

## ABSTRAK

### PROMOSI BATIK CIAMIS UNTUK GENERASI MUDA INDONESIA MELALUI PRODUK FASHION LINGGAWISESA

Oleh

**Ray Prakarsa**

**NRP 1064170**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki beragam kain etnik. Salah satu kain yang sudah mendunia adalah kain batik. Kain batik sudah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009. Di Jawa Barat juga memiliki kain batik dengan corak yang sangat menarik, batik ini berasal dari kabupaten Ciamis.

Tujuan perancangan ini adalah kalangan pria dewasa muda mau mau membeli produk Batik Ciamis, melalui *line special edition* Linggawisesa by GOMAN. Manfaat promosi yang dilakukan adalah untuk memperkenalkan kembali Batik Ciamis yang sudah hampir punah.

Metode yang digunakan adalah merancang sebuah *line fashion* edisi khusus Batik Ciamis yang diberi nama Linggawisesa dari *brand fashion* lokal GOMAN. Media utama yang digunakan untuk perancangan ini adalah *video lookbook*. *Brand* ini akan didukung dengan media promosi *mini catalog*, *gimmick*, *packaging*, Instagram, *display* tampilan untuk pameran, *visual merchandising*, dan *hang tag*. Melalui perancangan edisi khusus ini diharapkan masyarakat Indonesia khususnya pria dewasa muda dapat mengenal serta membeli produk Linggawisesa by GOMAN.

Kata kunci: batik, brand lokal, Ciamis, Indonesia,

## ***ABSTRACT***

### ***PROMOTIONAL DESIGN OF CIAMIS BATIK FOR INDONESIA YOUTH THROUGH LINGGAWISESA FASHION PRODUCTS***

*Submitted by*

**Ray Prakarsa**

**NRP 1064170**

*Indonesia is one of the countries which have diverse ethnic fabrics, one of which is already known globally, batik. Batik has already been recognized by UNESCO as a masterpiece of intangible heritage of humanity since 2 October 2009. In west Java which also produces batik with interesting motif is Ciamis.*

*The target audience of this design is young adult men who want to buy Ciamis batik through special line edition Linggawisesa by GOMAN. The benefit of this promotion is to reintroduce Ciamis batik which is almost extinct.*

*The methods applied to design a fashion line special edition Linggawisesa from local brand products by GOMAN. The main medium used in this design is video lookbook. This brand will be supported by other promotional media such as a mini catalogue, gimmicks, packaging, instagram, products display in exhibitions, visual merchandising, and hang tag. By this special edition design it is hoped that Indonesian young adult men will know and buy Linggawisesa products by GOMAN.*

*Key words: batik, local brand, Ciamis, Indonesia*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	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 .....	5

BAB II : LANDASAN TEORI .....	6
2.1 Teori Batik .....	6
2.2 Teori Promosi.....	8
2.3 Teori Psikologi.....	9
2.4 Teori Men Fashion .....	11

### BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Dewan Kerajinan Nasional Provinsi Jawa Barat.....	14
3.1.2 Kabupaten Ciamis .....	16
3.1.3 Sejarah Batik Ciamis .....	17
3.1.4 Batik Zahra.....	19
3.1.5 GOMAN.....	21
3.1.6 Hasil Kuesioer dan Observasi Target.....	22
3.1.7 Hasil Wawancara dengan Narasumber .....	33
3.1.8 Tinjauan Karya Sejenis .....	34
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	36
3.2.1 Analisis Hasil Survei Berdasarkan Landasan Teori.....	36
3.2.3 Analisis <i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threats</i> Perancangan .....	37
3.2.4 Analisis <i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threats</i> GOMAN.....	38
3.2.5 Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning .....	39

### BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	42
4.2 Konsep Kreatif.....	43
a. Konsep Verbal.....	45
b. Konsep Visual .....	46
c. Warna .....	46
4.3 Konsep Media .....	47

4.4 Hasil Karya .....	53
4.4.1 Logo .....	53
4.4.2 Stationary .....	54
4.4.3 Product Identity .....	55
4.4.4 Video Teaser dan Video Lookbook .....	59
4.4.5 Instagram Ad .....	60
4.4.6 Print Ad .....	64
4.4.7 Fashion Editorial .....	67
4.4.8 Fashion Advertorial .....	68
4.4.9 Website .....	69
4.4.10 Packaging .....	70
4.4.11 Voucher Discount .....	72
4.4.12 Exhibition Item .....	73
4.4.13 Mini Catalogue .....	75
4.4.14 Gimmick .....	76
BAB V : PENUTUP	
5.1 Simpulan .....	77
5.2 Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Jaket Jas .....	12
Gambar 2.2	<i>Blazer</i> .....	12
Gambar 3.1	Logo Dewan Kerajinan Nasional Provinsi Jawa Barat .....	14
Gambar 3.2	Susunan Organisasi DEKRANASDA .....	16
Gambar 3.3	Peta infrastruktur Kabupaten Ciamis.....	17
Gambar 3.4	Koperasi Rukun Batik Ciamis .....	18
Gambar 3.5	<i>Packaging</i> Batik Zahra .....	19
Gambar 3.6	Alat cap batik.....	20
Gambar 3.7	Wadah pencelupan warna untuk kain batik.....	21
Gambar 3.8	Logo GOMAN.....	21
Gambar 3.9	Pilihan corak Batik Ciamis .....	28
Gambar 3.10	<i>Banner digital</i> dalam <i>website</i> Lazuli Sarae .....	34
Gambar 3.11	Logo Vorman.....	36
Gambar 4.1	Motif Galuh Pakuan .....	44
Gambar 4.2	Warna-warna batik yang digunakan.....	47
Gambar 4.3	Logo Linggawisesa by GOMAN.....	53
Gambar 4.4	Warna yang digunakan pada logo .....	54
Gambar 4.5	<i>Invoice</i> .....	55
Gambar 4.6	<i>Hang Tag</i> .....	56
Gambar 4.7	Hanger .....	57
Gambar 4.8	<i>Care Label</i> dan <i>Woven Label</i> .....	57
Gambar 4.9	<i>Shopping Bag</i> .....	58
Gambar 4.10	<i>Video Teaser</i> .....	59
Gambar 4.11	<i>Video Lookbook</i> .....	60
Gambar 4.12	<i>Instagram Ad (awareness)</i> .....	61
Gambar 4.13	<i>Instagram Ad (informing)</i> .....	62
Gambar 4.14	<i>Instagram Ad (reminding)</i> .....	63
Gambar 4.15	<i>Print Ad (awareness)</i> .....	64
Gambar 4.16	<i>Print Ad (informing)</i> .....	65

Gambar 4.17 <i>Print Ad (reminding)</i> .....	66
Gambar 4.18 <i>Fashion Editorial</i> .....	67
Gambar 4.19 <i>Fashion Advertorial</i> .....	68
Gambar 4.20 <i>Website</i> .....	69
Gambar 4.21 <i>Packaging kemeja</i> .....	70
Gambar 4.22 <i>Packaging Blazer</i> .....	71
Gambar 4.23 <i>Voucher</i> .....	72
Gambar 4.24 <i>Exhibition Booth</i> .....	73
Gambar 4.25 <i>Exhibition Nametag</i> .....	74
Gambar 4.26 <i>Mini Catalogue</i> .....	75
Gambar 4.27 <i>Gimmick case iPhone</i> .....	76

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Diagram Usia Responden .....	22
Diagram 3.2	Diagram Penghasil Batik di Indonesia .....	23
Diagram 3.3	Diagram Kepemilikan Batik .....	23
Diagram 3.4	Diagram Alasan Memilih Batik .....	24
Diagram 3.5	Diagram Intensitas Memakai Batik .....	24
Diagram 3.6	Diagram Intensitas Membeli Batik .....	25
Diagram 3.7	Diagram <i>Range</i> Harga Batik Yang Pernah Dibeli .....	25
Diagram 3.8	Diagram Penggunaan Batik .....	26
Diagram 3.9	Diagram Pengetahuan Responden Terhadap Batik Jawa Barat ....	26
Diagram 3.10	Diagram Ketertarikan dengan Batik Jawa Barat .....	27
Diagram 3.11	Diagram Pengetahuan Batik Ciamis .....	27
Diagram 3.12	Diagram Pilihan Responden Terhadap Corak Batik Ciamis .....	28
Diagram 3.13	Diagram Gaya Busana yang Diinginkan Responden .....	29
Diagram 3.14	Diagram Desain Busana Batik .....	30
Diagram 3.15	Diagram Ketertarikan dengan Brand Fashion Lokal .....	31
Diagram 3.16	Diagram Perkenalan Batik Menggunakan Brand Fashion Lokal ..	31
Diagram 3.17	Diagram Alasan Membeli Produk .....	32



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Media Promosi.....	51
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i> .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar pertanyaan kuesioner.....	80
Lampiran B	Daftar pertanyaan wawancara dengan Engkos Kostaram .....	83
Lampiran C	Sketsa logo.....	84