

ABSTRAK

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI “BATIK PASTEL” SEBAGAI BRAND LOKAL KAIN BATIK DENGAN WARNA PASTEL UNTUK ANAK MUDA

Oleh
Zita Sashia
NRP 1464909

Batik Pastel merupakan merek dari produsen tradisional Batik Cirebon dengan teknik cap yang memiliki ciri khas warna yang *soft* dan desain yang modern. Hal ini yang membedakannya dari batik Cirebon yang ada dipasaran. Banyak masyarakat yang belum mengenal Batik Pastel dikarenakan Batik Pastel masih terbilang baru. Batik Pastel melakukan penjualan hanya melalui media sosial seperti Instagram dan hanya menjual kain. Kurangnya promosi dan tidak adanya lini baju dari Batik Pastel ini yang menjadi kendala kurang dikenal Batik Pastel di masyarakat, selain itu terdapat saingan sejenis yang sudah memiliki toko dan lini baju dari kain batik mereka.

Peneliti mengangkat Batik Pastel dengan tujuan untuk merancang visual media promosi Batik Pastel agar masyarakat Indonesia, terutama di kalangan anak muda maupun kalangan pecinta fashion yang tinggal di kota-kota di Indonesia, khususnya di pulau Jawa, mengetahui dan tertarik dengan Batik Pastel. Perancangan visual promosi ini diharapkan dapat mendorong mereka untuk menggunakan Batik sebagai busana fashion mereka sehari-hari.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang visual media promosi Batik Pastel dengan peluncuran *lookbook* dari lini baju Batik Pastel sebagai media utama sekaligus mengikuti bazaar di Hype Festival PIK Jakarta. Melalui perancangan ini, Batik Pastel bisa menjadikan Batik menjadi sesuatu yang *fashionable* dan modern, sesuatu yang mengikuti zaman namun tidak menghilangkan nilai-nilai budaya asli.

Kata kunci : Batik Pastel, Cirebon, fashion, Indonesia, modern

ABSTRACT

PROMOTION VISUAL DESIGN OF "BATIK PASTEL" AS A LOCAL BRAND OF BATIK WITH PASTEL SHADES FOR YOUNG PEOPLE

Submitted by
Zita Sashia
NRP 1464909

"Batik Pastel" is a brand by a traditional batik producer in Cirebon. The technique used is stamping, and the colours are soft and the design is modern. This is what makes this batik different from the common Cirebon batik. Not many people know Batik Pastel due to its novelty. Batik Pastel does their marketing via social media such as Instagram, and they only sell the fabric. The lack of promotion and there being no articles of clothing made by Batik Pastel results in its being not too well known in the society. Besides, the competition with previously existing batik stores which sell ready-to-wear clothes made of batik also adds to the unfavourable factor.

The researcher brings up Batik Pastel with the purpose of designing promotion media visual for Batik Pastel so that Indonesian people, especially the young generation and those who love fashion who live in big cities in Java, are made aware of and interested in Batik Pastel. The designing of this visual promotion is hoped to encourage them to use Batik Pastel as their everyday fashion.

The method used is designing promotion media for Batik Pastel by launching lookbook from Batik Pastel as the main medium as well as participating in a fair in Hype Festival in PIK Jakarta. By using this design, Batik Pastel will become something fashionable and modern, trendy but still preserving indigineous tradtional values.

Keywords: Batik Pastel, Cirebon, fashion, Indonesia, modern

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	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 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Batik.....	6
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.3 Teori Promosi.....	8
2.4 Teori Fashion.....	9
2.5 Teori Warna.....	11
2.6 Teori Perkembangan Psikologi.....	12
2.6.1 Psikologi Remaja.....	12

2.6.2	Psikologi Dewasa Awal.....	12
-------	----------------------------	----

BAB III : DATA DAN ANALISIS DATA

3.1	Data dan Fakta.....	14
3.1.1	Perusahaan atau Lembaga Terkait.....	14
3.1.2	Hasil Kuesioner dan Wawancara.....	16
3.1.2.1	Hasil Kuesioner.....	16
3.1.2.2	Hasil Wawancara.....	25
3.1.3	Tinjauan Karya Sejenis.....	27
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	29
3.2.1	SWOT Batik Pastel.....	29
3.2.2	SWOT Promosi Batik Pastel.....	30
3.2.3	STP Promosi Batik Pastel.....	31

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	33
4.2	Konsep Kreatif.....	34
4.3	Konsep Media.....	35
4.4	Hasil Karya.....	36
4.4.1	Majalah.....	36
4.4.2	Instagram.....	37
4.4.3	Website.....	40
4.4.4	Lookbook.....	41
4.4.5	Hangtag.....	43
4.4.6	Shopping Bag.....	44

BAB V : PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran.....	47

5.2.1	Saran Bagi Sesama Desainer.....	47
5.2.2	Saran Bagi Produsen Batik Pastel.....	47
5.2.3	Saran Dari Dosen Penguji.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....		48
LAMPIRAN		49
DATA PENULIS		58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.1	Logo Batik Pastel.....	14
Gambar 3.2	Berbagai macam kain batik cap Cirebon Batik Pastel.....	15
Gambar 3.3	Hasil busana dari pelanggan/pembeli kain Batik Pastel.....	16
Gambar 3.4	Diagram hasil kuesioner berapa umur Anda.....	17
Gambar 3.5	Diagram hasil kuesioner di pulau apa kota tempat Anda tinggal.....	17
Gambar 3.6	Diagram hasil kuesioner apa pendidikan terakhir Anda.....	18
Gambar 3.7	Diagram hasil kuesioner berapa penghasilan perbulan Anda.....	18
Gambar 3.8	Diagram hasil kuesioner gaya fashion yang Anda suka.....	19
Gambar 3.9	Diagram hasil kuesioner apakah Anda tertarik dengan pakaian batik.....	19
Gambar 3.10	Diagram hasil kuesioner seberapa sering Anda menggunakan batik.....	20
Gambar 3.11	Diagram hasil kuesioner kapan Anda menggunakan batik.....	20
Gambar 3.12	Diagram hasil kuesioner menarik pakaian batik di pasaran.....	21
Gambar 3.13	Diagram hasil kuesioner kekurangan dari pakaian batik di pasaran.....	21
Gambar 3.14	Diagram hasil kuesioner apakah Anda mengetahui merek Batik Pastel sebagai produsen kain batik cap Cirebon di Indoensia.....	22
Gambar 3.15	Diagram hasil kuesioner apakah menurut Anda kain-kain produksi Batik Pastel menarik.....	23
Gambar 3.16	Diagram hasil kuesioner apakah Anda tertarik untuk menggunakan pakaian batik dari kain-kain produksi Batik Pastel.....	23
Gambar 3.17	Diagram hasil kuesioner bagaimana desain yang Anda harapkan dari lini baju Batik Pastel.....	24
Gambar 3.18	Diagram hasil kuesioner menurut anda media promosi apa yang paling efektif dalam mempromosikan dan memperkenalkan Batik Pastel	25
Gambar 3.19	Kain batik dari Poca Batik.....	27
Gambar 3.20	Busana batik dari Poca Batik.....	27
Gambar 3.21	Koleksi busana dari Batikaholic.....	28

Gambar 4.1 Warna-warna Yang Digunakan.....	35
Gambar 4.2 Iklan Majalah (<i>Awareness</i>).....	40
Gambar 4.3 Iklan Majalah (<i>Informing</i>).....	41
Gambar 4.4 Instagram (<i>Awareness</i>).....	42
Gambar 4.5 Instagram (<i>Informing</i>).....	42
Gambar 4.6 Instagram (<i>Reminding</i>).....	43
Gambar 4.7 Website (<i>Home Page as Awareness</i>).....	44
Gambar 4.8 Website (<i>Reminding</i>).....	44
Gambar 4.9 <i>Lookbook</i>	45
Gambar 4.10 <i>Lookbook</i>	46
Gambar 4.11 Hangtag Kain Batik Pastel.....	47
Gambar 4.12 <i>Hangtag clothing line</i> Batik Pastel.....	47
Gambar 4.13 <i>Shopping Bag</i>	48



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline Media Promosi</i>	38
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Hasil Wawancara Dengan Metta Sari Lie.....	49
Lampiran B : Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	51
Lampiran C : <i>Creative Brief</i>	56

