

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI SANGGAR BATIK UMIMAY

Oleh

Catherine Veronica Soedarmo Putri

1264013

Batik merupakan salah satu kain yang memiliki motif-motif tradisional yang dibuat dengan cara ditulis maupun menggunakan cap. Kain batik memiliki ragam hias dan pola yang berbeda-beda di setiap daerah yang menghasilkan ragam kain batik. Daerah Sumedang sejak dahulu tidak dikenal memiliki tradisi perbatikan di wilayahnya (Mashuri, dikutip Surviati 2004). Namun, pada tahun 1999 telah muncul sebuah kreasi batik di daerah Sumedang, salah satunya Sanggar Batik Umimay yang berdiri sejak tahun 2012. Walaupun Sanggar Batik Umimay memiliki banyak keunggulan, masyarakat Sumedang dan sekitar belum begitu mengenal sanggar ini.

Maka dari itu, tujuan perancangan untuk mengenalkan Sanggar Batik Umimay kepada masyarakat, usia 19-30 tahun, yang berdomisili diperkotaan, khususnya kota Sumedang 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 Sanggar Batik Umimay. Beberapa media promosi pendukung berupa *business stationery*, iklan pada media social instagram, *mini lookbook*, dan diadakan event untuk membuat batik. Melalui perancangan promosi ini, diharapkan masyarakat wanita usia 19-30 tahun dapat mengenal Sanggar Batik Umimay sebagai sanggar yang menjual produk-produk lokal, khususnya batik Kasumedangan.

Kata kunci: batik, Indonesia, produk lokal, promosi, Kasumedangan.

ABSTRACT

SANGGAR BATIK UMIMAY PROMOTIONAL PROGRAM

By

Catherine Veronica Soedarmo Putri

1264013

Batik is one of fabric materials that has traditional designs. It is made by hand-drawing or using a stamp. Batik has various designs and patterns in accordance with the regions that creat it. Sumedang has not been known for having variety of batik as stated by Surviati (2004, as cited in Mashuri). In 1999, the ideas about creating Batik in Sumedang emerged. One of those was Umimay Batik Studio that has been established since 2012. Even though the studio has produced many good fabrics, people have not known it.

Therefore, the purpose of this program is to promote Umimay Batik Studio to its target audience with age raging from 19-30 years old who live in the city, especially in Sumedang by choosing the proper media. The advantages are to make people know and love Indonesian products that would also increase local business incomes.

This promotional program uses website as the main media with purpose to widen its marketing and to increase Umimay Batik studio income. Other media promotions are business stationery, advertisement on Instagram, mini lookbook, and a batik workshop. Through this program, target audience are expected to learn more about Umimay Batik Studio as a studio that sells and produces local product especially Kasumedangan Batik.

Keywords: Batik, Indonesia, Local product, Promotion, Kasumedangan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORSINILITAS 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	5
 BAB II : LANDASAN TEORI	 6
2.1 KEBUDAYAAN	6
2.1.1 Pengertian dan Unsur Budaya	6
2.1.2 Pengertian dan Sejarah Perkembangan Batik	6
2.2 PROMOSI	7
2.2.1 Pengertian dan Manfaat Promosi	7
2.2.2 Alat Promosi	8
2.2.3 Media Promosi	9
2.3 KEMASAN	10

2.4	TEORI LOGO.....	11
2.5	SEJARAH SUMEDANG	11
BAB III : DATA DAN ANALISIS		13
3.1	Data dan Fakta	13
3.1.1	Sanggar Batik Umimay.....	13
3.1.2	Peningkatan Peminat.....	14
3.1.3	Kuesioner	14
3.1.4	Wawancara.....	21
3.1.5	Tinjauan Karya Sejenis.....	22
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	<i>Strength</i>	26
3.3.2	<i>Weakness</i>	26
3.3.3	<i>Opportunity</i>	27
3.3.4	<i>Threat</i>	27
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH		28
4.1	Konsep Komunikasi.....	28
4.2	Konsep Kreatif.....	28
4.2.1	Fotografi.....	28
4.2.2	Tipografi	29
4.2.3	Ilustrasi.....	29
4.2.4	Warna.....	29
4.3	Konsep Media	30
4.3.1	Logo	30
4.3.2	Website	31
4.3.3	Media Sosial.....	31
4.3.4	<i>Packaging</i>	31
4.3.5	<i>Business Stationary</i>	32

4.3.6	Mini Look Book	32
4.3.7	<i>X-Banner</i>	32
4.3.8	<i>Flyer</i>	32
4.3.9	<i>Voucher</i>	32
4.3.10	<i>Workshop Kit</i>	32
4.3.11	Timeline	33
4.4	Karya	33
4.4.1	Logo	33
4.4.2	Website	35
4.4.3	Media Sosial	45
4.4.4	<i>Business Stationary</i>	46
4.4.5	<i>Packaging</i>	51
4.4.6	Mini Look Book	53
4.4.7	<i>X-Banner</i>	55
4.4.8	<i>Flyer</i>	56
4.4.9	<i>Voucher</i>	57
4.4.10	<i>Workshop Kit</i>	58
4.4.11	<i>Storyboard</i>	60
4.5	<i>Budgeting</i>	61
BAB V : PENUTUP		62
5.1	Simpulan	62
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 3.1 Sanggar Batik Umimay Luar dan Dalam	13
Gambar 3.2 Instagram Batik Abaz.....	22
Gambar 3.3 Foto Produk Batik Abaz.....	23
Gambar 3.4 Iklan Batik Abaz	23
Gambar 3.5 Kemasan Rumah Batik.....	24
Gambar 3.6 Label Batik Abaz	24
Gambar 3.7 Website Kampung Batik Palbatu	25
Gambar 4.1 Jenis <i>Font</i>	29
Gambar 4.2 Warna	30
Gambar 4.3 Logo Sanggar Batik Umimay	33
Gambar 4.4 Redesain Logo Sanggar Batik Umimay	34
Gambar 4.5 <i>Font</i> Pada Logo	34
Gambar 4.6 Warna Logo.....	35
Gambar 4.7 Tampilan Beranda Pada <i>Website</i>	35
Gambar 4.8 Tampilan Produk Material Pada <i>Website</i>	36
Gambar 4.9 Tampilan Produk <i>Clothes Website</i>	36
Gambar 4.10 Tampilan Tentang Kami Pada <i>Website</i>	37
Gambar 4.11 Tampilan Kontak Pada <i>Website</i>	37
Gambar 4.12 Tampilan <i>Shopping Bag</i> Pada <i>Website</i>	38
Gambar 4.13 Tampilan <i>Personal Detail</i> Pada <i>Website</i>	38
Gambar 4.14 Tampilan <i>Payment</i> Pada <i>Website</i>	39
Gambar 4.15 Tampilan Pembelian Selesai Pada <i>Website</i>	39
Gambar 4.16 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 1	40
Gambar 4.17 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 2	40
Gambar 4.18 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 3	41
Gambar 4.19 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 4	41
Gambar 4.20 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 5	42
Gambar 4.21 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 6	42

Gambar 4.22 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 7	43
Gambar 4.23 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 8	43
Gambar 4.24 Tampilan <i>Website</i> Pada <i>Handphone</i> 9	44
Gambar 4.25 <i>Font</i> Pada <i>Website</i>	44
Gambar 4.26 Warna Pada <i>Website</i>	45
Gambar 4.27 Media Sosial Instagram.....	45
Gambar 4.28 Desain Amplop	46
Gambar 4.29 Desain Kartu Nama.....	47
Gambar 4.30 Desain Nota.....	47
Gambar 4.31 Desain Kop Surat	48
Gambar 4.32 Warna Pada <i>Business Stationary</i>	49
Gambar 4.33 <i>Font</i> Pada <i>Business Stationary</i>	49
Gambar 4.34 Desain <i>Hangtag</i>	50
Gambar 4.35 Desain <i>Thankyou Card</i>	50
Gambar 4.36 Desain <i>Packaging Offline</i>	51
Gambar 4.37 Desain <i>Packaging Online</i>	51
Gambar 4.38 Desain <i>Packaging</i> Diatas 1.000.000	51
Gambar 4.39 Desain <i>Packaging Workshop</i>	52
Gambar 4.40 Warna Pada <i>Product Identity</i>	52
Gambar 4.41 <i>Font</i> Pada <i>Product Identity</i>	53
Gambar 4.42 <i>Mini Lookbook</i> Bagian Depan.....	53
Gambar 4.43 <i>Mini Lookbook</i> Bagian Belakang.....	53
Gambar 4.44 <i>Font</i> Pada <i>Mini Lookbook</i>	54
Gambar 4.45 Warna Pada <i>Mini Lookbook</i>	54
Gambar 4.46 <i>X-Banner</i>	55
Gambar 4.47 <i>Font</i> Pada <i>X-Banner</i>	55
Gambar 4.48 Warna Pada <i>X-Banner</i>	55
Gambar 4.49 <i>Flyer</i>	56
Gambar 4.50 <i>Font</i> Pada <i>Flyer</i>	56
Gambar 4.51 Warna Pada <i>Flyer</i>	57
Gambar 4.52 <i>Voucher</i>	57
Gambar 4.53 <i>Font</i> Pada <i>Voucher</i>	57

Gambar 4.54 Warna Pada <i>Voucher</i>	58
Gambar 4.55 <i>Workshop Kit</i> Bagian Depan.....	58
Gambar 4.56 <i>Workshop Kit</i> Bagian Belakang	58
Gambar 4.57 <i>Font</i> Pada <i>Wokshop Kit</i>	59
Gambar 4.58 Warna Pada <i>Workshop Kit</i>	59
Gambar 4.59 <i>Storyboard Video</i>	60



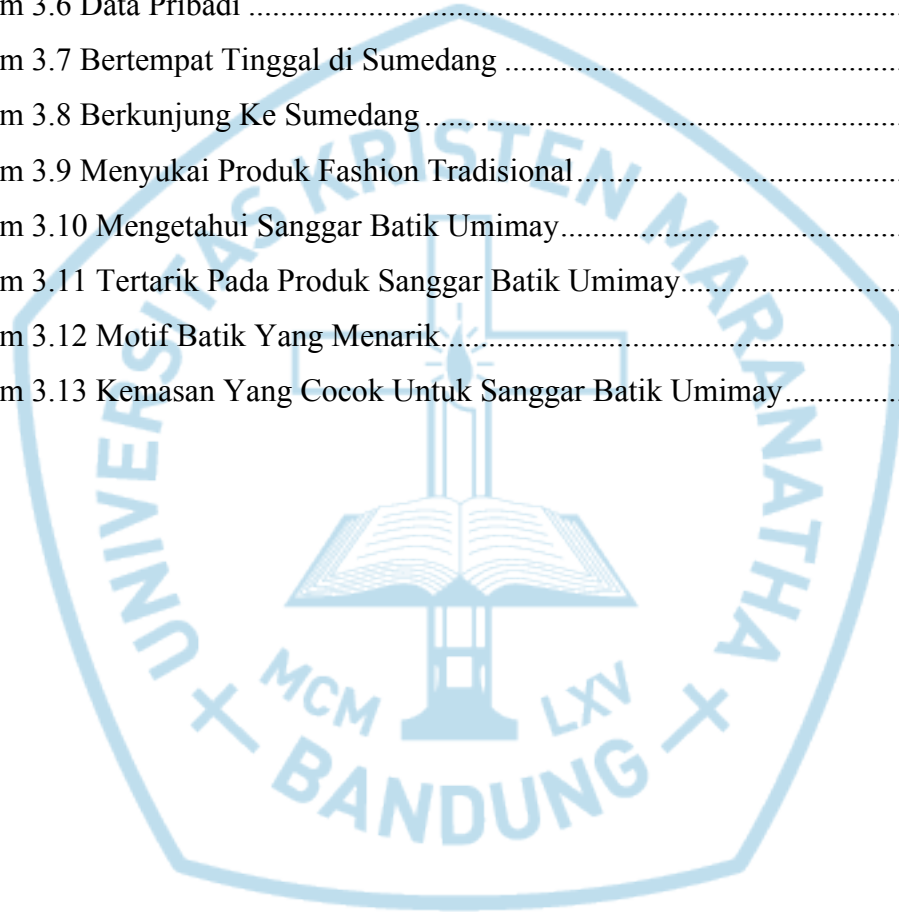
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Timeline Promosi</i>	33
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i>	61



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin Responden.....	15
Diagram 3.2 Responden.....	15
Diagram 3.3 Pekerjaan Responden.....	16
Diagram 3.4 Harga Pakaian Yang Biasa Dibeli.....	16
Diagram 3.5 Pembelian Produk Dalam 1 Bulan.....	17
Diagram 3.6 Data Pribadi	17
Diagram 3.7 Bertempat Tinggal di Sumedang	18
Diagram 3.8 Berkunjung Ke Sumedang	18
Diagram 3.9 Menyukai Produk Fashion Tradisional.....	19
Diagram 3.10 Mengetahui Sanggar Batik Umimay.....	19
Diagram 3.11 Tertarik Pada Produk Sanggar Batik Umimay.....	20
Diagram 3.12 Motif Batik Yang Menarik.....	20
Diagram 3.13 Kemasan Yang Cocok Untuk Sanggar Batik Umimay.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Wawancara	64
Lampiran B Kuesioner	65
Lampiran C Creative Breaf	69
Lampiran D Data Pribadi	70
Lampiran E Sketsa Karya	71

