

BAB I

PENDAHULUAN

A.LATAR BELAKANG MASALAH

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.

Berkembangnya teknologi pada zaman yang modern ini sudah mulai banyak event-event di kota solo khususnya untuk pameran seni, di kalangan umum banyak yang masih kurang memperhatikan sebuah karya lokal yang sudah mulai berkembang entah itu dari segi seni rupa, seni musik, seni desain ataupun seni-seni yang lainnya. Untuk bisa membantu masyarakat mengenal dan mengetahui karya lokal cipta karya muda-mudi yang dapat di nikmati

semua kalangan. Banyak pameran-pameran seni yang di adakan secara mandiri tanpa bergantung pada EO yang di adakan teman-teman komunitas ataupun mahasiswa yang berada di kotaSolo. ISI Surakarta, FSRD UNS, ASDI Solo, FSRD USS, Penahitam, Surakarya komunitas di kota Solo sering mengadakan pameran seni.

Hal menarik muncul ketika komunitas-komunitas yang sering mengadakan pameran seni, ada komunitas yang masih belum menunjukan taringnya dalam acara pameran seni di kota Solo. Tuesdraw adalah komunitas menggambar yang masih berumur jagung di kota Solo yang perkembangannya pesat untuk ukuran komunitas kecil, komunitas yang setiap selasa mengadakan pertemuan untuk berkarya bersama-sama ini menunjukan keproduktifitasannya dalam berkarya. Namun banyak masyarakat di kota Solo dan sekitarnya masih belum mengenal komunitas Tuesdraw ini dan belum dapat menikmati hasil karya yang sudah dihasilkan. Dengan begitu perlunya media promosi untuk mengenalkan komunitas Tuesdraw kepada masyarakat umum.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dibuat media promosi untuk Tuesdraw dengan media promosi yang berjudul Perancangan Media Promosi Event “Art Exhibition of Tuesdraw”, didasari pada keinginan untuk membuat sebuah perancangan media promosi yang tepat, mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat sehingga mampu mensukseskan event dan membantu event pertama yang di selenggarakan teman-teman Tuesdraw yaitu “Art Exhibition of Tuesdraw”, dengan mengundang teman-teman komunitas dalam

kota maupun luar kota untuk berkontribusi maupun tukar pikiran untuk kesuksesan acara. Dan juga acara ini akan berkolaborasi dengan pertunjukan musik, mural, screening film lapangan hingga workshop sablonase yang dapat diikuti semua lapisan masyarakat di Kota Solo ini.

B.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:

1. Bagaimana merancang strategi promosi yang sesuai untuk “Art Exhibition Of Tuesdraw”?
2. Bagaimana media promosi yang sesuai dengan event “Art Exhibition Of Tuesdraw”?

C.TUJUAN PERANCANGAN

Dalam perancangan media promosi Art Exhibition Of Tuesdraw memiliki tujuan dan manfaat, antarlain:

1. Menghasilkan rancangan iklan yang efektif sebagai bentuk komunikasi visual untuk menarik minat audiens hadir dalam acara/event Art Exhibition Of Tuesdraw.
2. Memilih media promosi efektif dan efisien untuk mempromosikan acara/event Art Exhibition Of Tuesdraw.

D. MANFAAT PERANCANGAN

Hasil Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi Perancang, perancangan media promosi ini dapat dijadikan sebuah portofolio serta dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam merancang sebuah event/acara
2. Bagi Lembaga, dapat meningkatkan kualitas Universitas Sahid Surakarta khususnya prodi Desain Komunikasi Visual (DKV) dan menjadikan salah satu media informasi untuk masyarakat umum
3. Bagi Mahasiswa, sebagai bahan informasi dan bahan referensi bagi mengenai mata kuliah dan karya pada prodi DKV di Universitas Sahid Surakarta
4. Bagi Masyarakat, Perancangan Media Promosi ini dapat dijadikan media informasi untuk masyarakat agar dapat mudah mengetahui hal yang terkait di Universitas Sahid Surakarta khususnya prodi DKV

E. TINJAUAN PUSTAKA

Bima Gurusma A P, tahun 2014. Tugas akhirnya yang berjudul “Perancangan Media Promosi Event Karanganyar Culture Festival Di Karanganyar”. Tujuan dari tugas akhir ini sebagai media promosi “Karanganyar Culture Festival”, sehingga dengan adanya media promosi ini agar dapat menampilkan dan memperkenalkan potensi wisata budaya dan kesenian-kesenian Kabupaten Karanganyar agar bias terus dilestarikan masyarakat. Hasil dari perancangan ini berupa media utama yang terdiri dari poster dan spanduk dan media penunjang X-banner, uniform, flyer, dan mug. Konsep perancangan

media promosi Karanganyar Culture Festival yang digunakan adalah menghadirkan/menampilkan wisata budaya dan kesenian-kesenian dalam bentuk gambar/foto kedalam media promosi dengan tampilan desain yang sederhana. Target audience perancangan media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Kabupaten Karanganyar.

Dengan adanya perancangan tersebut, perancang mendapatkan referensi dan gambaran yang digunakan sebagai bahan perancangan serta sebagai tolak ukur untuk membuat rancangan desain yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.

Albert Marvindo, tahun 2015. Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi Event Festival Cap Go Meh Pontianak” . Tujuan dari media promosi ini adalah untuk memperkenalkan secara luas Festival Cap Go Meh dan memperkuat posisi Kota Pontianak sebagai kota tujuan wisata serta menyukseskan program wisata ke Kota Pontianak. Dalam proses perancangan media promosi ini, dilakukan pengumpulan data yang di peroleh melalui observasi, kuisioner dan studi literature yang semuanya dikumpulkan untuk mendukung proses kreatif desain dari media promosi untuk event Festival Cap Go meh Pontianak.

Dengan adanya perancangan serupa, perancang dapat menjadikannya sebagai bahan referensi dalam penyusunan tugas akhir ini. Selain itu juga dapat belajar bagaimana memanfaatkan pengumpulan data untuk proses kreatif sebagai media promosi yang mampu meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.

Stephany Virginia Tanasa, tahun 2009. Dalam jurnal yang berjudul “Perancangan Media Promosi Event Akses Bebas Untuk Difabel Melalui Desain Komunikasi Visual”. Dengan melakukan promosi melalui desain komunikasi visual. Diharapkan dapat membawa dampak yang besar dalam masyarakat agar dapat merespon akses bebas untuk difabel untuk dapat kemana saja dengan bebas tanpa adanya suatu rintangan, karena media Komunikasi Visual merupakan daya tarik yang dapat dengan mudah ditangkap oleh indra penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, sehingga masyarakat dapat langsung mengerti isi pesan yang disampaikan secara otentik.

Adanya perancangan serupa, perancang dapat menjadikannya sebagai referensi dalam penyusunan tugas akhir ini dan dapat memanfaatkan media social dan media komunikasi visual sebagai media promosi.

Disini perancang mengambil judul tugas akhir “Perancangan Media Promosi Event Art Exhibition Of Tuesdraw”. Tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai media promosi event Tuesdraw, karena belum banyak dikenal masyarakat umum, sehingga dengan adanya perancangan media promosi event ini diharapkan dapat mengenalkan karya dan produktifitas mandiri muda-mudi local dari komunitas Tuesdraw kepada masyarakat luas. Hasil dari perancangan ini berupa media utama yang terdiri poster dan spanduk dan media pendukung seperti Roll Banner, T-Shirt, Flyer, Sticker, Pin Button, Topi, Totebag dan Note book. Konsep perancangan media promosi Event Tuesdraw yang digunakan adalah menghadirkan/menampilkan karya-karya seni berupa artwork, music, mural, lapak, hingga diskusi film documenter

kedalam media promosi dengan tampilan desain sederhana yang mampu menarik perhatian semua kalangan masyarakat di Kota Solo dan sekitarnya.

Dengan perancangan media promosi ini dengan media promosi sebelumnya memiliki perbedaan dari konsep perancangan yang memiliki kelebihan dengan menggabungkan beberapa bentuk kreativitas muda mudi local dalam satu event dan media pendukung yang dapat menarik minat masyarakat untuk hadir.

F. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan adalah suatu cara atau tahapan yang dilakukan dalam sebuah proses perancangan, metode ini dibutuhkan untuk memudahkan perancang dalam mengembangkan ide rancangan. Beberapa metode yang umum digunakan, antara lain:

1. Ide Konsep

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ide adalah rancangan yang tersusun di pikiran. Artinya sama dengan gagasan atau cita-cita. Ide dalam kajian Filosofi Yunani maupun Filsafat Islam menyangkut suatu gambaran imajinasi utuh yang melintas cepat..

Perancangan media promosi event Art Exhibition Of Tuesdraw ini akan menggunakan konsep semangat muda-mudi dalam berkarya dengan menggabungkan beberapa kreatifitas anak muda dalam satu event Art Exhibition Of Tuesdraw.

2. Survey (Observasi)

Observasi dapat diartikan sebagai penelitian dan pengamatan (kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua, 1994). Pembuatan karya akhir ini dilakukan dengan membaca skripsi, tugas akhir, melihat kumpulan media promosi event di internet, melihat cara merancang event dan melakukan peninjauan ke lokasi kawan-kawan dari komunitas Tuesdraw berkumpul pada setiap Selasa malam.

a). Lokasi

Tempat atau lokasi yang berkaitan dengan sasaran atau permasalahan penelitian juga merupakan salah satu jenis sumber data. Informasi tentang kondisi dari lokasi peristiwa atau aktivitas dilakukan bisa digali lewat sumber lokasi peristiwa atau aktivitas yang dilakukan bisa digali lewat sumber lokasinya, baik yang merupakan tempat maupun tempat maupun lingkungannya. Dalam pembuatan perancangan media promosi event ini melakukan observasi lokasi dimana komunitas Tuesdraw itu berkumpul dan melakukan aktivitasnya dengan langsung menghubungi kontak personnya, biasanya mereka berkumpul di sebuah kedai kopi Tradisi Kopi atau Cendono Wangi.

3. Brief

Dalam dunia desain, brief ini sudah tidak asing lagi, karena memang sangat dibutuhkan untuk bisa menentukan desainnya akan dibuat seperti apa demikian dengan perancangan ini menggunakan beberapa unsur ;

a). Sumber Data

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah perancangan adalah ketersediaan sumber data. Yang dimaksud sumber data dalam perancangan adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang diperoleh dari perancangan ini adalah dari jurnal tugas akhir media promosi, perancangan media promosi event di internet, seniman di kota Solo dan komunitas Tuesdraw.

b). Wawancara

Wawancara adalah percakapan langsung dan tatap muka (face to face) dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara secara umum adalah untuk menggali struktur kognitif dan dunia makna dari perilaku subjek yang diteliti.

c). Dokumentasi

Dokumen merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Ia bisa merupakan rekaman atau dokumen tertulis seperti arsip data base surat-surat rekaman gambar benda-benda peninggalan yang berkaitan dengan suatu peristiwa.

d). Pustaka

Mengumpulkan informasi data dengan melakukan penelaah terhadap berbagai buku, literature, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan tentang media promosi event

4. Creative Brief

Penggunaan kata-kata unik dan gambar-gambar unik sehingga diharapkan mampu diingat dan membekas di ingatan masyarakat. Perancang mulai membuat sketsa rancangan desain mulai dari pemilihan kalimat atau kata yang digunakan, mencari gambar-gambar yang unik sebagai bahan referensi nantinya dan menggambar dan mencari sketsa sebelum nantinya ke tahapan produksi.

5. Produksi

Pembuatan media promosi event di perlukan pembuatan layout, pembuatan ilustrasi, warna dan tipografi yang di satukan dengan pengeditan sehingga menjadi campuran yang menarik dan nikmat dipandang mata serta memberikan informasi yang positif dan berbeda dengan yang lain dan dapat menarik perhatian masa. Perancang menggabungkan beberapa unsur warna, garis dan logo dengan ilustrasi dan tipografi yang di aplikasikan dengan perangkat digital untuk membuat desain media promosi yang digunakan untuk event Art Exhibition Of Tuesdraw.

6. Final Desain

Tahap ini adalah tahap terakhir dalam proses perancangan media promosi event. Yang mana desain yang dibuat oleh perancang telah melalui semua proses diatas, karena dinilai telah mengalami perbaikan dan desain lebih sesuai dengan brief . Desain yang telah approve tersebut merupakan hasil akhir dari desain yang telah dibuat oleh perancang.

7. Evaluasi

Melakukan evaluasi karya dalam perancangan media promosi event Art Exhibition Of Tuesdraw. Perancang melakukan evaluasi pada desain yang sudah final dengan melihat audiens dan minat masyarakat pada event tersebut. Apabila sekiranya promosi tersebut kurang bisa diterima oleh masyarakat maka, perancang akan melakukan evaluasi hasil kinerjanya supaya kedepannya promosi tersebut dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan adalah suatu tatanan yang diterapkan agar lebih memudahkan dalam pengevaluasiannya. Sistematika penulisan dijadikan dasar dalam penyusunan tugas akhir ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan memberikan uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, tinjauan pustaka, metode perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pengertian perancangan, pengertian media, pengertian promosi, pengertian event, pengertian art exhibition dan pengertian drawing.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Bab ini berisi identifikasi data, analisis data yang berisi segmentasi, USP (*Unique Selling Propotion*), *positioning*, strategi kreatif yang akan diberikan konsep estetik, konsep teknis dan media plan.

BAB IV PERWUJUDAN KARYA

Berisitentang konsep perancangan, dalam hal menguraikan tentang alat dan media, proses kreatif dan konsep perancangan

BAB V PENUTUP

Berisi tentang simpulandan saran dari hasil pembuatan media promosi event untuk mempengaruhi minat masyarakatpada event tersebut dan untuk mengenalkan karya seniman lokal untuk dapat di apresiasi

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN