

ABSTRAK
PERANCANGAN PROMOSI
SANDAL KELOM GEULIS TASIKMALAYA DI BANDUNG

Oleh
Matthew Anthonny Gunawan
NRP:1064008

Sandal kelom geulis Tasikmalaya merupakan sandal buatan lokal yang diproduksi di Tasikmalaya. Kelom geulis Tasikmalaya memiliki nilai kebudayaan yang tinggi yang dapat dilihat dari motif khas *Parahyangan* yang terdapat pada kelom geulis Tasikmalaya. Pada jaman dahulu sandal kelom geulis merupakan sandal yang sangat diminati oleh penduduk Tasikmalaya dan sekitarnya. Namun seiringnya perkembangan jaman, sandal kelom geulis sudah mulai tidak diminati. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan wanita terhadap sandal kelom geulis Tasikmalaya, dan mulai banyaknya sandal berbahan plastik dan karet yang lebih diminati oleh wanita Bandung

Maka dari itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk mempromosikan sandal kelom geulis Tasikmalaya, khususnya kepada wanita berusia 25 hingga 30 tahun di daerah Bandung agar mereka mengenal dan membeli sandal kelom geulis Tasikmalaya. Manfaat dari perancangan ini adalah untuk membuat wanita Bandung mau mengenal dan mengenakan sandal kelom geulis Tasikmalaya, hal ini dikarenakan fashion merupakan salah satu aspek yang menentukan identitas nasional.

Metode yang digunakan adalah dengan membuat informasi dan event menggunakan media majalah Femina, media sosial Instagram, Website, dan didukung dengan Gimmick. Melalui perancangan promosi sandal kelom geulis Tasikmalaya ini, diharapkan para wanita dewasa muda Bandung akan dapat memakai sandal kelom Geulis Tasikmalaya.

Kata kunci : Bandung Kelom Geulis Tasikmalaya Promosi Sandal Wanita

ABSTRACT

PROMOTION DESIGN OF KELOM GEULIS SANDALS TASIKMALAYA IN BANDUNG

Matthew Anthonny Gunawan
NRP:1064008

Kelom Geulis sandals Tasikmalaya are locally-made sandals produced in Tasikmalaya. Kelom Geulis Tasikmalaya has a high cultural value as seen in the typically Parahyangan pattern on the sandals.

Long time ago, Kelom Geulis sandals was popular among the residents of Tasikmalaya and its surroundings. Unfortunately, with the course of time, they have grown less and less popular. The reason is that women hardly know their existence. To make things worse, women in Bandung grow have favoured plastic and rubber footwear more.

Bearing that in mind, this design aims to promote Kelom Geulis sandals Tasikmalaya, particularly among ladies of 25 to 30 years of age living in the Bandung area, so that they become familiar with the product and will buy them. The benefit of this design is to make women in Bandung prefer Kelom Geulis Tasikmalaya sandals to import footwear, since fashion is one of the aspects which determines one's national identity.

The method used is passing information and making events using the Femina magazine, Instagram social media, website and billboards. Through this design it is hope that young ladeis in Bandung will wear Kelom Geulis Tasikmalaya sandals.

Keywords: *Bandung, Kelom Geulis Tasikmalaya*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORSINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3. Tujuan Perancangan.....	2
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	2
1.5. Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Promosi	5
2.1.1. Definisi Promosi	5
2.1.2. Jenis Promosi.....	5
2.2. Desain Komunikasi Visual.....	6

2.2.1. Pengertian Komunikasi.....	6
2.2.2. Pengertian Desain Komunikasi Visual	7
2.2.3. Elemen Desain Komunikasi Visual	8
2.3. Warna	9
2.4. Nasionalisme	10
2.5. Masa Dewasa Dini	11
2.5.1. Domain Perilaku	11
2.6. Etnik	12
2.7. Modernisasi	13
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	14
3.1. Data dan Fakta.....	14
3.1.1. Perusahaan/Lembaga yang Terkait.....	14
3.1.2. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi	14
3.1.3. Data Tentang Gejala atau Fenomena yang Terjadi.....	16
3.1.4. Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	26
3.2. Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	28
3.2.1. Analisis STP	28
3.2.2. Analisis SWOT	29
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	30
4.1. Konsep Komunikasi	30
4.2. Konsep Kreatif	30
4.3. Konsep Verbal.....	31
4.4. Konsep Media	32

4.4.1. Strategi Media.....	32
4.4.2. Timeline.....	33
4.5. Hasil Karya.....	34
4.5.1. Logo.....	34
4.5.2. Iklan pada Instagram.....	36
4.5.3. <i>Informing</i> pada Majalah Femina.....	38
4.5.4. <i>Website</i>	39
4.5.5. <i>Gimmick</i>	43
 BAB V PENUTUP.....	 44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Menurut Laswell	7
Gambar 3.1. Logo Parekraf	14
Gambar 3.2. Proses Pembuatan Sandal Kelom Geulis Tasikmalaya	17
Gambar 3.3. Proses Pewarnaan Sandal Kelom Geulis Tasikmalaya	18
Gambar 3.4. Sandal Kelom Geulis Anyam	18
Gambar 3.5. Sandal Kelom Geulis Ukir	19
Gambar 3.6. Sandal Kelom Geulis Batik dan Ilustrasi	19
Gambar 3.7. Sandal Kelom Geulis Hak Ukir.....	20
Gambar 3.8. Sandal Kelom Geulis Modern	20
Gambar 3.9. Promosi Produk Bata.....	26
Gambar 3.10. Promosi pada Sepatu Cibaduyut	27
Gambar 3.11. Blog Mengenai Sandal Kelom Geulis Keng	27
Gambar 4.1. Konsep Warna	30
Gambar 4.2. <i>Font</i> Karya.....	31
Gambar 4.3. <i>Timeline</i>	33
Gambar 4.4. Logo Sandal Kelom Geulis Tasikmalaya	34
Gambar 4.5. Stilasi Huruf S yang Menyerupai Sandal Tumit Tinggi.....	34
Gambar 4.6. Warna Logo.....	35
Gambar 4.7. Logo Hitam Putih.....	35
Gambar 4.8. Iklan pada <i>Instagram</i> Seri Satu	36
Gambar 4.9. Iklan pada <i>Instagram</i> Seri Dua.....	37
Gambar 4.10. Iklan pada <i>Instagram</i> Seri Tiga.....	37

Gambar 4.11. <i>Informing</i> pada Majalah	38
Gambar 4.12. Info Mengenai Event pada <i>Website</i>	39
Gambar 4.13. <i>Website</i> Pembuka dan Beranda	39
Gambar 4.14. <i>Website</i> Bagian <i>Informing</i>	40
Gambar 4.15. <i>Website</i> Bagian Sejarah	41
Gambar 4.16. <i>Website</i> Bagian Lokasi	41
Gambar 4.17. <i>Web Banner</i>	42
Gambar 4.18. <i>Gimmick</i>	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Skema Perancangan	4
Tabel 3.1. Pengoleksi Sandal Wanita.....	21
Tabel 3.2. Kesan Wanita Terhadap Sandal Kelom Geulis Tasikmalaya	22
Tabel 3.3. Keinginan Wanita untuk Menenakan Sandal Kelom Geulis Tasikmalaya	23
Tabel 3.4. Pengetahuan Wanita Mengenai Sandal Kelom Geulis Tasikmalaya	23
Tabel 3.5. Sumber Informasi Sandal yang Didapatkan oleh Wanita di Bandung	24
Tabel 3.6. Persentase Rasa Nasionalisma Wanita di Bandung	25
Tabel 3.7. Jenis Desain yg Disukai oleh Wanita di Bandung	25
Tabel 4.1. Anggaran Biaya Promosi	43
Tabel 4.2. Anggaran Biaya <i>Gimmick</i>	43