

ABSTRAK

PERANCANGAN *BRANDING* FESYEN *PATCHWORK* DARI KRAVITI

Oleh
Athalia Nur Alifa
NRP 1164059

Bandung merupakan kota kreatif yang menghasilkan berbagai macam jenis fesyen, salah satunya fesyen *patchwork*. Kraviti merupakan salah satu rumah produksi kerajinan *patchwork* di Bandung yang berhasil menciptakan teknik *patchwork* baru ke dalam segi fesyen. Fesyen *patchwork* produk Kraviti selalu membawa aksesoris lokal Indonesia, yaitu batik. Selain itu, fesyen *patchwork* produk Kraviti juga memiliki nilai jual serta kualitas yang tinggi.

Namun, fesyen *patchwork* Kraviti belum mempunyai identitas yang jelas di kalangan pecinta fesyen Kota Bandung. Oleh karena itu, perlu dibuat sebuah perancangan *branding* fesyen *patchwork* Kraviti. Perancangan ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat, khususnya kaum wanita dewasa muda di Kota Bandung agar lebih menghargai *brand* lokal daripada *brand* luar, serta mengubah pola pikir mereka tentang *brand* fesyen lokal yang masih buruk. Manfaat dari perancangan ini adalah agar nilai-nilai budaya lokal Indonesia tetap dihargai dan tidak dipandang rendah.

Karena produk fesyen *patchwork* Kraviti selalu diaplikasikan dengan kain batik, maka perancangan *branding* fesyen *patchwork* Kraviti ialah elegan serta etnik. Konsep kreatif yang digunakan yaitu dengan menampilkan foto-foto produk fesyen *patchwork* Kraviti yang elegan serta memiliki kesan etnik. Selain itu, perancangan juga terdiri dari *corporate branding* hingga media promosi *launching* fesyen *patchwork* Kraviti, seperti *website*, media sosial, *hang tag*, buku katalog, *packaging*, dan *window display*.

Kata kunci: *Branding*, fesyen, *patchwork*, etnik, wanita

ABSTRACT

THE BRANDING DESIGN OF PATCHWORK FASHION FROM KRAVITI

**Submitted by
Athalia Nur Alifa
NRP 1164059**

Bandung is a creative city with various kinds of fashions, one of which is patchwork fashion. Kraviti is a production house specializing in the designing patchwork fashions in Bandung with innovative techniques. The patchwork fashion products always foreground local Indonesian taste like batik. The products are also of high value and quality.

And yet, Kraviti has yet to gain identity in the world of local fashion in Bandung. Thus, branding design for Kraviti patchwork needs to be arranged in order to gain the attraction of women and to make them appreciate the local product more and to change their perception towards the local brand fashion which somehow is still questioned. The purpose of this design is to maintain the local value of Indonesia so as to be well appreciated and not to be undervalued.

Kraviti patchwork always makes use of batik in its application to make it elegant and ethnical. The design also involves corporate branding and the promotional media for the launching of the products like websites, hang tag, catalogue books, packaging and window display.

Keywords: Branding, fashion, patchwork, ethnic, women

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	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 <i>Branding dan Brand</i>	5
2.1.1 Nama	6
2.2 <i>Fashion Branding</i>	7
2.3 Elemen <i>Branding</i>	8
2.3.1 Logo	8
2.3.2 Bentuk	9
2.3.3 Warna	10
2.3.4 Huruf, Teks, atau Tipografi	10
2.4 <i>Corporate Identity</i> atau Identitas Perusahaan	11

2.5	Pemasaran atau Promosi	13
2.6	Teori Segitiga Maslow	14
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH		15
3.1	Data dan Fakta	15
3.1.1	Kraviti	15
3.1.2	Hasil dari Observasi	18
3.1.3	Hasil dari Kuesioner.....	22
3.1.4	Kesimpulan Hasil Kuesioner	28
3.1.5	Institusi Terkait, Partner Kraviti	29
3.1.6	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	30
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	32
3.2.1	Analisis SWOT Fesyen <i>Patchwork</i> Kraviti	32
3.2.2	Analisis STP Fesyen <i>Patchwork</i> Kraviti	33
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH		34
4.1	Konsep Komunikasi	34
4.2	Konsep Kreatif	34
4.2.1	Warna Pada Logo	35
4.2.2	Font	36
4.2.3	Gaya Gambar	36
4.3	Konsep Media	36
4.3.1	Budgeting	38
4.4	Hasil Karya	39
4.4.1	Vrouw By Kraviti	39
4.4.2	Stationery	39
4.4.3	Hang Tag	40
4.4.4	Label Baju	41
4.4.5	Website	41
4.4.6	Media Sosial	43

4.4.7	Packaging	44
4.4.8	Katalog Buku	45
4.4.9	Katalog Lipat	46
4.4.10	Window Display	47
4.4.11	Iklan	48
4.4.12	Umbul-Umbul	49
4.4.13	X-Banner	49
BAB V : PENUTUP		50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN		53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema perancangan	4
Gambar 3.1	Logo Kraviti	15
Gambar 3.2	Bagan alur produksi	17
Gambar 3.3	Lokasi pusat produksi Kraviti	18
Gambar 3.4	Piagam-piagam penghargaan Kraviti	18
Gambar 3.5	Papan projek Kraviti	19
Gambar 3.6	Contoh motif yang akan Kraviti olah	19
Gambar 3.7	Lokasi pemasaran di Cascade Bandung	20
Gambar 3.8	Produk-produk yang dipasarkan Kraviti	21
Gambar 3.10	Diagram usia responden	22
Gambar 3.11	Diagram produk yang lebih mewakili responden	22
Gambar 3.12	Diagram selera terhadap motif batik	23
Gambar 3.13	Diagram responden mengenai perkembangan fesyen	23
Gambar 3.14	Diagram media informasi responden	24
Gambar 3.15	Diagram jumlah nominal uang yang dikeluarkan untuk sebuah penampilan diri responden	24
Gambar 3.16	Diagram pendapat responden terhadap jumlah nominal uang demi sebuah fesyen	25
Gambar 3.17	Diagram pengetahuan responden terhadap motif pada gambar	25
Gambar 3.18	Diagram pengetahuan responden terhadap <i>patchwork</i> <i>quilting</i>	26
Gambar 3.19	Diagram ketertarikan responden terhadap <i>patchwork</i> <i>quilting</i>	27
Gambar 3.20	Diagram pengetahuan responden terhadap nama Kraviti	27
Gambar 3.21	Diagram penilaian <i>brand</i> luar dan <i>brand</i> lokal di mata responden	28
Gambar 3.22	Logo Batik Komar	29

Gambar 3.23	Logo Galeri Batik Tasik Deden.....	29
Gambar 3.24	Logo Galeri HB Batik	30
Gambar 3.25	Logo Dowa	30
Gambar 3.26	Contoh produk Dowa	31
Gambar 4.1	Warna	35
Gambar 4.2	Arti warna pada logo	35
Gambar 4.3	Font	36
Gambar 4.4	Logo Vrouw	39
Gambar 4.5	Stationery Vrouw	39
Gambar 4.5	Stationery Vrouw	40
Gambar 4.6	Hang Tag	40
Gambar 4.7	Label Baju	41
Gambar 4.8	Website diperbesar	41
Gambar 4.9	Website keseluruhan	42
Gambar 4.10	Media Sosial	43
Gambar 4.11	Packaging	44
Gambar 4.12	Katalog Buku	45
Gambar 4.13	Katalog Lipat	46
Gambar 4.14	<i>Window Display</i>	47
Gambar 4.15	Iklan Majalah	48
Gambar 4.16	Umbul-Umbul	49
Gambar 4.17	X-Banner	49

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.6.1 Segitiga Maslow	14
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Budgeting	38
-----------	-----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Hasil Wawancara dengan Owner Kraviti	53
Lampiran B	Kuesioner	56