

ABSTRAK

PROMOSI BRAND LOKAL JEH BY LOCALE DENGAN PENGENALAN KAIN BATIK CIREBON UNTUK ANAK MUDA

Oleh

Seanzha Kemal Rachman

1464904

Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang sangat terkenal dan harus dilestarikan, apalagi semenjak dinyatakan oleh UNESCO sebagai *The Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* pada bulan Oktober tahun 2009. Di Indonesia sendiri setiap daerah mempunyai batik dengan ciri khas masing-masing, seperti Daerah Istimewa Yogyakarta dengan batik Yogyanya, Batik Lamongan di kota Lamongan, dan juga Kota Cirebon dengan batik Mega Mendung.

Berbicara tentang Batik Cirebon, kota Cirebon sebenarnya mempunyai banyak jenis-jenis batik selain Batik Mega Mendung seperti Batik Singa Barong, Batik Ganggang, dan lain-lain. Namun sayangnya masih banyak masyarakat yang belum sadar akan jenis motif Batik Cirebon selain Batik Mega Mendung itu sendiri.

Tujuan perancangan ini adalah untuk memperkenalkan dan meningkatkan minat masyarakat Indonesia khususnya kalangan pria dewasa muda terhadap batik Cirebon melalui sebuah *second line* dari *brand fashion* anak muda yang bernama Jeh by Locale. Manfaat perancangan ini adalah untuk mengenalkan serta menggerakkan minat pria dewasa muda terhadap batik Cirebon agar mau membeli dan mengenakan produk dari brand Jeh by Locale ini.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang sebuah *second line* dibawah nama brand Locale yang menggunakan batik Cirebon sebagai ciri khas produk. Identitas utama perancangan ini adalah logo dari brand Jeh by Locale ini. Kemudian *brand* ini akan didukung oleh media utama seperti *video lookbook* dan *website*, yang didukung oleh media promosi seperti *corporate identity*, *mini*

catalog, packaging, serta hang tag, care label dan woven label. Melalui perancangan branding ini diharapkan masyarakat Indonesia khususnya pria dewasa muda dapat mengenal serta membeli produk Jeh by Locale.

Kata kunci: Batik, *fashion, second line*, Cirebon, Indonesia.

ABSTRACT

PROMOTIONAL DESIGN OF BATIK CIREBON TO YOUTH TROUGH JEH BY LOCALE AS LOCAL BRAND

Seanzha Kemal Rachman

1464904

Batik is one of Indonesia's famous cultures to be well preserved particularly after the recognition of UNESCO as The Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity on October, 2009. Each region of Indonesia has its own specialty of batik. Yogyakarta is famous for its Yogyakarta batik and so is lamongan and Cirebon with its Mega Mendung Batik.

Speaking further of Cirebon, it actually has more than Mega Mendung batik. Examples are Batik Singa Barong, Batik Ganggang and the like. However, those batik are not as well known as Mega Mendung is.

This design is meant to introduce and increase the interests of the Indonesians' particularly young adult men towards the second line brand called Jeh by the Locale. The purpose is definitely to get them to want to wear the batik in their daily lives.

The methods used are designing second line label named Locale which makes use of batik Cirebon as its local identity. The main identity of this design is Jeh by the Locale and the main media are taken from the website and video outlook. The promotion media include corporate identity, mini catalog and packaging as well as hang tag, care and woven label. The expectation is to make male adults purchase the product.

Keywords: batik, fashion, second line, Cirebon, Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Permasalahan	2
1.2.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Latar Belakang	5
2.1.1 Teknik Perintang Warna	5
2.1.2 Batik	5
2.2 Teori <i>Branding</i>	8
2.2.1 Teori <i>Fashion Branding</i>	10
2.3 Teori Logo	10
2.4 Teori Warna	12

2.5 Teori <i>Fashion</i> Pria	12
2.5.1 <i>Preppy Style</i>	13
2.5.2 Kemeja	14
2.5.3 Manset	16
2.5.4 Material	16
2.5.5 <i>Sweater</i>	17
2.6 Teori Psikologi (Dewasa Awal)	17
2.6.1 Tugas Perkembangan Masa Dewasa Awal	18

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	19
3.1.1 Locale	19
3.1.2 Visi dan Misi Locale	20
3.1.3 <i>Management Structure</i> Locale	20
3.1.4 Batik Cirebon	21
3.1.5 Hasil Kuisioner dan Observasi Pasar Target	23
3.1.6 Hasil Wawancara Dengan Narasumber	28
3.1.7 Tinjauan Karya Sejenis	30
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	34
3.2.1 Analisa STP Perancangan	34
3.2.2 Analisa SWOT Batik Cirebon	35
3.2.3 Analisa SWOT Perancangan	36
3.2.4 Analisa Pemecahan Masalah	38

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	39
4.1.1 <i>Creative Brief</i>	40
4.2 Konsep Kreatif	42
4.2.1 Konsep Verbal.....	42
4.2.2 Konsep Visual	43
4.2.3 Warna	43
4.2.4 Tipografi.....	44

4.2.5 <i>Layout</i>	45
4.3 Konsep Media	45
4.4 Hasil Karya	49
4.4.1 Logo	49
4.4.2 <i>Business Suite</i>	51
4.4.3 <i>Product Identity</i>	54
4.4.4 <i>Packaging</i>	57
4.4.5 <i>Mini Catalogue</i>	58
4.4.6 <i>Video Lookbook (awareness)</i>	59
4.4.7 <i>Video Lookbook (informing)</i>	60
4.4.8 <i>Website</i>	60
4.4.9 <i>Fashion Advertorial</i>	63
4.4.10 <i>Fashion Editorial</i>	64
4.4.11 <i>Print Ads</i>	65
4.4.12 Instagram	68
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Kesimpulan	69
5.2.1 Saran Bagi Sesama Desainer	69
5.2.2 Saran Bagi Pengusaha Batik Cirebon	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	72

DAFTAR GAMBAR

3.1 Produk Locale	19
3.2 <i>Management Structure</i> Locale	20
3.3 Contoh Jenis Batik Cirebon	22
3.4 Kemeja dan <i>Sweater</i> dari Locale	30
3.5 Kemeja dari Topman	31
3.6 Celana Bermotif Batik dari Topman	31
3.7 Kemeja Bermotif Batik dari Topman	32
4.1 Warna-warna yang digunakan	44
4.2 Logo Jeh by Locale	49
4.3 Warna-warna logo	50
4.4 Stationery	51
4.5 Map dan Kop Surat	52
4.6 Amplop.....	52
4.7 Kartu Nama	53
4.8 <i>Invoice</i>	54
4.9 <i>Hang Tag</i>	54
4.10 <i>Hanger</i>	55
4.11 <i>Care Label</i> dan <i>Woven Label</i>	56
4.12 <i>Packaging</i>	57
4.13 <i>Mini Catalogue</i>	58
4.14 <i>Video Lookbook (awareness)</i>	59
4.15 <i>Video Lookbook (informing)</i>	60
4.16 Tampilan Website Jeh.....	60
4.17 Tampilan Website Jeh.....	61
4.18 Tampilan Website Jeh.....	61
4.19 Tampilan Website Jeh.....	62
4.20 <i>Fashion Advertorial</i>	63
4.21 <i>Fashion Editorial</i>	64
4.22 <i>Print Ad Awareness</i>	65

4.23 <i>Print Ad Informing</i>	66
4.24 <i>Print Ad Reminding</i>	67
4.25 Instagram.....	68

DAFTAR TABEL

3.1 Rentang Usia Responden	23
3.2 Tempat Tinggal Responden	24
3.3 Minat Responden Terhadap Batik Cirebon.....	24
3.4 Pengetahuan Responden Terhadap Jenis-Jenis Batik Cirebon.....	25
3.5 Minat Responden Terhadap Batik Cirebon	26
3.6 Pengetahuan Responden Terhadap Locale	27
3.7 Minat Responden Untuk Membeli Produk Bertemakan Batik Cirebon	27
3.8 Respon Terhadap Batik Cirebon Yang Diangkat Namanya	28
4.1 <i>Timeline</i> Media Promosi	48
4.1 <i>Budgeting</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara.....	72
Pertanyaan Kuisisioner.....	73
Sketsa.....	78