

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KAIN TENUN LOMBOK MELALUI *EVENT BRANDING***

**Oleh**  
**Nydia Adriana**  
**NRP 1064156**

Seni dan Budaya Indonesia tersebar di berbagai daerah, setiap daerah memiliki ciri khas dan keunggulannya masing-masing seturut dengan adat istiadat dan budaya yang turun-temurun. Kain tenun Lombok merupakan salah satu bagian dari kekayaan wastra Indonesia yang sejak lama terlupakan. Stagnasi pengembangan kain tenun Lombok inilah yang melatarbelakangi perancangan karya tugas akhir ini. Perancangan karya ini menasar pada strategi promosi kain tenun Lombok dengan cara yang kreatif sesuai dengan target pasar yang disasar yaitu wanita urban Indonesia.

Perancangan ini menggunakan sebuah strategi promosi kreatif dengan perancangan sebuah *event* yang menghadirkan tenun Lombok lebih dekat dengan target pasar, dinamakan Temu Tenun. Temu Tenun ini bertujuan agar target mengetahui keberadaan dan kekayaan tenun Indonesia khususnya tenun Lombok, menyukai dan menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup modern. Media- media promosi yang digemari target yaitu media elektronik (internet) dan media cetak (majalah) menjadi media *placement* untuk media videografi dan iklan. Pagelaran *event* dibuat dengan menggabungkan kegiatan pameran dan sebuah pertemuan yang interaktif dari segi acara maupun keterlibatan target. Disajikan dengan mengusung tema *Ethnic Chic*, gaya hidup yang berbudaya Nusantara namun tetap modern dan sesuai perkembangan zaman. Media lain untuk mempromosikan tenun Lombok ialah dengan merancang *booklet*, *invitation*, *gimmick*, *booth* pameran, *backdrop event*, *gift voucher*, *look book*, sertifikat.

Dengan konsep kreatif dalam mempromosikan kain tenun Lombok, masyarakat khususnya wanita Indonesia menjadi semakin terbuka dan mengenal kekayaan tenun Nusantara dari berbagai daerah penghasil. Pengenalan ini akan membawa tenun Lombok menjadi semakin digemari dan dapat masuk dalam gaya hidup wanita modern.

Kata kunci: *branding*, *event*, Lombok, promosi, tenun

## **ABSTRACT**

### **THE PROMOTIONAL STRATEGY DESIGN FOR LOMBOK WOVEN CLOTHES THROUGH EVENT BRANDING**

**Oleh**  
**Nydia Adriana**  
**NRP 1064156**

*Indonesian art and culture are evident in its all regions, with uniqueness in each and everyone of them. Traditional woven cloth from Lombok is one of Indonesian cultural heritage that has been forgotten. The stagnant development of Lombok woven cloth is the main background for this project. This project targets Indonesian urban women, in creative way.*

*This design project will be using creative promotional strategy to promote Lombok woven cloth, through an event called Temu Tenun. This event aims at introducing variety of Indonesian woven cloth, especially the ones from Lombok. Therefore, the Indonesian urban women will gain knowledge about Lombok woven cloth and willingly wear them in their modern life. Promotional media favoured by targets such as digital media (website, social media, videography, photography) and printed media (magazine advertisement, banner, poster, booklet, lookbook, invitation, gift voucher, certificate, gimmick) and for the event accessories like installation media, ambient media, exhibition booth and backdrop event. All of them are used to attract target in Temu Tenun event using ethnic chic theme to feature Lombok woven cloth.*

*Key word: branding, event, Lombok, promotion, woven clothes*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I 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.....	3

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	4
1.4.1 Sumber Pengumpulan Data .....	4
1.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	4
1.5 Skema Perancangan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	6
2.1 <i>Brand dan Branding</i> .....	6
2.2 <i>Event Branding</i> .....	8
2.3 Promosi .....	10
2.4 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .....	11
2.5 Teori Media .....	12
2.6 Kepribadian Dewasa Tengah .....	13
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	15
3.1 Data dan Fakta .....	15
3.1.1 Sejarah Tenun Lombok .....	15
3.1.2 Perkembangan Ragam Hias Kain Tenun Tradisional Lombok .....	16
3.1.3 Ragam Hias Kain Tenun Tradisional Lombok .....	17
3.1.4 Teknik Menenun .....	30
3.1.5 Sejarah Mandatori .....	31
3.1.6 Visi dan Misi Mandatori .....	32
3.1.7 Susunan Kepengurusan .....	32
3.1.8 Program Kerja .....	33
3.1.9 Daerah Binaan .....	35
3.1.10 Partisipasi CTI .....	36

3.1.11 Pengembangan Kain Tenun Lombok .....	37
3.1.12 Hasil Kuesioner dan Observasi Target Pasar .....	39
3.1.13 Tinjauan Proyek Sejenis .....	51
3.1.14 Institusi Terkait .....	52
3.1.15 <i>Sponsorship</i> .....	58
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	60
3.2.1 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Treats</i> (SWOT) Mandatori .....	60
3.2.2 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Treats</i> (SWOT) Perancangan ..	61
3.2.3 Analisis <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) Perancangan .....	62
3.2.4 Analisis Pemecahan Masalah .....	63
BAB IV PEMECAHAN MASALAH .....	65
4.1 Konsep Komunikasi .....	65
4.2 Konsep Kreatif .....	66
4.3 Konsep Media .....	69
4.4 Hasil Karya .....	74
4.4.1 Logo .....	74
4.4.2 Elemen Estetis .....	75
4.4.3 Video Promosi .....	77
4.4.4 <i>Insert Majalah</i> .....	80
4.4.5 Advertorial .....	81
4.4.6 <i>Print Ads</i> .....	84
4.4.7 <i>Booklet</i> .....	86
4.4.8 <i>Invitation</i> .....	86
4.4.9 <i>Gift Voucher</i> .....	87
4.4.10 <i>Look Book</i> .....	88
4.4.11 <i>Website Page</i> .....	89
4.4.12 Media Sosial .....	91

4.4.13 <i>Hanging Banner</i> .....	91
4.4.14 <i>Backdrop</i> .....	93
4.4.15 <i>Goody Bag</i> .....	94
4.4.16 <i>Gimmick</i> .....	95
4.4.17 <i>Sertifikat</i> .....	96
4.4.18 <i>Booth Tenun Open Season</i> .....	97
BAB V PENUTUP .....	102
5.1 <i>Simpulan</i> .....	102
5.2 <i>Saran</i> .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN.....	107
DATA PENULIS .....	121
UCAPAN TERIMA KASIH.....	122

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan .....	5
Gambar 3.1 Contoh motif geometris garis pada kain tenun tradisional Lombok .....	18
Gambar 3.2 Corak Pohon Hayat (kiri) dan Corak Bunga Remawe/ Mawar (kanan)	18
Gambar 3.3 Motif Kuda .....	18
Gambar 3.4 Motif Wayang .....	19
Gambar 3.5 Motif Payung Agung disertai Motif Wayang .....	19
Gambar 3.6 Motif Subahnalle.....	20
Gambar 3.7 Ragi Genap.....	21
Gambar 3.8 Bintang Empet.....	21
Gambar 3.9 Wayang dan Payung Agung.....	22
Gambar 3.10 Bintang Rowot .....	23
Gambar 3.11 Kain Tepuk Kemalu .....	23
(Sumber: dokumentasi penulis) .....	23
Gambar 3.12 Kembang Komak .....	24
Gambar 3.13 Kain Usap.....	24

Gambar 3.14 Kain untuk upacara kematian.....	25
Gambar 3.15 Kain Umbak (kiri) dan Kain Usap (kanan) .....	25
Gambar 3.16 Kain Kombong .....	26
Gambar 3.17 Motif Nanas.....	27
Gambar 3.18 Motif Keke .....	27
Gambar 3.19 Motif Lumbung .....	28
Gambar 3.20 Variasi Motif Bangket.....	28
Gambar 3.21 Kain tenun songket di Desa Sade.....	29
Gambar 3.22 Macam ragam hias yang ditemukan di Desa Pringgasela .....	29
Gambar 3.22 Macam ragam hias yang ditemukan di Desa Pringgasela.....	30
Gambar 3.23 Logo Cita Tenun Indonesia .....	31
Gambar 3.24 Susunan Pengawas CTI.....	33
Gambar 3.25 Susunan Pengurus CTI.....	33
Gambar 3.26 Motif Lombok yang dibina CTI.....	38
Gambar 3.27 Beragam aplikasi kain tenun Lombok di bidang <i>fashion</i> .....	38
Gambar 3.28 Kain tenun Lombok untuk interior.....	39
Gambar 3.29 Diagram Usia Responden.....	40



Gambar 3.30 Diagram Penghasilan Responden.....	40
Gambar 3.31 Diagram Hobi Terfavorit.....	41
Gambar 3.32 Diagram Pengeluaran untuk Hobi .....	41
Gambar 3.33 Diagram Media Informasi .....	42
Gambar 3.34 Diagram Penggunaan <i>Gadget</i> .....	42
Gambar 3.35 Diagram Portal <i>Website</i> .....	43
Gambar 3.36 Benda Favorit .....	43
Gambar 3.37 Gaya <i>Fashion</i> .....	44
Gambar 3.38 Diagram Situasi dan Kondisi .....	45
Gambar 3.39 Infografik Kuesioner .....	46
Gambar 3.40 Suasana pameran Adiwastra Nusantara 2014 .....	47
Gambar 3.41 Psikografis yang nampak dari pengunjung pameran .....	48
Gambar 3.42 <i>Booth</i> pameran yang menawarkan kain tenun dan produk jadi kain tenun Nusantara .....	49
Gambar 3.43 Dua <i>booth</i> yang khusus menjual kain tenun Lombok .....	49
Gambar 3.44 Perusahaan sponsor yang memfasilitasi peserta pameran: Garuda Indonesia (kiri atas), Perusahaan Gas Negara (kanan atas), Pertamina (bawah).....	50
Gambar 3.45 Iklan Pameran Adiwastra Nusantara 2014.....	51

Gambar 3.46 Logo Dinas Perindustrian dan Perdagangan NTB .....	52
Gambar 3.47 Struktur Organisasi .....	53
Gambar 3.48 Logo DEKRANAS .....	54
Gambar 3.49 Susunan Organisasi DEKRANAS .....	56
Gambar 3.50 Susunan Organisasi DEKRANASDA .....	57
Gambar 3.51 Lambang Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah .....	57
Gambar 3.52 Logo Garuda Indonesia .....	58
Gambar 3.53 Logo majalah Dewi .....	59
Gambar 3.54 Logo Sariayu Martha Tilaar .....	60
Gambar 3.55 Logo Metro <i>Department Store</i> .....	60
Gambar 4.1 Warna .....	69
Gambar 4.2 Logo <i>Event</i> Temu Tenun.....	74
Gambar 4.3 Penjelasan Makna Logo .....	75
Gambar 4.4 Motif Bunga Remawa yang diambil dari kain Subahnalla .....	76
Gambar 4.5 Motif Bunga Waru yang diambil dari kain Subahnalla .....	76
Gambar 4.6 Motif Garis yang diambil dari kain Sabuk Anteng .....	77
Gambar 4.7 Screen capture video awareness “A Life in Woven” .....	78

Gambar 4.8 Video promosi <i>informing</i> Temu Tenun .....	79
Gambar 4.9 <i>Screen Capture</i> video <i>reminding</i> Temu Tenun.....	80
Gambar 4.10 <i>Layout Insert</i> .....	81
Gambar 4.11 Cover Colours bulan Agustus 2015 .....	82
Gambar 4.12 Iklan di rubrik “ <i>What’s On</i> ” Temu Tenun untuk majalah Colours.....	82
Gambar 4.13 Ulasan di rubrik “ <i>Advertorial</i> ” .....	83
Gambar 4.14 Ulasan mengenai produk <i>fashion</i> Tenun Lombok .....	83
Gambar 4.15 <i>Print ads.</i> yang berfungsi sebagai formulir kompetisi.....	84
Gambar 4.16 <i>Print ads. informing</i> saat dalam bentuk tertutup (kiri) dan saat keadaan terbuka seluruhnya(kanan).....	84
Gambar 4.17 <i>Print ads.</i> tahap <i>reminding</i> .....	85
Gambar 4.18 <i>Print ads.</i> awareness Colours (kiri), <i>print ads. informing</i> (kanan) .....	85
Gambar 4.19 <i>Booklet</i> tampak luar.....	86
Gambar 4.20 <i>Booklet</i> tampak dalam.....	86
Gambar 4.21 Tampak luar (kiri) dan tampak dalam (kanan) <i>invitation</i> .....	87
Gambar 4.22 <i>Gift voucher</i> tampak depan (kiri) dan tampak belakang (kanan).....	88
Gambar 4.23 Tampilan <i>Look book</i> bagian dalam (kiri) dan bagian luar (kanan) .....	89

Gambar 4.24 Halaman <i>Home website</i> CTI (kiri) dan tampilan keseluruhan <i>Event page</i> CTI .....	90
Gambar 4.25 Tampilan menu di <i>web page</i> Temu Tenun saat kursor diarahkan ke panel menu(kiri) dan saat di klik(kanan) .....	90
Gambar 4.26 Media sosial yang disasar untuk promosi Temu Tenun facebook(kiri atas), twitter (kanan atas), female daily (kiri bawah), YouTube (kanan bawah).....	91
Gambar 4.27 <i>Awareness hanging banner</i> untuk di lokasi. ....	92
Gambar 4.28 <i>Informing hanging banner</i> .....	92
Gambar 4.29 <i>Reminding hanging banner</i> .....	93
Gambar 4.30 Tampilan <i>backdrop</i> Temu Tenun, tampak depan (atas), tampak belakang (bawah) .....	94
Gambar 4.31 <i>Goody bag</i> Temu Tenun.....	95
Gambar 4.32 <i>Travel Pouch</i> Temu Tenun, bagian dalam (atas), bagian luar (bawah) .....	96
Gambar 4.33 <i>Notebook</i> Temu Tenun (kiri) dan <i>Packaging gimmick</i> (kanan).....	96
Gambar 4.34 Sertifikat untuk Cipta Kreasi Tenun (kiri) dan untuk kompetisi para <i>fashion designer</i> (kanan).....	97
Gambar 4.35 Tampilan <i>booth</i> Tenun Open Season .....	98
Gambar 4.36 <i>Ambient</i> media di toilet wanita.....	99
Gambar 4.37 Tampilan <i>awareness advertisement</i> Temu Tenun.....	99

Gambar 4.38 Tampilan *informing advertisement* Temu Tenun..... 100

Gambar 4.39 Tampilan Instalasi saat tidak di pergunakan (kiri atas), dipergunakan  
(kanan atas dan bawah)..... 101

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel efektivitas media konvensional.....	12
Tabel 4.1 Timeline Media Promosi.....	72
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i> .....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A .....	107
Lampiran B .....	108
Lampiran C .....	110
Lampiran D .....	112
Lampiran E.....	113
Lampiran F.....	118