

ABSTRACT

THE DESIGN OF PROMOTION FOR LANAHIVE, A LOCAL FASHION BRAND

Submitted by.

Laura Marsellina Muaya

0864049

The increased people's consumption in fulfilling their needs in fashion is one of the factors that encourages business people in the field of fashion to expand and increase their revenue by looking at the opportunities to sell their products. At the present, imported fashion products are more attractive amongst the youth. This is because the imported products do better in promotion compared with the local products.

Therefore, the purpose of this design is to promote Lanahive in increasing public interest in the local fashion brand, especially among young adults in the city of Bandung and Jabodetabek, in introducing simple edgy fashion trend by offering fashion concept that emphasizes exclusivity and maintaining the quality of products with international taste.

The method used is to design a media campaign for the brand Lanahive. The main media in this design is catalog, mini catalogs, websites, video lookbook, corporate identity, invitation, packaging, gimmick, hag tag, as well as social media. Through the design of promotional media, it is expected that Bandung's local communities, especially young adult men and women can recognize and buy Lanahive products.

Keywords: Bandung, Exclusive, Fashion, Simple Edgy, Unique.

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI UNTUK BRAND FASHION LOKAL LANAHIVE

Oleh

Laura Marsellina Muaya

NRP 0864049

Tingkat konsumsi masyarakat yang semakin berkembang akan kebutuhan dalam berpenampilan, merupakan salah satu faktor yang mendukung para pelaku bisnis di bidang fashion semakin meluas dan berlomba-lomba dalam meningkatkan pendapatan dengan melihat peluang dalam menjual produknya. Untuk saat ini produk fashion buatan luar lebih diminati oleh generasi muda, dikarenakan produk luar melakukan promosi yang lebih baik dibandingkan dengan produk lokal.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk mempromosikan Lanahive dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap *brand* fashion lokal khususnya dikalangan usia dewasa muda di kota Bandung dan Jabodetabek, dalam memperkenalkan *trend* fashion *simple edgy* dengan menawarkan konsep fashion yang mementingkan eksklusifitas dan mengutamakan kualitas produk dengan cita rasa internasional.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang media promosi untuk *brand* Lanahive. Media utama dalam perancangan ini adalah *catalog*, *mini catalog*, *website*, *video lookbook*, *corporate identity*, *invitation*, *packaging*, *gimmick*, *hag tag*, serta *social media*. Melalui perancangan media promosi ini diharapkan masyarakat lokal Bandung khususnya pria dan wanita dewasa muda dapat mengenal serta membeli produk Lanahive.

Kata kunci : Bandung, Eksklusif, Fashion, Simple Edgy, Unik.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Lanahive	17
Gambar 3.3	Sepatu Custom Wanita	19
Gambar 3.4	Sepatu Custom Pria	20
Gambar 3.5	Sepatu Custom Pria	20
Gambar 3.6	Parka dan <i>Blazer</i> Custom Wanita	21
Gambar 3.22	Logo <i>Brand Flashy</i>	30
Gambar 3.23	<i>Brand Flashy</i>	32
Gambar 3.24	Logo <i>Brand Unfairytaleme</i>	32
Gambar 3.25	<i>Brand Unfairytaleme</i>	34
Gambar 4.2	Warna-warna yang digunakan	41
Gambar 4.3	Timeline Promosi	45
Gambar 4.4	Budgeting	45
Gambar 4.5	Logo	49
Gambar 4.6	Warna Pada Logo	49
Gambar 4.7	Kop Surat	50
Gambar 4.8	Amplop Tampak Depan Belakang	50
Gambar 4.9	Kartu Nama	51
Gambar 4.10	<i>Invoice</i>	51
Gambar 4.11	<i>Packaging</i> Pakaian dan <i>Packaging</i> Sepatu	52
Gambar 4.12	<i>Paper Bag</i>	53
Gambar 4.13	<i>Hang Tag</i>	53
Gambar 4.14	<i>Care Label</i> dan <i>Woven Label</i>	54
Gambar 4.15	<i>Website</i>	55
Gambar 4.16	<i>Print Ad Awareness</i>	56
Gambar 4.17	<i>Print Ad Informing</i>	56
Gambar 4.18	<i>Invitation</i>	57
Gambar 4.19	Mini Catalog	58
Gambar 4.20	<i>Gift Voucher</i>	59
Gambar 4.21	<i>Genuin Leather Bracelete</i>	59

Gambar 4.22 <i>Visual Merchandise</i>	60
Gambar 4.23 <i>Backdrop</i>	60
Gambar 4.24 Facebook	61
Gambar 4.25 Instagram	61
Gambar 4.26 <i>Video Awareness</i>	62
Gambar 4.27 <i>Video Informing</i>	62
Gambar 4.28 <i>Video Reminding</i>	63
Gambar 4.29 Advertorial	64
Gambar 4.30 <i>Editorial</i>	64

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	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1 Permasalahan	3
1.2.2 Ruang Lingkup	4
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II : LANDASAN TEORI	7
2.1 Teori <i>Branding</i>	7
2.1.1 <i>Brand Identity</i>	8
2.2 Teori Promosi	9
2.2.1 Fungsi Promosi	11
2.2.2 Tujuan Promosi	12
2.3 Teori Logo	13
2.4 Teori <i>Simple Edgy</i>	14
2.5 Teori Warna	14
2.6. Teori Psikologi Dewasa Awal	15

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	17
3.1 Data dan Fakta	17
3.1.1 Sejarah Lanahive	17
3.1.2 Visi dan Misi Lanahive	18
3.1.3 Susunan Kepengurusan Lanahive	18
3.1.4 Hasil Kuisisioner dan Observasi Target Pasar	21
3.1.5 Hasil Wawancara Dengan Pemilik Lanahive	29
3.1.6 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	36
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	38
4.1 Konsep Komunikasi	38
4.2 Konsep Kreatif	39
4.3 Konsep Media	41
4.3.1 <i>Creative Brief</i>	46
4.4 Hasil Karya	49
4.4.1 Logo	49
4.4.2 <i>Stationery</i>	50
4.4.3 <i>Product Identity</i>	52
4.4.4 <i>Website</i>	55
4.4.5 Fashion Ad	56
4.4.6 <i>Event Item</i>	57
4.4.7 Mini Catalog	58
4.4.8 <i>Gift Voucher & Genuin Leather Bracelete</i>	59
4.4.9 <i>Visual Merchandise</i>	60
4.4.10 Media Sosial	61
4.4.11 Video Awareness	62
4.4.12 Video Informing	62
4.4.13 Video Reminding	63
4.4.14 Fashion Advertorial	64

4.4.12 Fashion Editorial	64
BAB V : PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Kesimpulan	66
5.2.1 Saran Bagi Sesama Desainer	66
5.2.2 Saran Bagi Pengusaha Fashion Lokal.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Pertanyaan Wawancara Dengan Pemilik Lanahive
- Lampiran B *Mood Board* Lanahive
- Lampiran C Sketsa Logo
- Lampiran D Sketsa Media

DAFTAR TABEL

Gambar 3.2	Susunan Kepengurusan Lanahive	18
Gambar 3.7	Diagram Jenis Kelamin	22
Gambar 3.8	Diagram Usia	22
Gambar 3.9	Diagram Pekerjaan	23
Gambar 3.10	Diagram Penghasilan Per bulan	23
Gambar 3.11	Diagram <i>Simple Edgy</i>	24
Gambar 3.12	Diagram Minat Terhadap Fashion	24
Gambar 3.13	Diagram Pakaian Yang Digunakan Saat Kerja.....	25
Gambar 3.14	Diagram Minat Terhadap Desain Fashion Yang Terbatas	25
Gambar 3.15	Diagram Media Sosial Yang Digunakan	26
Gambar 3.16	Diagram Majalah Yang Sering Dibaca	26
Gambar 3.17	Diagram <i>Brand</i> Fashion Luar	27
Gambar 3.18	Diagram <i>Brand</i> Fashion Lokal	27
Gambar 3.19	Diagram Pembelian Produk Custom	28
Gambar 3.20	Diagram Ketertarikan Terhadap <i>Cutting Pola & Tone</i> Warna....	28
Gambar 3.21	Diagram Terhadap Ketertarikan <i>Item</i> Fashion	29