

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI BALUBUR TOWN SQUARE (BALTOS) SEBAGAI *ONE STOP SHOPPING FASHION* MUSLIMAH DI KOTA BANDUNG

Oleh:

Sharon Margareth

NRP 1464908

Pusat Belanja Balubur atau yang biasa disebut Baltos merupakan satu dari sekian banyak pusat perbelanjaan di kota Bandung yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, namun belum memiliki diferensiasi yang jelas terhadap mall/plaza lainnya. Namun Baltos memiliki potensi pada produk fesyen muslimah yang berada di area Pusat Hijab dan Kerudung lantai 2 Baltos. Potensi ini dapat dijadikan sebagai fokus untuk promosi dan diferensiasi Baltos agar konsumen dapat dengan mudah mencari kebutuhan di tempat yang tepat, dalam hal ini adalah pakaian muslimah.

Maka dari itu, tujuan perancangan promosi ini adalah memperkenalkan Baltos sebagai pusat belanja pakaian muslimah masa kini melalui media promosi yang tepat dan menarik. Selain itu, merancang media promosi Baltos sebagai pusat belanja fesyen muslimah, yang efektif, efisien dan tepat sasaran.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang promosi melalui media cetak dan digital. Media yang digunakan adalah *billboard*, umbul-umbul, poster, *print ads* majalah, media sosial dan sticker pada pintu lift. Visual yang dirancang bagi kaum muda dengan warna-warna pastel. Melalui perancangan ini, diharapkan agar Baltos dapat menjadi tujuan utama berbelanja bagi kaum muslimah kalangan menengah atas.

Kata kunci: Baltos, fesyen, muslimah, pastel, promosi

ABSTRACT

PROMOTION DESIGN OF BALUBUR TOWNSQUARE (BALTOS) AS A ONE STOP SHOPPING VENUE FOR BANDUNG MOSLEM LADIES

Submitted by
Sharon Margareth
NRP 1464908

Balubur Shopping Centre or, more commonly known as Balubur Townsquare, is one of the many shopping centres in Bandung with a wide range of daily needs. However, they do not have anything to differentiate themselves with other shopping centres. Luckily, Baltos is potential in terms of Moslem ladies fashion which is available in the Hijab and Headscarf Centre on the second floor. This can be used for the shopping centre's promotion and to differentiate Baltos with the other shopping centres. So, those who need Moslem garb will know where to find it.

The purpose of this design is to introduce Baltos as a shopping centre where Moslem ladies can find modern Moslem attire. This is done by using the proper means of promotion which will attract target customers. Another aim is to design an effective and straightforward medium to promote Baltos as a place where Moslem ladies can find their fashion.

The method used is designing promotion using printed digital media. The media are billboard, banners, posters, printed ads, magazines, social media and stickers on lift doors. Visuals for young people are made with pastel-shades. This design is expected to make Baltos a main fashion shopping destination for upper-middle class Moslem ladies.

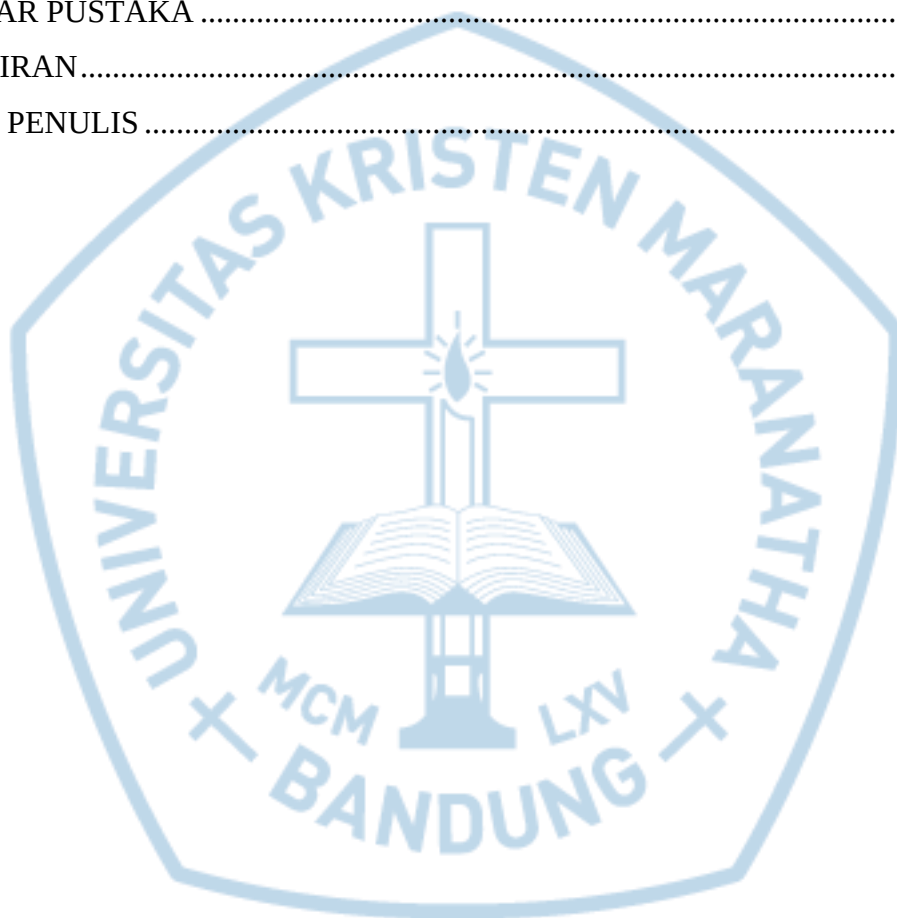
Keywords: Baltos, fashion, moslem ladies, pastel, promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
 2.1 Teori Promosi.....	 6
2.1.1 Tujuan Promosi	7
2.1.2 Model Aida	8
2.2 Teori Psikologi Perkembangan	8
2.3 Teori Busana	10
2.4 Media Iklan	11
2.4.1 Media Luar Ruang	12

2.4.2 Media Internet	12
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	13
3.1 Data dan Fakta	13
3.1.1 Perusahaan dan Lembaga Terkait	13
3.1.2 Data tentang gejala/Fenomena yang terjadi	14
3.1.2.1 Hasil Kuesioner	14
3.1.2.2 Wawancara	25
3.1.3 Tinjauan karya sejenis/Persoalan sejenis	27
3.2 Analisis Berdasarkan Data dan Fakta	28
3.2.1 Analisis SWOT Baltos	28
3.2.2 Analisis SWOT Perancangan	29
3.2.3 Analisis <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> Perancangan	30
3.2.4 Analisis Pemecahan Masalah	30
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	32
4.1 Konsep Komunikasi	32
4.2 Konsep Kreatif	33
4.3 Konsep Media	35
4.4 Hasil Karya.....	36
4.4.1 Logo PIJAR.....	36
4.4.2 <i>Billboard</i>	38
4.4.3 Sosial Media.....	39
4.4.4 Majalah (<i>Print Ads</i>).....	39
4.4.5 Poster <i>Informing</i>	40
4.4.6 Umbul-umbul	41
4.4.7 <i>Shopping Bag</i>	42
4.4.8 <i>Elevator</i> Pengunjung.....	42
4.5 <i>Timeline</i>	43
4.6 <i>Budgeting</i>	43

BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
5.2.1 Saran Bagi Manajemen Baltos.....	45
5.2.2 Saran Bagi Sesama Desainer.....	45
5.2.3 Saran Dari Dosen Penguji.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN.....	47
DATA PENULIS	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5	Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.1	Gambar Kawasan Balubur Town Square	13
Gambar 3.2	Diagram Rentang Usia Responden	15
Gambar 3.3	Diagram Jenis Pekerjaan Responden	15
Gambar 3.4	Diagram Jumlah Pendapatan Per Bulan Responden	16
Gambar 3.5	Diagram Domisili Responden	16
Gambar 3.6	Diagram Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap Baltos.....	17
Gambar 3.7	Diagram Pilihan <i>Trade Center</i> Responden	17
Gambar 3.8	Diagram Pandangan Responden Terhadap Baltos	18
Gambar 3.9	Diagram Pilihan Responden Dalam Membeli Pakaian Muslim.....	18
Gambar 3.10	Diagram Intensitas Reponden Membeli Pakaian Muslim.....	19
Gambar 3.11	Diagram Preferensi Responden Terhadap Gaya Berhijab.....	19
Gambar 3.12	Diagram Preferensi Responden Terhadap Figur Muslimah.....	20
Gambar 3.13	Diagram Pakaian Muslim Yang Sering Dibeli Responden.....	20
Gambar 3.14	Diagram Pilihan Responden Dalam Padu Padan Busana.....	21
Gambar 3.15	Diagram <i>Event</i> Yang Menarik Untuk Diikuti Oleh Responden.....	21
Gambar 3.16	Diagram Pandangan Responden Terhadap Hijab.....	22
Gambar 3.17	Diagram Intensitas Responden Dalam Mengikuti Acara Hijabers	22
Gambar 3.18	Diagram Pendapat Responden Tentang Modernisasi Hijab.....	23
Gambar 3.19	Diagram Media Pilihan Responden dalam <i>Update Trend</i>	23
Gambar 3.20	Logo Pasar Baru Square.....	27
Gambar 4.2	Warna-warna Pada Visual Utama	35
Gambar 4.3	Logo Pijar.....	36
Gambar 4.4	Warna Logo Pijar	37
Gambar 4.5	<i>Billboard Awareness</i>	38
Gambar 4.6	<i>Billboard Informing</i>	38
Gambar 4.7	Media Pada Instagram.....	39
Gambar 4.8	<i>Print Ads Awareness & Informing</i>	40
Gambar 4.9	Poster <i>Informing</i>	40
Gambar 4.10	Umbul-umbul <i>Informing & Awareness</i>	41

Gambar 4.11 <i>Shopping Bag</i> PIJAR.....	42
Gambar 4.12 <i>Elevator</i> Pengunjung.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i>	43
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i>	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Wawancara Dengan Ibu Della Yanti (<i>General Manager</i> Baltos)	
.....	47
Lampiran B Daftar Pertanyaan Kuesioner	50
Lampiran C <i>Creative Brief</i>	54
Lampiran D Alternatif Logo	56
Lampiran E Elemen Visual Perancangan.....	57

