

ABSTRAK

PERANCANGAN BRANDING SUTRA ALAM SEBAGAI PRODUSEN KAIN TENUN IKAT SUTRA GARUT

Oleh

Widya Putri

NRP 1164039

Jawa Barat sangatlah kaya akan kain tradisionalnya. Namun diantara banyaknya kain tradisional di Jawa Barat, ada kain tradisional yang masih jarang diketahui para pecinta *fashion*, yakni kain tenun ikat yang berbahan sutra hasil produksi Sutra Alam di kampung tenun panawuan, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Kain tenun ikat sutra Garut ini memiliki motif dan warna yang sangatlah indah, menarik, unik, dan modern. Namun *brand* Sutra Alam belum memiliki identitas yang jelas, tidak dikemas secara menarik, dan tidak dipromosikan dengan baik. Sehingga kain tenun ikat sutra Garut ini kurang dikenal meskipun masyarakat tertarik untuk membeli dan menggunakan kain tenun ini.

Metode yang digunakan ialah melalui perancangan *branding* kain tenun ikat sutra Garut meliputi pemilihan nama *brand*, desain logo, *business suite*, *packaging*, *hang tag*, butik, dilengkapi dengan beberapa rancangan media promosi untuk pembukaan brand berupa *website*, iklan majalah, katalog, *goodie bag*, dan *merchandise*. Dengan penggunaan warna magenta dan ungu, *clear space* berwarna putih dan *layout* yang simpel untuk memberi kesan anggun, *modern*, dan eksklusif.

Melalui perancangan *branding* ini diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal dan menggunakan kain tenun ikat sutra Garut sebagai salah satu alternatif *fashion* yang memiliki ciri khas Indonesia, dan menjaga kelestarian tenun ikat sutra Garut sebagai budaya khas Indonesia.

Kata kunci: tenun, *branding*, Garut, *fashion*, anggun, *modern*

ABSTRACT

A BRANDING DESIGN OF SUTRA ALAM AS A PRODUCER OF GARUT'S SILK KAIN TENUN IKAT

Submitted by

Widya Putri

NRP 1164039

West Java is rich in traditional fabrics. But among the many traditional fabrics in West Java, there is a traditional fabric that is still rarely known to fashion lovers, which is kain tenun ikat made from silk which was produced by wild silk worms in Panawuan weaving village, Garut, West Java. Garut's silk kain tenun ikat has beautiful motifs and colors, interesting, unique, and modern. However, Alam Sutra brand does not have a clear identity yet, not packaged attractively, and are not promoted well. So Garut's silk kain tenun ikat is not widely known.

Therefore it is necessary to design branding for Garut's silk kain tenun ikat which includes the design of corporate identity and design of promotional media to the opening of the brand. With the use of magenta and purple as the dominant corporate color, and the utilization of empty fields and layout that is simple to give elegant, modern, and elegant impression.

Through this branding design it is expected that people can get to know and use Garut's silk kain tenun ikat as one of the alternative fashion which has a typical Indonesian, and to preserve Garut's silk kain tenun ikat as a unique Indonesian culture.

Keywords: elegant, fashion branding, Garut's kain tenun ikat, graceful, modern

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Fashion	5
2.2 Fashion Grafis	5
2.3 Branding	6
2.4 Fashion Branding	7
2.5 STP	8
2.6 Pasar Sasaran	9
2.7 Teori Maslow	10
2.8 SWOT	11
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	12
3.1 Data dan Fakta	12

3.1.1 Kain Sutra	12
3.1.2 Kain Tenun	12
3.1.3 Kain Tenun Ikat Sutra di Kampung Panawuan Garut	14
3.1.4 Kabupaten Garut	17
3.1.5 Perusahaan atau Lembaga Terkait (Cita Tenun Indonesia)	19
3.1.6 Hasil Wawancara dengan Pemilik Sutra Alam Family	20
3.1.7 Hasil Kuesioner Terhadap 100 Orang Responden	22
3.1.8 Kesimpulan Hasil Survei	27
3.1.9 Tinjauan Karya Sejenis (Batik Tulis Garutan)	27
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	29
3.2.1 SWOT dari Kain Tenun Ikat Sutra	30
3.2.2 STP	31
3.2.3 Creative Brief	32
3.2.4 Visi, Misi, dan Tujuan Brand	34
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	35
4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif	35
4.2.1 Konsep Visual	35
4.2.2 Konsep Verbal	38
4.3 Konsep Media	38
4.3.1 Business Suite	38
4.3.2 Katalog	38
4.3.3 Packaging	39
4.3.4 Magazine Ad	39
4.3.5 Website	39
4.3.6 Web Ad	40
4.3.7 Street Banner	40
4.3.8 Shopping Bag & Goodie Bag	40
4.3.9 Delivery Car	40
4.4 Hasil Karya	40
4.4.1 Nama Brand	40
4.4.2 Logo	41
4.4.3 Timeline	43

4.4.4 Budgeting	44
4.4.5 Business Suite	45
4.4.6 Katalog	45
4.4.7 Website	46
4.4.8 Magazine Ad	47
4.4.9 Delivery Car	48
4.4.10 VIP Invitation Card	48
4.4.11 Street Banner dan Web Ad	49
4.4.12 Instagram, Gantungan, Label, Selotip	50
4.4.13 Shopping Bag & Box	51
4.4.14 Goodie Bag & Info Tag	52
BAB V : PEMECAHAN MASALAH	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56
DATA PENULIS	xiv
UCAPAN TERIMAKASIH	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline	43
Tabel 4.2 Budgeting	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Segitiga Teori Maslow	10
Gambar 3.1	Hasil rancangan Sebastian Gunawan menggunakan kain tenun ikat sutra Garut	15
Gambar 3.2	Motif kain tenun ikat sutra Garut	15
Gambar 3.3	Mesin ATBM dan proses pembuatan kain tenun ikat sutra Garut	16
Gambar 3.4	Lambang Kabupaten Garut	17
Gambar 3.5	Logo Cita Tenun Indonesia	19
Gambar 3.6	Workshop Sutra Alam dan narasumber, Bapak Hendar Rogesta	21
Gambar 3.7	Diagram hasil kuesioner 1	23
Gambar 3.8	Diagram hasil kuesioner 2	24
Gambar 3.9	Diagram hasil kuesioner 3	25
Gambar 3.10	Diagram hasil kuesioner 4	26
Gambar 3.11	Motif kain batik tulis garutan	27
Gambar 3.12	Workshop Batik Tulis Garutan RM	28
Gambar 4.1	Palet Warna	37
Gambar 4.2.1	Logo Antiem	41
Gambar 4.2.2	Variasi Logo Antiem	42
Gambar 4.3	Business card, envelope, letter head, hang tag	45
Gambar 4.6	Katalog	45-46
Gambar 4.8	Website	46
Gambar 4.9	Magazine Ad	47
Gambar 4.10	Delivery Car	48
Gambar 4.11	VIP Invitation Card	48
Gambar 4.12	Street Banner dan Web Ad	49
Gambar 4.13	Instagram, Gantungan, Label, dan Selotip	50
Gambar 4.14	Shopping Bag & Box	51
Gambar 4.15	Goodie Bag & Info Tag	52

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Wawancara Dengan Pemilik Sutra Alam Family	56
Lembar Asistensi	59