

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI *BRANDING* RUMAH BATIK LEMBANG

Oleh
Elsa Dinar Sanjaya
NRP 1064135

Sejak batik ditetapkan sebagai warisan budaya dari Indonesia oleh UNESCO tahun 2007 (Ulung, 2011 : 9), bisnis batik mengalami peningkatan yang tinggi di Indonesia, termasuk Batik Jawa Barat. Dari data yang diperoleh dari Yayasan Batik Jawa Barat, 19 dari 25 kabupaten di Jawa Barat memiliki seni khas Batik sebagai simbol dan identitas daerah, salah satunya adalah Batik Kabupaten Bandung Barat. Bisnis Batik dengan motif khas ini dapat ditemukan di Jalan Maribaya 64 A, Kecamatan Lembang, Bandung Barat, dengan nama Rumah Batik Lembang. Rumah Batik Lembang sudah didirikan sejak tahun 2007 oleh Bapak Yan Maryanto selaku pemilik. Keunikan yang dimiliki Rumah Batik Lembang terletak pada motif batik khas Lembang, seperti motif Bosscha, pinus, papatong pucuk teh, dan Sangkuriang.

Namun, berdasarkan pada hasil survei yang dibagikan kepada 100 koresponden secara *online* (docs.google.com) dengan segmentasi masyarakat Bandung, sebesar 85% koresponden mengaku tidak mengetahui keberadaan Batik Lembang. Maka dibuat suatu perancangan strategi *branding* Rumah Batik Lembang untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya Kota Bandung, bertujuan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap eksistensi Batik Lembang serta untuk mengembangkan industri kreatif lokal di Kota Bandung.

Perancangan strategi *branding* Rumah Batik Lembang ini mencakup pembuatan logo, *corporate identity*, poster *awareness*, poster *informing*, brosur, desain *web* dan media sosial, serta *gimmick* yang dibuat sesuai dengan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang telah ditetapkan. Melalui perancangan ini masyarakat dapat mengenal dan menyukai produk dari Rumah Batik Lembang sebagai suatu industri kreatif lokal Bandung.

Kata kunci : batik, *branding*, Lembang

ABSTRACT

BRANDING STRATEGY DESIGN OF RUMAH BATIK LEMBANG

***Submitted by
Elsa Dinar Sanjaya
NRP 1064135***

Since batik had approves as a cultural heritage of Indonesia by UNESCO in 2007 (Ulung , 2011: 9), batik business has increased in Indonesia , including West Java's Batik . From the data obtained from the West Java Batik Foundation , 19 of the 25 districts in West Java Batik has a distinctive art as a symbol and identity of the area, one of which is Batik West Bandung. Batik business with this motif can be found in Jalan Maribaya 64 A, Lembang, West Bandung, named Rumah Batik Lembang. Rumah Batik Lembang has been established since 2007 by Mr. Yan Maryanto as the owner. Rumah Batik Lembang has their own uniqueness such as special motif of Bosscha, Pine , Papatong (Dragonfly) Leaf Tea, and Sangkuriang.

However, according to the survey which has been distributed to 100 online correspondent (docs.google.com) by segmenting the people of Bandung, 85% correspondent claimed didn't know of the existence of Lembang Batik. This is due to the lack of branding strategy in introducing products Rumah Batik Lembang. Therefore, branding design Strategy is needed to raise public awareness of Lembang Batik, it also use for developing Bandung local creative industries.

The branding strategy design of Rumah Batik Lembang activities are logo creation, corporate identity, awareness posters, informing posters, brochures, web design, social media, and the gimmicks which is made in accordance with the segmentation, targeting and positioning has been determined. Through this design, people can get to know and like the product of Rumah Batik Lembang as Bandung local creative industries.

Key words : batik, branding, Lembang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4
 BAB II : LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Teori Promosi.....	6
2.2 Teori AIDA.....	7
2.3 Psikologi Dewasa muda.....	8
2.4 Logo.....	9
2.5 Typography.....	10
2.6 <i>Branding</i> (merk).....	11
2.7 Media.....	12
2.8 Iklan.....	13
2.9 Jenis – Jenis Iklan.....	14
2.10 Teori Website.....	15

BAB III : DATA DAN ANALISIS DATA.....	16
3.1 Data dan Fakta.....	16
3.1.1 Perusahaan / Lembaga Terkait.....	16
3.1.2 Tinjauan terhadap Proyek Sejenis.....	32
3.2 Analisis Permasalahan.....	33
 BAB IV : PEMBAHASAN KARYA.....	 36
4.1 Konsep Komunikasi.....	36
4.1.1 Target Komunikasi.....	36
4.2 Konsep Kreatif	37
4.2.1 Layout.....	37
4.2.2 Warna.....	38
4.2.3 Tipografi.....	38
4.3 Konsep Media.....	39
4.3.1 Logo.....	39
4.3.2 <i>Corporate Identity</i>	40
4.3.3 Brosur.....	41
4.3.4 Website.....	41
4.3.5 <i>Print Ad</i>	41
4.3.6 <i>Viral Ad</i>	41
4.3.7 <i>Gimmick</i>	42
4.4 <i>Budgeting</i>	42
4.5 Hasil Karya.....	43
4.5.1 Logo.....	43
4.5.2 <i>Corporate Identity</i>	45
4.5.3 <i>Poster Awareness</i>	47
4.5.4 <i>Poster Informing</i>	47
4.5.5 Brosur.....	48
4.5.6 <i>Website</i>	49
4.5.7 Media Iklan.....	49
4.5.8 Media Sosial.....	50
4.5.9 <i>Gimmick</i>	51

BAB 5 : PENUTUP.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Budgeting</i>	42
-----------	------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.1	Rumah Batik Lembang.....	16
Gambar 3.2	Suasana Rumah Batik Lembang.....	17
Gambar 3.3	Contoh Motif Batik Khas Lembang.....	18
Gambar 3.4	Logo Rumah Batik Lembang Awal.....	19
Gambar 3.5	Logo Yayasan Batik Jawa Barat.....	20
Gambar 3.6	Diagram hasil kuesioner 1.....	22
Gambar 3.7	Diagram Hasil Kuesioner 2.....	23
Gambar 3.8	Diagram Hasil Kuesioner 3.....	24
Gambar 3.9	Diagram Hasil Kuesioner 4.....	25
Gambar 3.10	Diagram Hasil Kuesioner 5.....	26
Gambar 3.11	Diagram Hasil Kuesioner 6.....	27
Gambar 3.12	Diagram Hasil Kuesioner 7.....	28
Gambar 3.13	Diagram Hasil Kuesioner 8.....	29
Gambar 3.14	Diagram Hasil Kuesioner 9.....	30
Gambar 3.15	Diagram Hasil Kuesioner 10.....	31
Gambar 3.16	Proyek Sejenis.....	32
Gambar 4.1	Font Vetka.....	38
Gambar 4.2	Font Swiss 721 Md Bt.....	39
Gambar 4.3	Font Aster.....	39
Gambar 4.4	Logo.....	43
Gambar 4.5	Logo <i>Grid</i> , Logo <i>Greyscale</i> , <i>Minimum Size</i>	44
Gambar 4.6	Kartu Nama, Kop Surat, Amplop, Hang Tag, Label baju.....	45
Gambar 4.7	Nota, <i>Paper Bag</i>	46
Gambar 4.8	Poster <i>Awareness</i>	47
Gambar 4.9	Poster <i>Informing</i>	47
Gambar 4.10	Brosur.....	48
Gambar 4.11	<i>Website</i>	49
Gambar 4.12	Media Iklan Papan Reklame dan Majalah.....	50

Gambar 4.13	Media Sosial Instagram dan Facebook.....	51
Gambar 4.14	<i>Gimmick</i>	52

