

ABSTRAK

Susantie Haryono

Perancangan komunikasi Visual PT. Pribumi Citra Megah Utama
Sebagai Produsen Kerajinan Citra Sasirangan
Kain Batik Tradisional Kalimantan Selatan

Perancangan Komunikasi Visual ini berupa kegiatan promosi pada produk batik asli Kalimantan Selatan. Citra sasirangan, dengan target market menengah ke atas memiliki positioning sebagai produk busana sasirangan yang mempunyai spirit muda dan keberanian dalam ekspresi diri. Oleh karena itu, kegiatan promosinya dirancang secara berkesinambungan dalam bentuk media Below the Line dan media Above the Line. Seperti : desain ulang logo, desain papan reklame, *packaging*, *shopping bag* dan *brosur*. Sebagai merchandise pendukung promosi.

Kata kunci :

Perancangan Promosi, Kain Batik Tradisional Kalimantan Selatan Sasirangan.

ABSTRACT

Susantie Haryono :

*Visual Communication of design Promotion
Sasirangan, Batik from South Kalimantan*

This visual communication of design refers to promotion batik Sasirangan from south Kalimantan. The target market is the young people from middle high society. Positioned as appeal with young spirit and full of self expression. Therefore, in the design promotion, its used various promotion from above the line and below the line, such as: logo re-design, billboard design, newspaper design, and various promotion supporting merchandise.

Keywords :

Promotion Design, Traditional Batik from South kalimantan, Sasirangan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Perancangan.....	2
1.5. Manfaat Perancangan.....	3
1.6. Metode Pengumpulan data.....	3
1.7. Metode Analisa Data.....	5
1.8. Konsep dan Skema Perancangan.....	6
2. IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA.....	7
2.1. Identifikasi data.....	7
2.1.1. Data Perusahaan.....	7
2.1.2. Data Pemasaran.....	10
2.1.3. Data Pesaing.....	13
2.1.4. Sarana Komunikasi Visual Yang Ada.....	18
2.2. Data Survey Dan Wawancara.....	21
2.3. Analisa Data.....	34
3. KONSEP DESAIN.....	37
3.1. Sintesa.....	37
3.1.1. Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	37
3.1.2. Tujuan dan Strategi Promosi.....	39
3.1.3. Tujuan Media dan Kreativitas.....	41
3.2. Konsep Media.....	46
3.2.1. Tujuan Media.....	46
3.2.2. Strategi Media.....	48

3.2.3. Program Media.....	49
3.3. Konsep Kreativitas.....	52
3.3.1. Tujuan Pengembangan Kreativitas.....	52
3.3.2. Strategi Pengembangan Kreativitas.....	54
3.3.3. Program Pengembangan Kreativitas.....	55
3.3.4. Prakiraan Rancangan Anggaran Biaya.....	61
4. LAYOUT DESAIN.....	67
4.1. Alternative Layout.....	67
4.1.1. Thumbnail desain.....	67
4.1.2. Tight Tissue Desain.....	71
4.1.3. Eksekusi Final Desain.....	77
4.1.4. Master Desain.....	84
5. PENUTUP.....	88
5.1. Simpulan.....	88
5.2. Saran.....	88
DAFTAR REFERENSI.....	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Peta Citra Sasirangan.....	10
Gambar 2.2. Lokasi Sahabat Sasirangan	16
Gambar 2.3. Toko Sahabat di Martapura.....	18
Gambar 2.4. Dalam toko Sahabat Sasirangan 1.....	17
Gambar 2.5. Dalam toko Sahabat Sasirangan 2.....	17
Gambar 2.6. Toko cabang di A.Yani Km. 3,5.....	20
Gambar 2.7. Dalam toko cabang di A.Yani Km. 3,5.....	20
Gambar 2.8. Papan reklame Citra Sasirangan.....	19
Gambar 2.9. Kotak kemasan Citra Sasirangan.....	20
Gambar 2.10. Papan Reklame Sahabat Sasirangan.....	20
Gambar 2.11. Kotak Kemasan.....	21
Gambar 2.12. Media iklan Sahabat.....	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1.8.1. Skema/Pola perancangan.....	6
Tabel 2.1. Struktur organisasi PT. Pribumi Citra Sasirangan.....	8
Tabel 2.2. Struktur organisasi Sahabat Sasirangan.....	14
Tabel 2.3. Tabel Kelebihan dan Kekurangan Sahabat Sasirangan.....	15
Tabel 2.4. Data Survey.....	22
Tabel 2.5. Data Wawancara.....	24
Tabel 3.1. Tabel waktu Pelaksanaan Promosi	53
Tabel 3.2. Tabel budget Kreative.....	66