

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI USAHA PRODUK *FASHION* LOKAL SEVATI

Oleh :
Eric Rieselda Sumaiku
1264067

Industri *fashion* di Indonesia mulai berkembang dengan pesat seiring dengan perkembangan jaman. Banyaknya merek pakaian luar negeri sempat mendominasi pasar di Indonesia yang mengurangi minat masyarakat akan merek lokal, selain itu hingga saat ini kebanyakan konsumen masih menganggap kualitas merek lokal tidak sebagus merek dari luar. Untuk membantu meningkatkan citra merek lokal, penulis mengangkat salah satu merek pakaian lokal yaitu Sevati.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan Sevati kepada masyarakat sebagai produk pakaian lokal yang mengkombinasikan berbagai macam teknik dalam proses pembuatannya seperti batik tulis, sulam, dan bordir. Perancangan ini juga diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk pakaian lokal.

Metode yang digunakan adalah dengan membuat iklan pada media *online* yang akan disebarluaskan melalui media sosial Instagram seperti iklan video, membuat *website*, dan media cetak seperti iklan majalah, *lookbook*, *flyer*, *hangtag*, dan *shopping bag*. Melalui perancangan promosi ini Sevati diharapkan lebih dikenal serta meningkatkan minat masyarakat terhadap produk *fashion* lokal.

Kata kunci: batik, dewasa, feminin, promosi

Abstract

The promotion design of the local fashion business product called Sevati

Eric Sumaiku/1264067

The fashion industry in Indonesia starts to develop very quickly as the time passes. A lot of brands from abroad used to dominate the nation's market and thus reduce the interests of the locals to the local products. Besides, the majority of the consumers still have a set of mind that the local products will have qualities that are not as good and prestigious as those from abroad. In order to help and elevate the value of the locals of the local products, the writer wants to focus on a local fashion brand called Sevati.

The purpose of the design is to introduce Sevati to the society as the local fashion product that combines a number of techniques in its making process like batik tulis and embroidery. This design is expected to increase the societies' interests to local product of fashion.

The methods used are making commercials on online media through social media like Instagram, video advertisement, website making and printed media like magazine advertisements, look book, flyer, hangtag and shopping bag. It is suspected that through this promotion design, the local fashion, Sevati is more known and thus increases the interests of the locals to their local fashion products.

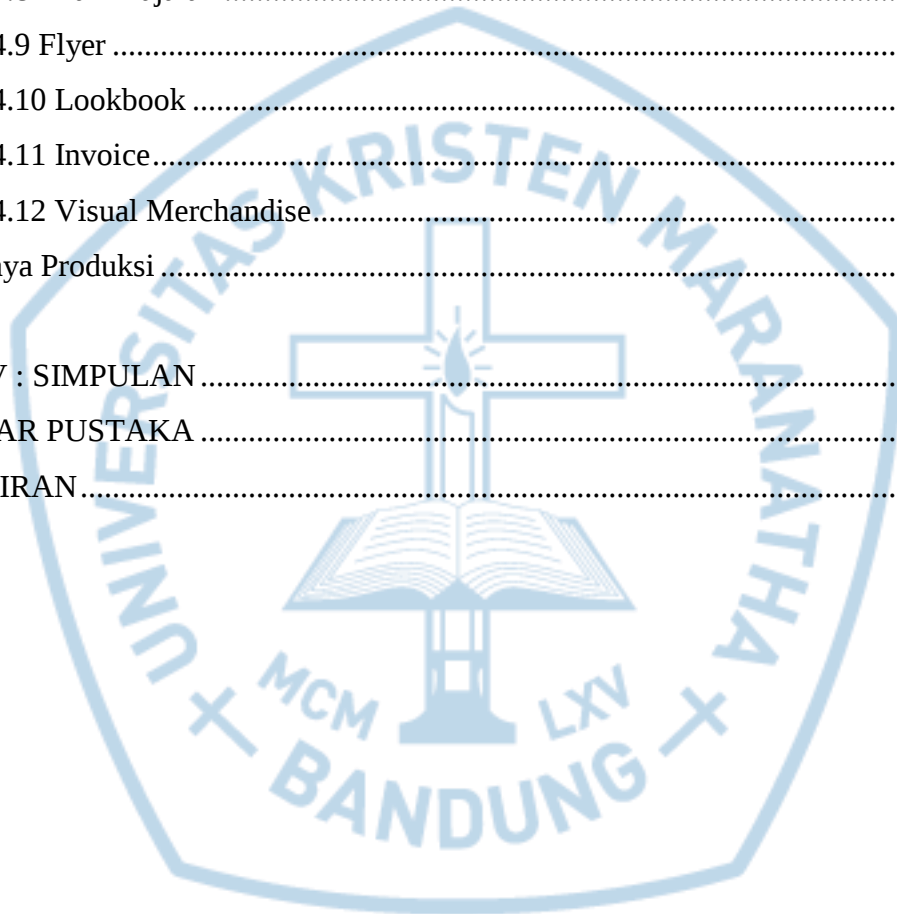
Keywords: adults, batik, feminine, promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	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 Promosi	5
2.1.2 Media Promosi	5
2.2 Fotografi Fashion	6
2.2.1 <i>Editorial</i>	6
2.2.2 <i>Beauty</i>	6
2.2.3 <i>Fashion Portraiture</i>	6
2.2.4 <i>Group Shots</i>	7
2.3 Batik.....	7

2.3.1 Pengertian Batik.....	7
2.3.2 Teknik Batik.....	7
2.4 <i>Filming</i>	8
2.4.1 Komposisi	8
2.4.2 <i>The Moving Camera</i>	8
 BAB III : DATA DAN ANALISIS	9
3.1 Data dan Fakta.....	9
3.1.1 Sejarah Batik	9
3.1.2 Sevati.....	10
3.2 Tinjauan Karya Sejenis	11
3.3 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	13
3.3.1 Segmentasi	13
3.3.2 <i>Targeting</i>	14
3.3.3 <i>Positioning</i>	14
3.4 Analisis SWOT	14
3.4.1 SWOT Perancangan	14
3.4.2 SWOT Sevati	15
3.5 Kuesioner	15
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	22
4.1 Konsep Komunikasi	22
4.2 Konsep Kreatif	22
4.2.1 Warna	22
4.2.2 Tipografi.....	23
4.2.3 Foto dan Videografi	24
4.3 Konsep Media	24
4.3.1 Media Sosial.....	24
4.3.2 Website.....	24
4.3.3 Fashion Commercial	24
4.3.4 Timeline	25
4.4 Hasil Karya.....	25

4.4.1 Website.....	25
4.4.2 Template Instagram.....	29
4.4.3 Iklan Video.....	30
4.4.4 Hangtag	31
4.4.5 Shopping Bag.....	31
4.4.6 Kartu Ucapan	32
4.4.7 Kartu Nama	32
4.4.8 Iklan Majalah	33
4.4.9 Flyer	34
4.4.10 Lookbook	34
4.4.11 Invoice.....	36
4.4.12 Visual Merchandise.....	36
4.5 Biaya Produksi	38
 BAB V : SIMPULAN	 39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Koleksi Sevati	10
Gambar 3.2 Koleksi Sevati	11
Gambar 3.3 Tampilan Desain Visual Rianty Batik.....	12
Gambar 3.4 Desain Promosi Rianty Batik di Media Instagram.....	12
Gambar 3.5 Desain Cara Merawat Produk Kanagoods di Media Instagram	13
Gambar 3.6 Desain Kanagoods di Media Instagram	13
Gambar 4.1 Warna	23
Gambar 4.2 Timeline Promosi	25
Gambar 4.3 Tampilan Home Website.....	26
Gambar 4.4 Tampilan Produk Website 1.....	26
Gambar 4.5 Tampilan “Tentang Kami” Website.....	27
Gambar 4.6 Tampilan Kontak Website.....	27
Gambar 4.7 Tampilan Produk Website 2	28
Gambar 4.8 Tampilan Produk Website 3.....	28
Gambar 4.9 Tampilan Instagram	29
Gambar 4.10 Iklan Video	30
Gambar 4.11 Hangtag Produk Sevati.....	31
Gambar 4.12 Shopping Bag	31
Gambar 4.13 Kartu Ucapan Terima Kasih.....	32
Gambar 4.14 Kartu Nama Sevati	33
Gambar 4.15 Iklan Majalah.....	33
Gambar 4.16 Desain Flyer	34
Gambar 4.17 Tampilan Lookbook	35
Gambar 4.18 Tampilan Invoice	36
Gambar 4.19 Visual Merchandise.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan	4
Tabel 3.1 Tabel Kuesioner Usia Responden	16
Tabel 3.2 Tabel Kuesioner Pekerjaan Responden.....	16
Tabel 3.3 Tabel Kuesioner Penghasilan Responden	17
Tabel 3.4 Tabel Kuesioner Kebiasaan Membeli Produk Fashion.....	17
Tabel 3.5 Tabel Kuesioner Jenis Produk yang Dibeli.....	18
Tabel 3.6 Tabel Kuesioner Penyuka Produk Lokal atau Tidak	18
Tabel 3.7 Tabel Kuesioner Tempat Membeli Produk Fashion	19
Tabel 3.8 Tabel Kuesioner Media yang Sering Diakses Responden	19
Tabel 3.9 Tabel Kuesioner Media Sosial yang Diakses Responden.....	20
Tabel 3.10 Tabel Kuesioner Mengetahui Sevati atau Tidak	20
Tabel 3.11 Tabel Kuesioner Apa yang Menarik dari Sevati	21
Tabel 3.12 Tabel Kuesioner Minat Responden.	21

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Promosi Sevati.....	41
Hasil Wawancara	44
Lembar Sketsa.....	46
Data Penulis	53

