

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar belakang Masalah

Seiring dengan perubahan gaya hidup manusia selama Revolusi Neolitik, Gerabah adalah kerajinan tradisional berbasis tanah liat yang telah ada selama 10.000 tahun, menjadikannya salah satu warisan budaya tertua. Kebutuhan akan wadah yang berguna untuk makanan dan air tumbuh ketika manusia beralih dari berburu dan memanggang ke pertanian, yang akhirnya mengarah ke penemuan gerabah. Dengan diperkenalkannya inovasi seperti teknik mengukir, melukis, dan membakar yang memungkinkan porselen, Gerabah terus berkembang di berbagai daerah di dunia, termasuk Yunani dan Cina.

Gerabah kerajinan telah dikenal di Indonesia sejak tahun 2500-1000 SM, dan masih dianggap sebagai aspek penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama di Bali, di mana ia digunakan sebagai prop dalam upacara keagamaan. Tiga acara adat keagamaan yang menggunakan gerabah peralatan adalah ngaben, pawiwahan, metatah, dan bulanan. Gerabah peralatan yang digunakan pada upacara adat keagama di Bali adalah *payuk kedas* untuk *wadah tirta* atau *ari-ari*, *coblong* untuk *wadah tirta*, serta *cubek* untuk *wadah* tulang mayat. Karena produk gerabah ini masih banyak dibutuhkan oleh masyarakat, maka di beberapa tempat terdapat pengrajin gerabah yang masih produktif hingga saat ini. Salah satu pengrajin gerabah yang memproduksi perangkat upacara ini adalah Suarsana Gerabah yang beralamat di Desa Banyuning Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng.

Suarsana Gerabah suatu usaha kerajinan gerabah yang dikelola oleh Bapak Made Suarsana yang sebelumnya telah dirintis oleh kakeknya sejak di tahun 1985. Dan pada tahun 2001 usaha gerabah ini secara total dilanjutkan oleh Bapak Made Suarsana hingga saat ini. Yang istimewa dari usaha Suarsana Gerabah ini adalah penggunaan bahan dasar tanah liat merah dengan dicampur menggunakan tanah sawah yang berasal dari galian sedalam 2 meter. Dengan bahan tersebut terbukti bahwa gerabah buatan usaha ini memiliki daya tahan yang kuat dari pada gerabah

berbahan tanah biasa. Selain itu dari sisi kualitas keamanan bahan karena terbuat dari bahan alami produk gerabah tanah liat ini tidak akan merusak lingkungan atau mencemari lingkungan karena tidak menggunakan bahan kimia. Bapak Made Suarsana mampu memproduksi ratusan gerabah, bahkan cukup untuk memenuhi satu truk dalam sekali pengiriman. Usaha gerabahnya dipasarkan mulai dari pasar lokal hingga ke Kabupaten Bangli, Karangasem, dan Badung. Dengan cakupan pasar yang luas, omset bulanan Bapak Made Suarsana dapat mencapai antara 10 hingga 15 juta rupiah. (Made suarsana sebagai narasumber, wawancara pada 11 Mei 2024).

Meski demikian, meski memiliki sejarah yang kaya dan masa depan yang cerah, “Suarsana Gerabah” ini belum memiliki satu pun saluran promosi yang sejalan dengan kondisi pasar di era digital saat ini. Akibatnya, masyarakat di luar wilayah Buleleng Bali kurang mengetahui produknya, terutama target calon penonton di era digital. Akibatnya, usaha melewatkan kesempatan untuk memperluas kliennya dan meningkatkan pendapatan. Sejumlah besar orang tidak mengetahui tentang usaha "Suarsana Gerabah".

Untuk mengantisipasi kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan usaha gerabah “Suarsana Gerabah”, di Desa Banyuning maka pihak pengrajin perlu melakukan sosialisasi intensif dengan media kekinian yang berupa promosi melalui video yang bias diunggah di media sosial seperti instagram. Menurut Arief S.Sadiman dalam “apa itu video” (2020: 23) pengertian video adalah suatu media pengirim pesan yang dapat memperlihatkan sebuah suara dan gambar bergerak. Pesan tersebut berupa kenyataan (seperti berita atau kejadian dan peristiwa penting) maupun secara fiktif (misalnya sebuah kisah rekayasa) yang dapat mengedukasi atau hanya mempunyai sifat informasi saja. Jadi video promosi dalam hal ini merupakan suatu pengenalan terhadap usaha Suarsana gerabah yang menginformasikan penjualan produk gerabah yang disampaikan dalam bentuk video untuk memvisualisasikan gerabah-gerabah tersebut agar diketahui keberadaannya oleh audiens.

Promosi video tentang usaha suarsana gerabah ini bisa dijadikan cara yang baik untuk memperkenalkan gerabah dari usaha “Suarsana Gerabah” ini kepada

masyarakat Bali yang merata. Video promosi usaha “Suarsana Gerabah” ini akan dirancang menggunakan teknik sinematografi supaya produk gerabah dapat diperlihatkan secara lebih estetik dan fungsional. Jadi dalam proyek tugas akhir ini video promosi dirancang sebagai media utama. Sementara media pendukung promosi lainnya akan dibuatkan seperti logo, kartu nama, *flyer*, label kemasan produk, label produk papan nama dan sosial media post yang menjadi media pendukung untuk promosi usaha agar memperkuat dalam penyebaran informasi serta memperkenalkan usaha “Suarsana Gerabah” secara lebih efisien. Selain itu dalam promosi tersebut memiliki tujuan dan harapan agar nantinya usaha “Suarsana Gerabah” menjadi semakin maju dan dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Bagaimanakah merancang video promosi yang menarik untuk memperkenalkan usaha “Suarsana Gerabah” kepada masyarakat secara luas?
- b. Bagaimanakah merancang media promosi penunjang lainnya seperti logo, kartu nama, *flyer*, label kemasan produk, label produk, papan nama dan sosial media post sebagai media pendukung.

1.3 Tujuan Perancangan

- a. Untuk merancang video promosi yang menarik untuk memperkenalkan usaha “Suarsana Gerabah” agar dikenal oleh masyarakat.
- b. Untuk merancang media promosi desain komunikasi visual lainnya seperti logo, kartu nama, *flyer*, label kemasan produk, label produk, papan nama dan sosial media post sebagai media pendukung.

1.4 Manfaat Perancangan

a. Manfaat bagi Masyarakat

Masyarakat Buleleng dan sekitarnya akan diinformasikan tentang keberadaan "Suarsana Gerabah" di Banyuning, Singaraja melalui video promosi.

b. Manfaat Pengembangan Ilmiah

Laporan desain akhir ini akan menjadi sumber informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa yang mencari informasi tentang desain media video promosi keramik, dari tahap ide hingga praproduksi, produksi, dan produksi rilis. Laporan ini dimaksudkan untuk menjadi.

c. Manfaat bagi Mahasiswa

Mahasiswa akan mendapatkan wawasan dan pengalaman untuk mengasah kemampuan problem solving dalam mendesain media periklanan untuk perusahaan “Suarsana Gerabah”. Selain itu, hal ini akan meningkatkan kreativitas siswa dalam mengembangkan usaha kerajinan yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis.

1.5 Sasaran/Target Perancangan

Target atau sasaran perancangan media promosi usaha gerabah “Suarsana Gerabah” adalah masyarakat Buleleng, Bali dan sekitarnya yang membutuhkan peralatan berbahan Gerabah sebagai kebutuhan upacara keagamaan.

