

ABSTRAK

PERANCANGAN EVENT PROMOSI TENUN SUTERA BUGIS – SENGKANG

Oleh
Gabriella Valia Ciputra
1064043

Tiap suku di Indonesia mewariskan warisan budaya yang berbeda-beda. Warisan budaya dapat berupa lagu, tari maupun kain tradisional. Kain tradisional khas Indonesia yang sejak dulu ada namun sekarang tidak lagi banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah kain tenun sutera Bugis – Sengkang. Kurang dikenalnya tenun sutera Bugis – Sengkang inilah yang menjadi latar belakang perancangan promosi proyek tugas akhir ini.

Perancangan karya yang akan dilakukan berupa strategi promosi kreatif melalui perancangan media event yang sesuai dengan wanita-wanita dewasa Indonesia, yang menjadi target pasar yang dituju. Nama event yang dipilih adalah Sabbe Wastra. Sabbe Wastra bertujuan untuk mengenalkan secara lebih jauh lagi mengenai tenun sutera Bugis - Sengkang kepada masyarakat, khususnya target pasar dan setelah itu mau membeli dan menggunakan tenun sutera Bugis – Sengkang dalam kehidupan sekarang yang moderen. Media-media promosi utama yang akan digunakan adalah media cetak (majalah) dan media elektronik (internet). Media promosi ini dipilih karena banyak diakses/ digunakan dalam kehidupan sehari-hari target pasar. Event Sabbe Wastra merupakan event yang menggabungkan antara acara pameran kain tenun sutera Bugis - Sengkang, dan kegiatan amal untuk mendukung kesejahteraan para penenun sutera Bugis – Sengkang. Tema acara untuk Sabbe Wastra sendiri adalah dengan menggunakan gaya dan nuansa yang Exclusive, Modern dan Chic namun tetap menggunakan motif-motif khas tenun sutera Bugis – Sengkang. Media lain yang digunakan untuk mendukung event promosi ini adalah booklet, goodybag, backdrop event, invitation, ambient media (jembatan penyebrangan orang dan lift Plaza Indonesia).

Mengusung konsep yang kreatif, eksklusif dan modern, event Sabbe Wastra diharapkan dapat menjadi sebuah acara promosi yang dapat membawa wanita Indonesia khususnya target market, untuk lebih mengenal dan mencintai tenun sutera Bugis – Sengkang sebagai salah satu warisan tradisional Indonesia yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari yang moderen, berkelas namun tetap tidak melupakan ciri khas tradisional Indonesia.

Kata kunci: event, promosi, tenun sutera, Bugis, exclusive.

ABSTRACT
DESIGN OF STRATEGIC PROMOTION OF BUGIS - SENGKANG WOVEN
SILK, USING PROMOTIONAL EVENTS

Gabriella Valia Ciputra/1064043

Every Indonesian tribe passes on different cultural heritage. Cultural heritage may be in the form of songs, dances as well as traditional fabric. One of the Indonesian traditional fabric which has existed since long time ago but has been forgotten is the the Bugis - Sengkang woven silk. This fact becomes the background of this final project.

Creative promotion strategy through media event design which suits Indonesian women is the plan, as Indonesian women are the target market. The name of the event is Sabbe Wastra. Sabbe Wastra aims to familiarise people with Bugis - Sengkang woven silk. It is hoped that the target market will buy and wear Bugis – Sengkang woven silk in their modern daily lives.

Promotional media which will be used are printed and electronic media (magazines and the Internet). They are chosen considering the fact that they are easily accessed by the target market. The Sabbe Wastra event is an event combining a Bugis - Sengkang woven silk exhibition and a charity event to support the welfare of the Sengkang craftspeople. The theme itself is exclusive, modern and chic Bugis – Sengkang woven silk. The other media used to support this event are booklets, goodybags, event backdrop, invitation, ambient media (pedestrians' bridge and lift in Plaza Indonesia).

Upholding a creative, exclusive and modern concept, the Sabbe Wastra event is expected to become a promotion event which can bring Indonesian women as target market to know and love Bugis – Sengkang woven silk as one of the Indonesian cultural heritage and wear it in their modern, classy daily lives without forgetting the values of the Indonesian tradition.

Keywords: event, promotion, woven silk, Bugis, exclusive

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAMPIRAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Permasalahan	3
1.2.2 Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Promosi	6
2.2 <i>Event</i> dan <i>Event Marketing</i>	7
2.3 <i>Fashion</i> dan Tenun	8
2.4 Dewasa Dini dan Psikologi Dewasa Dini	11
2.5 Dewasa Madya	12

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	15
3.1 Data dan Fakta	15
3.1.1 Mandatori: Dewan Kerajinan Nasional (DEKRANAS)	15
3.1.2 Data mengenai Tenun Sutra Bugis – Sengkang	23
3.1.3 Tinjauan Karya Sejenis	45
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	48
3.2.1 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Treats</i> (SWOT)	
Perancangan Tenun Sutra Bugis – Sengkang	48
3.2.2 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Treats</i> (SWOT)	
Perancangan	49
3.2.2 Analisis <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) Perancangan	49
3.2.3 Analisis Pemecahan Masalah	51
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	 54
4.1 Konsep Komunikasi.....	54
4.2 Konsep Kreatif.....	55
4.3 Konsep Media.....	58
4.4 Hasil Karya.....	66
 BAB V PENUTUP	 85
5.1 Simpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89
DATA PENULIS	103
UCAPAN TERIMA KASIH	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 3.1 Logo DEKRANAS	15
Gambar 3.2 Logo Pemerintahan Daerah Kabupaten Wajo	18
Gambar 3.3 Logo Bank BCA	19
Gambar 3.4 Logo Plaza Indonesia	21
Gambar 3.5 Logo Majalah Dewi	22
Gambar 3.6 Logo Femina Group	22
Gambar 3.7 Contoh motif Balo Tettong (bergaris atau tegak)	26
Gambar 3.8 Contoh motif Makkalu (melingkar)	26
Gambar 3.9 Contoh motif Mallobang (berkotak kosong)	27
Gambar 3.10 Contoh motif Balo Renni (berkotak kecil)	27
Gambar 3.11 Contoh motif Bali Are	28
Gambar 3.12 Contoh motif Toraja	29
Gambar 3.13 Contoh motif Songket	29
Gambar 3.14 Aneka ragam tenun sutera Bugis – Sengkang	30
Gambar 3.15 Penenun sedang mengerjakan tenun dengan menggunakan alat tenun gedongan	31
Gambar 3.16 Alat tenun gedongan	32
Gambar 3.17 Alat tenun bukan mesin (ATBM)	32
Gambar 3.18 Alat tenun bukan mesin (ATBM)	33
Gambar 3.19 Alat tenun bukan mesin (ATBM)	34
Gambar 3.20 Diagram usia responden	35
Gambar 3.21 Diagram pendapatan perbulan	36
Gambar 3.22 Diagram tempat tinggal responden	36
Gambar 3.23 Diagram hobi responden	36
Gambar 3.24 Diagram kain Nusantara yang diketahui responden	37
Gambar 3.25 Diagram kecenderungan membeli kain untuk dijahit	37
Gambar 3.26 Diagram kecenderungan membeli atau menjahit baju sendiri	38

Gambar 3.27 Diagram pengeluaran untuk membeli kain	38
Gambar 3.28 Diagram kepentingan untuk menjahit baju	39
Gambar 3.29 Diagram desainer Indonesia terfavorit responden	39
Gambar 3.30 Diagram majalah yang paling sering dibaca oleh wanita dewasa Indonesia	39
Gambar 3.31 Diagram <i>update</i> berita untuk para responden	40
Gambar 3.32 Diagram media iklan	40
Gambar 3.33 <i>Ramadhan In Style</i>	45
Gambar 3.34 <i>Modern Interpretation of Tenun by Priyo Oktaviano</i>	46
Gambar 3.35 <i>Modern Interpretation of Tenun by Didi Budiardjo</i>	46
Gambar 3.36 <i>Modern Interpretation of Tenun by Sebastian Gunawan</i>	47
Gambar 4.1 Warna	57
Gambar 4.2 Logo event Sabbe Wastra	62
Gambar 4.3 Elemen logo	63
Gambar 4.4 <i>Print ads awareness</i> di majalah Dewi	64
Gambar 4.5 <i>Print ads informing</i> di majalah Dewi	65
Gambar 4.6 <i>Print ads cover informing</i> di majalah Dewi	65
Gambar 4.7 Iklan di tahap <i>informing</i> dalam bentuk <i>advertorial</i> di majalah Dewi	66
Gambar 4.8 Iklan di tahap <i>informing</i> dalam bentuk <i>advertorial</i> di majalah BCA Prioritas	67
Gambar 4.9 Iklan di tahap <i>informing</i> dalam bentuk <i>photo editorial</i> di majalah Dewi dan BCA Prioritas	67
Gambar 4.10 Iklan di tahap <i>informing</i> dalam bentuk <i>photo editorial</i> di majalah Dewi dan BCA Prioritas	68
Gambar 4.11 Iklan di tahap <i>reminding</i> dalam bentuk <i>photo advertorial</i> di majalah Dewi dan BCA Prioritas	73
Gambar 4.11 Iklan di tahap <i>reminding</i> dalam bentuk <i>print ads</i> di majalah Dewi dan BCA Prioritas	73
Gambar 4.13 Iklan <i>awareness</i> di situs Odioli.com	74
Gambar 4.14 Iklan <i>informing</i> dalam bentuk GIF di situs femaledaily.com	74
Gambar 4.15 Iklan <i>awareness</i> dalam bentuk Facebook <i>ads</i>	75

Gambar 4.16 Iklan <i>informing</i> dalam bentuk Facebook <i>ads</i>	75
Gambar 4.17 Tampilan <i>website</i>	77
Gambar 4.18 Video <i>ads awareness</i> di situs Youtube	78
Gambar 4.19 Video <i>ads informing</i> di situs Youtube	79
Gambar 4.20 <i>Booklet event</i> Sabbe Wastra	80
Gambar 4.21 <i>Goodybag</i> Sabbe Wastra	81
Gambar 4.22 <i>Pouch</i> Sabbe Wastra	81
Gambar 4.23 <i>Backdrop event</i> Sabbe Wastra	82
Gambar 4.24 Instalasi tenun sutera Bugis - Sengkang	83
Gambar 4.25 Tampilan <i>awareness</i> pada lift Plaza Indonesia	84
Gambar 4.26 Tampilan <i>informing</i> pada lift Plaza Indonesia	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Timeline</i> promosi	61
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	90
Lampiran B	91
Lampiran C	93