

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE BATIK CIMAHI

Oleh:

Matius Aprilianto

NRP 1064058

Perbedaan ciri khas tradisional setiap wilayah Jawa Barat saat ini sedang dalam proses bertumbuh ke arah yang lebih baik dan mempunyai tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat akan ciri khas tradisional masing-masing daerah. Didasari dengan pemikiran bahwa batik sebagai warisan budaya yang harus selalu dilestarikan dan dijaga keutuhannya, Kota Cimahi sudah berkreasi dengan menciptakan suatu seni kreatif yang dituangkan dalam bentuk kain batik khas Cimahi. Berdasarkan hasil observasi melalui wawancara dan tinjauan langsung terhadap lokasi dimana Batik Cimahi berada maka didapat data bahwa batik ini muncul dari Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekrasnada) Cimahi yang ingin menggali potensi seni budaya Cimahi. Karena adanya suatu masalah yaitu kurangnya pengenalan Batik Cimahi ini terhadap masyarakat, terutama para anak remaja yang merupakan penerus generasi bangsa yang harus ditingkatkan nasionalismenya, maka untuk mengatasi masalah tersebut dilakukan upaya membuat suatu rancangan kampanye Batik Cimahi ini ke masyarakat, khususnya anak remaja. Diharapkan dengan pembuatan kampanye Batik Cimahi ini akan membuat batik ini berkembang lebih luas dan dikenal oleh banyak masyarakat.

Kata kunci : Kampanye, Batik Cimahi

ABSTRACT

CIMAHI BATIK CAMPAIGN DESIGN

Matius/1064068

Traditional characteristics in every part of West Java is currently improving. The aim is to improve the society's knowledge of their regional characteristics.

Basing on the thought that batik is a national heritage which must always be preserved, the city of Cimahi has produced a creative art in the form batik typical of Cimahi. Personal observation and interview results show that this particular batik was created by the so-called *Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekrasnada)* Cimahi. They want to dig the art and cultural potential of Cimahi.

Since the Cimahi batik is still not recognised by the people, especially the young generation, a Cimahi Batik Campaign is designed. The hope is that the Cimahi batik will develop even further and recognised by many people.

Keywords: *campaign, Cimahi Batik*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4
BAB II. LANDASAN TEORI	6
2.1 Nasionalisme.....	6
2.2 Sasaran Kampanye.....	7
2.2.1 Saluran / media.....	8

2.3 Teori Tipografi.....	9
2.4 TeoriWarna.....	10
2.5 Teori AIDA.....	11
2.6 Psikologi Remaja 15-18 tahun.....	12
BAB III. Data dan Analisis Masalah	13
3.1 Data dan Fakta... ..	13
3.1.1 Batik Cimahi.....	14
3.1.2 Lembur Batik Cimahi.....	18
3.1.3 Fenomena yang sedang terjadi.....	20
3.1.4 Kesimpulan Hasil wawancara.....	25
3.1.5 Tinjauan Karya Sejenis.....	25
3.2 Analisis permasalahan data dan fakta.....	32
3.2.1 Segmentasi.....	32
3.2.2 Analisis SWOT.....	34
BAB IV. PEMECAHAN MASALAH.....	35
4.1 Konsep komunikasi.....	35
4.1.1 Tahap pengenalan Kampanye Batik Cimahi.....	35
4.1.2 <i>Creative Brief</i>	36
4.2 Konsep Kreatif.....	38
4.2.1 Konsep Verbal.....	38
4.2.2 Fotografi	38
4.2.3 Warna	38
4.2.4 Layout.....	39
4.2.5 Tipografi	39
4.3 Konsep Media.....	40
4.4 Hasil Karya.....	41
4.4.1 Logo.. ..	41
4.4.2 Poster.....	43
4.4.3 <i>Website</i>	47

4.4.4 Media sosial	49
4.4.5 Stiker.....	51
4.4.6 Pin.....	52
4.5 Timeline media.....	53
4.6 Budgeting	54
BAB V. Kesimpulan	
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Baju Batik Motif Cireundeu	15
Gambar 3.2 Baju Batik Motif Ciawitali	16
Gambar 3.3 Motif kujang	16
Gambar 3.4 Motif Curug Cimahi	17
Gambar 3.5 Motif Pusdik Peluru	18
Gambar 3.6 Galeri Lembur Batik Cimahi	18
Gambar 3.7 Galeri Lembur Batik Cimahi	19
Gambar 3.8 Poster Future Batik	26
Gambar 3.9 Poster Fotografi Future Batik	26
Gambar 3.10 Poster Fotografi Future Batik	27
Gambar 3.11 Poster Fotografi Future Batik	27
Gambar 3.12 Poster Fotografi Future Batik	28
Gambar 3.13 Poster Fotografi Future Batik	28
Gambar 3.14 Logo <i>event</i>	29
Gambar 3.15 Poster <i>event</i>	29
Gambar 3.16 Poster Media Internet	30
Gambar 3.17 Poster Media Internet	30
Gambar 3.18 Poster Media Internet	31
Gambar 3.19 Poster Media Internet	31
Gambar 4.1 Bentuk <i>before</i> dan <i>after</i> Logo Kampanye	42
Gambar 4.2 Seri Poster Kampanye	42
Gambar 4.3 Seri Poster Kampanye	44
Gambar 4.4 Seri Poster Kampanye	44

Gambar 4.5 Seri Poster Kampanye	45
Gambar 4.6 Seri Poster Kampanye	45
Gambar 4.7 Poster <i>Event</i>	46
Gambar 4.8 Halaman <i>home website</i>	47
Gambar 4.9 Halaman <i>our campaign</i>	48
Gambar 4.10 Halaman <i>gallery</i>	48
Gambar 4.11 Halaman <i>about</i>	49
Gambar 4.12 Halaman Instagram	50
Gambar 4.13 Halaman Instagram	50
Gambar 4.14 Halaman Instagram	51
Gambar 4.15 Stiker (<i>gimmick</i>)	52
Gambar 4.16 Pin (<i>gimmick</i>)	52
Gambar 4.17 <i>Timeline</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema perancangan.....	5
Tabel 3.1 Hasil Responden Kuesioner	20
Tabel 3.2 Hasil Responden Kuesioner	21
Tabel 3.3 Hasil Responden Kuesioner	21
Tabel 3.4 Hasil Responden Kuesioner	22
Tabel 3.5 Hasil Responden Kuesioner	22
Tabel 3.6 Hasil Responden Kuesioner	23
Tabel 3.7 Hasil Responden Kuesioner	23
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	54

LAMPIRAN

Hasil Wawancara	59
Sketsa	61