

# Perancangan *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi Batik Sampan Pesona Minang

Febri Salman<sup>1\*</sup>, Anin Ditto<sup>2</sup>, Eva Yanti<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang  
febrisalman29@gmail.com

## Abstrak

Batik Sampan Pesona Minang adalah UKM Batik di Kota Pariaman yang menawarkan motif khas seperti *Tabuik*, *Ombak Lauik*, dan *Baruak Mamanjek Karambia*, diproduksi dengan teknik batik tulis dan teknik cap. Promosi yang hanya mengandalkan media sosial *Instagram* dengan konten yang kurang terkelola menjadi tantangan utama. Solusi berupa *Motion Graphic* dirancang dengan teknik *Mixed Media* yang memadukan elemen visual secara kreatif, mengusung konsep *modern*, *emphasis*, dan *simple*. Media ini dilengkapi dengan karakter 3D yang mengenakan pakaian bermotif kain Batik Sampan Pesona Minang. Metode perancangan dengan teknik pengambilan data, observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik perwujudan dimulai dengan pembuatan *storyboard*, sketsa pakaian, *virtual fitting*, pembuatan aset ilustrasi, *modelling* 3D, *animate*, dan tahap akhir penyesuaian musik pendukung untuk memperkuat suasana dan pesan dalam *Motion Graphic*. Hasil perancangan karya berupa *Motion Graphic* Batik Sampan Pesona Minang, poster, banner, brosur, *feed instagram*, *packaging* produk dan *merchandise*.

**Kata Kunci:** Perancangan, Promosi, Batik Sampan Pesona Minang, Motion Graphic

## PENDAHULUAN

Dalam promosi online, desain grafis memiliki peranan besar dalam menarik perhatian audiens. Seperti yang dikatakan oleh Ulya, dkk (2022:327), visual yang menarik dapat menguntungkan suatu perusahaan dan membantu audiens mengingat informasi lebih efektif. Media sosial menjadi platform utama yang digunakan UKM untuk menampilkan produk mereka melalui visual yang menarik, seperti katalog digital. Penggunaan desain komunikasi visual tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Batik Sampan Pesona Minang, didirikan oleh Dedek Andika pada tahun 2019 di Kota Pariaman, Sumatera Barat, memproduksi batik dengan teknik tulis dan cap. Produk ini memiliki ciri khas motif *Tabuik*, *Ombak Lauik*, dan *Baruak Mamanjek Karambia* yang menggambarkan budaya serta keindahan alam Pariaman. Batik Sampan Pesona Minang telah menjual produknya ke beberapa instansi pemerintahan sebagai seragam dinas. Namun, menurut hasil wawancara dengan Dedek Andika (27 Juli 2023), promosi masih terbatas pada *Instagram* dan belum dikelola secara optimal menggunakan ilmu desain grafis.

Kurangnya strategi promosi yang tepat membuat Batik Sampan Pesona Minang sulit bersaing dengan kompetitor yang telah memanfaatkan media promosi yang lebih profesional dan informatif. Selain itu, sistem informasi dan pemasaran yang lemah menyebabkan produk ini kurang dikenal di luar daerah. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak konsumen.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah penggunaan *Motion Graphic* sebagai media promosi. *Motion Graphic* adalah teknik desain grafis yang menggabungkan elemen grafis, animasi, dan suara untuk menciptakan komunikasi visual yang dinamis. Menurut Kusumandyoko, Tri Cahyo (2022:50), media promosi yang menarik dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada konsumen. Dengan mengadopsi strategi ini, Batik Sampan Pesona Minang dapat lebih dikenal luas dan mampu bersaing di pasar batik lokal maupun nasional.

## METODE

### Pengumpulan Data

Observasi selama satu bulan di rumah produksi Batik Sampan Pesona Minang di Kota Pariaman menunjukkan bahwa promosi melalui *Instagram* belum optimal. Konten kurang konsisten, masih memuat foto pribadi, dan belum memanfaatkan desain grafis menarik. Batik ini dibuat dengan teknik batik tulis dan cap, mengusung motif khas seperti *Tabuik*, *Ombak Lauik*, dan *Baruak Mamanjek Karambia*. Meski memiliki nilai budaya tinggi, strategi promosi perlu diperbaiki agar lebih profesional dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Wawancara dengan pemilik, Dedek Andika, mengungkapkan bahwa penjualan masih didominasi oleh pesanan instansi pemerintah, sementara promosi hanya dilakukan secara sederhana melalui media sosial dan jaringan pertemanan. Strategi

promosi belum terarah, sehingga pesanan dari media sosial masih minim, meskipun batik ini memiliki potensi besar di bidang fashion.

Kuesioner online yang diikuti 103 responden menunjukkan bahwa 98,1% tertarik menggunakan batik, tetapi 84,5% belum mengetahui Batik Sampan Pesona Minang. Sebanyak 99% responden menilai promosi perlu ditingkatkan. Mayoritas responden berusia 18–24 tahun, mengindikasikan perlunya strategi pemasaran yang lebih luas dan efektif untuk meningkatkan kesadaran dan daya saing batik ini.

### Analisis Data

Dalam segmentasi demografis, Batik Sampan Pesona Minang menargetkan masyarakat berusia 20 hingga 45 tahun yang memiliki daya beli stabil serta menghargai estetika dan seni batik tulis. Audiens ini umumnya memiliki pendidikan menengah hingga perguruan tinggi dan berasal dari kalangan ekonomi menengah hingga atas, yang lebih cenderung berinvestasi dalam produk berkualitas tinggi dan bernilai seni.

Dari sisi psikografis, produk ini menyasar individu yang menyukai fashion, bekerja di sektor perkantoran atau bisnis, serta menginginkan pakaian yang elegan, rapi, dan mewah. Selain itu, batik ini juga ditujukan bagi mereka yang menggunakan batik sebagai seragam atau pakaian formal dalam acara resmi.

Secara geografis, target pasar berfokus pada Sumatera Barat dengan cakupan yang lebih luas ke seluruh Indonesia. Untuk menjangkau lebih banyak konsumen, strategi promosi dan distribusi perlu dioptimalkan, terutama melalui media digital, agar produk dapat lebih dikenal di tingkat lokal, nasional, hingga internasional.

Dalam analisis SWOT, Batik Sampan Pesona Minang memiliki kekuatan dalam motif khasnya yang mencerminkan budaya Kota Pariaman, seperti Tabuik, Baruak Mamanjek Karambia, dan Ombak Lauik. Selain itu, kualitas batiknya mampu bersaing di pasaran. Namun, kelemahannya terletak pada promosi yang masih minim dan kurang konsisten, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan identitas brand. Interaksi yang rendah di media sosial juga menyebabkan banyak calon pelanggan belum mengenal batik ini.

Peluang yang dimiliki cukup besar, mengingat jumlah pesaing di Kota Pariaman dan Sumatera Barat masih terbatas. Batik ini juga telah digunakan sebagai pakaian dinas di berbagai kantor pemerintahan dan memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan produk serupa di wilayah tersebut.

Meski begitu, ancaman tetap ada, terutama dari pesaing yang menawarkan harga lebih murah dan produk batik siap pakai yang dapat mengurangi daya tarik pasar terhadap Batik Sampan Pesona Minang. Oleh karena itu, strategi promosi yang lebih kuat, peningkatan interaksi di media sosial, dan perluasan jangkauan pemasaran menjadi langkah penting untuk memperkuat posisi di industri batik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Perancangan

#### a. Konsep Verbal

Konsep Verbal pada karya Motion Graphic produk Batik Sampan Pesona Minang yaitu memberikan informasi yang terkait dengan produk batik sampan dengan deskripsi, bahasa dan cara penyampaian yang dikemas dalam bentuk Motion sehingga lebih atraktif, dengan tujuan memberikan pengalaman baru kepada target audiens dalam mendapatkan informasi tentang produk batik.

#### b. Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan motion graphic untuk promosi Batik Sampan Pesona Minang mengusung tiga elemen utama, yaitu modern, emphasis, dan simple, dengan tetap mempertahankan kekuatan budaya Kota Pariaman. Pendekatan ini menggunakan teknik mixed media untuk menciptakan visual yang menarik dan relevan bagi audiens digital masa kini.

Konsep modern diwujudkan melalui penggunaan motion graphic dengan teknik mixed media yang menggabungkan motion 2D dan 3D, video live-action, serta ilustrasi. Pendekatan ini memberikan tampilan visual yang segar, dinamis, dan interaktif, memungkinkan penyampaian informasi yang lebih efisien dan menarik.

Penekanan visual difokuskan pada motif khas Batik Sampan Pesona Minang, seperti Tabuik, Ombak Lauik, dan Baruak Mamanjek Karambia, yang mencerminkan budaya Kota Pariaman. Teknik animasi dimanfaatkan untuk menonjolkan detail motif, sehingga audiens dapat dengan mudah mengenali karakteristik batik ini. Selain itu, karakter 3D dengan pakaian batik ditampilkan untuk menunjukkan bagaimana motif-motif ini dapat diterapkan dalam fashion sehari-hari.

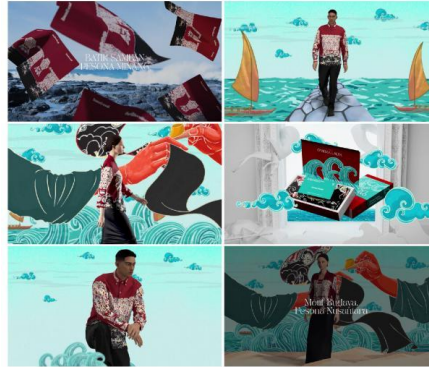
Sementara itu, konsep sederhana diterapkan dengan elemen desain minimalis yang menjaga fokus pada Batik Sampan Pesona Minang. Desain yang bersih dan elegan memastikan informasi dapat disampaikan dengan jelas tanpa

mengurangi estetika visual. Kesederhanaan ini memungkinkan audiens lebih mudah mengapresiasi keindahan motif batik, kualitas produk, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

**Hasil dan Analisis Karya**

a. Media Utama (*Motion Graphic*)

Media utama adalah Motion Graphic dalam “Perancangan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Batik Sampan Pesona Minang” yang akan diunggah di media sosial untuk keperluan promosi. Pengkarya membuat 3 Motion Graphic, yaitu Motion motif batik Ombak Lauik, Motion motif Baruak Mamanjek Karambia, dan Motion motif batik Tabuik



Gambar. 1 *Motion Graphic* Batik Sampan Pesona Minang

b. Media Pendukung

1. Poster

Poster ukuran A2 memberikan ruang luas untuk menampilkan detail kain batik dengan latar belakang model 3D berwarna putih yang mewakili motif kain. Pendekatan ini menonjolkan motif, tekstur, dan kualitas kain, menciptakan citra eksklusif dan profesional untuk Batik Sampan Pesona Minang.

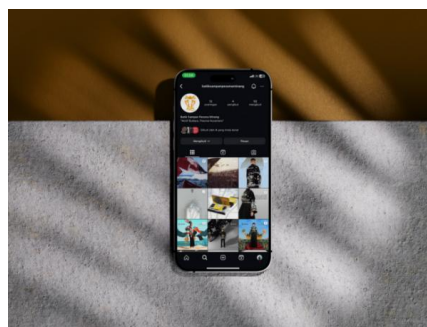


Gambar. 2 Poster Batik Sampan Pesona Minang

Warna netral putih digunakan untuk menghadirkan kesan elegan dan menjaga fokus pada keindahan produk. Poster juga dilengkapi elemen teks seperti tagline, logo, dan informasi Instagram Batik Sampan Pesona Minang untuk mendukung promosi.

2. *Feed* Instagram

Feed Instagram digunakan untuk menginformasikan produk dan motif Batik Sampan Pesona Minang. Warna yang diterapkan berasal dari aset yang telah diproduksi, menciptakan tampilan yang konsisten dan menarik. Feed dibuat dengan ukuran 1:1 dan resolusi 1080x1080 piksel untuk memastikan kualitas visual yang optimal dalam media promosi.



Gambar. 3 *Feed* Instagram Batik Sampan Pesona Minang

### 3. Banner

*Banner* horizontal berukuran 161 cm x 65 cm menampilkan desain kain batik berterbangan dengan latar belakang 3D, menciptakan kesan dinamis dan artistik. Background 3D yang merepresentasikan motif batik memperkuat narasi visual dengan tampilan modern tanpa mengurangi fokus pada produk.



Gambar. 4 *Banner* Batik Sampan Pesona Minang

Warna netral putih digunakan sebagai latar untuk menonjolkan motif batik berwarna, menciptakan kontras yang menarik perhatian. Tagline "Motif Budaya, Pesona Nusantara" memperkuat pesan visual, menegaskan batik sebagai representasi budaya Indonesia yang kaya pesona.

### 4. Brosur

Media Brosur menampilkan tiga produk kain batik dengan motif khas Batik. Tata letak dirancang seimbang, menonjolkan setiap kain dengan deskripsi singkat tentang makna dan filosofi motif, memberikan nilai edukatif bagi pembaca.



Gambar. 5 Brosur Batik Sampan Pesona Minang

Brosur mencantumkan informasi singkat tentang UKM Batik Sampan Pesona Minang serta barcode Instagram, memudahkan calon pembeli terhubung langsung dengan media sosial, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

### 5. Packaging

*Packaging* kain batik Batik Sampan Pesona Minang dirancang dengan ilustrasi yang mewakili motif khas, seperti ombak laut, monyet, dan *Tabuik*, menciptakan keselarasan antara isi dan tampilan luar. Desain ini menambah nilai cerita, membuat pelanggan lebih terhubung dengan filosofi di balik setiap motif.



Gambar. 6 *Packaging* Batik Sampan Pesona Minang

Kemasan individual digunakan untuk membedakan setiap kain, memberikan pengalaman eksklusif dan personal bagi pembeli, sekaligus meningkatkan daya tarik dan nilai estetika produk.

## KESIMPULAN

“Perancangan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Batik Sampan Pesona Minang” dirancang sebagai solusi promosi yang efektif bagi UKM Batik Sampan Pesona Minang. Media ini menghadirkan simulasi pakaian batik, memberikan visualisasi nyata kepada konsumen tentang bagaimana kain batik dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Perancangan Motion Graphic ini menjadi kebutuhan bagi Batik Sampan Pesona Minang dalam meningkatkan efektivitas promosi. Inovasi ini menawarkan solusi terhadap tantangan promosi dengan menciptakan daya tarik visual yang lebih kuat, sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan konsumen ke media sosial mereka. Karya ini tidak hanya mencakup Motion Graphic untuk Instagram, tetapi juga dilengkapi dengan media pendukung seperti poster, banner, feed Instagram, brosur, packaging, yang dirancang untuk menunjang upaya promosi secara menyeluruh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Wahyu. 2021. Perancangan Media Promosi CV. Pesona Interior Padang Panjang. *Skripsi*. Padang Panjang: Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
- Anggraini, S, Lia & Kirana. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Ainunnisa, Nur Ayu. 2020. Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra. *Jurnal*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Arini, Asti M., & Ambar, B. (2011). *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta. Andi Offset
- Babin, Zikmund. 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Salemba empat
- Baskara, I. W. D., Wibawa, A. P., & Putraka, A. N. A. 2022. Perancangan Desain Komunikasi Visual Untuk Mempromosi Kopi Bubuk Bali Cap Mutiara Desa Batungsel, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Bapuan. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*
- Daud, D. 2013. Promosi dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*,
- Herwandi, Lindayanti, Dosen FIB Unand, Batik di Pariaman. "Industri Batik di Sumatera Barat (Perspektif Sejarah): Kebutuhan Pasar Besar Namun Kemampuan Produksi Kecil."
- Kusumandyoko, Tri Cahyo. 2022 Perancangan Media Promosi Batik Abhista Tuban. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Musman, A. 2011. *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Indonesia: G-Media..
- Mulya, Jennifer Rahmatul, 2022, Perancangan Media Promosi Destinasi Lima Puluh Kota. *Skripsi*. Padang Panjang: Institut Seni Indonesia Padang Panjang.
- Raden, R. Z. S. S. S., Ida Ayu, D. K. A., & Putu, W. S. P. (2022) Perancangan Media Promosi Untuk Pondok Makan Sari Mertha di Badung. *Jurnal*. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar
- Rustan, S. 2008. *Layout dasar dan penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana: elemen-elemen seni dan desain*. Yogyakarta: Jalasutra,
- Ulya, F., & Nathalia, D. A. December 2022. Perancangan Gaya Visual Desain *Instagram* Untuk Vila ZamZam. In Proceeding Seminar Nasional Teknologi Cetak Dan Media Kreatif (TETAMEKRAF). Yogyakarta: Andi Offset
- Krasner, J. 2008. *Motion Graphic Design Applied Historic and Aesthetics*. Oxford:
- Elsevier Agil Kurniawan, Fadhli. 2020. *Perancangan Motion Graphic Media Promosi online Shop Makanan Waiswayahe Semarang*. *Skripsi*. Semarang. Universitas Negeri Semarang

## WEBTOGRAFI

- [https://www.Instagram.com/p/CD8h0TDA0fd/?img\\_index=1](https://www.Instagram.com/p/CD8h0TDA0fd/?img_index=1)
- [https://www.Instagram.com/p/CIQe5BFyT79/?img\\_index=1](https://www.Instagram.com/p/CIQe5BFyT79/?img_index=1)
- [https://www.Instagram.com/damakara.official/?img\\_index=1](https://www.Instagram.com/damakara.official/?img_index=1)
- [https://www.Instagram.com/parangkencana/?img\\_index=1](https://www.Instagram.com/parangkencana/?img_index=1)
- <https://www.Instagram.com/p/CvwlYicpITv/>
- [https://www.Instagram.com/batik\\_sampan\\_pesona\\_minang/](https://www.Instagram.com/batik_sampan_pesona_minang/)

## NARASUMBER

Dedek Andika, 33 Tahun, Pemilik Batik Sampan Pesona Minang.