Perancangan Promosi Battersea Jeans

Ilham Rinaldi
52108042
Desain Komunikai Visual

Latar Belakang

- Bandung merupakan kota Busana.
- Battersea jeans adalah produk jeans baru di Bandung.
- Battersea jeans sebagai produk baru yang ingin produknya dikenal masyarakat khusunya anak-anak muda.
- Battersea jeans jarang membuat media-media untuk promosi.



Identifikasi Masalah

- Minimnya biaya yang dikeluarkan untuk pelaksanaan strategi promosi.
- Masih kurangnya penyampaian informasi kepada konsumen lewat media – media yang lebih variatif.
- Event sponsorship yang belum diterapkan dengan baik.
- Penyampaian informasi hanya fokus pada media jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter.

Fokus Masalah

"Bagaimana membuat media promosi bagi Battersea jeans kepada masyarakat di Bandung untuk membangun citra yang baik dimata para konsumen."

Tujuan Perancangan

"Membuat media promosi untuk Battersea jeans agar produk tersebut dikenal masyarakat."



Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen unluk membeli produk yang dipromosikan tersebut..



Battersea Jeans

Battersea Jeans merupakan salah satu Produk lokal yang bergerak dalam industri fashion jeans, sama seperti produk yang lain Battersea membidik pasar anak muda. Battersea Jeans mengkonsepkan produknya sebagai produk asli Bandung, ini dimaksudkan kualitas produk yang selalu dijaga, ekslusif dan berbeda dengan produk lain dalam memberikan produk imagenya kepada konsumen.



Jenis Produk

Battersea jeans mempunyai dua model jenis jeans yaitu Skinny dan Slim fit.

Bluegold Skinny



Bluegrey Slimfit





Blueblack
Skinny

Bluegold
Skinny





Grey coated
Slim fit

Black coated
Slim fit



Kemasan Produk

Kemasan/ Packaging Battersea jeans



Tampilan luar



Tampilan dalam

Opini Masyarakat

Kesimpulan dari survei yang saya berikan melalui *quesioner* kepada 50 orang ternyata 80% persen dari mereka menyukai celana jeans karena celana jeans merupakan fashion yang cocok dipakai oleh setiap kalangan masyarakat.
Produk Battersea jeans menduduki peringkat ke empat pada *voting* hasil *questioner* dan mereka mengaku mengetahui Battersea jeans dari internet seperti Facebook, Twitter dan mulut ke mulut. 40% dari mereka menyukai model dari produk yang di produksi oleh Battersea jeans.

Analisis SWOT

Produk Battersea jeans

Strenght (kekuatan)

- Kualitas produk yang memuaskan.
- Harga lebih terjangkau.
- Kemasan lebih menarik.
- Fitguide yang nyaman dipakai.

Weakness (kelemahan)

- Minimnya biaya untuk melakukan promosi dan penambahan jenis produk.
- Hanya mempunyai ukuran genap.
- Adanya kesalahan saat memproduksi.
- Belum adanya vendor pribadi.

Oppurtunity (kesempatan)

- Dipakai oleh band-band indie Bandung.
- Melakukan konsinasi ke kota-kota lainnya.
- Mensponsori event-event musik di Bandung.

Threat (ancaman)

- Desain dan fitguide yang ditiru oleh pesaing.
- Makin banyak pesaing baru yang bermunculan.
- Pesaing lain yang mempunyai jam terbang lebih awal.
- Jasa pengiriman barang ke luar kota yang terkadang mengecewakan.

Menurut kesimpulan analisis SWOT di atas dapat diartikan bahwa Battersea berusaha semaksimal mungkin untuk memuaskan masyarakat dengan kualitas produk yang baik serta melakukan kegiatan promosi yang rutin. Mengawasi gerak-gerik para pesaing agar Battersea tetap unggul di bidang celana jeans dan membangun outlet agar masyarakat dapat melihat secara langsung produk dari Battersea jeans.



Target Audiens

Demografi

- Gender : Pria
- Battersea hanya membuat produk untuk pria.
- Usia : 17 – 25 tahun
  Karena fitguide Battersea jeans hanya memproduksi fashion untuk pria yang umumnya berusia 17 - 25 tahun.
- Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa dan pekerja
- Status Ekonomi Sosial : Menengah keatas, hal ini dikarenai harga cukup terbilang mahal bagi sebagian masyarakat yang lain, yaitu sekitar harga 250-300 ribu.

Psikografi

- Mereka yang menyukai fashion pasti memiliki jiwa bergaya yang lebih, sehingga ingin menjadi pusat perhatian orang-orang sekitarnya yang ingin bergaya dengan harga yang relatif terjangkau.

Geografis

- Berdasarkan tempat yaitu kota Bandung, karena sebagai pusat busana dan merupakan kota besar di Jawa Barat.

Strategi Perancangan

Permasalahan yang ditemukan penulis pada produk Battersea jeans adalah kurangnya promosi dan pemecahan masalah tersebut, disimpulkan bahwa dalam membuat strategi perancangan pada media promosi produk Battersea jeans diperlukan metode desain dan panduan media agar diperoleh hasil yang optimal atau maksimal.



Media Promosi Utama

Brosur Digital dan Cetak



Poster Digital dan Cetak



Media Pendukung

Stiker













Pin





Gantungan Kunci



Mug



Jam Dinding



X- Banner



Banner



T- shirt



Aplikasi Media Utama

Brosur Digital dan Cetak



Poster Digital dan Cetak





Aplikasi Media Pendukung



Terimakasih atas
Perhatiannya