

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI DEWI YANTI BUTIK

Oleh

Tommy Kurniawan

1264076

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki berbagai macam suku yang beranekaragam. Karena memiliki keanekaragaman suku ini, tentu Indonesia juga memiliki kebudayaan yang sangat banyak. Salah satunya adalah batik. UNESCO mengeluarkan sertifikat pada 2 Oktober 2009, batik merupakan warisan budaya Indonesia yang lisan dan non-bendawi (Kusrianto, 2009). Seiring dengan perkembangan minat masyarakat terhadap batik, banyak produsen batik yang membuat batik dengan teknik cap dan cetak, serta penggunaan pewarna berbahan dasar kimia. Namun tak semua produsen pakaian menghilangkan penggunaan batik tulis dan pewarna alam dalam pembuatan produknya, salah satunya yaitu Dewi Yanti Butik yang terletak di daerah Bandung. Walaupun Dewi Yanti Butik memiliki banyak keunggulan, masyarakat Bandung dan sekitar belum begitu mengenal butik ini.

Maka dari itu, tujuan perancangan untuk mengenalkan Dewi Yanti Butik kepada masyarakat, wanita dewasa, usia 30-40 tahun, yang tinggal di kota-kota besar, khususnya Bandung dan Jakarta melalui perancangan media promosi yang menarik *target audience*. Manfaat perancangan ini yaitu, agar masyarakat lebih mengenal dan dapat mencintai produk-produk lokal Indonesia, serta membantu meningkatkan penjualan usaha lokal.

Perancangan promosi ini menggunakan *website* sebagai media utama, yang bertujuan untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan Dewi Yanti Butik. Beberapa media promosi pendukung berupa *business stationery*, iklan pada media sosial facebook dan instagram, *e-news letter*, dan editorial pada majalah. Melalui perancangan promosi ini, diharapkan masyarakat wanita usia 30-40 tahun dapat mengenal Dewi Yanti Butik sebagai butik yang menjual produk-produk lokal, khususnya Jawa Timur.

Kata kunci: batik, Indonesia, produk lokal, promosi, wanita dewasa.

ABSTRACT

THE PROMOTION DESIGN OF DEWI TANTI BOUTIQUE

By

Tommy Kurniawan

1264076

Indonesia is a country that is known for its diversification of culture and race. This leads to the emergence of various cultures in Indonesia. One of the cultures is called batik. UNESCO has had a certificate dating on 2nd of October 2009 which declares that batik is one of the spoken and nonphysical cultural heritages originated from Indonesia. The increasing interest of people to batik makes producers produce it with different technique of application and print with the use of chemical coloring. One of the shops that applies the kind of coloring is situated in Dewi Yanti Boutique in Bandung. Despite the good qualities of the boutique, a lot of people in Bandung is not too familiar or even hear of the existence of the boutique.

Therefore, the purpose of the design is to introduce the Dewi Yanti Boutique to the society in particularly the female adults whose Age are between 30 to 40 and who live in major cities especially in Jakarta and Bandung. It is expected that through these promotion media, target audience will be interested in the boutique. It is also expected that people will know more and love the local products of Indonesia as well as to help the sale of the local business particularly in batik.

The promotion design makes use of websites as the main media which has A function to expand the market and increases the sale of the boutique. Some promotion media also helps like business stationery, advertisements in social media like Facebook and Instagram, e-newsletter and magazine editorials. Through this promotion design, it is expected that women of 30 to 40 years of age may know and be familiar with Dewi Yanti Boutique as one of the boutiques that sells local products especially in East Java.

Keywords: batik, female adults, Indonesia, local products, promotion.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 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 Promosi	5
2.1.1 Pengertian dan Manfaat Promosi	5
2.1.2 Alat Promosi	5
2.1.3 Media Promosi	6
2.2 Website	7
2.2.1 Pengelanaan dan Sejarah <i>Website</i>	7
2.2.2 Jenis-Jenis <i>Website</i>	8
2.3 Fotografi	8
2.3.1 Pengertian Fotografi	8

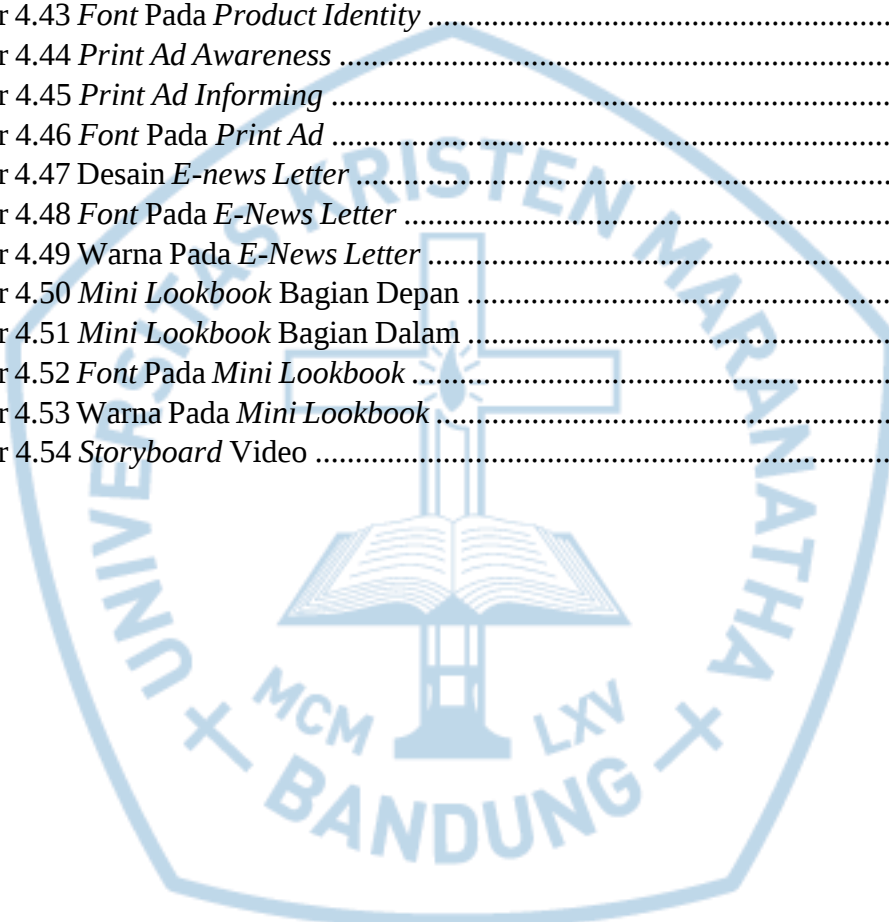
2.3.2	Fotografi Fashion	9
2.4	Videografi	10
2.5	Kebudayaan	10
2.5.1	Pengertian dan Unsur Budaya	10
2.5.2	Pengertian dan Sejarah Batik	11
BAB III : DATA DAN ANALISIS		13
3.1	Data dan Fakta	13
3.1.1	Dewi Yanti Butik	13
3.1.2	Peningkatan Peminat Batik	15
3.1.3	Kuesioner	16
3.1.4	Wawancara	23
3.1.5	Tinjauan Karya Sejenis	23
3.2	Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	25
3.2.1	Segmentasi	25
3.2.2	<i>Targeting</i>	26
3.2.3	<i>Positioning</i>	26
3.3	SWOT analisis.....	26
3.3.1	SWOT Promosi Dewi Yanti Butik	26
3.3.2	SWOT Dewi Yanti Butik	27
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH		28
4.1	Konsep Komunikasi	28
4.2	Konsep Kreatif	28
4.2.1	Fotografi	29
4.2.2	Videografi	29
4.2.3	Tipografi	29
4.2.4	Ilustrasi	29
4.2.5	Warna	30
4.3	Konsep Media	30
4.3.1	Logo	30
4.3.2	<i>Website</i>	31
4.3.3	Media Sosial	31

4.3.4	<i>E-News Letter</i>	31
4.3.5	<i>Print Ad</i>	32
4.3.6	<i>Mini Lookbook</i>	32
4.3.7	<i>Hangtag</i>	32
4.3.8	<i>Packaging</i>	32
4.3.9	<i>Bussiness Stationery</i>	32
4.3.10	<i>Timeline</i>	33
4.4	<i>Karya</i>	33
4.4.1	<i>Logo</i>	34
4.4.2	<i>Website</i>	35
4.4.3	<i>Iklan Media Sosial</i>	46
4.4.4	<i>Bussiness Stationery</i>	48
4.4.5	<i>Product Identity</i>	51
4.4.6	<i>Print Ad</i>	53
4.4.7	<i>E-News Letter</i>	55
4.4.8	<i>Mini Lookbook</i>	56
4.4.9	<i>Storyboard</i>	58
4.5	<i>Budgeting</i>	59
BAB V : PENUTUP		60
5.1	<i>Simpulan</i>	60
5.2	<i>Saran</i>	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 3.1 Dewi Yanti Butik Dari Luar dan Dalam	13
Gambar 3.2 Beberapa Contoh Produk Pakaian Dewi Yanti Butik	14
Gambar 3.3 Logo Dewi Yanti Butik	15
Gambar 3.4 Website Batik Keris	24
Gambar 3.5 foto Produk Batik Keris	24
Gambar 3.6 Iklan Batik Keris	25
Gambar 4.1 Jenis <i>Font</i>	29
Gambar 4.2 Warna	30
Gambar 4.3 Logo Dewi Yanti Butik	34
Gambar 4.4 Redesain Logo Dewi Yanti Butik	34
Gambar 4.5 <i>Font</i> Pada Logo	34
Gambar 4.6 Warna Logo	35
Gambar 4.7 Tampilan <i>Home</i> Pada <i>Website</i>	35
Gambar 4.8 Tampilan <i>New Product</i> Pada <i>Website</i>	36
Gambar 4.9 Tampilan Produk Pada <i>Website</i>	36
Sumber 4.10 Tampilan Detail Produk Pada <i>Website</i>	37
Gambar 4.11 Tampilan <i>About Us</i> <i>Website</i>	37
Gambar 4.12 Tampilan <i>Contact</i> Pada <i>Website</i>	38
Gambar 4.13 Tampilan <i>Shopping Bag</i> Pada <i>Website</i>	38
Gambar 4.14 Tampilan <i>Personal Detail</i> Pada <i>Website</i>	39
Gambar 4.15 Tampilan <i>Payment</i> Pada <i>Website</i>	39
Gambar 4.16 Tampilan Pembelian Selesai Pada <i>Website</i>	40
Gambar 4.17 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 1	40
Gambar 4.18 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 2	41
Gambar 4.19 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 3	41
Gambar 4.20 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 4	42
Gambar 4.21 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 5	42
Gambar 4.22 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 6	43
Gambar 4.23 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 7	43
Gambar 4.24 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 8	44
Gambar 4.25 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 9	44
Gambar 4.26 Font Bell MT Pada <i>Website</i>	45
Gambar 4.27 Warna Pada <i>Website</i>	45
Gambar 4.28 Iklan <i>Awareness</i> Pada Media Sosial Facebook	46
Gambar 4.29 Iklan <i>Infoming</i> Pada Media Sosial Facebook	46
Gambar 4.30 Iklan <i>Awareness</i> Pada Instagram	47
Sumber 4.31 Iklan <i>Informing</i> Pada Instagram	47
Gambar 4.32 Desain Amplop	48

Gambar 4.33 Desain Kartu Nama	49
Gambar 4.34 Desain Nota	49
Gambar 4.35 Desain Kop Surat	50
Gambar 4.36 Warna Pada <i>Business Stationery</i>	51
Gambar 4.37 <i>Font</i> Pada <i>Business Stationery</i>	51
Gambar 4.38 Desain <i>Hangtag</i>	51
Gambar 4.39 Desain <i>Packaging offline</i>	52
Gambar 4.40 Desain <i>Packaging Online</i>	52
Gambar 4.41 Desain <i>Thankyou Card</i>	53
Gambar 4.42 Warna Pada <i>Product Identity</i>	53
Gambar 4.43 <i>Font</i> Pada <i>Product Identity</i>	53
Gambar 4.44 <i>Print Ad Awareness</i>	54
Gambar 4.45 <i>Print Ad Informing</i>	54
Gambar 4.46 <i>Font</i> Pada <i>Print Ad</i>	55
Gambar 4.47 Desain <i>E-news Letter</i>	55
Gambar 4.48 <i>Font</i> Pada <i>E-News Letter</i>	56
Gambar 4.49 Warna Pada <i>E-News Letter</i>	56
Gambar 4.50 <i>Mini Lookbook</i> Bagian Depan	56
Gambar 4.51 <i>Mini Lookbook</i> Bagian Dalam	57
Gambar 4.52 <i>Font</i> Pada <i>Mini Lookbook</i>	57
Gambar 4.53 Warna Pada <i>Mini Lookbook</i>	57
Gambar 4.54 <i>Storyboard</i> Video	58



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Promosi	33
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i>	59



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin Respoden	16
Diagram 3.2 Usia Respoden	17
Diagram 3.3 Pekerjaan Respoden	17
Diagram 3.4 Penghasilan Respoden	18
Diagram 3.5 Pembelian Produk Dalam Sebulan	18
Diagram 3.6 Tinggal Daerah Bandung atau Tidak	19
Diagram 3.7 Sebarapa Sering Mengunjungi Bandung	19
Diagram 3.8 Penyuka Batik	20
Diagram 3.9 Kegiatan Dalam Menggunakan Batik	20
Diagram 3.10 Pengetahuan Respoden Terhadap Dewi Yanti Butik	21
Diagram 3.11 Ketertarikan Respoden Menggunakan Produk Dewi Yanti Butik	21
Diagram 3.12 Produk Batik yang Suka Dibeli	22
Diagram 3.13 Media Sosial yang Digunakan Respoden	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Wawancara	62
Lampiran B Kuesioner	63
Lampiran C Data Penulis	66
Lampiran D Sketsa Karya	

