

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI KERAJINAN TANDUK KHAS MAGELANG

Oleh

**Eunike Alexandra Kurniawan
NRP 1464036**

Kerajinan dari bahan baku tanduk kerbau maupun sapi telah menjadi salah satu ciri khas kerajinan di Desa Pucang Kabupaten Magelang sejak tahun 1980an. Penduduk di Desa Pucang berusaha memanfaatkan tanduk yang semula hanya sebagai limbah kemudian diproses hingga menjadi kerajinan yang mempunyai nilai fungsional dan estetika yang tinggi. Industri kreatif dengan bahan dasar tanduk ini telah dipasarkan di berbagai daerah di Indonesia bahkan sampai ke manca negara. Namun demikian sebagian besar penduduk yang ada di Kota Magelang maupun di Wilayah Kabupaten Magelang belum tahu atau belum mengenal bahwa Desa Pucang merupakan pusat produksi kerajinan dari tanduk yang telah diekspor hingga ke manca Negara.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk bisa memberikan pengenalan akan keberadaan sentra produksi kerajinan tangan berbahan baku tanduk ini kepada masyarakat Magelang.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang logo, kemasan, strategi promosi dan memilih media DKV yang tepat. Media promosi yang akan dibuat adalah media sosial facebook, instagram, website, sign shop, kartu nama, seragam, *billboard*, *flyer*, *x – banner*, *catalog*, *booklet*, poster, *packaging*, *shopping bag*. Melalui media promosi ini diharapkan warga lokal Magelang menjadi mengenal dan tertarik untuk membeli produk kerajinan tanduk “Citra Mandiri”.

Kata kunci : magelang, promosi, kerajinan. tanduk

ABSTRACT

The Promotion Design of Magelang Horn Craft

Submitted by
Eunike Alexandra Kurniawan
NRP 1464036

Handicraft made from raw material of buffalo horn and cow, has become one of the characteristic of handicrafts in Pucang Village Magelang since 1980s. Villagers in Pucang Village try to utilize the horn that was originally only as a waste then processed to become a handicraft that has high functional and aesthetic value.

Creative industries with basic materials of this horn have been marketed in various regions in Indonesia even to foreign countries. However, most residents in Magelang have not known yet that Pucang Village is a center for handicraft production from horns that has been exported to foreign countries.

Therefore, the purpose of this design is to be able to provide an introduction to the existence of production centers of handicrafts made from raw horns to the community of Magelang.

The method used is by designing logo, packaging, promotion strategy and choosing the right DKV media. Promotional media that will be made are facebook social media, instagram, website, sign shop, business card, uniform, billboard, flyer, x - banner, catalog, booklet, poster, packaging, shopping bag. It is expected that through this media campaign local residents Magelang become familiar and interested to buy the products of "Citra Mandiri" horn craft.

Keywords : craft, horn, promotion, magelang

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 TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	 5
2.1 Definisi DKV	5
2.2 Teori Promosi	5
2.2.1 Pengertian Promosi	5
2.2.2 Tujuan Promosi	5
2.2.3 Macam – macam Promosi	6
2.2.4 Media Promosi	8
2.3 Teori Warna	8
2.4 Teori <i>Packaging</i>	10
2.4.1 Fungsi Kemasan	11
2.5 Teori Tipografi	12

2.6 Teori Logo	12
2.7 Teori Ilustrasi	14
2.8 Teori Fotografi	14
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	15
3.1 Data dan Fakta	15
3.2 Profil Desa Pucang	15
3.2.1 Letak Geografis	15
3.2.2 Jumlah penduduk Desa Pucang	16
3.3 Sejarah singkat kerajinan tanduk	17
3.4 Profil kelompok usaha “CITRA MANDIRI”	18
3.5 Kuesioner	21
3.6 Tinjauan terhadap proyek sejenis	25
3.7 Segmentasi	27
3.8 Analisis SWOT	28
3.9 Perusahaan / lembaga terkait	29
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	34
4.1 Konsep Komunikasi	34
4.1.1 Tahap Promosi Kerajinan Tanduk Citra Mandiri	34
4.2 Konsep Kreatif	35
4.2.1 Warna	35
4.2.2 Tipografi	36
4.2.3 Layout	36
4.3 Konsep Media	37
4.4 Konsep Promosi	37
4.5 Timeline	38
4.6 Hasil Karya	39
4.6.1 Konsep Logo	39
4.6.2 X- banner	41

4.6.3 <i>Catalog</i>	42
4.6.4 <i>Packaging</i>	44
4.6.5 <i>Shopping bag</i>	45
4.6.6 <i>Billboard</i>	46
4.6.7 <i>Poster</i>	47
4.6.8 <i>Flyer</i>	49
4.6.9 <i>Booklet</i>	50
4.6.10 <i>Instagram</i>	51
4.6.11 <i>Facebook</i>	53
4.6.12 <i>Website</i>	55
4.6.13 <i>Hangtag dan Label</i>	61
4.6.14 <i>Map Promotion Kit</i>	62
4.6.15 <i>Stand</i>	63
4.6.16 <i>Gimmick</i>	65
4.7 <i>Bugeting</i>	67
BAB V PENUTUP	68
5.1 <i>Kesimpulan</i>	68
5.2 <i>Saran</i>	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	4
Gambar 3.1	Peta Desa Pucang	16
Gambar 3.2	Spanduk Kawasan Pengerajin Tanduk	18
Gambar 3.3	Gedung Showroom Citra Mandiri	19
Gambar 3.4	Contoh hasil kerajinan tanduk	20
Gambar 3.5	Contoh pengemasan atau <i>packaging</i>	20
Gambar 3.6	Ketertarikan akan kerajinan lokal	22
Gambar 3.7	Responden yang mengetahui kerajinan tanduk	22
Gambar 3.8	Ketertarikan responden pada kerajinan tanduk	23
Gambar 3.9	Ketertarikan akan kemasan	23
Gambar 3.10	Media promosi	24
Gambar 3.11	Pelestarian kerajinan tanduk	24
Gambar 3.12	Logo Woodka	26
Gambar 3.13	Contoh hasil produk Woodka	26
Gambar 3.14	Contoh promosi Woodka	26
Gambar 3.15	Kemasan / <i>packaging</i> Woodka	27
Gambar 3.16	Logo Kota Magelang	29
Gambar 3.17	Logo Djarum	32
Gambar 4.1	Warna	35
Gambar 4.2	Tipografi	36
Gambar 4.3	Logo Citra Mandiri	39

Gambar 4.4	Kartu nama	39
Gambar 4.5	Seragam	40
Gambar 4.6	<i>Sign shop</i>	40
Gambar 4.7	<i>X- banner</i>	41
Gambar 4.8	<i>Catalog</i>	43
Gambar 4.9	<i>Packaging</i>	44
Gambar 4.10	<i>Shopping bag</i>	45
Gambar 4.11	<i>Billboard</i>	46
Gambar 4.12	<i>Poster</i>	47
Gambar 4.13	<i>Flyer</i>	49
Gambar 4.14	<i>Booklet</i>	50
Gambar 4.15	<i>Instagram</i>	51
Gambar 4.16	<i>Facebook</i>	53
Gambar 4.17	<i>Website</i>	56
Gambar 4.18	<i>Hangtag dan label</i>	61
Gambar 4.19	<i>Map promotion kit</i>	62
Gambar 4.20	<i>Stand</i>	63
Gambar 4.21	<i>Gimmick</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah penduduk Desa Pucang menurut jenis kelamin	17
Tabel 4.1	Daftar media promosi	37
Tabel 4.2	<i>Timeline</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar asistensi sketsa.....	70
------------	------------------------------	----

