

ABSTRACT

Tapis woven is known for having the beauty of the motif and the smoothness of the woven fabric. The craftsmen who are still actively producing tapis weaving can be found in the Negri Katon Lampung area in Peswaran district, a center for tapis weaving crafts in Lampung. The weaving of the tapis is not widely known for the lack of promotion in the Negri Katon area itself, which is done in Negri Katon using only traditional looms that are very simple and still survive today. Local residents make this filter a livelihood.

This is what makes researchers interested in conducting research in the National Palace for 7 days, namely on April 1-7 2019. The purpose of this research is to explain the following points: First, describe the promotion strategy in increasing the profitability of the business in overcoming the problem problems relating to economic activities for the sake of the continuation of their business, especially in production and distribution activities as well as preparing any media that is suitable to be applied to this Katon State.

This research is a descriptive study using a qualitative approach. The method which is observation and interview. The choice of this theory is based on the object of research, namely an entrepreneur. The data analysis technique used in this study is qualitative analysis. The conclusions from this study were obtained by various strategies of businessmen in woven fabric to overcome the problems faced, namely the promotion strategy. These strategies are rational behaviors such as self-welfare and risk coping behavior. The strategy carried out by businessmen of tapis woven fabric.

Keywords: Tapis, Negri Katon, Promotion

ABSTRAK

Kain tapis dikenal karena memiliki keindahan motif dan kehalusan kain tenunnya. Para pengrajin yang masih aktif memproduksi tenun tapis ini dapat ditemui di kawasan Negri Katon Lampung di kabupaten Peswaran merupakan sentra kerajinan tenun tapis di Lampung. Hasil tenun tapis ini kurang banyak dikenal karena kurangnya promosi pada daerah Negri Katon itu sendiri, yang dilakukan di Negri Katon ini hanya menggunakan alat tenun tradisional yang sangat sederhana dan masih bertahan hingga saat ini. Para penduduk setempat menjadikan tapis ini sebagai mata pencaharian. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Negri Katon selama 7 hari yaitu pada tanggal 1-7 April 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang beberapa hal berikut ini: Pertama, mendeskripsikan strategi promosi dalam meningkatkan keuntungan usahanya dalam mengatasi masalah-masalah yang berkenaan dengan kegiatan ekonomi demi berlangsungnya usahanya khususnya pada kegiatan produksi dan distribusi begitu juga mempersiapkan media apa saja yang cocok untuk diterapkan pada Negri Katon ini.

Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Pemilihan teori ini didasarkan atas objek penelitian yaitu seorang pengusaha. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini diperoleh berbagai strategi pengusaha kain tenun tapis untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi, yaitu strategi promosi Strategi-strategi tersebut merupakan perilaku rasional seperti mensejahterahkan diri sendiri dan perilaku mengatasi resiko. Strategi yang dilakukan pengusaha kain tenun tapis.

Kata kunci :Tapis, Negri Katon, Promosi.

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	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 Tehnik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4
 BAB II : LANDASAN TEORI.....	 5
2.1 Tenun.....	5
2.2 Teori Promosi.....	6
2.3 AISAS.....	7
2.4 Teori Dokumentasi.....	9
2.4.1 Kegiatan dan Tugas Dokumentasi.....	10
2.4.2 Bahan Dokumentasi.....	10
2.5 Teori Fotografi.....	10

2.5.1 Fotografi Still Life.....	11
2.6 Videografi.....	11
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	12
3.1 Negri Katon Lampung.....	12
3.1.1 Kabupaten Pesawaran.....	12
3.2 Mandatori.....	13
3.2.1 Lampung Post.....	13
3.2.2 Adiwastra Nusantara.....	15
3.3 Sejarah Tapis Negri Katon Lampung.....	16
3.3.1 Jenis-jenis Kain Tapis dan Kegunaanya.....	16
3.3.2 Motif Kain Tapis Lampung.....	19
3.3.3 Bahan Baku.....	22
3.4 Hasil Kuesioner.....	23
3.5 Analisis SWOT Tapis negri Katon Lampung.....	27
3.5.1 Analisis SWOT Permasalahan.....	27
3.5.2 Analisis SWOT Media.....	28
3.5.3 Analisis STP.....	29
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	31
4.1 Konsep Promosi.....	31
4.1.1 Metode Komunikasi AISAS.....	31
4.2 Konsep Kreatif.....	32
4.2.1 Konsep Verbal.....	32
4.2.2 Konsep Visual.....	33
4.2.3 Desain Perancangan Media.....	33
4.2.4 Layout.....	33
4.2.5 Tipografi.....	33
4.2.6 Warna.....	34
4.3 Konsep Media.....	35

4.3.1 Youtube.....	35
4.3.2 Instagram dan Facebook.....	35
4.3.3 Billboard.....	35
4.3.4 Light Box.....	36
4.3.5 Poster.....	36
4.4 Timeline Media.....	36
4.5 Perhitungan Biaya.....	37
4.6 Hasil Karya.....	37
4.6.1 Logo Negri Katon Lampung.....	37
4.6.2 Poster.....	38
4.6.3 Billboard.....	43
4.6.4 Light Box.....	44
4.6.5 Peta Lokasi.....	45
4.6.6 Sosial Media.....	46
4.6.7 Storyboard Video.....	47
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DATA PENULIS.....	56
UCAPAN TERIMA KASIH.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Peta Lokasi Negri Katon.....	12
Gambar 3.2 Logo Lampung Post.....	13
Gambar 3.3 Logo Adiwastra Nusantara.....	15
Gambar 3.4 Motif Lereng.....	19
Gambar 3.5 Motif Gunung.....	20
Gambar 3.6 Motif Kapal.....	21
Gambar 3.7 Motif Singer.....	21
Gambar 4.1 Font.....	33
Gambar 4.2 Warna.....	33
Gambar 4.3 Logo Promosi.....	37
Gambar 4.4 Poster Promosi.....	38
Gambar 4.5 Poster Promosi.....	39
Gambar 4.6 Poster Promosi.....	40
Gambar 4.7 Poster Promosi.....	41
Gambar 4.8 Poster Promosi.....	42
Gambar 4.9 Desain Billboard.....	43
Gambar 4.10 Desain Light Box.....	44
Gambar 4.11 Peta Lokasi.....	45
Gambar 4.12 Sosial Media.....	46
Gambar 4.13 Storyboard Video.....	47
Gambar 4.14 Storyboard Video.....	47
Gambar 4.15 Storyboard Video.....	48
Gambar 4.16 Storyboard Video.....	48
Gambar 4.17 Storyboard Video.....	49
Gambar 4.18 Storyboard Video.....	49

Gambar 4.19 Storyboard Video.....	50
Gambar 4.20 Storyboard Video.....	50



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan.....	4
Tabel 4.1 Timeline Media.....	36
Tabel 4.2 Perancangan Biaya.....	37



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Kuesioner.....	23
Diagram 3.2 Kuesioner.....	23
Diagram 3.3 Kuesioner.....	23
Diagram 3.4 Kuesioner.....	24
Diagram 3.5 Kuesioner.....	24
Diagram 3.6 Kuesioner.....	24
Diagram 3.7 Kuesioner.....	25
Diagram 3.8 Kuesioner.....	25
Diagram 3.9 Kuesioner.....	25
Diagram 3.10 Kuesioner.....	26
Diagram 3.11 Kuesioner.....	26
Diagram 3.12 Kuesioner.....	26
Diagram 3.13 Kuesioner.....	27
Diagram 3.14 Kuesioner.....	27