

PERANCANGAN PROMOSI KAIN TENUN IKAT LIMA JAYA JEPARA

KUKUH DWI WIJANARKO

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : kukuh

ABSTRAK

Kerajinan tenun ikat troso merupakan produk unggulan dari kabupaten Jepara. Motif khas yang bernuansa etnis, tradisional, dan klasik membuat tenun ikat troso mampu bertahan diantara perkembangan motif kontemporer moderen. Kurangnya minat masyarakat lokal dalam menggunakan tenun ikat troso menjadi kesulitan utama dalam pemasaran tenun ikat ini. Tenun ikat Troso Lima Jaya merupakan produsen tenun ikat troso yang sedang berkembang di Kabupaten Jepara. Untuk merambah pasar internasional, perusahaan tenun ikat Troso Lima Jaya masih mengandalkan pintu pasar Bali dan beberapa kota seperti Jogjakarta, Jakarta, Solo dan Pekalongan. Selama ini tenun ikat Troso Lima Jaya hanya menggunakan media internet dalam penyebar luasan promosi. Promosi yang menarik sangat diperlukan oleh tenun ikat Troso Lima Jaya dapat dikenal oleh masyarakat luas terutama di wilayah Jepara. Perancangan promosi ini akan ditujukan untuk masyarakat terutama di wilayah Jepara usia 17-50 tahun. Perancangan ini menggunakan metode SWOT dalam menganalisa persaingan pasar tenun ikat Troso. Perancangan promosi tenun ikat Lima Jaya menggunakan media poster, leaflet, neon box, billboard, packaging, stiker dan X-banner untuk penyebarluasan informasi pemasaran. Perancangan promosi ini menempatkan tenun ikat Troso Lima Jaya sebagai perusahaan tenun yang mengajak masyarakat untuk mencintai produk dalam negeri yang bernilai budaya tinggi. Hasil perancangan diharapkan mampu menimbulkan asosiasi positif untuk produk lainnya, menimbulkan rasa suka terhadap produk dan layanan yang ditawarkan Tenun Ikat Lima Jaya, substansi atau komitmen dari produsen maupun konsumen dan pertimbangan merek dimana Lima Jaya diharapkan menjadi merek dengan pemikiran yang tinggi.

Kata Kunci : Kain, Tenun ikat, Perancangan, Promosi, Troso, Lima Jaya.

Promotion Design of traditional fabric Lima Jaya Jepara

KUKUH DWI WIJANARKO

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : kukuh

ABSTRACT

Troso weaving is the prime product of Jepara regency . Ethnic , traditional , and classic motif make Troso Fabric can be survive among contemporary modern textile . Minimum interest of local communities using Troso fabric as difficulty in the marketing of this weaving . Troso weaving Lima Jaya is a manufacturer Troso fabric on district of Jepara . To explore the international market, the Lima Jaya company still relies on Bali as the main distributor and some cities such as Yogyakarta, Jakarta, Solo and Pekalongan. During Lima Jaya fabric only use the internet in the dissemination of media promotion. Exciting promotion is needed by Lima Jaya Troso weaving to be more superior than the competitors. The design of this campaign will be aimed at the public, especially for the people whoose age from 17 until 50 years. In this design, SWOT method will be used to analyze the market competition Lima Jaya company, design promotion using media posters, leaflets, neon Box, billboards, packaging, stickers and X-banner for the dissemination of marketing information. The design of this promotion puts Lima Jaya Troso weaving as a company that encourages people to love domestic products are of high cultural value.This design results are expected to lead a positive association for other products , creates a feeling of love to the products and services offered by Lima Jaya company, substance or commitment of producers and consumers as branding consideration where expected by Lima Jaya become a brand with a high top of mind

Keyword : Fabrics,â€•Tenun Ikatâ€•, Design, Promotion, Troso, Lima Jaya.