



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
MOTIF BATIK BOGOR DI KOTA BOGOR

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Stevanny
NIM : 10120210042
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2013



LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stevanny

NIM : 10120210042

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
MOTIF BATIK BOGOR DI KOTA BOGOR**

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 September 2013

Stevanny



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
MOTIF BATIK BOGOR DI KOTA BOGOR**

Oleh

Nama : Stevanny

NIM : 10120210042

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 18 November 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Zamzami Almakki

Mohammad Rizaldi

Penguji

Ketua Sidang

Darfi Rizkavirwan

Ferdy T.

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas hikmat, kesabaran, dan kesehatan yang diberikan-Nya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas akhir ini dikerjakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Seni jurusan Desain Komunikasi Visual di Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Walau demikian, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini bukan tujuan akhir dari belajar, karena sesungguhnya belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas dan sangat luas.

Selesaiannya Tugas akhir ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan dari banyak pihak. Dengan itu penulis ingin menyampaikan dan mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Desi Dwi Kristanto, selaku Ketua Program Studi, yang selalu ada untuk menandatangani surat perizinan selama proses pengerjakan karya Tugas Akhir ini.
2. Bapak Zamzami Almakki, selaku Dosen Pembimbing 1, yang selalu ada, sabar, dan meluangkan waktu dari awal memulai penulisan Tugas Akhir sampai eksekusi karya.
3. Bapak Mohammad Rizaldi, selaku Dosen Pembimbing 2, yang selalu mengarahkan dengan bijak dalam menyusun penulisan Tugas Akhir.
4. Bapak Yulius, selaku dosen matakuliah Seminar, yang selalu menampung keluhan dan senantiasa memberikan masukan-masukan yang sangat berarti dan membuat semangat.

5. Bapak Siswaya dan Saudari Lisha Luthfiana Fajri, selaku pencetus dan pengelolah Batik Bogor, yang sangat sabar dan jelas dalam memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan dalam perancangan Tugas Akhir ini. Juga bersedia meminjamkan produk Batik Bogor sebagai properti pembuatan karya Tugas Akhir ini.
6. Ibu R. Susiliwati, selaku kepala bidang Kebudayaan, yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancari seputar Batik Bogor dan verifikasi bentuk Media Promosi apa yang cocok bagi masyarakat Kota Bogor dalam hal bentuk Tugas Akhir ini, dan dengan senang hati mendukung perancangan tersebut.
7. Ibu Arintias Rianda, selaku bagian Umum dan Kepegawaian di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor, yang sudah sangat membantu dalam kelancaran pembuatan surat dan menyusun janji kepada ibu Kepala Bidang Kebudayaan.
8. Semua pejuang Tugas Akhir 2013, khususnya untuk Leonita Citra A., Risma Farah Gita, Ketherine Mariana M., Alvin Praditya, Elyfas F Mayagi, Prabhawa, dan Mario Putera yang senantiasa membantu dan menemani mengerjakan penulisan Tugas Akhir, khususnya sebelum menempuh prasadang 1 dan 2.
9. Teman-teman diluar kampus, Aulia Kautsar dan Fachmi Setiawan yang telah membantu dan menemani dalam pengumpulan data, khususnya pada proses penyebaran kuisioner kepada 150 responden di Kota Bogor.

10. Dwi Haryo P., Gita Putri, Mesya Sahada, Fahmawinta R., Fransiska Melinda, Zethria Teguh P., dan Aldy Salim B. yang telah membantu dalam proses pembuatan karya Tugas Akhir ini.

11. Keluarga besar, khususnya kedua orangtua dan kakak yang selalu mendoakan yang terbaik, memberikan semangat, rasa percaya, dan senantiasa membiayai semua keperluan Tugas Akhir.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan ketulusan bagi semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan melimpah hikmat dan berkat-Nya. Semoga karya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak, juga bernilai dimata Tuhan Yang Maha Esa, Amin.

Tangerang, 16 September 2013

Stevanny

ABSTRAKSI

Seiring waktu berjalan, kebudayaan pun berkembang. Terlihat dari mulainya bermunculan Batik yang mencirikan identitas lokal bersifat kedaerahan, seperti halnya yang terjadi pada Batik Bogor. Pada kesempatan kali ini, penulis mengangkat topik Tugas Akhirnya dengan tema Motif Batik Bogor. Dimana keberadaan Batik Bogor secara umum lebih dikenal di kalangan pemerintahan Kota Bogor dan badan organisasi formal lainnya.

Disamping itu, pengetahuan akan Batik Bogor itu sendiri masih sangat kurang di kalangan masyarakat lokal Kota Bogor, dalam hal ini terfokus pada pegawai swasta yang berdomisili di Kota Bogor. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapati lewat wawancara dan survei lapangan, kurangnya pengetahuan akan Batik Bogor terjadi karena kurangnya media promosi dalam memperkenalkan atau memasyarakatkan motif Batik Bogor.

Oleh karena itu, dibutuhkanlah media promosi yang dapat mengenalkan sekaligus menjawab ketidaktahuan masyarakat lokal dan memberikan gambaran pengaplikasian Batik Bogor pada pakaian formal/kerja. Pada karya Tugas Akhir ini penulis akan merancang media promosi dalam bentuk *booklet*, *billboard*, *poster*, dan *flyer*.

Kata Kunci : Batik Bogor, menjawab ketidaktahuan, media promosi, pegawai swasta, dan masyarakat Bogor.

UMMN

ABSTRACT

As time goes by, culture develops. We can see it from the rise of Batik that symbolize local identities which also holds its traditional values, such as famous Batik Bogor. This time, the writer wants to focus on themes of Batik Bogor for her final assignment. Where we can see that Batik Bogor has gain publicity, for formal communities, to government people in Bogor as well.

On the other hand, the local communities in Bogor still haven't fully understand about the knowledge of their Batik Bogor, in this case, we focus on private-sector-company employees that live in the city of Bogor. Based on our data collection that we gain from surveys and interviews, lack of knowledge that occurs is due to the minimum effort of media promotion on introducing and communicating the Batik itself.

Therefore, a media promotion that could introduce and answers those lack of knowledge and also give briefs about Batik Bogor's usage for formal work outfit or dress code is needed. In this final assignment, the writer will talk about designing a promotion plan using platforms of booklets, billboards, posters, and fliers to solve that problem.

Key words: Batik Bogor, lack of knowledge, media promotion, private-sector company, and Bogor societies.

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VIII
<i>ABSTRACT</i>	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	3
1.6. Metode Pengumpulan Data	4
1.6.1 Data Primer.....	4
1.6.2 Data Sekunder	5
1.7. Metode Perancangan	5
1.8. Skematika Perancangan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Batik	8
2.1.1 Pengertian Batik	8

2.1.2	Fungsi Batik	9
2.1.3	Jenis Batik	10
2.1.4	Motif Batik	11
2.1.5	Teknik Batik	17
2.1.6	Tahapan Membuat Batik	18
2.2	Promosi	21
2.2.1	Pengertian Promosi	21
2.2.2	Tujuan Promosi	22
2.2.3	Manfaat Promosi	23
2.2.4	Jenis Promosi	24
2.2.5	Media Promosi	25
2.2	Elemen Desain	28
2.2.1	Titik	28
2.2.2	Garis	28
2.2.3	Warna	29
2.2.4	Tipografi	31
2.3	Prinsip Desain	34
2.3.1	Ritme/Irama	34
2.3.2	Kesatuan	35
2.3.3	Penekanan	36
2.3.4	Keseimbangan	36
2.3.5	Proporsi	36
2.3.6	Prinsip Layout	37

BAB III METODOLOGI 38

3.1.1	Data 1	48
3.1.2	Data 2	48
3.1.3	Mind Mapping.....	51
3.1.4	Konsep Kreatif	53
BAB IV PERANCANGAN.....		55
4.1.	Pengembangan Konsep.....	55
4.1.1.	Brainstorming.....	55
4.1.2.	Sketsa Perancangan.....	55
4.2.	Aplikasi Kreatif.....	58
4.2.1.	Media Plan.....	58
4.3.	<i>Budgeting</i>	63
BAB V PENUTUP		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		XVII

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 – Motif Parang	11
Gambar 2 – Motif Geometri	12
Gambar 3 – Motif Banji	13
Gambar 4 – Motif Tumbuhan	13
Gambar 5 – Motif Tumbuhan Air	14
Gambar 6 – Motif Bunga	15
Gambar 7 – Motif Satwa Dalam	15
Gambar 8 – Batik Tulis	17
Gambar 9 – Batik Cap	17
Gambar 10 – Batik Lukis	18
Gambar 11 – <i>Batik Masterpieces</i>	47
Gambar 12 – <i>Batik, Fable Cloth of Java</i>	47
Gambar 13 – <i>Leaflet</i>	47
Gambar 14 – <i>Poster</i>	47
Gambar 15 – <i>Mindmapping SWOT</i>	51
Gambar 16 – <i>Mindmapping STP</i>	51
Gambar 17 – <i>Mindmapping Communication Strategic</i>	52
Gambar 18 – <i>Mindmapping Tagline/Slogan</i>	52
Gambar 19 – Sketsa <i>Booklet</i>	56
Gambar 20 – Sketsa <i>Billboard dan Flyer</i>	56
Gambar 21 – Sketsa <i>Poster</i>	57
Gambar 22 – Sketsa Keseluruhan	57

Gambar 23 – Aplikasi <i>Booklet</i>	59
Gambar 24 – Aplikasi <i>Flyer</i> (Kipas)	60
Gambar 25 – Aplikasi <i>Flyer</i> (A5)	60
Gambar 26 – Aplikasi <i>Billboard</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISONERXIX

LAMPIRAN B: DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA..... XXII

