

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MOTIF ARSITEKTUR BATIK MAHKOTA LAWNEYAN

Oleh

**Felicia Puspa Hangga
NRP 1264009**

Di Indonesia, saat ini batik menjadi salah satu *trendsetter* di dunia *fashion*. Kota Solo sebagai salah satu pusat industri batik di Indonesia, memiliki Kampoeng Batik Laweyan yang di dalamnya para seniman batik berkreasi dan menjual hasil karyanya. Salah satu yang akan diangkat sebagai studi kasus dalam perancangan ini adalah Batik Mahkota Laweyan yang memiliki keunikan dalam karya batiknya, yaitu mengangkat isu kontemporer yang dituangkan dalam motif batik. Salah satunya adalah motif arsitektur, keunikan yang mengambil bentuk arsitektur cagar budaya Solo, dipadukan dengan warna hitam putih, sehingga terlihat tradisional kontemporer. Oleh karena itu, melalui perancangan ini akan dibuat strategi promosi untuk memperkenalkan motif arsitektur dari Batik Mahkota Laweyan pada masyarakat luas.

Metode yang digunakan ialah gaya visual yang kontemporer dengan penggunaan ilustrasi arsitektur cagar budaya kota Solo namun tetap mengangkat nilai-nilai lokal budaya setempat. Media yang digunakan dalam perancangan promosi ini ialah dengan membuat *brand* untuk seri motif arsitektur dan *website* dengan tambahan fitur *e-catalogue*, *e-newsletter* sebagai media utama serta didukung dengan media promosi berupa *lookbook*, *flyer*, *hangtag*, *paper bag*, media sosial, *print ad*, dan *window display*. Melalui perancangan media promosi ini, masyarakat dapat mengenal dan tertarik membeli produk batik motif arsitektur dan manfaatnya masyarakat dapat ikut melestarikan cagar budaya dan kebudayaan Indonesia.

Kata kunci: arsitektur, batik, promosi, Solo

ABSTRACT

PROMOTIONAL MEDIA DESIGN OF ARCHITECTURAL MOTIVE OF BATIK MAHKOTA LAWEYAN

**Felicia Puspa Hangga
NRP 1264009**

Batik is now one of the trendsetters in the fashion world in Indonesia. Solo as one of the industrial centers of batik in Indonesia, has Kampoeng Batik Laweyan in which batik artists create and sell their work. One thing that will be appointed as a case study in this scheme is Batik Mahkota Laweyan which is unique in batik work, which has raised contemporary issues as outlined in the motif. One of the example is the architectural motif, which takes the form of a unique architectural heritage of Solo, combined with black and white, so it looks contemporary traditional. Therefore, through this scheme will be made promotional strategy to introduce the architectural motif of Batik Mahkota Laweyan to the wider community.

The method that used is the visual style that is contemporary with the use of architectural illustration of cultural heritage of Solo but still raised the local values of the local culture. Media that is used in the design of this promotion is to make a brand for the architectural series and a website with additional features like e-catalogue and e-newsletter as the main media and supported by promotional media like lookbook, flyer, hangtag, paper bag, social media, print ad and window display. Through the promotional media, people can know and are attracted to buy batik with architectural motive. Moreover, people can preserve Indonesian cultural heritage and Indonesian culture.

Keywords: architecture, batik, promotion, Solo

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	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
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	6
2.1 Promosi	6
2.1.1 Website	8
2.1.2 E-Commerce	8
2.2 Logo	9
2.3 Warna	11
2.3.1 Susunan warna di sekitar Yogyakarta dan Solo	12
2.4 Pengertian Batik	13
2.5 Teknik Batik	14
2.6 Batik Solo	15
2.6.1 Peran Dinasti Pajang	15

2.6.2 Batik Solo Era Keraton Surakarta	15
2.6.3 Batik Solo Awal Abad XX	16
2.7 Batik Kontemporer	16
2.8 Perkembangan Dewasa awal	17
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	19
3.1 Data dan Fakta	19
3.1.1 Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan	19
A. Visi, Misi, dan Tujuan FPKBL	20
3.1.2 Sejarah Batik Laweyan	21
A. Masa Kejayaan Batik Laweyan	21
B. Masa Kemunduran Batik Laweyan	22
C. Kebangkitan Kembali Batik Laweyan	22
3.1.3 Sejarah Batik Mahkota Laweyan	23
A. Promosi yang pernah dilakukan	25
B. Produk Batik Mahkota Laweyan	28
C. Pemasaran	30
D. Struktur Organisasi	30
E. Operasional Perusahaan	31
3.1.4 Data Hasil Survey	31
3.1.5 Analisa Permasalahan berdasarkan data dan fakta	40
3.1.6 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	42
A. Batik Keris	42
B. Batik Putra Laweyan	43
3.2 Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	44
3.2.1 Analisa <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	44
A. Segmentasi	44
B. <i>Targeting</i>	45
C. <i>Positioning</i>	45
3.2.2 Analisa <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>	45
A. <i>SWOT</i> Batik Mahkota Laweyan.....	45
B. <i>SWOT</i> Perancangan	46

BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	47
4.1 Konsep Komunikasi	47
4.2 Konsep Kreatif	48
4.2.1 Tipografi	49
4.2.2 Ilustrasi dan Fotografi	50
4.2.3 Warna	52
4.2.4 Bentuk	53
4.3 Konsep Media	54
4.4 Hasil Karya	57
4.4.1 Logo	57
4.4.2 Website	58
4.4.3 E- Newsletter	61
4.4.4 Hang Tag	62
4.4.5 Packaging.....	64
4.4.6 Media Sosial	66
4.4.7 Flyer	68
4.4.8 Visual Merchandising	69
4.4.9 Lookbook	70
4.4.10 Print Ad	71
4.5 Biaya Produksi	72
BAB V	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	73
 DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77
DATA PENULIS	82
UCAPAN TERIMAKASIH	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo FPKBL	19
Gambar 3.2 Logo Batik Mahkota Laweyan	23
Gambar 3.3 Bagian depan Batik Mahkota Laweyan	23
Gambar 3.4 X-banner di pintu masuk Batik Mahkota Laweyan	26
Gambar 3.5 Website Batik Mahkota Laweyan	26
Gambar 3.6 Brosur Batik Mahkota Laweyan	27
Gambar 3.7 Penunjuk arah ke Batik Mahkota Laweyan	27
Gambar 3.8 Produk Kemeja Laki-laki Batik Mahkota Laweyan	28
Gambar 3.9 Produk Pakaian Wanita Batik Mahkota Laweyan	28
Gambar 3.10 Lukisan	29
Gambar 3.11 Batik dengan <i>Synthetic Colours</i>	29
Gambar 3.12 Batik dengan Motif Arsitektur	30
Gambar 3.13 Diagram Jenis Kelamin Responden	31
Gambar 3.14 Diagram Usia Responden	32
Gambar 3.15 Diagram Pekerjaan responden	32
Gambar 3.16 Diagram Penghasilan per Bulan responden	33
Gambar 3.17 Diagram Data Responden yang pernah berkunjung ke kota Solo	33
Gambar 3.18 Diagram Data Responden yang suka membeli batik di kota Solo	34
Gambar 3.19 Diagram Jenis produk batik yang biasa dibeli	34
Gambar 3.20 Diagram Harga rata-rata produk batik yang dibeli	35
Gambar 3.21 Diagram Batik di kota Solo yang responen ketahui	35
Gambar 3.22 Diagram Data Responden yang mengetahui Kampoeng Batik Laweyan	36
Gambar 3.23 Diagram Data darimanakah responden mengetahui Kampoeng Batik Laweyan	36
Gambar 3.24 Diagram Data Responden yang pernah mengunjungi Batik Mahkota Laweyan	37
Gambar 3.25 Diagram Motif batik Solo yang disukai	37
Gambar 3.26 Diagram Ketertarikan pada desain produk Batik Mahkota Laweyan ..	38

Gambar 3.27 Diagram Minat responden untuk membeli batik di Batik Mahkota Laweyan	38
Gambar 3.28 Diagram Ketertarikan responden untuk membeli produk batik dilihat dari <i>website</i> Batik Mahkota Laweyan	39
Gambar 3.29 Diagram Hal yang disukai dari Batik Mahkota Laweyan	39
Gambar 3.30 Diagram Kesan Responden terhadap Batik Mahkota Laweyan	40
Gambar 3.31 Logo Batik Keris	42
Gambar 3.32 Logo Batik Putra Laweyan	43
Gambar 3.33 <i>Website</i> Batik Putra Laweyan	44
Gambar 4.1 <i>Moodboard</i>	48
Gambar 4.2 Keraton Kasunanan Surakarta	50
Gambar 4.3 Benteng Vastenburg	51
Gambar 4.4 Taman Sriwedari	51
Gambar 4.5 Gerbang Pasar Klewer	51
Gambar 4.6 Pintu menuju Istana Mangkunegaran	52
Gambar 4.7 Pintu dengan dua daun	54
Gambar 4.8 Logo seri arsitektur Batik Mahkota Laweyan	57
Gambar 4.9 Tampilan <i>website</i> Batik Mahkota Laweyan	58
Gambar 4.10 Halaman <i>home website</i> Batik Mahkota Laweyan	59
Gambar 4.11 Halaman <i>about website</i> Batik Mahkota Laweyan	59
Gambar 4.12 Halaman <i>product website</i> Batik Mahkota Laweyan	60
Gambar 4.13 Halaman <i>detail product website</i> Batik Mahkota Laweyan	60
Gambar 4.14 <i>E-Newsletter</i> Batik Mahkota Laweyan	61
Gambar 4.15 <i>Hang Tag</i> cita carani	62
Gambar 4.16 <i>Hang Tag</i> cita carani pada <i>paper bag</i>	63
Gambar 4.17 <i>Paper Bag</i> cita carani	64
Gambar 4.18 <i>Packaging</i> produk cita carani	65
Gambar 4.19 Instagram Batik Mahkota Laweyan	66
Gambar 4.20 <i>Layout</i> instagram Batik Mahkota Laweyan	67
Gambar 4.21 <i>Flyer</i> cita carani	68
Gambar 4.22 <i>Visual Merchandising</i> cita carani	69
Gambar 4.23 <i>Look Book</i> cita carani	70

Gambar 4.24 *Print Ad awareness* cita carani..... 71

Gambar 4.25 *Print Ad informing* cita carani 71



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model bisnis pada <i>E-Commerce</i>	9
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner tentang Batik Mahkota Laweyan..... 77

