

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI PENGENALAN KAIN TENUN IKAT ENDEK BALI UNTUK ANAK MUDA MELALUI BRAND LOKAL SMITH

Oleh
Dwi Kristantyo Putro
NRP 1064160

Kain ikat merupakan salah satu kain yang menggunakan teknik tenun. Di Indonesia sendiri tenun ikat terdapat di berbagai daerah. Karena Indonesia dahulu merupakan salah satu daerah kekuasaan kerajaan Hindu Budha terbesar sebagai pengguna ikat. Endek adalah salah satu jenis tenun ikat dari Bali. Munculnya kain tenun ikat sebagai bahan baku pada salah satu rancangan baju yang muncul pada Jakarta Fashion Week 2013 kemarin merubah pandangan beberapa kalangan mengenai kain tenun ikat yang semula dianggap kuno.

Kain tenun ikat endek yang sudah menjadi busana modern yang beredar di kalangan masyarakat indonesia. Sayangnya tidak disertai dengan edukasi atau informasi akan kain atau busana yang dijual sehingga masyarakat tidak mengetahui informasi mengenai ikat, khususnya anak muda. Hal ini menjadi acuan dalam tujuan perancangan untuk pengenalan kain tenun ikat endek sebagai kain tradisional yang dapat sesuai dengan kehidupan modern. Smith merupakan brand fashion anak muda yang ingin mengangkat muatan lokal. Melalui media promosi yang menarik, *Second line* dari smith membantu pengenalan kain tenun ikat endek di kalangan anak muda.

Metode yang digunakan dengan membangun *brand* beserta dengan perancangan promosinya untuk memperkenalkan kain tenun ikat endek di kalangan anak muda di luar Bali. Sehingga dengan hal ini dapat menarik minat anak muda untuk mengenal dan menggunakan kain tenun ikat endek Bali sebagai busana sehari hari.

Keywords: Brand, Fashion Branding, Tenun Ikat endek

ABSTRACT

DESIGN PROMOTION TO INTRODUCE IKAT ENDEK FOR YOUTH THROUGH LOCAL BRAND SMITH

**Oleh
Dwi Kristantyo Putro
NRP 1064160**

Ikat fabric is one kind of fabric using the weaving technique. In Indonesia, tenun ikat can be found in several places because Indonesia used to be one of the biggest Hindu-Buddhist kingdoms wearing tenun ikat. Endek is one of the tenun ikat types in Bali. The emergence of tenun ikat in Jakarta Fashion Week 2013 has changed the perception of some people towards tenun ikat as something out of date.

In fact, Endek tenun ikat already becomes modern fashion in Indonesia. Nevertheless, there is no socialization or information of this kind of fabric so that people, particularly young people, do not have any knowledge about tenun ikat. This bases the design to promote endek tenun ikat as traditional fabric which is suitable for modern lifestyle. Smith is a brand of fashion for young people which has the intention to promote the local heritage. Through an attractive promotional media, Smith will launch its second line which will popularize endek tenun ikat among young people.

The method used is building the brand as well as designing the promotion to introduce endek tenun ikat to young people outside Bali. It is expected that this can attract the young people's attention to know and wear endek tenun ikat as their everyday clothes.

Keywords: Brand, Fashion Branding, Woven Ikat endek

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAOPRAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan 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

2.1 Kain Tenun.....	6
2.2 Brands	10
2.3 Media	11
2.4 Promosi	12

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	14
3.1.1 Perusahaan terkait	14

3.1.1.1 Endek Astika	14
3.1.1.2 PT. SMITHINDO MIRA MANDIRI	15
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek/ Persoalan Sejenis	16
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	22

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	28
4.2 Konsep Kreatif	28
4.3 Konsep Media	31
4.4 Hasil Karya	31

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA	53
----------------------	----

LAMPIRAN	54
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema perancangan	6
Tabel 4.1 Timeline promosi	32
Tabel 4.2 Budgeting	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Endek	7
Gambar 2.2 tenunan bali	8
Gambar 2.3 Endek	8
Gambar 2.4 tenunan bali	9
Gambar 3.1 Logo PT SMITHINDO MITRA MANDIRI	15
Gambar 3.2 Logo Pesaing	17
Gambar 3.3 Produk Ikat Indonesia	18
Gambar 3.4 <i>Website</i> Ikat indonesia	19
Gambar 3.5 Produk Y LABEL	20
Gambar 3.6 Promosi Y LABEL	21
Gambar 3.7 grafik data <i>gender</i> dan umur	22
Gambar 3.8 grafik penggunaan social media	22
Gambar 3.9 grafik berbelanja repondern	23
Gambar 3.10 grafik berbelanja repondern	23
Gambar 3.11 grafik pengetahuan kain traditional bagi responden	24
Gambar 3.12 grafik pengetahuan tenun ikat endek pada responden	24
Gambar 4.1 Contoh busana	29
Gambar 4.2 penggambaran konsumen	29
Gambar 4.3 color chart	30
Gambar 4.4 Logo smith ethnic	33
Gambar 4.5 Penjelasan Logo	34
Gambar 4.6 Warna pada logo	34

Gambar 4.7 packaging pakaian	35
Gambar 4.8 packaging ipad case	35
Gambar 4.7 hangtag	36
Gambar 4.7 <i>membership card</i>	37
Gambar 4.8 kartu nama	38
Gambar 4.9 kop surat	38
Gambar 4.10 bon	39
Gambar 4.11 mini catalog pre event	40
Gambar 4.12 <i>invitation</i>	41
Gambar 4.13 <i>invitation</i>	41
Gambar 4.13 Backdrop	42
Gambar 4.14 Voucher	43
Gambar 4.15 <i>print ads</i> pada majalah	44
Gambar 4.16 <i>e-banner</i> pada website Provoke	45
Gambar 4.17 <i>e-banner</i> pada website redandwhitemagz.com	45
Gambar 4.18 <i>Website, splash page</i>	46
Gambar 4.19 <i>Website</i>	46
Gambar 4.20 <i>Website</i>	47
Gambar 4.21 <i>Website</i>	47
Gambar 4.22 <i>Website</i>	48
Gambar 4.23 media sosial instagram	49
Gambar 4.24 media sosial twitter	49
Gambar 4.25 media sosial Facebook	50