

Abstrak

PERANCANGAN PROMOSI FASHION SHOW & EXHIBITION APPMI JAWA BARAT XIV

Oleh

Catherine Valencia Lukman

NRP: 0964080

Tugas Akhir perancangan promosi fashion show dan exhibition dibuat berdasarkan acara APPMI Jawa Barat yang dilakukan setiap tahun dan diikuti banyak perancang busana yang cukup menonjol di dunia kreatif khususnya di kota Bandung, namun acara ini kurang dikenal masyarakat luas dikarenakan kurang optimalnya promosi yang dilakukan.

Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan studi yang cermat yang melibatkan keilmuan desain komunikasi visual yang didukung oleh pengetahuan dunia fashion, festival, dan teori-teori tentang promosi pada khususnya. Hasil studi ini diharapkan mampu memperkenalkan acara fashion show festival fashion tendance yang dilaksanakan oleh APPMI Jawa Barat lebih baik lagi sehingga acara tersebut lebih dikenal di masyarakat seperti yang diharapkan.

Setiap acara yang baik harus selalu dengan publikasi dan promosi yang baik pula sehingga dapat saling mendukung untuk mendapatkan apresiasi yang lebih baik dan luas.

(Kata kunci: Fashion, Exhibition, promosi, Jawa Barat, APPMI)

Abstract

PROMOTION DESIGN OF FASHION SHOW AND EXHIBITION APPMI XIV WEST JAVA

Submitted by

Catherine Valencia Lukman

NRP: 0964080

For the Final Project, the present writer would like to present the scheme of Fashion Show and Exhibition promotion. The event is actually held annually by West Java APPMI. It is eventually quite prominent. This design of fashion show and exhibition promotion final project is based on West Java APPMI event which is performed every year. This event is followed by many fashion designers which are quite prominent especially in Bandung, but this event is not widely known because of the lack of promotion.

To answer this challenge, it is needed careful research that involves expertise in visual communication design and also must be supported by fashion design knowledge, festivals, and theories about promotion in particular. The result of this research is expected to be able to introduce the West Java APPMI fashion tending festival better so that the event is better known by the people.

Keywords: Fashion, Exhibition, promotion, West Java, APPMI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TERTULIS	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
 BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Permasalahan	3
1.2.2 Ruang Lingkup Perancangan	3
1.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.4 Skema Perancangan	5
 BAB II: LANDASAN TEORI	
2.1 Fashion	6
2.1.1 Haute Couture	6
2.1.2 Ready To Wear	8
2.1.3 Mass Market	9
2.2 Festival	10

2.2.1	Festival Film	11
2.2.2	Festival Budaya	11
2.2.3	Festival Musik	11
2.2.4	Festival Seni	11
2.2.5	Festival Musiman	11
2.3	Fashion show	11
2.4	Promosi	12
2.4.1	Tujuan Promosi	13
2.5	Periklanan	15
2.6	Tujuan Periklanan	16

BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Tinjauan Karya Sejenis	17
3.1.1	APPMI Yogyakarta	17
3.1.2	APPMI Bali	18
3.1.3	APPMI Sumatra Barat	18
3.1.4	Jakarta Fashion & Food Festival	19
3.2	Kumpulan Hasil Data	20
3.2.1	Hasil Kuesioner	20
3.2.2	Data Wawancara	30
3.3	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	32
3.3.1	SWOT APPMI	32
3.3.2	SWOT Festival Fashion Tendance APPMI Jawa Barat	32
3.3.3	STP	33
3.4	Mandatori	35
3.4.1	APPMI	35
3.4.2	IPBM	36
3.5	Lembaga Terkait Dinas pariwisata dan kebudayaan	38

BAB IV: PEMECAHAN MASALAH

4	Konsep Komunikasi dan konsep kreatif	39
4.1	Konsep Komunikasi	40
4.2	Konsep Kreatif	41
4.3	Konsep Media	41
4.3.1	Pengertian Media	41
4.3.2	Tujuan Media	41
4.3.3	Alasan Pemilihan Media	41
4.4	Hasil Karya	
4.4.1	Logo	42
4.4.2	Poster	44
4.4.3	Baliho	45
4.4.4	Roll banner	46
4.4.5	Website	47
4.4.6	Catalog	48
4.4.7	Marchandise (bag)	49
4.4.8	T-shirt Polo shirt	50
4.4.9	Name tag	51
4.4.10	Undangan	52
4.4.11	Iklan Koran	53
4.4.12	Iklan Majalah	54
4.4.13	Social Media	55
4.5	Jadwal Strategi Promosi & perencanaan pemakaian media	56
4.6	Biaya Media & <i>Budgeting</i>	67

BAB V: PENUTUP

5	Kesimpulan dan Saran	
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60
5.2.1	Saran dari penguji dan pembimbing	60

DAFTAR PUSTAKA

DATA PENULIS

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 2.1 Haute Couture Fashion	7
Gambar 2.2 Ready to Wear Fashion	8
Gambar 2.3 Mass Market	9
Gambar 3.1 Fashion Tendance 2010	17
Gambar 3.1.2 Fashion Tendance APPMI Bali	18
Gambar 3.1.3 APPMI Sumatra Barat	19
Gambar 3.1.4 Jakarta Fashion & Food Festival	19
Gambar 3.4 Logo APPMI	35
Gambar 3.5 Logo dinas pariwisata dan kebudayaan	38
Gambar 4.2.1 Font andes	40
Gambar 4.2.2 Font altitude	40
Gambar 4.2.3 Font italiano	40
Gambar 4.2.4 Font Riesling	40
Gambar 4.4.1 Desain logo the exotism of priangan	42
Gambar 4.4.2 Poster awareness 1,2,3	44
Gambar 4.4.2.1. Poster Informing 1, 2, 3	45
Gambar 4.4.3 <i>Poster Awareness & Informing</i> 1,2,3	46
Gambar 4.4.4 <i>Roll Banner</i> 1,2	47
Gambar 4.4.5 <i>Website</i>	48
Gambar 4.4.6 <i>Catalog</i>	49
Gambar 4.4.7 <i>Merchandise</i>	50
Gambar 4.4.8 <i>T-shirt dan Polo shirt</i>	51
Gambar 4.4.9 <i>Name tag</i>	51
Gambar 4.4.10 <i>Undangan</i>	52
Gambar 4.4.11 <i>Iklan koran</i> 1,2	53
Gambar 4.4.12 <i>Iklan majalah</i> 1,2	54
Gambar 4.4.13 <i>Social Media</i> 1, 2	55

DAFTAR TABEL

Table 3.1	Hasil Kuesioner Jenis Kelamin	20
Table 3.2	Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia	21
Table 3.3	Hasil Kuesioner Penghasilan Perbulan	21
Tabel 3.4	Hasil Kuesioner biaya yang dikeluarkan untuk satu pakaian	22
Tabel 3.5	Hasil Kuesioner media untuk mengetahui acara fashion show	23
Table 3.6	Hasil Kuesioner perancang baju terkenal kota Bandung	24
Table 3.7	Hasil Kuesioner penyebab acara fashion show kurang dikenal	25
Table 3.8	Hasil Kuesioner media yang tepat untuk memperkenalkan acara	26
Tabel 3.9	Hasil survey jenis pakaian yang cocok untuk fashion show	27
Tabel 3.10	Hasil survey perancang yang cocok untuk ikut serta dalam fashion	28
Tabel 3.11	Hasil survey acara yang ada dalam pameran dan fashion show	29
Tabel 3.12	Hasil survey seberapa besar minat anda dalam acara fashion show	30
Table 4.5	Rencana pemakaian media dan strategi promosi	59
Table 4.6	Biaya Media dan <i>Budgeting</i>	61