

ABSTRAK

PROMOSI KERANCANG BORDIR KHAS TASIKMALAYA

Oleh

Gita Hanjani

NRP 1164001

Kerancang bordir merupakan salah satu aset kebudayaan Indonesia yang berasal dari kota Tasikmalaya. Kerancang bordir yang diproduksi dengan mesin manual atau handmade memiliki hasil yang lebih memuaskan dan berkualitas. Produk yang dihasilkan lebih kuat, bermutu, dan bernilai tinggi. Kerancang bordir banyak menggunakan motif flora seperti bunga lily, bunga matahari, mawar, dan tulip. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, mayoritas masyarakat masih banyak yang belum mengetahui mengenai kerancang bordir. Salah satu faktor penyebabnya adalah promosi yang masih dilakukan dari mulut ke mulut dan tidak adanya promosi yang dilakukan oleh pihak dari sentra kerancang bordir, sehingga sedikit masyarakat yang mengetahui kerancang bordir. Diperlukan perancangan promosi yang tepat dan sesuai dengan target market yang dituju dan sesuai, agar penyampaian pesan atau informasi mengenai kerancang bordir menjadi tepat sasaran. Perancangan promosi kerancang bordir yang dilakukan diharapkan dapat menarik minat masyarakat terutama di Jawa Barat, khususnya wanita dewasa, ibu rumah tangga, wirausaha dan wanita karir.

Kata kunci: *fashion, handmade, manual, flower, Kerancang, bordir, Tasikmalaya*

ABSTRACT

THE PROMOTION OF A TASIKMALAYA'S UNIQUE *KERANCANG* EMROIDERY

Gita Hanjani/1164001

Kerancang embroidery is one of Indonesian cultural assets coming from Tasikmalaya. *Kerancang* embroidery which is produced manually is better in quality since they will be stronger and has higher values. *Kerancang* embroidery apply floral motif such as the flower of lilies, sun flowers, roses, and tulips. Based on the result from a questionnaire given to community, many people do not know what *kerancang* embroidery is. One of the factors is that the promotion is still only be done using the words of mouth and there is not a promotional event run by the centre of *kerancang* embroidery. An appropriate and suitable promotional design is needed to successfully deliver the message or information about *kerancang* embroidery. The design of the promotion is expected to attract people's interest mainly in west Java especially adults women, housewives, business owners, and career women.

Key words: fashion, handmade, manual, flower, *kerancang* embroidery, Tasikmalaya

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2	Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3	Tujuan Perancangan.....	3
1.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5	Skema Perancangan.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Promosi.....	6
2.1.1	Pengertian Promosi.....	6
2.1.2	Tujuan Promosi.....	6
2.1.3	Media Promosi.....	8

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta.....	8
3.1.1	Profil Dinas Perindustrian dan Perdagangan.....	9
3.1.2	Tjiwulan Bordir.....	10
3.1.3	Flamboyan Bordir.....	15
3.1.4	Data Hasil Observasi.....	15
3.1.4.1	Data Kuesioner.....	16
3.2	Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan data dan Fakta.....	22
3.2.1	Segmentasi, Targeting, Positioning	23
3.2.2	SWOT.....	23
3.3.3	Tinjauan Terhadap Karya Sejenis	24

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	26
4.2	Konsep Kreatif.....	26
4.2.2	Konsep Warna	27
4.2.3	Konsep Layout.....	27
4.2.4	Tipografi.....	27
4.3	Konsep Media.....	27
4.4	Hasil Karya.....	29
4.4.1	Logo.....	29
4.4.2	Website.....	31
4.4.3	Voucher.....	37
4.4.4	Majalah.....	38
4.4.5	Brosur.....	42
4.4.6	Web Banner.....	43
4.4.7	Media Social.....	45
4.4.8	Gimmick.....	46
4.4.9	Katalog.....	49
4.4.10	X-banner.....	50
4.5	Rencana Anggaran Biaya.....	52
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Suasana Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tasikmalaya.....	9
Gambar 3.2 Logo awal PT Tjiwulan.....	10
Gambar 3.3 Mesin manual	11
Gambar 3.4 Taplak meja kerancang.....	11
Gambar 3.5 Tas kerancang bordir.....	12
Gambar 3.6 Mukena bordir.....	13
Gambar 3.7 Mukena bordir.....	13
Gambar 3.8 Logo Flamboyan.....	14
Gambar 4.1 Logo awal Tjiwulan.....	30
Gambar 4.2 Logo Tjiwulan.....	30
Gambar 4.3 Font Trajan Pro.....	31
Gambar 4.4 Font 小塚ゴシック Pro	31
Gambar 4.5 Website Home.....	32
Gambar 4.6 Website About us.....	34
Gambar 4.7 Website Gallery.....	35
Gambar 4.8 Website Detail produk.....	36
Gambar 4.9 Website Contact us.....	37
Gambar 4.10 Voucher.....	37
Gambar 4.11 Majalah awareness 1.....	38
Gambar 4.12 Majalah awareness 2.....	39
Gambar 4.13 Majalah Informing.....	40
Gambar 4.14 Majalah Reminding.....	41

Gambar 4.15 Brosur bagian depan.....	42
Gambar 4.16 Brosur bagian depan.....	43
Gambar 4.17 Web banner.....	44
Gambar 4.18 Tampilan web.....	44
Gambar 4.19 Tampilan media social awareness.....	45
Gambar 4.20 Tampilan media social reminding.....	46
Gambar 4.21 Kalender Cover depan dan belakang.....	47
Gambar 4.22 Kalender 1.....	47
Gambar 4.23 Kalender 2.....	48
Gambar 4.24 Paper bag.....	48
Gambar 4.25 Hang tag.....	49
Gambar 4.26 Katalog 1.....	49
Gambar 4.27 Katalog 2.....	50
Gambar 4.28 X banner.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Survey Jenis Kelamin.....	17
Tabel 3.2	Survey Umur Responden.....	17
Tabel 3.3	Survey Pekerjaan Responden.....	18
Tabel 3.4	Survey seberapa banyak responden mengetahui produk kerancang.....	18
Tabel 3.5	Survey ketertarikan responden membeli produk kerancang.....	19
Tabel 3.6	Survey jenis produk kerancang yang pernah dibeli.....	20
Tabel 3.7	Survey darimana responden mengetahui produk kerancang.....	21
Tabel 3.8	Media sosial yang biasa di akses.....	22
Tabel 4.1	Biaya Anggaran.....	40