

ABSTRAK

PERANCANGAN *BRANDING* DALAM RANGKA REVITALISASI PRODUK KERAJINAN TASIKMALAYA

Oleh
Ivan Firmansyah
NRP 0864180

Tasikmalaya merupakan salah satu kota industri kreatif di provinsi Jawa Barat. Berbagai produk kerajinan dihasilkan setiap harinya dalam volume yang sangat besar. Produk-produk kerajinan tersebut tersebar ke berbagai wilayah baik dalam negeri maupun luar negeri. Beberapa produk kerajinan berkualitas dengan sendirinya menjadi ciri khas produk Tasikmalaya, yang pada akhirnya menjadi ujung tombak industri kreatif di Tasikmalaya. Namun hingga saat ini produk kerajinan tersebut tidak memiliki identitas atau standar kualitas antar pengrajin yang dapat meningkatkan nilai jual produk. Ditengah permintaan pasar yang tinggi didukung oleh persaingan produk kerajinan yang kian meningkat, produk-produk kerajinan asli Tasikmalaya banyak diproduksi secara masal oleh negara tetangga dengan kemasan yang lebih menarik dan juga memiliki harga yang lebih rendah. Hal tersebut yang kian dirasa meresahkan dan perlu mendapat perhatian khusus karena dapat mengganggu stabilitas industri kerajinan asli Tasikmalaya.

Maka, dalam rangka merevitalisasi kembali perhatian publik terhadap produk-produk kerajinan yang asli, diperlukan kontribusi serius yang dapat menaikkan kembali persepsi positif terhadap produk kerajinan tersebut. Salah satunya kontribusi dan peranan desainer grafis dalam perancangan identitas produk. Perancangan diharapkan dapat menambah nilai jual yang memiliki daya saing juga menghasilkan sebuah persepsi positif. Hal tersebut dirasakan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mengetahui produk-produk kerajinan Tasikmalaya dan lebih tergerak untuk membeli.

Metode atau konsep perancangan yang digunakan adalah perancangan identitas dengan menggunakan konsep *umbrella brand*, sebuah *brand* utama yang menaungi beberapa *sub brand* dengan segmentasi target yang berbeda. Sehingga menciptakan sebuah cakupan penyebaran dan penjualan produk yang meluas. Perancangan juga mengacu kepada rencana ekspansi toko kerajinan di luar Tasikmalaya.

Kata kunci : *branding*, kerajinan, tradisional, tasikmalaya

ABSTRACT

BRANDING DESIGN TO REVITALIZE TASIKMALAYA'S CRAFT PRODUCTS

Submitted by
Ivan Firmansyah
NRP 0864180

Tasikmalaya is one of the creative industry cities in the province of West Java. A huge quantity of various handicraft products is produced on a daily basis. the craft products are distributed to various areas both domestically and abroad. Some high quality craft products become the characteristic of the city's products, which eventually became the spearhead of the creative industry in Tasikmalaya. But until now, these handicraft products do not have an identity or standard quality among the craftsmen that can increase the value of the products. Amid the high market demand and supported by increasing competition amongst the handicraft products, handicraft Tasikmalaya's genuine products have been mass produced by neighboring countries with more attractive packaging and also at a lower price. It is increasingly troublesome and it needs special attention because it could harm the original craft industry Tasikmalaya.

Thus, in order to revive the public's attention to the genuine craft products, serious contribution is necessary to regain a positive perception towards the handicraft products. One of them is the contribution and role of the graphic designer in the design of the product's identity. The design is expected to add value to competitiveness which has also resulted in a positive perception. It is expected that it could enhance public interests in Tasikmalaya's handicraft products and it could motivate them to buy.

The methods or design concepts used is the identity design by using the umbrella brand concept, a major brand that houses several sub brands with different target segments. Thus creating a scope for distributing and selling the widely spread products. The design also refers to the craft store expansion plans outside Tasikmalaya.

Keywords: branding, crafts, traditional, tasikmalaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Rumusan Masalah.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup Permasalahan.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	6
2.1 Seni Kriya.....	6
2.1.1 Pengertian Kriya.....	6
2.2 Kerajinan.....	7
2.2.1 Pengertian Kerajinan.....	7
2.2.2 Kerajinan Tradisional dan Modern.....	7
2.3 <i>Branding</i>	8
2.3.1 Pengertian <i>Branding</i>	8

2.3.2 Fungsi <i>Brand</i>	9
2.3.3 Tahapan <i>Brand</i>	10
2.3.4 Kriteria <i>Brand</i>	11
2.4 <i>Umbrella Brand</i>	12
2.4.1 Pengertian <i>Umbrella Brand</i>	12
2.4.2 Fungsi <i>Umbrella Brand</i>	12
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	14
3.1 Data dan Fakta.....	14
3.1.1 Geografis dan Demografis Tasikmalaya.....	15
3.1.2 Lembaga Terkait.....	16
3.1.2.1 PUSKUD Jawa Barat.....	16
3.1.2.2 KADIN Tasikmalaya.....	18
3.1.3 Data Permasalahan.....	19
3.1.3.1 Survey.....	19
3.1.3.2 Wawancara.....	21
3.1.3.3 Kuesioner.....	23
3.1.3 Tinjauan Persoalan Sejenis.....	26
3.2 Analisa Permasalahan.....	27
3.2.1 Analisa SWOT.....	28
3.2.1.1 Kekuatan (<i>Strenght</i>)	28
3.2.1.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	28
3.2.1.3 Peluang (<i>Opportunity</i>)	29
3.2.1.4 Ancaman (<i>Threat</i>)	29
3.2.2 Analisa STP.....	29
3.2.2.1 Segmentasi (<i>Segmentation</i>)	29
3.2.2.2 Target (<i>Targeting</i>)	29
3.2.2.3 Posisi (<i>Positioning</i>)	30
3.2.3 Analisa 4P.....	30
3.2.2.1 Harga (<i>Price</i>)	30
3.2.2.2 Lokasi(<i>Place</i>)	30
3.2.2.3 Promosi (<i>Promotion</i>)	30
3.2.2.3 Produk (<i>Product</i>)	30

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	31
4.1 Konsep Komunikasi	31
4.1.1 Analisa Strategi Komunikasi	32
4.2 Konsep Kreatif	33
4.3 Konsep Media	34
4.4 Hasil Karya	36
4.4.1 Identitas Warna	37
4.4.2 Identitas Bentuk dan Elemen	38
4.4.3 Identitas Logo <i>Sub Brand</i> Pertama	41
4.4.4 Identitas Elemen	46
4.4.5 Pengaplikasian Identitas	47
4.4.5.1 Penerapan pada <i>Business Suite/Stationery</i>	47
4.4.5.2 Penerapan pada Media Digital (<i>Website</i>)	53
4.4.5.3 Penerapan pada <i>Signage</i> dan <i>Wayfinding</i>	54
4.4.5.4 Penerapan pada <i>Billboard</i>	56
4.4.5.5 Penerapan pada Fasilitas Publik	56
4.4.5.6 Penerapan pada Label Produk	57
4.4.5.7 Penerapan pada Tas	58
4.4.5.8 Penerapan pada Pakaian Seragam	59
4.4.6 Perencanaan <i>Sub Brand</i> Kedua	60
BAB V : PENUTUP	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Kota Tasikmalaya.....	14
Gambar 3.2	Logo Kabupaten Tasikmalaya.....	15
Gambar 3.3	Peta Wilayah Tasikmalaya.....	16
Gambar 3.4	Logo PUSKUD Jabar.....	16
Gambar 3.5	Logo KADIN Tasikmalaya.....	18
Gambar 3.6	Logo Krisna Bali.....	26
Gambar 3.7	Logo Joger Bali.....	26
Gambar 3.8	Logo Dagadu Jogja.....	27
Gambar 4.1	Skema Perancangan Awal.....	32
Gambar 4.2	Skema Perancangan <i>Umbrella Brand</i>	34
Gambar 4.3	Identitas Warna Tasikmalaya.....	37
Gambar 4.4	Identitas Warna Kerajinan.....	38
Gambar 4.5	Inspirasi Bentuk dan Elemen.....	39
Gambar 4.6	Inspirasi Filosofi <i>Logo Gram</i>	40
Gambar 4.7	Filosofi Ikon Payung.....	40
Gambar 4.8	Tipografi Selaras Tasik.....	41
Gambar 4.9	Arahan Desain Selaras Tasik.....	42
Gambar 4.10	Pengembangan Bentuk Huruf.....	43
Gambar 4.11	<i>Logo Grid</i> Selaras Tasik.....	43
Gambar 4.12	Rancangan Logo Akhir.....	43
Gambar 4.13	Acuan Warna <i>Sub Brand 1</i>	44
Gambar 4.14	Logo Selaras Tasik.....	44
Gambar 4.15	Jarak Ruang Kosong.....	45
Gambar 4.16	Alternatif Penerapan Warna.....	45
Gambar 4.17	Elemen Estetis.....	46
Gambar 4.18	Penerapan Warna Elemen.....	46
Gambar 4.19	Elemen Pola.....	47
Gambar 4.20	Kartu Nama.....	48

Gambar 4.21	Kop Surat.....	48
Gambar 4.22	Kartu Nama Toko.....	49
Gambar 4.23	Amplop.....	49
Gambar 4.24	Map.....	50
Gambar 4.25	Amplop Besar.....	50
Gambar 4.26	Buku Catatan.....	50
Gambar 4.27	Buku Catatan Kecil.....	51
Gambar 4.28	<i>ID Card</i>	51
Gambar 4.29	<i>CD Cover</i>	52
Gambar 4.30	Pulpen.....	52
Gambar 4.31	Contoh Tampilan Website.....	53
Gambar 4.32	Halaman Utama Website.....	53
Gambar 4.33	Halaman Berita & Katalog Produk.....	54
Gambar 4.34	<i>Outdoor Signage</i>	55
Gambar 4.35	<i>In Mall Signage</i>	56
Gambar 4.36	<i>In Store Signage</i>	56
Gambar 4.37	<i>Billboard</i>	56
Gambar 4.38	<i>Bus Livery</i>	57
Gambar 4.39	Label Produk.....	58
Gambar 4.40	Label Harga.....	58
Gambar 4.41	<i>Fabric Bag</i>	58
Gambar 4.42	<i>Goodybag</i>	59
Gambar 4.43	Pakaia Seragam.....	59
Gambar 4.44	Tipografi Kokojo Tasik.....	60
Gambar 4.45	Pengembangan Bentuk Huruf.....	60
Gambar 4.46	<i>Logo Grid</i> Kokojo Tasik.....	61
Gambar 4.47	Acuan Warna <i>Sub Brand 2</i>	61
Gambar 4.48	Pengembangan Logo.....	61
Gambar 4.49	Rancangan Logo Kokojo Tasik.....	62
Gambar 4.50	Alternatif Pengaplikasian Warna.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Pengrajin dan Sentra Produksi.....	19
Tabel 3.2	Lokasi Sentra Produksi.....	20
Tabel 3.3	Estimasi Kapasitas Produksi.....	20
Tabel 3.4	Daerah Tujuan Pemesaran.....	21
Tabel 3.5	Data Kuesioner 1.....	23
Tabel 3.6	Data Kuesioner 2.....	24
Tabel 3.7	Data Kuesioner 3.....	25
Tabel 3.8	Data Kuesioner 4.....	25
Tabel 3.9	Data Kuesioner 5.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Suasana Pertokoan Produk Kerajinan.....	67-71
Lampiran B	Sketsa Logo.....	72-74
Lampiran C	Identitas Tampilan Desain.....	75-78