

ABSTRAK

PROMOSI BATIK GARUTAN MELALUI PERANCANGAN SECOND LINE NONA RARA UNTUK REMAJA AWAL

Oleh
Nurulfitria Eka Putri
1264099

Perkembangan dunia *fashion* di Indonesia saat ini sedang pesat dari tahun ke tahunnya, akan tetapi di Indonesia jarang sekali *brand* lokal yang menjual produk pakaian untuk kategori usia remaja awal. Akibatnya beberapa dari remaja awal saat ini khususnya perempuan, mereka berpakaian tidak sesuai dengan umurnya.

Tujuan dari perancangan ini adalah penulis ingin mengenalkan atau mempromosikan salah satu Batik Nusantara yaitu Batik Garutan sebagai budaya Indonesia kepada remaja awal, melalui perancangan *second line brand fashion* dari *brand* Nona Rara Batik yang menjual produk pakaian remaja awal masa kini.

Metode yang digunakan adalah merancang promosi Batik Garutan melalui *second line brand*. Media utama yang digunakan adalah *website*, lalu media pendukung lainnya yang membantu untuk mempromosikan Batik Garutan dan *Second Line Brand* ini adalah *lookbook*, *e-magazine*, *fashion spread*, *print ad*, *brand identity*, brosur, *advertorial*, *stop motion*, poster dan *packaging*. Melalui perancangan ini nantinya remaja awal dapat membeli pakaian yang sesuai dengan umurnya dan remaja awal akan mengenal budaya Indonesia yaitu Batik Garutan sebagai salah satu Batik Nusantara.

Kata Kunci: Batik, *Fashion*, Garut, Promosi, Remaja Awal

ABSTRACT

PROMOTING GARUTAN BATIK FOR EARLY TEENS BY SECOND LINE BRAND DESIGN OF NONA RARA

Nurulfitria Eka Putri/1264099

Fashion development in Indonesia is rising. However, not many Indonesian local brands sell products for early teens. As a consequence, many early teens dress not according to their age.

The purpose of this design is to introduce and promote one of the Batik Nusantara brands, which is Batik Garutan, as Indonesian culture to early teens. This is done by second line brand fashion from Nona Rara Batik which sells clothing for modern early teens.

The methods used to design the Batik Garutan promotion is by means of second line brand. The main media is website, and the supporting media are lookbook, e-magazines, fashion spread, printed ads, brand identity, brochures, advertorials, stop motion, posters and packaging. Through this design early teens will be able to buy clothings appropriate for their age and they will be recognize of the indonesian culture that is Batik Garutan as one Batik Nusantara.

Keywords: batik, fashion Garut, promotion, early teens

DAFTAR ISI

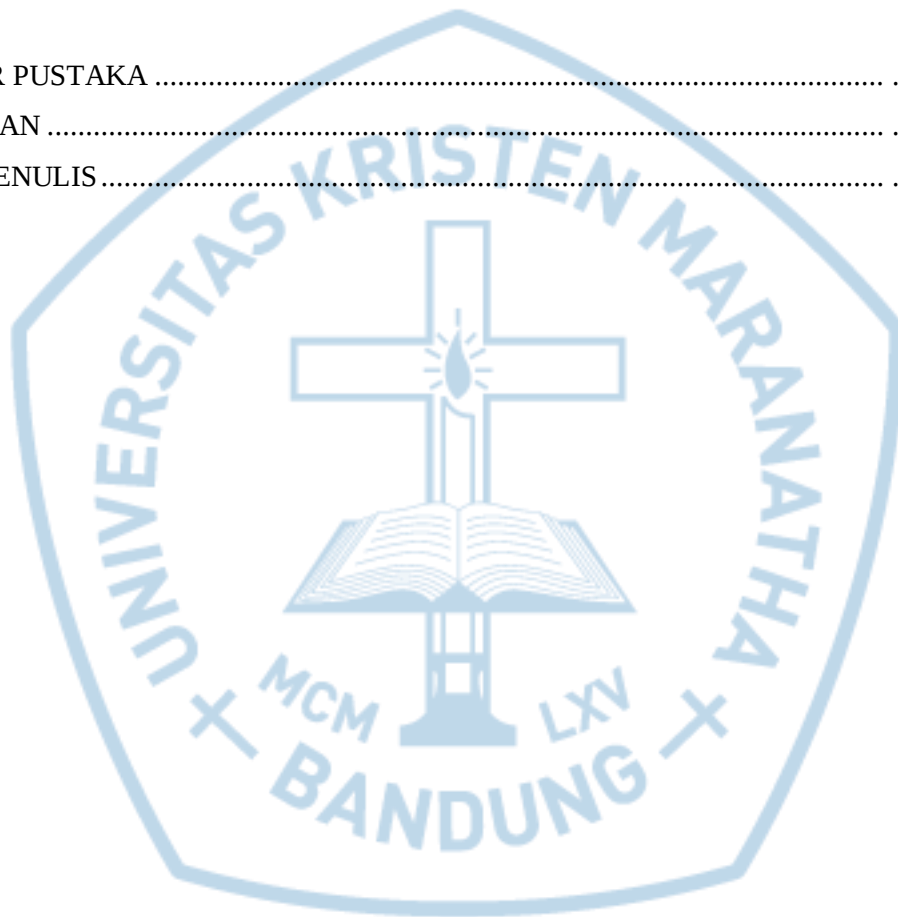
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	 6
2.1 Masa Remaja	6
2.2 Batik Garutan	8
2.3 Warna Batik Jawa Barat	9
2.4 <i>Local Brand</i>	10
2.5 Promosi	11
2.6 Media Promosi	12
2.6.1 Majalah	12
2.6.2 Brosur.....	12
2.6.3 <i>Website</i>	12
2.6.4 Sosial Media	13

2.7 Tipografi	14
2.8 Logo	14
2.9 Tata Letak atau <i>Layout</i>	15
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	 16
3.1 Data dan Fakta	16
3.1.1 Nona Rara Batik	16
3.1.2 Data Tentang Gejala/ Fenomena yang terjadi	17
3.1.3 Data Hasil Wawancara	18
3.1.3.1 Hasil Wawancara dengan Nona Rara Batik	18
3.1.3.2 Hasil Wawancara dengan Anggota DEKRANASDA Kab. Garut	21
3.1.3.3 Hasil Wawancara dengan 10 Remaja Awal	23
3.1.3.4 Hasil Wawancara dengan Ahli Psikologi	24
3.1.4 Data Hasil Kuesioner	24
3.1.5 Analisis Data Kuesioner	37
3.1.6 Tinjauan Karya/Persoalan Sejenis	39
3.1.6.1 <i>Teenagers Collection II</i> by Batik Keris	39
3.1.6.2 <i>GAP Military For Girls</i>	41
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	42
3.2.1 S.W.O.T Nona Rara Batik	42
3.2.2 S.W.O.T <i>Second Line Brand</i> Nona Rara Batik	42
3.2.3 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	43
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	 45
4.1 Konsep Komunikasi	45
4.2 Konsep Kreatif	45
4.2.1 <i>Moodboard</i>	46
4.2.2 Nama Brand.....	47
4.2.3 Warna.....	47
4.2.4 Tipografi.....	48
4.2.5 Logo.....	49

4.2.6	Ilustrasi Fashion.....	50
4.3	Konsep Media	52
4.3.1	Website.....	52
4.3.2	Lookbook.....	52
4.3.3	E-Magazine	53
4.3.4	Fashion Spread.....	53
4.3.5	Print Ad.....	53
4.3.6	Advertorial	53
4.3.7	Brand Identity.....	54
4.3.8	Brosur	54
4.3.9	Poster	54
4.3.10	Stop Motion Instagram.....	55
4.3.11	Packaging.....	55
4.3.12	E-Newsletter	55
4.3.13	Gimmick	55
4.3.14	Timeline Promosi Anom Lara.....	55
4.4	Hasil Karya	56
4.4.1	Website.....	56
4.4.2	Lookbook	61
4.4.3	E-Magazine	63
4.4.4	Print Ad.....	67
4.4.5	Advertorial	69
4.4.6	Brand Identity.....	71
4.4.7	Brosur	73
4.4.8	Packaging.....	75
4.4.9	Fashion Spread.....	76
4.4.10	Poster	77
4.4.11	E-Newsletter	79
4.4.12	Stop Motion	80
4.4.13	Budgeting	82

BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Bagi Sesama Desainer	83
5.2.2 Saran Bagi Para Pengusaha <i>Local Brand Fashion</i>	84
5.2.3 Saran Dosen Penguji	84

DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	xx
DATA PENULIS	xxxvi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Nona Rara Batik.....	16
Gambar 3.2 <i>Showroom</i> Nona Rara Batik	20
Gambar 3.3 <i>Online Shop</i> Nona Rara Batik.....	21
Gambar 3.4 Motif Batik Sapujagat	22
Gambar 3.5 Motif Batik Merak Ngibing.....	22
Gambar 3.6 Diagram Usia Responden	25
Gambar 3.7 Diagram Jenis Kelamin Responden	25
Gambar 3.8 Diagram Pendidikan Responden.....	26
Gambar 3.9 Diagram Tempat Tinggal Responden	27
Gambar 3.10 Diagram Tanggapan Responden Terhadap <i>Trend</i> Berpakaian Masa Kini ...	27
Gambar 3.11 Diagram Tanggapan Responden Terhadap Gaya Berpakaian Sehari-Hari...	28
Gambar 3.12 Diagram Pakaian Sehari-Hari yang Biasanya Digunakan Responden	29
Gambar 3.13 Diagram Tanggapan Responden Terhadap Hal yang Diperhatikan Dalam Berpakaian Sehari-Hari	29
Gambar 3.14 Diagram Tanggapan Responden Terhadap Hal yang Diperhatikan Dalam Membeli Pakaian	30
Gambar 3.15 Diagram Tanggapan Responden Terhadap Hal yang Diperhatikan Dalam Memilih <i>brand</i>	31
Gambar 3.16 Diagram <i>Local Brand</i> Pilihan Responden	31
Gambar 3.17 Diagram <i>Import Brand</i> Pilihan Responden	32
Gambar 3.18 Diagram Tanggapan Responden Terhadap Pakaian Batik Dipakai untuk Sehari-Hari.....	33
Gambar 3.19 Diagram Tanggapan Responden yang Suka Menggunakan Batik	33
Gambar 3.20 Diagram Tanggapan Responden Tentang Kapan Biasanya Menggunakan Batik	34
Gambar 3.21 Diagram Jenis Batik yang Diketahui Responden.....	34
Gambar 3.22 Diagram Tanggapan Responden Terhadap Brand yang Menggabungkan Gaya Casual Dengan Batik.	35
Gambar 3.23 Diagram Pengetahuan Responden Terhadap Batik Garutan.....	35
Gambar 3.24 Diagram Motif/Pattern Batik Garutan yang Disukai Responden.....	36

Gambar 3.25 Diagram Tanggapan Responden Mengenai Minat Mereka Membeli Produk <i>Fashion</i> yang menggabungkan Gaya <i>Casual</i> dengan Batik Garutan	37
Gambar 3.26 <i>Teenagers Collection II</i> by Batik Keris	39
Gambar 3.27 Logo Batik Keris	40
Gambar 3.28 <i>GAP Military for Girls</i>	41
Gambar 4.29 Moodboard Perancangan <i>Second Line Brand</i>	46
Gambar 4.30 Logo Anom Lara by @nonararabatik	49
Gambar 4.31 Sketsa Baju Wanita Anom Lara by @nonararabatik	50
Gambar 4.32 Sketsa Baju Wanita Anom Lara by @nonararabatik	51
Gambar 4.33 Sketsa Baju Pria Anom Lara by @nonararabatik	51
Gambar 4.35 Tampilan <i>Home Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	57
Gambar 4.36 Tampilan <i>Home Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	57
Gambar 4.37 Tampilan <i>New Arrival Girls Website</i> Anom Lara by @nonararabatik ..	58
Gambar 4.38 Tampilan Spesifikasi Produk <i>Girls Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	58
Gambar 4.39 Tampilan <i>New Arrival Boys Website</i> Anom Lara by @nonararabatik...	59
Gambar 4.40 Tampilan Spesifikasi Produk <i>Boys Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	59
Gambar 4.41 Tampilan <i>About Us Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	60
Gambar 4.42 Tampilan <i>Lookbook Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	60
Gambar 4.43 Tampilan <i>E-Magazine Website</i> Anom Lara by @nonararabatik	61
Gambar 4.44 Layout <i>Lookbook 1</i>	62
Gambar 4.45 Layout <i>Lookbook 2</i>	62
Gambar 4.46 Layout <i>Lookbook 3</i>	63
Gambar 4.47 Cover <i>E-Magazine</i>	64
Gambar 4.48 Layout <i>About Anom Lara Magazine</i>	64
Gambar 4.49 Layout <i>Advetorial</i>	65
Gambar 4.50 Layout <i>School Zone</i>	65
Gambar 4.51 Layout <i>Trend Fashion</i>	66
Gambar 4.52 Layout <i>Fashion Spread</i>	66
Gambar 4.53 Layout <i>Print Ad Reminding</i>	67

Gambar 4.54 <i>Layout Print Ad Informing</i>	68
Gambar 4.55 <i>Layout Print Ad Awareness</i>	68
Gambar 4.56 <i>Layout Print Ad Awareness</i>	69
Gambar 4.57 <i>Layout Advertorial 1</i>	69
Gambar 4.58 <i>Layout Advertorial 2</i>	70
Gambar 4.59 <i>Layout Advertorial 3</i>	70
Gambar 4.60 <i>Layout Advertorial 4</i>	71
Gambar 4.61 <i>Kartu Nama Anom Lara by @nonararabatik</i>	72
Gambar 4.62 <i>Hang Tag Anom Lara by @nonararabatik</i>	72
Gambar 4.63 <i>Shopping Receipt Card Anom Lara by @nonararabatik</i>	73
Gambar 4.64 <i>Brosur Anom Lara by @nonararabatik Depan</i>	74
Gambar 4.65 <i>Brosur Anom Lara by @nonararabatik Belakang</i>	74
Gambar 4.66 <i>Tote Bag Anom Lara by @nonararabatik</i>	75
Gambar 4.67 <i>Pillow Box Packaging Anom Lara by @nonararabatik</i>	76
Gambar 4.68 <i>Fashion Spread 1</i>	76
Gambar 4.69 <i>Fashion Spread 2</i>	77
Gambar 4.70 <i>Poster Coming Soon (Awarenes)</i>	78
Gambar 4.71 <i>Poster Count Down (Informing)</i>	78
Gambar 4.72 <i>Poster Event (Reminding)</i>	79
Gambar 4.73 <i>E-NewsLetter</i>	80
Gambar 4.74 <i>Stop Motion</i>	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4.34 <i>Timeline</i> Media Promosi	56
Tabel 4.75 <i>Budgeting</i>	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A		xx
Lampiran B		xxi
Lampiran C		xxiii
Lampiran D		xxiv

