

## ABSTRAK

### PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI *EVENT* CRAFASHTIVAL 2016

Subsektor fashion dan *craft* ini telah tumbuh dan berkembang dengan sendirinya, namun tetap diperlukan suatu penguatan, dan dukungan penuh dari instansi dan pemerintah terkait, supaya industri tersebut dapat terus berkembang dan berlanjut. Keunggulan subsektor industri kreatif *fashion* dan *craft* ini harus didukung oleh media promosi yang dapat menyampaikan pesan dan nilai yang diusung secara efektif. Upaya yang dilakukan pemerintah kota Bandung untuk mengatasi hal ini, salah satu nya adalah dengan menyelenggarakan acara CRAFASHTIVAL. CRAFASHTIVAL merupakan acara “*One Day Fashion and Craft*” yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Bandung dengan *leading sector* Dinas KUKM & PERINDAG kota Bandung untuk mempromosikan, menumbuhkan kesadaran, serta memperkenalkan kembali produk-produk lokal *fashion and craft* kota Bandung. Perancangan *event* ini di lakukan sebagai wadah untuk menampung kreativitas warga kota Bandung. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi pada objek penelitian, studi pustaka, wawancara narasumber terkait. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, melalui metode pendekatan deskriptif analisis, dengan menggunakan analisis SWOT. Setelah data diperoleh penulis melakukan perancangan identitas visual dan media promosi. Identitas visual yang dirancang meliputi logo, ilustrasi. Untuk media promosi poster, *billboard*, x-banner, infografis, *ambient* media dan maket sebagai gambaran dari objek penelitian.

Kata Kunci: *event*, identitas visual, media promosi