

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota Surakarta, yang lebih dikenal dengan Solo mempunyai sejarah panjang tentang kesenian dan kebudayaan, didalamnya terdapat proses panjang berkembangnya seni dan budaya di masyarakat kota bengawan, dimulai dari keraton yang menjadi pusat kebudayaan mataram khususnya dan jawa umumnya. Seiring perkembangan tata kelola pemerintahan, peran keraton sebagai pusat seni dan budaya mulai bergeser oleh proses kreatifitas masyarakat. Pada umumnya masyarakat mengadopsi seni dan budaya yang populer. Namun tidak sedikit juga yang setia mempertahankan seni budaya daerah yang dibawa leluhur. Seni dan Budaya di Kota Solo berkembang sesuai generasinya. Dalam kisaran satu dekade terakhir, seni budaya di Solo nampak meriah. Dilihat dari agenda Kota Solo yang padat dengan acara kirab, pagelaran seni, pameran dan pertunjukan, dapat dikatakan proses perkembangan seni dan budaya di Solo cukup dapat diharapkan.

Mayoritas event di Solo memang berwujud pagelaran atau *Performing Art*. Pagelaran Musik lebih dominan dibandingkan yang lain. Dilihat dari mobilisasi massa, pagelaran khususnya musik memang dapat menyedot minat masyarakat untuk berbondong-bondong menyaksikan. Tidak kalah dengan *Music Performance*, Pameran dan kirab juga dapat mendatangkan masa yang tidak sedikit. Pengelolaan *event* di Kota Solo Disbudpar menjadi tangan panjang Pemkot, dalam tataran teknis dinas dibantu oleh masyarakat melalui

lembaga kesenian, *Event Organizer* (EO) ataupun Komunitas-komunitas di Kota Solo. Sebagai contoh, Solo Batik Carnival (SBC). Event yang mengadopsi Jember Batik Carnival tersebut dikelola oleh Mataya Heritage, sebuah lembaga yang berfokus pada event seni dan budaya.

Ada beberapa pihak penyelenggara yang juga bekerjasama dengan instansi pendidikan yang terkait event tertentu. Sebagai contoh pelibatan siswa SMKI dan mahasiswa ISI Surakarta dalam pagelaran sendra tari Matah Ati, SIPA dan beberapa event yang lain. Hal ini menjadikan kalangan akademisi mendapatkan apresiasi dalam bidang yang ditekuninya. Ada juga kegiatan yang melibatkan masyarakat dari kelurahan-kelurahan yang ada di Solo. Salah satu contoh adalah Solo Kampoeng Art, adanya komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat ini berdampak pada bertaburnya event di Kota Solo. Hal ini karena masyarakat merasa dilibatkan baik sebagai panitia maupun penonton, dengan begitu kesenian di Kota Solo dapat bertahan dan berkembang.

Seiring dengan berkembangnya zaman dan semakin majunya masyarakat dan teknologi membawa pengaruh pada perkembangan sistem atau konsep pemasaran yang akan digunakan perusahaan-perusahaan yang menginginkan produknya laku, sehingga dapat terus eksis ditengah semakin besarnya persaingan dipasaran. Salah satu konsep pemasaran yang sekarang telah berkembang ditengah masyarakat adalah konsep pertunjukan (*event*). Acara yang dibuat dan dilakukan oleh *event organizer* (EO) sebagai sebuah strategi dalam mempromosikan produk perusahaan yang paling efektif, dimana

masyarakat sebagai konsumen dapat langsung ikut serta merasakannya, merangkul konsumen baru, loyal memperbarui kontak dan komunikasi dengan *customer* lama, meluncurkan layanan dan mempromosikan secara lengkap seluruh ragam produk, mempercepat proses penjualan dan meningkatkan angka penjualan serta membangun dan meningkatkan *brand image* perusahaan.

Dewasa ini banyak sekali acara-acara yang dilaksanakan untuk memasarkan atau memperkenalkan suatu produk, baik yang dilaksanakan di televisi (online) atau pun yang dilaksanakan di tempat secara offline. Acara-acara tersebut di selenggarakan oleh perusahaan yang bersangkutan, namun semua pelaksanaannya dilakukan oleh sebuah penyedia jasa acara yang sering disebut *event organizer* atau EO

SAM Familia adalah sebuah komunitas yang didalamnya terdapat banyak orang-orang dengan kesamaan minat dan hobi yang memiliki segudang bakat. Sebuah komunitas yang para anggotanya bersama-sama mengembangkan skill di bidang olahraga BMX dan Skateboard. Sebuah ruang dimana siapa saja yang ada didalamnya mempunyai visi dan misi yang sama untuk membangun *culture* positif di Kota Solo ini. Berawal dari perbincangan antara insan kreatif yang merasa haus akan kegiatan kreatif di Kota Solo pada saat itu. Beberapa berdiskusi untuk membuat kegiatan yang mendukung minat dan bakat teman-teman dalam komunitas SAM Familia, seperti kompetisi BMX, Skateboard, Band serta acara lainnya yang kemudian terbentuk “SAM

FEST”. Sebuah acara / *event* tahunan yang digagas sebagai wadah berbagai komunitas kreatif yang ada di Kota Solo.

Kesuksesan “SAM FEST 2014”, yang di klaim sebagai acara komunitas nonprofit paling sukses di Kota Solo. Kini hadir kembali untuk menyelenggarakan Event tahunan tersebut yang bertajuk “SAM FEST 2016”. Pada event tahun ini akan mengemas berbagai kegiatan seperti BMX, Skateboard, Band, Lapak, Art Exhibition dan kegiatan lainnya dengan konsep yang lebih matang dari sebelumnya. Namun bukan berarti SAM FEST 2016 tanpa permasalahan. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak panitia, dan sulitnya mencari tempat untuk melakukan promosi juga menjadi sebuah masalah.

Ketertarikan penulis membuat Perancangan Media Promosi Event “SAM FEST 2016” didasari pada keinginan untuk membuat sebuah perancangan media promosi yang tepat dan mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat sehingga mampu mensukseskan event “SAM FEST 2016” dilihat dari jumlah audiens yang hadir pada acara tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa perancangan media promosi melalui media cetak dan digital (internet) yang tepat berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan event tersebut. “SAM FEST 2016” kali ini bisa menjadi ajang kontribusi komunitas BMX dan Skateboard serta komunitas kreatif lain yang ada di Kota Solo sekaligus menjadi kegiatan yang menginspirasi banyak orang dan selalu berusaha melakukan yang terbaik untuk Kota Solo tercinta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Untuk memperjelas permasalahan dalam Tugas Akhir ini, maka perlu adanya perumusan masalah. Masalah pokok yang akan diteliti di dalam penulisan Tugas Akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana merancang strategi promosi yang sesuai untuk SAM FEST?
- Bagaimana memilih media promosi yang sesuai dengan target audiens melalui media komunikasi visual?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Dalam perancangan media promosi SAM FEST 2016 memiliki tujuan dan manfaat, antarlain:

1. Menghasilkan rancangan iklan yang efektif sebagai bentuk komunikasi visual untuk menarik minat audiens hadir dalam acara / *event* SAM FEST 2016.
2. Memilih media promosi efektif dan efisien untuk mempromosikan acara / *event* SAM FEST 2016.

## **1.4 Manfaat Perancangan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

- a. Bagi Penulis, perancangan media promosi ini dapat dijadikan sebuah Portofolio serta menambah wawasan dan pengalaman dalam merancang sebuah acara / *event*.

- b. Bagi Lembaga, dapat meningkatkan kualitas dari Universitas Sahid Surakarta khususnya prodi DKV dan menjadikan salah satu media informasi bagi masyarakat luas.
- c. Bagi Mahasiswa, sebagai bahan informasi dan bahan referensi mengenai mata kuliah dan karya desain prodi DKV di Universitas Sahid Surakarta.
- d. Bagi Masyarakat, Perancangan Media Promosi dapat dijadikan media informasi untuk lebih mengenal hal – hal yang berkaitan dengan prodi khususnya Desain Komunikasi Visual Di Universitas Sahid Surakarta.

### **1.5 Tinjauan Pustaka**

Sebuah kegiatan penelitian ilmiah umumnya diawali dengan studi kepustakaan, untuk mendapatkan data-data dalam rangka membangun kerangka pemikiran sebagai konsep dasar penelitian. Salah satu tujuan dari studi pustaka adalah untuk memastikan bahwa apa yang akan diteliti, belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Sejumlah bahan kepustakaan yang telah ditinjau ternyata belum ada yang menulis sebagaimana permasalahan yang menjadi topik dalam penelitian ini.

Pembahasan ini banyak didukung dari beberapa sumber untuk memahami lebih jauh mengenai perancangan media promosi. Informasi yang berkaitan dengan pokok penelitian di dapat melalui beberapa rujukan buku dan sumber pustaka sebagai berikut:

Buku yang berjudul Desain Komunikasi Visual oleh Rakhmad Supriyono tahun 2010 yang diterbitkan oleh CV. ANDI, Yogyakarta. Buku ini

sangat membantu khususnya dalam pembuatan sebuah media informasi dalam hal ini adalah Perancangan Media Promosi Event, pembahasan pada buku ini banyak menguraikan mengenai bahasa visual dan sejarah desain komunikasi visual, lalu memuat tata cara memilih dan mengolah tipografi dan ilustrasi, unsur-unsur desain dan prinsip desain. Dalam hal ini sangat berguna untuk pembuatan Perancangan Media Promosi Event.

Buku lainnya yang berjudul Layout Dasar dan Penerapannya, oleh Surianto Rustan, S.Sn tahun 2008 diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta. Buku ini banyak berkaitan dalam mendukung terbentuknya sebuah layout yang menarik serta memiliki keharmonisan antara ilustrasi dan tipografi, buku ini memberikan gambaran-gambaran mengenai layout yang baik, dan buku ini memiliki peranan yang penting untuk sebuah perancangan khususnya media cetak dalam hal ini Perancangan Media Promosi Event.

Buku dari Sulasmi Dharmaprawira yang berjudul Warna: Teori dan Kreatifitas Penggunaanya yang diterbitkan pada tahun 2002 Oleh ITB pembahasan dalam buku ini meliputi pendahuluan warna sebagai gejala alam, psikologi warna, organisasi warna, komposisi warna, pengaruh cahaya terhadap warna, penggunaan warna, warna sebagai fungsi artistik praktis , makna warna untuk karya seni. Buku ini banyak mendukung terhadap desain Perancangan Media Promosi Event yang meliputi hal-hal yang berkaitan dengan pewarnaan, yang akan lebih memberikan nilai keindahan terhadap karya desain.

Buku Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula oleh Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, buku ini terbit pada tahun 2014 dan diterbitkan oleh Nuansa Cendikia, Bandung. Buku ini memuat berbagai dasar-dasar Desain Komunikasi Visual, penjelasan mengenai tipografi, makna tipografi, tipografi dalam DKV, anatomi huruf, klasifikasi huruf, desain tipografi, dan panduan dalam aplikasi tipografi. Tipografi berperan penting terhadap desain, dan tipografi merupakan elemen yang sangat penting dalam menarik pembaca, karena pemilihan jenis huruf (*font*) merupakan hal yang harus diperhatikan untuk lebih memberikan nilai estetika dalam Perancangan Media Promosi.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian kualitatif karena data-data yang diperoleh berupa kata-kata, kalimat, atau gambar yang memiliki arti luas dari pada sekedar angka atau frekuensi. Peneliti menekankan catatan yang menggambarkan situasi yang sebenarnya guna mendukung penyajian data. Penelitian kualitatif cenderung tidak memotong cerita dan data lainnya dengan simbol-simbol angka. (H.B. Sutopo, 2005:35)

### **1. Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. (Lofland & Moeleong 1995:112). Artinya sumber data dalam pengertian kualitatif adalah manusia, tingkah laku, dokumen serta benda-benda lainnya. Sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Informan atau narasumber yang dianggap dapat memberikan keterangan atau informasi tentang event SAM FEST
2. Sumber tertulis berupa referensi yang relevan sehingga dapat digunakan dalam kajian teoritis dapat berupa sumber pustaka seperti buku, skripsi, tesis, disertasi, majalah, jurnal maupun sumber online atau internet.
3. Dokumentasi foto sebagai sumber data sangat besar sekali manfaatnya. Foto-foto yang digunakan adalah yang dihasilkan oleh panitia SAM FEST sebelumnya atau karya-karya desain yang sudah pernah dibuat.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian ini melalui alat-alat (*instrument*) penelitian, diantaranya dilakukan dengan mengadakan studi pustaka dan referensi yang memadai sebagai kajian teoritis, observasi terhadap obyek penelitian khususnya di Kota Solo sebagai kajian lapangan. Untuk menambah data yang diperlukan, peneliti juga melakukan wawancara terhadap narasumber yang mempunyai kredibilitas dalam dunia DKV serta dokumentasi terhadap objek penelitian.

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan informasi dan referensi dari sumber pustaka yang berkaitan dengan objek penelitian mengenai perancangan media promosi. Sumber pustaka tersebut dapat

berupa buku, skripsi, tesis, jurnal dan sebagainya. Observasi dilakukan dengan mengamati dan mencari data tentang perancangan media promosi.

Wawancara dilakukan dengan bebas mendalam dengan arahan beberapa pertanyaan dan keterangan yang diharapkan dapat membantu menggali data yang diperlukan. Wawancara ini dilakukan kepada narasumber yang dianggap dapat memberikan keterangan atau informasi dengan tetap memperhatikan pertimbangan kriteria dan alasan pemilihan narasumber ini diantaranya dengan memperhatikan kredibilitas dan reputasi narasumber.

### 3. Analisis Data

Data yang terdapat dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dengan demikian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif” menurut H.B. Sutopo (2006:105). Teknik analisis data kualitatif bersifat induktif karena analisis sama sekali tidak dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran suatu prediksi atau hipotesis penelitian, tetapi semua simpulan yang dibuat sampai dengan teori yang mungkin dikembangkan, dibentuk dari semua data yang telah berhasil ditemukan dan dikumpulkan di lapangan. (H.B. Sutopo, 2006: 108).

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

- BAB I.** Berisi tentang permasalahan yang akan dibahas, kemudian merumuskan masalahnya, mengungkapkan apa tujuan dan manfaat dari pembuatan karya yang telah dilakukan, sistematika perancangan dan sistematika penulisan.
- BAB II.** Merupakan landasan teori yang berisi pembahasan, identifikasi data SAM FEST 2016, definisi media cetak, dan macam-macam media promosi cetak.
- BAB III.** Berisi tentang konsep perancangan, antara lain menentukan analisa media dan membuat sebuah strategi perancangan.
- BAB IV.** Berisi tentang konsep perancangan, dalam hal ini penulis menguraikan tentang alat dan media, proses kreatif dan proses perancangan.
- BAB V.** Penutup berisi kesimpulan dan saran.