

ABSTRAK

PERANCANGAN BRAND KANAGA SEBAGAI ALTERNATIF PRODUK TAS BERBAHAN DASAR KULIT SINTETIS DENGAN BATIK BANDUNG

Oleh

Ongka Vidia Imelda Karnaga
NRP 1264011

Pada masa kini fashion merupakan bagian dari gaya hidup yang dianggap penting untuk menunjukkan status sosial serta citra diri mereka. Wanita dewasa muda cenderung berlomba-lomba untuk berpenampilan *fashionable* dan menarik salah satunya dengan menggunakan tas bahan kulit hewan asli yang elegan, menarik dan tahan lama. Namun harga dari tas kulit tersebut cukup mahal sehingga hanya dapat dijangkau oleh kalangan atas. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, muncul alternatif bahan lain untuk tas seperti kulit sintetis yang tentunya memiliki harga yang lebih terjangkau.

Di samping itu, Bandung dikenal dengan kreatifitas dan keanekaragaman kesenian, salah satunya Batik Bandung. Namun keberadaan batik Bandung kurang diminati. Hal ini dikarenakan karena minimnya pengetahuan dewasa muda dan masyarakat Bandung akan Batik Bandung.

Oleh karena itu perancangan *brand* lokal Kanaga selaku *secondline* dari Flashy akan membantu dewasa muda Bandung untuk mengenal bahan alternatif kulit sintetis yang berkualitas baik, dan harga yang terjangkau. Serta memperkenalkan Batik Bandung sebagai warisan budaya Bandung melalui produk tas Kanaga. Selain perancangan *brand*, penulis juga membuat perancangan promosi dengan internet (instagram, facebook dan web) sebagai media utamanya, sedangkan media pendukungnya adalah *advertorial* dan *print ads* di majalah Cleo yang diterbitkan pada minggu terakhir selama 2 edisi.

Penulis berharap perancangan ini dapat menjadi jalan untuk memperkenalkan kulit sintetis sebagai alternatif bahan fashion serta memperkenalkan Batik Bandung kepada wanita dewasa muda sebagai warisan budaya Bandung agar dewasa muda tetap dapat berpenampilan menarik dan elegan dengan harga yang terjangkau.

Kata kunci: Batik Bandung, Cangkurileung Patrakomala, Kulit Sintetis, Perancangan *Brand*.

ABSTRACT

KANAGA BRAND DESIGN AS ALTERNATIVE BAG PRODUCT WITH FAUX-LEATHER-BASED MATERIAL AND BANDUNG BATIK

Submitted by
Ongka Vidia Imelda Karnaga
NRP 1264011

Nowadays fashion is part of or lifestyle which can show the social status and image. Young adults start to look fashionable, elegant, and attractive. One of the ways is by having an animal skin bag which is attractive, long lasting, and elegant. However, the price of this kind of bag is quite expensive so that it can only be reached by high class people. Along with the development of technology, there is an alternative material for the bag whose price is more reasonable. Besides, Bandung is known for its creativity and variety of arts, one of which is Bandung batik. However, Bandung batik is not popular because of the shortage of knowledge of young adults in Bandung.

The design of Kanaga, a local brand as the second line of Flashy will help young adults in Bandung to know an alternative synthetic material with a good quality and reasonable price as well as to know Bandung batik as a local heritage of Bandung, through the synthetic bags with Bandung batik accent. Besides brand design, the promotional design is also made with Internet (Instagram and web) as the main media, which is supported by advertorial media.

The design is expected to a way to introduce synthetic as an alternative fashion material and to introduce Bandung batik to young women as a local heritage of Bandung. Young adults are expected to be fashionable with a reasonable price.

Keywords: Bandung Batik, Cangkurileung Patrakomala, Synthetic leather, brand design

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Psikologi Dewasa Awal.....	6
2.1.1 Peran Masa Dewasa Awal Terhadap Fashion.....	6
2.2 Kulit Sintetis.....	7
2.3 Batik	9
2.3.1 Batik Bandung.....	10
2.4 Fashion	12
2.4. Tas.....	12
2.5 Teori Warna	15
2.5.1 Pengaruh Warna Terhadap Emosi.....	15
2.5.2 Arti Warna dan Penggunaannya	17
2.6 Brand.....	19

2.7 Logo	20
2.8 Packaging	21
2.9 Teori Promosi.....	23
2.10 Teori Tipografi.....	25
2.10.1 Pengelompokan Huruf	25
2.10.1 Anatomi Paragraf	27
2.11 Teori Layout.....	27

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	30
3.1.1 Flashy Shop.....	30
3.1.2 Hasil Wawancara	32
3.1.3 Kulit Sintetis	33
3.1.4 Amben Batik Bandung.....	37
3.1.4 Batik Bandung.....	38
3.1.5 Hasil Kuesioner.....	43
3.1.6 Tinjauan terhadap proyek sejenis.....	56
3.2 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta	59
3.2.1 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	60
3.2.2 Analisis SWOT	61

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

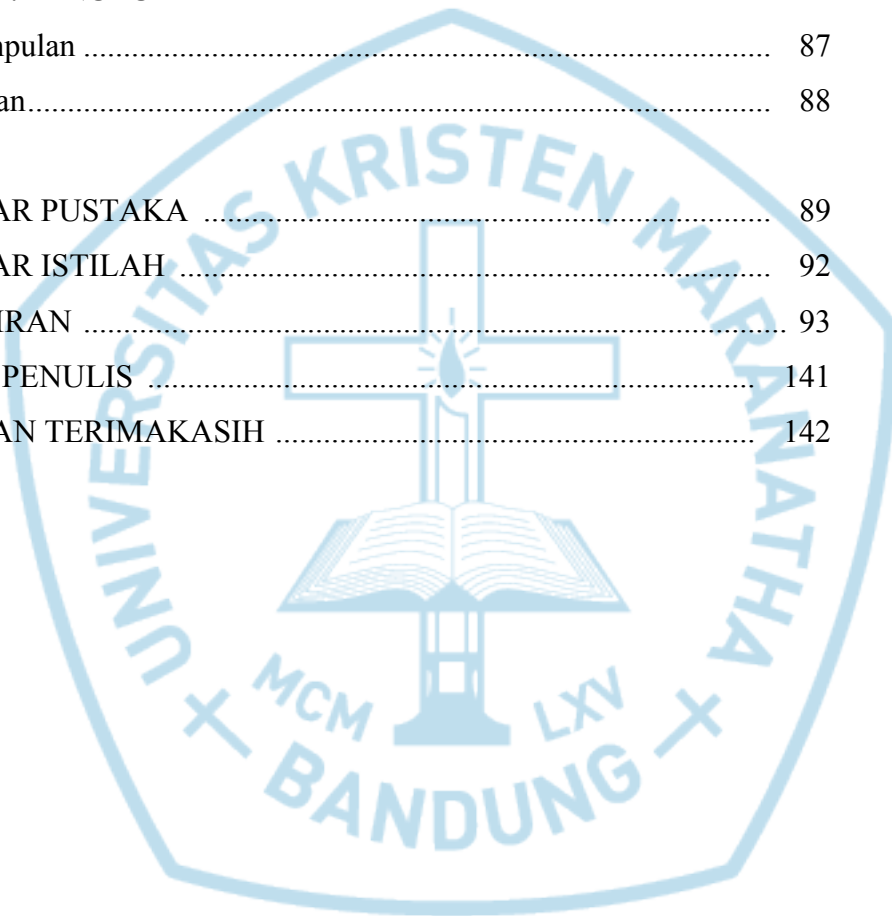
4.1 Konsep Komunikasi	63
4.2 Konsep Kreatif	63
4.3 Konsep Media	67
4.4 Hasil Karya.....	68
4.4.1 Logo	68
4.4.2 Motif.....	69
4.4.3 Kartu Nama	70
4.4.4 Amplop.....	71
4.4.5 Kop Surat	72
4.4.6 Packaging	73

4.4.7 Instagram.....	74
4.4.8 Facebook dan Website	78
4.4.9 Advertorial dan Print Ads	83
4.4.10 Thank You Card	84
4.4.11 Bon	85
4.4.12 Perkiraan Anggaran	86

BAB V : PENUTUP

5.1 Simpulan	87
5.2 Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR ISTILAH	92
LAMPIRAN	93
DATA PENULIS	141
UCAPAN TERIMA KASIH	142



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Batik Cangkurileung Patrakomala	12
Gambar 2.2 Color Wheel	16
Gambar 3.1 Logo Flashy Shop.....	30
Gambar 3.2 Produk Aksesoris Kulit Sintetis Dari Flashy Shop	32
Gambar 3.3 Toko Jumbo.....	33
Gambar 3.4 Toko Jumbo.....	34
Gambar 3.5 Kulit PVC (Prada)	35
Gambar 3.6 Kulit PVC (Gosok Corak Kecil)	35
Gambar 3.7 Kulit PVC (Gosok Kulit).....	35
Gambar 3.8 Kulit PU (Gosok Corak)	36
Gambar 3.9 Kulit PU (Phyton)	36
Gambar 3.10 Kulit PU (Crocodile).....	36
Gambar 3.11 Logo Amben Batik Bandung.....	37
Gambar 3.12 Galeri Amben Batik Bandung.....	37
Gambar 3.13 Surat Edaran Walikota Perihal Ketetapan Batik Bandung.....	39
Gambar 3.14 Burung Cangkurileung dan Bunga Patrokomala Ikon Bandung.....	39
Gambar 3.15 Batik Cangkurileung Patrokomala Bandung.....	40
Gambar 3.16 Batik Cangkurileung Patrokomala Bandung Aksara Sunda ..	41
Gambar 3.17 Batik Cangkurileung Patrokomala Bandung Aksara Sunda ..	41
Gambar 3.18 Batik Cangkurileung Patrokomala Bandung Aksara Sunda ..	41
Gambar 3.19 Batik Cangkurileung Patrokomala Bandung Aksara Sunda ..	42
Gambar 3.20 Pengaplikasian Batik Cangkurileung Patrokomala	42
Gambar 3. 21 Usia Responden.....	43
Gambar 3. 22 Pekerjaan Responden	44
Gambar 3.23 Daerah Tempat Tinggal Responden.....	44
Gambar 3.24 Pendapatan Responden Per Bulan.....	45
Gambar 3.25 Pengeluaran Responden Per Bulan	46
Gambar 3. 26 Responden Mengikuti Perkembangan Tren Fashion	46
Gambar 3.27 Jangka Waktu Responden Membeli Tas / Dompot / Aksesoris.....	47

Gambar 3.28 Tempat Responden Membeli Tas / Aksesoris / Dompot.....	48
Gambar 3. 29 Barang yang Disukai / Sering Dibeli Responden.....	48
Gambar 3.30 Keinginan Responden Berpenampilan Menarik dan Elegan.	49
Gambar 3.31 Anggaran Responden Membeli Tas	50
Gambar 3.32 Bahan Tas yang Disukai Responden.....	50
Gambar 3. 33 Hal yang Penting Dalam Membeli Tas	51
Gambar 3.34 Jenis Tas yang Disukai Responden	52
Gambar 3.35 Warna Tas yang Disukai Responden	52
Gambar 3.36 Pengetahuan Responden Akan Batik	53
Gambar 3.37 Motif Batik yang Responden Sukai	54
Gambar 3.38 Warna Batik yang Responden Sukai.....	54
Gambar 3.39 Media Promosi Untuk Fashion <i>Brand</i> Lokal	55
Gambar 3.40 Media Promosi Untuk yang Cocok Untuk Fashion <i>Brand</i> ...	56
Gambar 3.41 Logo Elizabeth <i>Bag and Shoes</i>	57
Gambar 3.42 Produk tas wanita Elizabeth <i>Bag and Shoes</i>	58
Gambar 3.43 Logo Lazuli Sarae	58
Gambar 3.44 Produk tas wanita Lazuli Sarae.....	59
Gambar 4.1 Contoh backpack.....	64
Gambar 4.2 Warna yang Digunakan (Trend Warna 2016).....	66
Gambar 4.3 Warna yang Digunakan.....	66
Gambar 4.4 <i>Timeline</i>	68
Gambar 4.5 Logo Kanaga	68
Gambar 4.6 Motif Kanaga.....	69
Gambar 4.7 Kartu Nama Kanaga	70
Gambar 4.8 <i>Hangtag</i> Kanaga.....	70
Gambar 4.9 Amplop Kanaga.....	71
Gambar 4.10 Amplop Kanaga.....	71
Gambar 4.11 Kertas Surat Kanaga.....	72
Gambar 4.12 <i>Packaging Paper Bag</i> Kanaga	73
Gambar 4.13 <i>Packaging Box</i> Kanaga	73
Gambar 4.14 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga.....	74
Gambar 4.15 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga.....	74

Gambar 4.16 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	75
Gambar 4.17 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	75
Gambar 4.18 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	75
Gambar 4.19 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	76
Gambar 4.20 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	76
Gambar 4.21 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	76
Gambar 4.22 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	77
Gambar 4.23 <i>Postingan Instagram</i> Kanaga	77
Gambar 4.24 Facebook Kanaga	78
Gambar 4.25 Facebook Kanaga	78
Gambar 4.26 Web Kanaga	79
Gambar 4.27 Web Kanaga	79
Gambar 4.28 Web Kanaga	80
Gambar 4.29 Web Kanaga	80
Gambar 4.30 Web Kanaga	80
Gambar 4.31 Web Kanaga	81
Gambar 4.32 Web Kanaga	81
Gambar 4.33 Web Kanaga	82
Gambar 4.34 Web Kanaga	82
Gambar 4.35 Web Kanaga	82
Gambar 4.36 Advertorial Kanaga	83
Gambar 4.37 Advertorial Kanaga	83
Gambar 4.38 Advertorial Kanaga	84
Gambar 4.39 Advertorial Kanaga	84
Gambar 4.40 <i>Thank You Card</i> Kanaga	85
Gambar 4.41 Nota Kanaga	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Lembar Kuesioner	93
Lampiran B: Lembar Wawancara Dengan Flashy	98
Lampiran C: Lembar Wawancara Dengan Pemilik Batik Amben	100
Lampiran D: Lembar Asistensi <i>Moodboard</i>	101
Lampiran E: Lembar Asistensi Motif	102
Lampiran F: Lembar Asistensi Logo	106
Lampiran G: Lembar Asistensi Kartu Nama	108
Lampiran H: Amplop & Kop Surat.....	112
Lampiran I: Lembar Asistensi <i>Hangtag</i>	115
Lampiran J: Lembar Asistensi <i>Packaging</i>	117
Lampiran K: Lembar Asistensi Instagram	121
Lampiran L: Lembar Asistensi <i>Advertorial</i>	128
Lampiran M: Lembar Asistensi <i>Website</i>	134
Lampiran N: Lembar Asistensi Facebook	139
Lampiran L: Lembar Asistensi <i>Thank You Card & Nota</i>	140