

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ASAYANI BATIK BANDUNG

Oleh
Febryan Eka Prahdana
NPM : 109300065

Asayani batik merupakan rumah batik yang berdiri di kota Bandung pada pertengahan tahun 2007..Sampai sekarang Asayani batik belum mempunyai showroom sendiri untuk menjual produknya maka Asayani batik menjual produknya dengan cara titip jual pada Alun-Alun Indonesia Jakarta dan Hasan batik Bandung. Asayani batik hanya melakukan promosi ketika mereka mengikuti pameran dan media promosinya pun belum maksimal itu sangat di sayangkan mengingat Asayani batik mempunyai potensi yang besar.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan analisis data. Dalam pengumpulan serta analisisnya, diketahui bahwa dibutuhkan perancangan media promosi yang tepat sasaran untuk konsumen Asayani batik. Bertujuan untuk memberikan informasi yang konsisten maupun meningkatkan daya tarik serta minat beli konsumen.

Konsep perancangan media promosi Asayani batik ini menggunakan pendekatan untuk orang tua namun visualisasi yang akan di tampilkan cenderung terkesan anak-anak. Visualisasi yang akan dipakai adalah dengan membuat ilustrasi yang berasal dari motif dan karakter yang terdapat di produk Asayani batik, ataupun di ambil dari karakter yang sudah di pakai pada media promosi sebelumnya. Diharapkan pada perancangan ini, dapat membantu Asayani batik dalam membuat *image* yang lebih baik dan dapat tersampaiannya informasi yang konsisten maupun meningkatkan daya tarik serta minat beli konsumen.

Kata kunci : media promosi, Asayani batik, anak, batik, promosi

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ASAYANI BATIK BANDUNG

Oleh
Febryan Eka Prahdana
NPM : 109300065

Asayani Batik is a batik house that established in Bandung city in the middle of 2007. Until now, Asayani Batik does not have a showroom to sell the products, they entrust their products to Alun-alun Indonesia Jakarta and Hasan Batik Bandung. Asayani Batik promotes their products only through attend exhibition. Their products have great potential, but their promotion media have not been optimized.

The collections research methods are observation, interview, literature study the analysis of this research is dare through SWOT analysis. Through the analysis, it is found that Asayani Batik needs an accurate design of promotion media. This promotion media aims to provide consistent information and to enhance the appeal and consumer buying interest.

The design concept of promotion media of Asayani Batik aims to approach adults but with children theme on visualization. Illustration from motif and character of Asayani Batik, are developed for illustration media promotion. This design aims to help Asayani Batik to create better image, provides consistent information, and enhances the appeal and consumer buying interest.

Kata kunci : advertising, Asayani batik, children, batik, promotion