

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI BRAND ADGN UNTUK WANITA BERGAYA ANDROGINI

Oleh

Samantha Siahaan

NRP 1264131

Keanekaragaman budaya Nusantara menjadikan Indonesia sebagai negara yang kaya dan dikenal di internasional. Salah satunya adalah batik yang menjadi salah satu kebudayaan di Indonesia yang sangat beragam dan dengan memiliki ciri khas daerah masing-masing. Kini batik semakin diminati oleh pencinta mode baik dari kalangan anak-anak hingga orang tua. Pada saat ini di Indonesia sudah mulai banyak masyarakatnya yang bergaya androgini, tetapi potensi pasar batik di Indonesia kurang diminati oleh wanita terutama yang bergaya androgini, karena sebagian dari mereka sulit untuk menemukan batik yang sesuai dengan gaya mereka karena kebanyakan batik yang dijual dipasaran hanya bergaya laki-laki dan perempuan saja. ADGN adalah brand pakaian untuk wanita yang bergaya androgini dan mengangkat batik sebagai salah satu kebudayaan di Indonesia agar bisa semakin dikenal di masyarakat.

Tujuan branding dan promosi ADGN adalah untuk mengenalkan ADGN sebagai brand yang mengikuti perkembangan jaman untuk wanita dengan menggunakan unsur kebudayaan Indonesia. Manfaat dari perancangan ini selain mengenalkan ADGN kepada wanita bergaya androgini agar mereka bisa menggunakan pakaian batik sesuai dengan karakter mereka dan menambah model pakaian batik dikalangan wanita.

Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media utama yaitu advertorial majalah, media sosial, dan brosur sesuai dengan gaya hidup dan minat target yang dituju. Melalui perancangan ini diharapkan masyarakat khususnya wanita tidak lagi menganggap kuno jika memakai pakaian yang menggunakan unsur kebudayaan Indonesia dan juga dapat melestarikan kebudayaan di Indonesia yang sangat beragam.

Kata Kunci : Androgini, budaya, Indonesia, pakaian, wanita.

ABSTRACT

PROMOTIONAL DESIGN OF ADGN BRAND FOR ANDROGYNOUS WOMEN

Samantha Siahaan/1264131

Indonesian diversity leads to the country's popularity throughout the world. Batik is one of the things that makes Indonesia popular. There are various kinds of batik depending on which part of Indonesia it is from. Batik has become very popular among batik lovers of all ages. ADGN is a brand specialising on women with androgynous style. It promotes batik as one of Indonesia's cultural heritage so that more people will be familiar with batik.

The aim of this branding and promotion is to introduce ADGN as a brand which keeps up with the current trends for women by making the most of the Indonesian cultural heritage. In addition to introducing ADGN to androgynous women so that they can wear batik which suits their style, the benefit of this design is to expand women's batik fashion style.

The promotion is done by using advertorial, social media and brochures as the main media. They will be made to suit the target lifestyles and interests. By this design, it is hoped that people, especially women, no longer see clothings with Indonesian characteristics as unfashionable. Moreover, hopefully the women will participate in conserving Indonesia's diverse national heritage

Keywords: androgynous, clothing, culture, Indonesia, women.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	4
1.3 Tujuan Perancangan.....	5
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Sejarah Batik.....	7
2.1.1 Pengertian Batik.....	8
2.1.2 Batik Yogyakarta	9
2.2 Pengertian Androgini	17
2.2.1 Style Androgini	19
2.3 Logo	23
2.4 Promosi	25
2.5 Psikologi Remaja	25
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	27

3.1 Data dan Fakta.....	27
3.1.1 Profil Perusahaan Ragam Kriya Nusantara.....	27
3.1.2 Data Wawancara dengan Direktur Operasional Ragam Kriya	28
3.1.3 Data Kuesioner.....	29
3.1.4 Analisa Data Kuesioner	40
3.1.5 Tinjauan Karya Sejenis	41
3.1.5.1 Batik Keris	41
3.1.5.2 Hamzah Batik.....	42
3.1.5.3 ISIS (Sky.Inc).....	44
3.2 Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	45
3.2.1 SWOT Ragam Kriya Nusantara.....	45
3.2.2 SWOT Pakaian Bergaya Androgini.....	46
3.2.3 STP Pakaian Batik Untuk Kaum Wanita Bergaya Androgini	47
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	49
4.1 Konsep Komunikasi	49
4.2 Konsep Kreatif	49
4.2.1 Moodboard.....	50
4.2.2 A D G N.....	51
4.2.3 Warna.....	51
4.2.4 Tipografi.....	51
4.2.5 Logo	52
4.2.6 Ilustrasi Fashion	52
4.3 Konsep Media	53
4.3.1 Advertorial	53
4.3.2 Instagram.....	53
4.3.3 Website.....	54
4.3.4 Brosur.....	54
4.3.5 Business Card.....	54

4.3.6 Poster dan Iklan Majalah.....	54
4.3.7 Iklan Media Sosial.....	54
4.3.8 Look Book.....	54
4.4 Hasil Karya.....	55
4.4.1 Advertorial	55
4.4.2 Instagram.....	55
4.4.3 Brosur	55
4.4.4 Poster.....	57
4.4.5 Business Suite.....	58
4.4.6 Hang Tag.....	60
4.4.7 Packaging.....	61
4.4.8 Website.....	62
4.4.9 Look Book.....	63
4.4.10 Budgeting.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Motif Kawung Benggol.....	10
Gambar 2.2 Motif Kawung Sen	11
Gambar 2.3 Motif Parang Kusuma	12
Gambar 2.4 Motif Parang Rusak Barong.....	12
Gambar 2.5 Motif Udan Riris	14
Gambar 2.6 Motif Udan Riris Memakai Ceplok Gurdha.....	15
Gambar 2.7 Motif Ceplok Klitihin Bligo.....	16
Gambar 2.8 Motif Pringgodani	16
Gambar 2.9 Motif Nitik Sekar Jati.....	17
Gambar 2.10 Tami Glauser	21
Gambar 2.11 Annie Lennox.....	22
Gambar 2.12 Ruby Rose	22
Gambar 2.13 Rain Dove.....	23
Gambar 3.1 Logo Ragam Kriya Nusantara.....	28
Gambar 3.2 Diagram Mengenai Jenis Kelamin Responden	30
Gambar 3.3 Diagram Mengenai Usia Responden.....	30
Gambar 3.4 Diagram Mengenai Pekerjaan Responden	31
Gambar 3.5 Diagram Mengenai Pengeluaran Setahun Untuk Membeli Batik	31
Gambar 3.6 Diagram Mengenai Seberapa Sering Responden Membeli Batik.....	32
Gambar 3.7 Diagram Mengenai Tempat Responden Membeli Batik.....	33
Gambar 3.8 Diagram Mengenai Budget Khusus Dari Responden Untuk Membeli Pakaian Batik	33

Gambar 3.9 Diagram Mengenai Kesan Responden Terhadap Batik	34
Gambar 3.10 Diagram Mengenai Keperluan Responden Membeli Batik	35
Gambar 3.11 Diagram Mengenai Produk Batik Yang Dibeli Oleh Responden	35
Gambar 3.12 Diagram Mengenai Bahan Batik Yang Dibeli Oleh Responden.....	36
Gambar 3.13 Diagram Mengenai Pendapat Responden Tentang Perkembangan Batik Sekarang.....	37
Gambar 3.14 Diagram Mengenai Pendapat Responden Tentang Perkembangan Pakaian Batik Bergaya Androgini Untuk Kaum Wanita	37
Gambar 3.15 Diagram Mengenai Pendapat Responden Tentang Model Batik Jaman Sekarang.....	38
Gambar 3.16 Diagram Mengenai Informasi Store Yang Menjual Batik	39
Gambar 3.17 Diagram Mengenai Pendapat Responden Tentang Promosi Pakaian Batik Androgini di Indonesia.....	39
Gambar 3.18 Logo Batik Keris	42
Gambar 3.19 Produk Pakaian Batik Wanita Batik Keris	42
Gambar 3.20 Logo Hamzah Batik	43
Gambar 3.21 Produk Yang Dijual Hamzah Batik.....	43
Gambar 3.22 Logo Brand ISIS	44
Gambar 3.23 Produk Baju Brand ISIS.....	45
Gambar 4.1 <i>Moodboard</i>	50
Gambar 4.2 Logo ADGN.....	52
Gambar 4.3 Sketsa Baju ADGN	53
Gambar 4.4 <i>Advetorial</i>	55
Gambar 4.5 <i>Template Instagram</i>	56
Gambar 4.6 Brosur	57

Gambar 4.7 Iklan Majalah.....	58
Gambar 4.8 Amplop.....	59
Gambar 4.9 Kartu Nama	59
Gambar 4.10 Kop Surat.....	60
Gambar 4.11 <i>Hang Tag</i>	61
Gambar 4.12 Penggulung Produk ADGN.....	61
Gambar 4.13 <i>Paper Bag</i>	62
Gambar 4.14 Tampilan Depan <i>Website</i>	62
Gambar 4.15 Cover Depan <i>Look Book</i>	63



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Budgeting 63

