang ada di negara Indonesia memiliki ciri khas busana masing-masing. Kain tradisional Indonesia mempunyai nilai budaya tinggi, terutama dari dilihat dari sisi estetis, memiliki makna simbolis dan falsafah yang mendasari pembuatannya yang nantinya

akan menjadi identitas dari daerah itu sendiri. Keragaman kain tradisional Indonesia antara lain seperti kain tenun, kain songket, dan kain batik.

Batik sendiri merupakan salah satu dari warisan budaya Indonesia, yang bahkan UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) telah menetapkan batik merupakan Warisan Kemanusiaan untuk Budaya *Non Bendawi* (*Masterpieces of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*) bagi Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009. (sumber

www.kompas.com, 2017, <https://amp.kompas.com/nasional/read/2017/10/02.08144021/2-oktober-2009-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-dari-indonesia>).

. Salah satu batik yang memiliki histori yang panjang atau menjadi saksi bisu dari perkembangan kota Gresik itu sendiri, yakni batik ndulit. Kegiatan batik di kota Gresik diketahui ada sejak abad ke 13 yakni saat masa Wali Songo. Meskipun memiliki histori yang panjang batik ndulit banyak masyarakat kota gresik sendiri yang bahkan tidak mengenai batik ini. Berdasarkan fakta yang ditemukan oleh penulis dengan cara penyebaran kuisioner melalui media *googleform*, hasilnya mayoritas yakni 24 dari 25 remaja yaitu pada rentang usia 15-24 tahun tidak mengenal batik ndulit dan mayoritas menjawab bahwa tidak tahu bahkan tidak pernah melihat batik ini. Berdasarkan pernyataan dari responden kuisioner, peneliti menyimpulkan bahwa kurangnya media yang berguna untuk mengenalkan batik ini secara luas.

Demi mencapai apa yang diinginkan yaitu membuat batik ndulit khas Gresik dapat dikenal secara regional maupun nasional. Perlu adanya pengenalan batik ndulit di kalangan masyarakat luas khususnya kalangan generasi muda. Generasi muda yang seharusnya memegang peran penting dalam melestarikan budaya dan mempertahankan kelestarian budaya daerahnya masing-masing untuk memperkuat identitas kita sebagai orang Indonesia. (Dyah Satya, 2010). Sehingga untuk mewujudkan hal tersebut memerlukan pendekatan yang menargetkan muda, melalui media terdekat yang dapat di akses dengan mudah oleh mereka.

Dalam upaya memperkenalkan dan menumbuhkan minat generasi muda untuk mengenalkan batik ndulit, pastinya dibutuhkan suatu media penunjang yang dapat memberikan berbagai informasi, yang menjelaskan tentang makna dalam motif dan cara membuat batik ndulit, sehingga kesadaran pada remaja Gresik untuk bisa lebih menghargai kebudayaan kota sendiri dan ikut ambil bagian dalam melestarikan budaya batik ini.

Peneliti membagikan kuisioner mengenai penentuan media untuk mengenalkan batik ndulit, dari 15 responden 10 yang memilih media *motion graphic*, 3 orang memilih media

*videography*, dan 2 orang memilih media buku. Berdasarkan hasil dari kuisioner menunjukkan media yang digunakan adalah *motion graphic*. *Motion graphic* merupakan media audio visual yang memiliki kemampuan penyampaian pesan lebih baik, karena mempunyai unsur visual dan unsur suara (Muhammad Arif, 2017).

Perancangan berbentuk *motion graphic* ini sudah pernah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian yang serupa yakni penelitian yang berjudul Perancangan Motion Graphic Pengenalan Batik Gemawang khas Kabupaten Semarang oleh Nuga Choiril Umam dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan penelitian yang berjudul Perancangan Motion Graphic Sebagai Upaya Pengenalan Profesi Bidang Teknologi Maritim FTK ITS Untuk Siswa SMA yang di buat oleh Fakhri Azmi dan Indrayana Setyadi dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama tujuannya untuk media pengenalan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nuga Choiril Umam dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta dibuat untuk mengenalkan batik gemawang khas kota Semarang kepada masyarakat luas agar tidak hilang tergerus jaman. Sedangkan penelitian di lakukan oleh Fakhri Azmi dan Indrayana Setyadi dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dibuat untuk mengenalkan prospek profesi di sektor maritim yang kurang di minati oleh anak remaja SMA.

Dari fenomena di atas, penulis menjawab permasalahan di era globalisasi yang hampir semua aktivitas di lakukan berbau digital, maka dari itu penulis membuat sejarah singkat mengenai batik ndulit yang akan diaplikasikan dalam *motion graphic* dengan maksud sebagai sarana media untuk memperkenalkan kepada remaja agar kebudayaan ini tidak hilang di makan zaman.

Berdasarkan semua latar belakang di atas dapat di simpulkan rumusan masalah yang di kaji pada penelitian ini yakni bagaimana merancang *motion graphic* untuk mengenalkan batik ndulit yang sesuai dengan anak remaja? Adapun tujuan dibuatnya penelitian ini yakni untuk mengetahui proses perancangan *motion graphic* sebagai media pengenalan batik ndulit khas kota Gresik.

## METODE PERANCANGAN

## 1. Design Thinkink

Penulis akan menggunakan metode perancangan metode *design thinkink*, yakni metode mendasarkan pola pikir desainer dalam melakukan problem solving menggunakan metode *human oriented* (Kelley & Brown, 2018). *Design thinkink* memiliki lima tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

### a) *Emphatize*

Pada tahap ini penulis akan mengamati segala sesuatu yang berkaitan dengan sasaran perancangan, seperti kegiatan yang dilakukan, cara berinteraksi, cara berpikir, serta nilai-nilai yang dipegang. Pada kasus ini penulis akan mengumpulkan data dengan melakukan observasi langsung ke masyarakat menyebarkan angket perihal pengetahuan mengenai batik ndulit, melakukan wawancara langsung dengan pemilik industri, dan membaca beberapa literatur di web.

Di sini penulis menanyakan beberapa pertanyaan perihal batik ndulit kepada pengerajinnya agar mendapat data yang valid data yang di dapatkan berupa penyebab kurang eksisnya batik, sejarah, motif, dan proses pembuatan batik.

### b) *Define*

Dalam tahap ini dapat ditemukan permasalahan sehingga menemukan sasaran dari perancangan secara spesifik dalam kasus yang akan diteliti, atau dengan kata lain peneliti dapat menyimpulkan beberapa penyebab dari batik ini kurang eksis.

### c) *Ideate*

Pada tahap ini peneliti akan mengeluarkan pendapat/opini yang akan di jadikan solusi dalam permasalahan yang akan dikaji. Seperti pada penelitian yang pernah diteliti sebelumnya, produk yang dihasilkan *motion graphic*, jadi pada tahap ini akan menentukan konten yang akan dibahas dalam video pengenalan ini. Selain produk video pengenalan yang berbentuk *motion graphic* juga akan membuat media penunjang seperti poster yang akan dipost di media sosial.

### d) *Prototype*

Gagasan atau ide yang di dapatkan akan direalisasikan atau diwujudkan dalam tahap ini. Isi konten yang sudah di bahas di tahap *ideate* akan langsung divisual *motion graphic* dan pada

media pendukung seperti poster, setelah mendapatkan visual yang diinginkan perancang akan langsung melakukan proses produksi baik *motion graphic* dan media pendukung setelah pada tahap ini akan di lanjutkan pada tahap *test*.

### e) *Test*

Pada tahap ini bisa dibilang menjadi proses terakhir pada metode *design thinkink* yakni proses penilaian atas produk yang akan sudah dibuat sebelum produk tersebut dipasarkan atau *release* di masyarakat luas, tahapan ini biasanya disebut tahap validasi. Validasi yang dilakukan menggunakan sistem *online* yakni dengan membagikan *link googleform* yang berisi angket penilaian produk yang di dihasilkan. Orang yang bertugas untuk memvalidasi produk diharuskan kompeten dibidang yang akan dikaji, yang menjadi validator pada penilaian produk ini yakni Siti Munafilah dan Ibu Siti Zainubah Budiarty. Siti Munafilah dipilih karena ahli dibidang *motion graphic* beliau merupakan karyawan agensi Kong Vector Surabaya bagian animasi 2D sedangkan Ibu Siti Zainubah Budiarty merupakan pengerajian sekaligus orang yang berperan melestarikan budaya batik ndulit dan beliau juga mendirikan butik batik yang berada di kota Gresik yaitu bernama Griya Batik Gresik.

Penilaian menggunakan angket yang diterapkan pada tahap *test* yang akan diisi oleh validator. Angket yang digunakan menggunakan *googleform* dimana validatro hanya mengisi skor penilaian atas pernyataan yang berikan pada angket. Skor yang didapatkan akan langsung dicantumkan dalam tabel skala Linkert.

Interpretasi Nilai	Rentang Skala
Sangat baik	4
Baik	3
Cukup baik	2
Kurang baik	1

Berikut pernyataan yang ada dalam angket yang diisi oleh validator akan disesuaikan dengan aspek-aspek yang perlu terkandung pada produk yang akan dinilai. Berikut aspek- aspek penilaian produk baik berupa *motion graphic* maupun media pendukung:

1. Aspek desain produk, aspek ini berupa tentang dasar-dasar penilaian dalam proses pembuatan

*motion graphic* yakni *timing, transimitions, sound, motion blur, movement, serta time.*

2. Aspek isi /konten dari produk, aspek ini berupa pesan yang ingin disampaikan melalui produk yang terdiri dari pengenalan masalah(batik ndulit kurang eksis), sejarah awal batik ndulit, motif batik ndulit, proses pembuatan batik ndulit, dan ajakan untuk melesterikan budaya batik ndulit.

Data penilaian yang sudah didapatkan akan dianalisis menggunakan teknik interpretasi skor validasi. Cara menghitung skor validasi yang didapatkan dari penilaian validator menggunakan rumus seperti berikut

$$\text{Skor rata - rata} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah aspek penilaian}}$$

Hasil dari perhitungan rumus di atas akan diinterpretasi sesuai tabel kriteria skor validasi berikut

Rentang Skor	Dalam Kategori
3,51 - 4,00	Sangat Layak
2,51 - 3,50	Layak
1, 51- 2,50	Kurang Layak
1,00 – 1,50	Tidak Layak

**Tabel 1.** Kriteria Interpretasi Skor Validasi Diadaptasi dari Sugiyono (2012:199)

Dari perhitungan analisis di atas akan diketahui berapa nilai validitas produk.

Penelitian yang digunakan untuk proses pembuatan antara lain adalah: (1) Adobe Photoshop CC 2019, berperan dalam menciptakan grafis, membuat visual *storyboard*, dan aset yang akan di animasikan di Adobe After Effects; (2) Adobe After Effects 2019, berperan dalam melakukan komposisi objek dan menganimasikan *per-scene* bahkan *per-adegan* pada *motion graphic*.

## 2. Analisis Data

Dalam perancangan ini data yang terkumpul menggunakan metode analisis 5W+1H

1. (*What*) Apa permasalahan yang sedang terjadi tentang batik ndulit?
2. (*Who*) Siapa target sasaran dari perancangan ini?
3. (*Why*) Mengapa mayoritas masyarakat kota Gresik tidak tau batik ndulit?

4. (*Where*) Dimana perancangan ini akan ditayangkan?
5. (*When*) Kapan perancangan ini mulai dibuat?
6. (*How*) Bagaimana proses perancangan ini dilakukan?

## KERANGKA TEORETIK

### 1. Batik Ndulit

Batik ndulit adalah batik khas dari Gresik yang menjadi identitas dari kota Gresik. Keistimewahan dari batik ini adalah cara pewarnaannya dengan cara di “dulit” atau hanya dioleskan menggunakan kuas dari batang rotan. Batik ndulit ini mempunyai ciri khas yakni bermotifkan aktifitas tradisonal seperti kondisi masyarakat yang sedang melakukan kegiaitan jual beli di pasar, kegiatan masyarakat saat bertani dan juga bermotifkan flora dan fauna yang endemik kota Gresik seperti rusa bawean, ikan bandeng, bunga pudak dan lainnya. (sumber: Fitinline, 2013, <https://fitinline.com/article/read/batik-gresik/>).

Menurut ahli dan pakar sejarah yang sekaligus menjadi sesepuh masyarakat Gresik, KH. Mochtar Djamil menyatakan dalam sebuah Haul Sunan Prapen pada tanggal 30 juni tahun 2015 menyatakan bahwa Raden Santr (Sunan Gresik) merupakan bapak batik Gresik, dimana motif batik yang berkembang di Gresik saat ini tidak terlepas dari pengaruh dan peran serta Raden Santri (sunan Gresik) sejak abad ke-13. Sayangnya, batik asli karya Raden Santri. Belum diketahui keberadaannya, meskipun batik Gresik ada sejak abad 13. (sumber: inigresik.com, 2020, <https://inigresik.com/serba-serbi-batik-gresik/>).

Menurut penuturan dari Siti Zainubah Budiarty selaku pihak atau toko masyarakat yang bergerak di industri batik di kota Gresik mengatakan bahwa “ batik di Gresik sempat mengalami mati suri akibat dari munculnya beberapa pabrik” hal itu yang membuat banyak pengerajin batik yang beralih menjadi buruh pabrik karena pendapatan yang pasti ketimbang menjadi pengerajin batik yang pendapatannya belum pasti. (sumber: video Youtube, Emak Mblolang, 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=NPQ594jgO MQ>).

### 2. Motion Graphic

*Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis (Sukarno dalam Ratna, 2018). *Motion graphic* merupakan gabungan dari berbagai elemen-elemen baik visual atau tidak visual seperti animasi 2D dan 3D, film, video, ilustrasi, fotografi, dan musik. Berikut dasar-dasar dari pembuatan *motion graphic* yakni :

- a. *Timing*, manajemen waktu dalam *motion graphic* yang biasanya terdiri atas *weight, force, gravity, dynamics, dan frictio*
- b. *Transition*, yakni peralihan dari adegan 1 ke adegan lainnya.
- c. *Sound*, membuat suatu mood yang berbeda dari *scene* satu dengan yang lain, dan juga digunakan untuk memberikan pesan yang akan disampaikan
- d. *Motion*, pergerakan dari objek, karna sejatinya *motion graphic* objeknya akan selalu bergerak
- e. *Cartooning*, pergerakan objek menjadi dinamis , sehingga membuat objek terkesan hidup
- f. *Motion Blur*, yakni bertujuan untuk menghasilkan ilusi optik sehingga membuat pergerakan menjadi lebih *smooth*
- g. *Movement*, Suatu perpindahan ataupun pergerakan.
- h. *Information and time*, Hal ini mempengaruhi tersampai atau tidaknya pesan ataupun maksud dari suatu karya, karna dalam satu karya *motion graphic* harus pastikan agar tiap komponen yang tertampil dapat terbaca dengan jelas, dan dengan pemanfaatan waktu agar penonton mudah untuk membacanya. (Ong, 2014:9-19).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Analisis 5W+1H

Berdasarkan hasil analisis yang telah digunakan yakni 5H+1H maka penulis mendapatkan hasil data yang mengacu pada apa, mengapa, siapa, dimana, kapan, dan bagaimana:

Permasalahan yang terjadi yakni perihal budaya batik yang kurang eksis sehingga mayoritas remaja kota Gresik tidak mengenal batik ini.

Mayoritas remaja di kota Gresik tidak mengenal batik ndulit yang ditakutkan budaya batik ndulit ini akan hilang. Karena anak remaja

berperan penting sebagai pionir dalam pelestarian budaya.

Tidak banyak orang yang mengenal budaya batik ndulit ini, hal ini terjadi kerena kurangnya media yang bertujuan untuk mengenalkan budaya batik ini sehingga dapat dikenal luas oleh masyarakat.(sumber: hasil menyebarkan angket).

Pada jaman sekarang media sosial menjadi kebutuhan pokok bagi anak remaja, karena sebagian besar waktunya di habiskan untuk bermain sosial media. Jadi hasil dari perancangan ini akan ditayangkan beberapa platform media sosial.

Perancangan ini dimulai pada awal bulan januari yakni mulai melakukan riset data perihal batik ndulit ini yang nantinya menjadi acuan untuk membuat perancangan ini.

Proses dalam perancangan ini diawali dengan melakukan pengumpulan data, setelah data didapatkan akan dianalisis dan setelah data dianalisis mulai membuat sketsa, proses produksi dan penayangan produk.

### 2. *Design Thinkink*

#### a) *Emphatize*

Pada tahap ini penulis melakukan pengamatan terhadap sasaran dari objek yang akan dikaji. Disini penulis diberikan kesempatan melakukan observasi dan sekaligus wawancara dengan narasumber, Ibu Siti Zainubah Budiarty atau yang kerap dipanggil Bu Arty, merupakan pengerajin batik ndulit. Hasil dari wawancara dengan narasumber menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat tidak mengenal batik ndulit khususnya anak remaja yang beliau takutkan adalah setelah beliau tidak akan ada lagi generasi yang mengenal batik ndulit dan dapat mengakibatkan batik ndulit ini akan hilang makan jaman.

#### b) *Define*

Pada tahap ini penulis akan menentukan secara spesifik penyebab mayoritas masyarakat kota Gresik tidak mengenal batik ndulit ini, diantaranya sebagai berikut :

- a. Kurangnya media yang meliput batik ini
- b. Bisa dibbilang sedikit pengetahuan masyarakat perihal budaya(khususnya batik ndulit).
- c. Kurangnya rasa menghargai budaya sehingga anak remaja tidak mau memakai batik ini.

#### c) *Ideate*

Pada tahap ini penulis masuk ditahap merumuskan konten apa saja yang akan dimasukkan dalam *motion graphic* yang telah didasari akan data-data yang didapatkan pada tahap sebelumnya. Tahap *ideate* dibagi menjadi beberapa sub bab, sebagai berikut:

1) Konsep kreatif

Topik yang akan diangkat pada *motion graphic* ini adalah batik ndulit, tujuan awal dari penelitian ini adalah mengenalkan batik ndulit ini kepada remaja kota Gresik sehingga diharapkan akan memunculkan kesadaran terhadap budaya batik ndulit ini. Karena itulah konsep kreatif yang berguna untuk visual dari produk harus familiar oleh remaja. Jadi konsep visual yang dipilih penulis adalah tema sosial media atau *platform* yang sering dipakai oleh anak remaja, yang akan dipadukan dengan *vector* yang simple sehingga mudah dipahami oleh target *audient*.

2) Isi pesan

Pesan yang hendak disampaikan adalah sejarah perihal batik ndulit, motif batik ndulit, proses pembuatan batik ndulit dan ajakan untuk mau melestarikan budaya kota Gresik.

3) Bentuk pesan

Pesan akan disampaikan secara naratif dan akan disesuaikan dengan animasi/gambar yang terdapat dalam *motion graphic*. Narasi pesan tersebut akan disampaikan secara verbal kepada khalayak sasaran. Pemilihan penyampaian pesan secara verbal dengan alasan bahwa minat membaca di masyarakat Indonesia yang tergolong rendah. (sumber: Konde.com, 2020, <https://www.konde.co/2020/03/minat-baca-orang-indonesia-paling.html/>).

4) Tema pesan

Tema dari *motion graphic* ini adalah sosial media karena target sarannya adalah remaja, jadi pada visualnya akan menampilkan beberapa platform sosial media

5) Strategi penyampaian pesan

*Motion graphic* sendiri merupakan media *audiovisual* yakni media yang tidak hanya dapat dinikmati visualnya juga dapat didengarkan penjelasannya yakni pesan yang disampaikan via *dubbing*. Sehingga dapat memaksimalkan pesan yang akan disampaikan.

d) **Prototype**

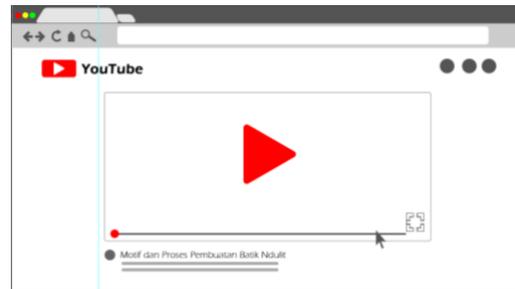
Pada tahap ini semua gagasan, ide, dan konten yang telah dirumuskan pada tahap *ideate* akan

langsung diubah ke bentuk produk. Pada tahap ini akan dibagi menjadi beberapa sub judul sebagai berikut :

1) Konten Visual

Penyampaian pesan dalam produk *motion graphic* yakni melalui visual atau grafis yang berbentuk *vector*. Penulis akan membuat beberapa visual yang dapat mendukung isi konten dalam produk *motion graphic* ini.

Berikut contoh aset yang nantinya akan menjadi konten visual :



**Gambar 1.** Visualisasi Youtube  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

Selain gambar diatas masih ada beberapa aset yang menjadi konten pokok dari *motion graphic* yakni :



**Gambar 2.** Visualisasi Kebudayaan  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)



**Gambar 3.** Batik Motif Ikan Bandeng  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)



**Gambar 4.** Visualisasi Bersatu  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

## 2) Tipografi

Selain penyampaian pesan melalui gambar dalam *motion graphic* penyampaian pesan juga melalui tulisan. Dalam motion ini penulis menggunakan *ITC eras*. Menurut Ambrose (2005:54) mengatakan bahwa karakter huruf sans serif yang rounded atau huruf dengan ujung bulat, memiliki kesan santai, nyaman, dan menarik pada visual berikut berwujudannya :

ABCDEFGHIJKLMNO  
abcdefghijklmnpqrst  
1234567890 (!@#\$%?)  
LegionFonts.com

**Gambar 5.** ITC Eras  
(Sumber: www.legionfonts.com, 2021)

## 3) Motion Graphic

Video pengenalan batik ndulit yang berbentuk *motion graphic* yang memiliki durasi 5 menit 20 detik ini akan ditayangkan di beberapa platform sosial media yang di antaranya *Instagram, Facebook, dan Youtube*. Motion ini terbagi dari sekian scene, Berikut penjelasan tiap scene pada *motion graphic* ini

### Scene 1

Pada scene yang berdurasi 5 detik yang dimunculkan di 00.00-00.05 menit. Pada scene ini berisi tentang opening *motion graphic*

### Scene 2

Pada scene yang berdurasi 32 detik yang dimunculkan di menit 00.05-00.37. Pesan yang disampaikan pada scene ini adalah: "Menjelaskan batik merupakan warisan budaya yang telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai warisan budaya non bendawi dan menjelaskan beberapa kota dengan kultur batik ", Dengan visual orang yang sedang membaca buku.



**Gambar 5.** Perwujudan Scene 2  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

### Scene 3

Pada scene yang berdurasi 7 detik yang dimunculkan di menit 00.37-00.44. Scene ini merupakan penghubung antara scene 2 dengan scene 4. Dengan visual peta negara Indonesia lalu zoom ke wilayah kota Gresik. Berikut perwujudan dari scene 3



**Gambar 6.** Perwujudan Scene 3  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

### Scene 4

Pada scene yang berdurasi 18 detik yang dimunculkan di menit 00.44-01.02. Pesan yang disampaikan pada scene itu adalah: "Menjelaskan secara singkat kota Gresik dan menyebutkan beberapa kebudayaan dari kota Gresik, yaitu damar kurung, pasar bandeng, dan batik ndulit". Dengan visual kota. Berikut perwujudan dari scene 4.



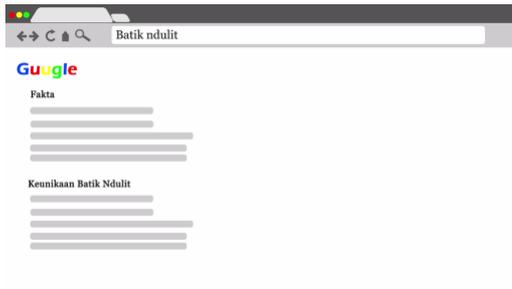
**Gambar 7.** Perwujudan Scene 4

# “Perancangan Motion Grafik untuk Mengenalkan Batik “Ndulit” Khas Kota Gresik”

(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

## Scene 5

Pada *scene* yang berdurasi 33 detik yang dimunculkan di menit 01.02-01.35. Pada *scene* ini berisi tentang penjelasan perihal “Penjelasan perihal sejarah dan keunikan dari batik ndulit”, Berikut perwujudan dari scene 5.



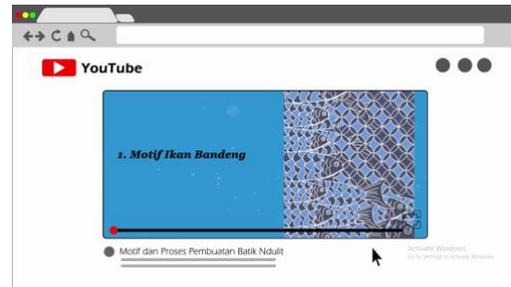
**Gambar 8.** Perwujudan Scene 5  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

## Scene 6

Pada *scene* yang dimunculkan di menit 02.02-05.00. Pada *scene* ini berisi tentang penjelasan perihal “Penjelasan perihal motif batik ndulit, yaitu ada motif ikan bandeng, rusa bawean, dan proses pembuatan batik ndulit, yakni dimulai dari proses pembuatan sketsa motif, lalu proses mencanting, selanjutnya proses pewarnaan, lalu proses nembok dan lalu proses pengeringan”, Dengan visual media sosial Youtube yang memiliki makna sebagai media informasi. Berikut perwujudan dari scene 6.



**Gambar 9.** Perwujudan Scene 6.1  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)



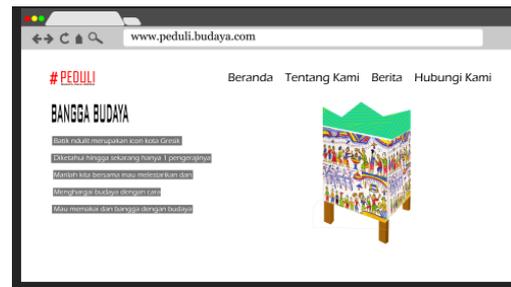
**Gambar 10.** Perwujudan Scene 6.2  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)



**Gambar 11.** Perwujudan Scene 6.3  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

## Scene 7

Pada *scene* yang dimunculkan di menit 04.50-05.10. Pesan yang disampaikan pada *scene* ini adalah: “Berisi tentang kalimat ajakan untuk melestarikan budaya batik ndulit”. Dengan visual halaman *website*. Berikut perwujudan dari scene 7



**Gambar 12.** Perwujudan Scene 7  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

## Scene 8

Pada *scene* yang muncul di menit 05.10-05.15. Berisi tentang “kalimat ajakan untuk melestarikan budaya”. Berikut perwujudan dari scene 8.



**Gambar 13.** Perwujudan *Scene 8*  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

### **Scene 9**

Pada *scene* yang muncul di menit 05.15-05.20. Berisi tentang *closing motion graphic* yang didalamnya memuat beberapa pihak yang ikut ambil peran dalam kesuksesan pembuatan *motion graphic* ini (baik dalam sisi pemberian data ataupun sisi penilaian).



**Gambar 14.** Perwujudan *Scene 9*  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

#### **4) Media Pendukung**

Tidak hanya motion, dalam perancangan ini menghasilkan media pendukung yang berupa poster. Poster ini akan berisi konten yang serupa dengan *motion graphic*, poster ini akan di publikasikan secara *online*, yakni melalui medai sosial.



**Gambar 15.** Poster Batik Ndulit  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

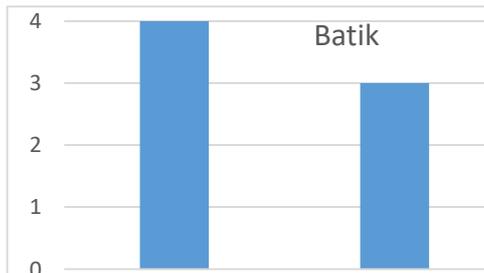
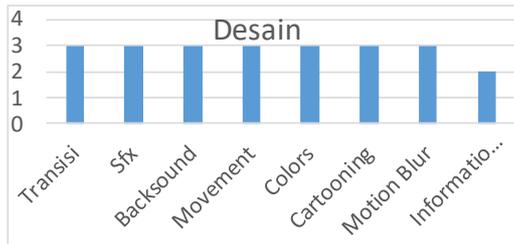
#### **e) Test**

Pada tahap ini penulis akan melakukan kegiatan penilaian terhadap produk *motion graphic* yang telah di buat, yang akan divalidasi oleh validator yang sudah ditentukan terlebih dahulu yakni Siti Munafilah dan Ibu Siti Zainubah Budiarty. Tahap penilaian ini dilakukan pada tanggal 25 Juni 2021.

Melakukan penilaian guna mengukur keefektifan media yang telah di buat, yakni dengan menyebarkan angket yang ditujukan kepada target audient pada tanggal 22 Juli 2021.

#### **Penilaian**

Dalam perancangan video pengenalan yang berupa *motion graphic* yang berisi tentang batik ndulit yang nantinya akan ditayangkan melalui beberapa *platform* sosial media. Dari hasil yang diperoleh dari penilaian dari validator mendapat penilaian baik dan sesuai dengan konsep permasalahan yang telah dikaji.



**Gambar 15.** Grafik Test  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

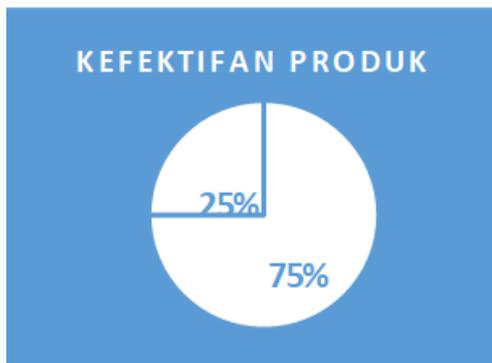
Diatas merupakan grafik dari hasil penilaian yang telah dinilai oleh validator terhadap *motion graphic* yang telah dibuat oleh penulis. Dapat dilihat perolehan nilai dari rentang nilai 3.09 bisa diinterpretasi penilaian yang diberi oleh validator tergolong baik. Perincian hasil penilaian dari validator mendapat nilai 34 Skor yang telah didapatkan akan dihitung rata-ratanya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Skor rata - rata} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah aspek penilaian}}$$

Jadi berikut bila nilai yang didapatkan dari validator dimasukkan kedalam rumus diatas

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{34}{11} = 3.09$$

Skor yang didapatkan yakni 3.09 berdasaeakan tebal yang telah ditentukan diawal. Nilai tersebut tergolong masuk di kriteria layak yakni pada rentang nilai 2,51-3.50.



**Gambar 16.** Grafik Test Keefektifan Produk  
(Sumber: Dok. Perancang, 2021)

Sedangkan penilaian guna menguji keefektifan karya yang ditujukan kepada target audience. Mendapatkan 15 dari 20 responden menyatakan setuju perihal keefektifan produk. Sehingga produk bisa langsung di *realse* khalayak.

### SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan perancangan video pengenalan batik ndulit yang berupa *motion graphic* yang di tayangkan secara *online* memperoleh hasil yang baik dari validator, yakni mendapat penilaian 3.09 yang telah memasuki kategori layak. Dengan adanya produk ini diharapkan masyarakat kota Gresik khususnya anak remaja tahu, mau dan sadar akan kebudayaan batik ndulit ini sehingga dapat tetap eksis sampai dimasa yang akan datang.

Diketahui cara penilaian perancangan ini dilakukan secara *daring* atau *online* dengan cara *online* dan tidak akan dilakukan penelitian lanjutan karena situasi yang sedang terjadi yakni pandemi ini sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian yang lebih jauh lagi. Saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti perihal topik yang serupa untuk melakukan penelitian yang lebih jauh yakni melakukan wawancara dan observasi langsung ke industrinya langsung, karena penulis hanya dapat melakukan wawancara saja namun tidak dapat melakukan observasi langsung ke industrinya dikarena sedang ada kendala dari pemilik industri. Karena hal tersebut bisa membuat memaksimalkan data yang diperlukan untuk mempermudah perancangan yang akan dibuat.

### REFERENSI

- Arif, Muhammad Budiman S. 2017.”Keefektifan Bimbingan Klasikal Berbantuan Mdia *Audio Visual* Terhadap Pernikahan Dini”. Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia. Vol. 2 No.2, pp. 1-5.
- Arlyani, Rezky Putri. 2020.”Perancangan *Motion Graphic* Tentang Pencegahan Penyakit Diare di SD Bhayangkara Porong Sidoarjo”. Jurnal Barik. Vol. 1 No.3, pp. 1-25.

- Azmi, Fakhri Indrayana, Denny Setyafi. 2018. "Perancangan *Motion Graphic* Sebagai Upaya Pengenalan Profesi Bidang Teknologi Maritim FTK ITS Untuk Siswa SMA". *Jurnal Sains dan Seni*. Vol. 7 - : hal. 61-67
- Bateman, John Remon, dkk. 2018. Model Design Thinking pada Perancangan Aplikasi Mobile Learning. (Online), (<https://osf.io/hxpyzr/download>, diakses 9 Juni 2021)
- Choiril, Nugra Umam. 2016. Perancangan *Motion Graphic* Pengenalan Batik Gemawang Khas Kabupaten Semarang. Skripsi. Yogyakarta: ISI Yogyakarta.
- Juwita, Ratna. 2018. "Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Pembelajaran Untuk Pengenalan Tata Surya Pada PT. Penerbit Erlangga". *Jurnal Sains dan Seni*. Vol. 7 - : hal. 1-7
- Lutfi, Muhammad Lazuardi. 2019."Design Thinking David Kalley & Tim Brown : Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek". *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 2 No.1, pp. 1-11.
- Ong, Edward Arif H. 2014. *Perancangan Komunikasi Visual Animasi Edukasi Jakarta Kita*. Jakarta: Binus.
- Rakhman, Ananda Wakhid. 2017."Keefektian Penggunaan Maedi Audiovisual Pada Pembelajaran Menulis Puisi Siswa Kelas X SMA Negeri 16 Makasar". *Jurnal Barik*. Vol. 1 No.3, pp. 213-225.
- Satya, Dyah Yoga. 2010. "Penurunan Rasa Cinta Budaya dan Nasionalisme Generasi Muda Akibat Globalisasi". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13 No. 6, pp. 76–90.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.  
<https://amp.kompas.com/nasional/read/2017/10/02.081440212-oktober-2009-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-dari-indonesia> (diakses pada 30 Juni 2021).
- <https://fitinline.com/article/read/batik-gresik/>. (di akses pada tanggal 22 Juli 2021).
- <https://inigesik.com/serba-serbi-batik-gresik/>. (di akses pada tanggal 22 Juli 2021).
- <https://medium.com/@murnitelaumbanua98/5-tahap-design-thinking-menurut-stanford-d-school-e06f871c45c9> (diakses pada tanggal 28 Maret 2021).
- <https://www.dafideff.com/2016/01/pengertian-motion-graphics-dan-cara-membuatnya.html>(diakses (diakses pada tanggal 15 Febuari 2021).
- <https://www.cias.co/post/apa-itu-design-thinking> (diakses pada tanggal 2 April 2021).
- <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process> (diakses pada tanggal 29 Maret 2021).
- [www.legionfonts.com /ITC eras](http://www.legionfonts.com/ITC_eras), (diakses pada tanggal 20 juni 2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=NPQ594jgO> MQ. (di akses pada tanggal 22 Juli 2021).