

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ACARA PEMILIHAN CAK DAN NING SURABAYA

THE DESIGN OF PROMOTIONAL MEDIA EVENTS: THE SURABAYA CAK AND NING ELECTION

Muhammad Rahmat Arief¹, Dr. Moh Isa Pramana
Koesoemadinata, S.Sn, M.Sn²

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas
Telkom

¹ariefrahmatt@yahoo.com, ²dronacarya@yahoo.co.id,

Abstrak

Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia, sekaligus sebagai kota metropolitan kedua setelah Jakarta. Pluralisme budaya di kota Surabaya menjadi suatu daya tarik bagi pariwisata. Salah satu upaya pemerintah Surabaya untuk melestarikan pariwisata dan budaya sekaligus meningkatkan kesadaran generasi muda Surabaya adalah dengan mengadakan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya. Namun pendaftaran calon Cak dan Ning tidak pernah memenuhi target tiap tahunnya. Maka dari itu perlu adanya promosi terhadap event ini agar lebih banyak generasi muda yang berpartisipasi. Dalam perancangan media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya, digunakan wawancara, kuisisioner dan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data dan analisis matriks sebagai metode analisis data. Hasilnya adalah berbagai media promosi baik media cetak maupun media internet guna menginformasikan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya kepada masyarakat umum khususnya para generasi muda Surabaya.

Kata kunci : Surabaya, Cak dan Ning, Budaya, Pariwisata, Promosi.

Abstract

Surabaya is the capital city of East Java, Indonesia, also a metropolitan city second to Jakarta. Cultural pluralism in Surabaya become an attractiveness for tourism. Surabaya city government's effort to conserve culture and tourism as well as increasing the awareness of young generation of Surabaya is by held The Surabaya Cak and Ning Election. Unfortunately, this event's application never fulfill the target every year. Therefore, a set of promotion for this event is required, to increase the participation of young generation. In this event promotion design, data collecting methods such as interview, questioner, literature studies and data analysis methods that consist matrix analysis are conducted. As the result, a set of promotional media that includes internet and printed media in order to inform The Surabaya Cak and Ning Election event to the public, especially Surabaya young generation.

Keywords : Surabaya, Cak and Ning, Culture, Tourism, Promotion.

1. Pendahuluan

Kota Surabaya sebagai kota metropolitan perubahan fisik dan non fisik terjadi di kota Surabaya yang dipengaruhi oleh sosial budaya, sosial ekonomi dan interaksi dengan kota lainnya. Keanekaragaman terutama dalam budaya dan etnis merupakan sumber kekuatan dan aset berharga bagi Surabaya khususnya dibidang pariwisata dan budaya. Namun dewasa ini aspek keanekaragaman tersebut kurang ditonjolkan sebagai hal yang positif, bahkan mulai tidak lagi mendapat perhatian warga Surabaya terutama generasi muda. Banyak tempat-tempat yang merupakan cagar budaya di Surabaya yang tidak lagi dikelola dan dipelihara dengan baik, sehingga tidak lagi menarik di mata generasi muda [1]. Upaya Pemerintah Kota Surabaya adalah dengan mengadakan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya untuk menjadi sosok muda Surabaya yang berkualitas agar dapat menjadi duta wisata untuk mewakili Surabaya dalam pelestarian budaya dan mampu mengembangkan tugas mempromosikan kota Surabaya. Namun acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya harus lebih keras lagi karena desain pada media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya tidak efektif karena tidak ada SDM yang memiliki keahlian di bidang desain dan kurangnya antusias generasi muda yang ada di Surabaya membuat acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya ini kurang diminati.

Dari data tersebut, menunjukkan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya membutuhkan media promosi karena kurang antusiasnya generasi muda di Surabaya dan juga media promosi dan informasi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya masih kurang optimal. Perancangan media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya

bertujuan untuk menarik perhatian dan minat pada generasi muda Surabaya agar ikut serta atau berpartisipasi, juga mejadi wadah bagi pemuda pemudi berprestasi untuk berkontribusi di kota Surabaya dan ikut mengemban gant berbudaya dan kebangsaan.

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam perancangana media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya adalah:




- Studi Pustaka, bertujuan mengumpulkan data dan informasi berupa teori-teori, metode, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman, sejarah, dokumen-dokumen, dan lain-lain [2].
- Wawancara, dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner [3].
- Kuesioner, mengumpulkan data dengan menggunakan daftar pertanyaan. Keterangan-keterangan yang diperoleh dengan mengisi daftar pertanyaan, dapat dilihat dari segi siapa yang mengisi kuesioner tersebut [4].
- Analisis Matriks, matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi [5].

2. Metodologi Perancangan

Dalam perancangan media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya, teori yang digunakan adalah target audiens, psikologi, iklan, komunikasi, promosi, media promosi dan teori desain seperti warna, tipografi, fotografi dan *layout*. Selain itu, penulis juga menggunakan analisis matriks perbandingan yang berguna untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam sebuah media promosi.

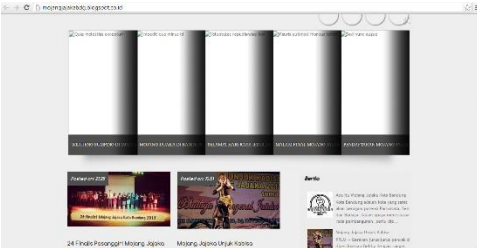

Adapun Analisis yang dilakukan adalah analisis poster dan *website*. Analisis ini dilakukan untuk melihat perbandingan satu dengan yang lain dan dapat disimpulkan untuk dijadikan sebagai acuan dalam perancangan Tugas Akhir. Berikut hasil analisis yang telah penulis lakukan:

Tabel 1 Analisis Matriks pada poster acara sejenis

Poster	Cak dan Ning Surabaya	Mojang Jajaka Kota Bandung	Abang Mpok Depok
Poster			
Warna	Warna pada poster tersebut gradasi dari merah ke hitam. Menggambarkan suasana yang elegant	Poster pada Mojang Jajaka Bandung menggunakan warna putih pada background untuk kesan yang formal	Warna yang digunakan pada poster ialah dominan merah muda
Tipografi	Tipografi yang digunakan memiliki keterbacaan yang jelas. pada Poster menggunakan jenis huruf sans serif.	Tipografi yang ada dalam poster memiliki keterbacaan yang jelas. Menggunakan jenis huruf sans serif.	Tipografi memiliki keterbacaan yang kurang jelas, karena ukuran font terlalu kecil. Menggunakan jenis font sans serif dan serif
<i>Layout</i>	Komposisi antara teks dan foto simetris.	Komposisi <i>layout</i> seimbang. Dengan foto diatas dan teks rata kanan dan rata kiri ditempatkan di tengah	Komposisi teks dan gambar cukup seimbang, dengan foto disebelah kiri dan font di sebelah kanan

Ilustrasi	Poster yang ada menggunakan foto dari Cak dan Ning serta tirai warna merah di belakang foto tersebut. Dan terdapat logo sponsor di bawah poster	Menggunakan foto mojang dan jajaka sebagai penjas poster dan background foto ukiran batik.	Pada poster abang mpok depok menggunakan foto dari sepasang Abang Mpok depok dan juga dibawahnya terdapat foto dari finalis abang mpok depok lainnya berukuran lebih kecil di bawah, lalu terdapat logo sponsor di bagian paling bawah poster
Rangkuman	Analisis dari ketiga poster dapat disimpulkan warna yang digunakan pada ketiga acara berbeda-beda, semua poster menggunakan tipografi jenis sanserif dan 2 dari 3 poster memiliki terbaca dengan jelas. Semua poster menggunakan <i>layout</i> yang seimbang, ilustrasi pada poster semua menggunakan foto dan 2 dari 3 terdapat logo sponsor dibagian bawah poster.		

Tabel 2 Analisis Matriks pada *website* acara sejenis

<i>Website</i>	Mojang Jajaka Kota Bandung	Abang Mpok Depok
		
Warna	Warna pada <i>website</i> (blogspot) mojang jajaka kota bandung ialah dominan warna putih.	<i>Website</i> abang mpok depok <i>website</i> (blogspot). Warna yang digunakan pada <i>website</i> ini dominan berwarna merah muda.
Tipografi	Tipografi yang digunakan pada <i>website</i> memiliki keterbacaan yang jelas. Dan menggunakan jenis sans serif dan serif	Tipografi yang digunakan pada <i>website</i> memiliki keterbacaan yang jelas. menggunakan jenis huruf sans serif dan serif dan terdapat jenis huruf script
<i>Layout</i>	<i>website</i> banyak menggunakan gambar pada atas bagian awal <i>website</i> . Komposisi pada <i>website</i> sudah seimbang antara teks dan foto	Pada <i>website</i> susunannya sudah cukup teratur dan seimbang antara teks dan visual yang digunakan
Ilustrasi	Pada tampilan awal <i>website</i> terdapat foto ragam kegiatan yang menggambarkan mojang jajakan kota bandung, tetapi gambar pada <i>website</i> rusak dan tidak bisa di lihat.	ilustrasi yang digunakan pada <i>website</i> ialah foto dari abang mpok depok dan ilustrasi gambar logo.
Rangkuman	Analisis dari kedua <i>website</i> , masing masing menggunakan warna yang berbeda sesuai kebutuhan dari acara, tipografi pada kedua acara menggunakan jenis huruf sans serif dan serif, namun pada <i>website</i> abang mpok depok terdapat jenis huruf script. <i>layout</i> pada pada kedua <i>website</i> seimbang dengan ilustrasi dan teks, ilustrasi pada kedua <i>website</i> sama sama menggunakan foto.	

3. Hasil Perancangan dan Analisis

Pesan yang ingin disampaikan adalah agar acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya lebih diketahui dan dikenal dimasyarakat, dan juga masyarakat bisa lebih tahu apa itu Cak dan Ning Surabaya. Adapun isi pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens yaitu:

- Menginformasikan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya adalah salah satu *icon* yang dimiliki kota Surabaya dengan mengadakan *roadshow* ke sekolah-sekolah dan universitas yang ada di Surabaya 6 bulan sebelum acara dimulai.
- Membujuk serta mengajak target audiens untuk mendaftar dan datang melihat acara Cak dan Ning Surabaya, dengan membuat media promosi yang memiliki kalimat ajakan seperti “ayo rek saiki wayahmu” dan juga dengan rangkaian kegiatan seperti membuat acara pra-event.

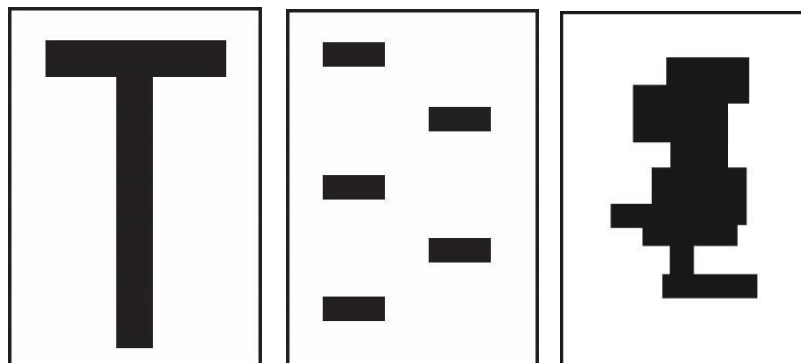
Agar lebih menarik dan tidak membosankan, materi akan disampaikan dengan konsep yang menyenangkan atau *fun* tetapi tetap formal dengan tidak mengubah unsur dan ciri khas dari Cak dan Ning seperti menggunakan warna-warna yang lebih terang agar terlihat menarik dan menyenangkan, menggunakan jenis huruf sans serif agar muda dibaca dan tetap terlihat formal.

Pada gaya gambar terdapat 2 unsur yaitu formal dan *fun*, untuk unsur formal pada visual baju adat Surabaya yang digunakan pada foto model dan juga *layout* yang terstruktur rapi. Kemudian unsur *fun* didapat pada warna yang cerah yaitu jingga, dan juga mimik wajah yang ceria dari model foto.



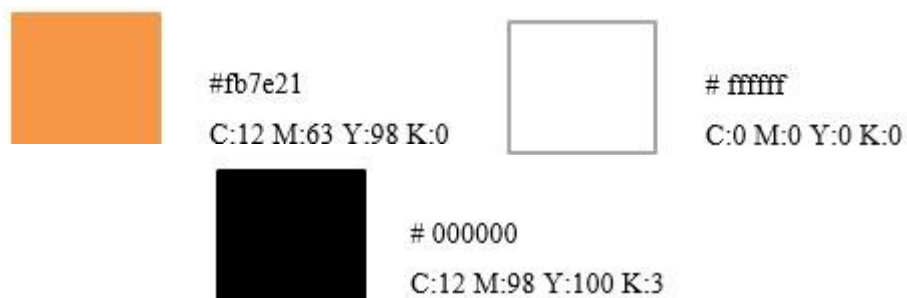
Gambar 1. 1 Foto Cak dan Ning Surabaya
 Sumber: Paguyuban Cak dan Ning Surabaya

Layout pada perancangan media promosi Pemilihan Cak dan Ning Surabaya ini menerapkan *layout* yang terstruktur rapi agar berkesan unsur formal, dengan penempatan rata tengah untuk *headline* dan juga ilustrasi. Penulisan *headline* dan *body text* akan menyesuaikan dengan ukuran media yang akan dibuat, tetapi dengan tetap memperhatikan keharmonisan elemen tersebut dengan elemen yang lainnya. Adapun elemen terdiri dari *headline*, *sub-headline*, *bodytext*, ilustrasi, dan logo.



Gambar 1. 2 Sketsa *layout*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Warna yang digunakan dalam perancangan media promosi Pemilihan Cak dan Ning Surabaya adalah warna yang dapat menimbulkan unsur *fun* adapun warna yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Warna
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tipografi dalam perancangan media promosi adalah Open Sans untuk headline kemudian Myriad Pro dan Arial untuk *body text*. Karena jenis font tersebut menambah unsur formal dan memiliki tingkat keterbacaan yang jelas apabila dipakai dalam media yang berukuran besar maupun media yang kecil.

Open sans:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Myriad Pro:

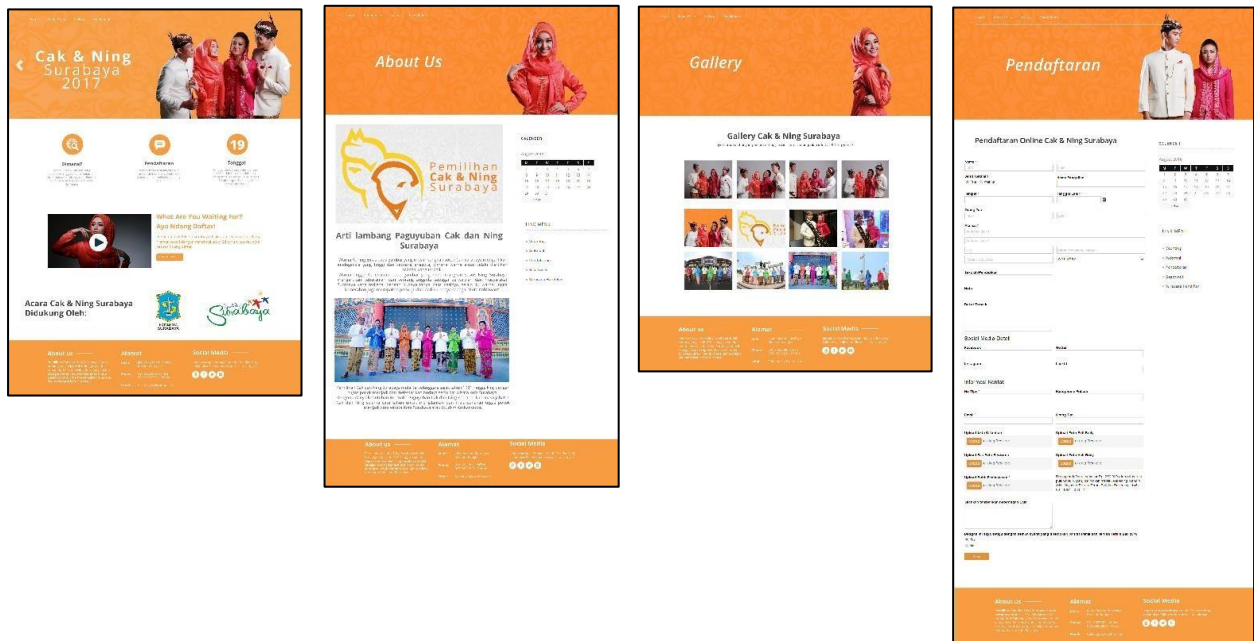
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Arial:

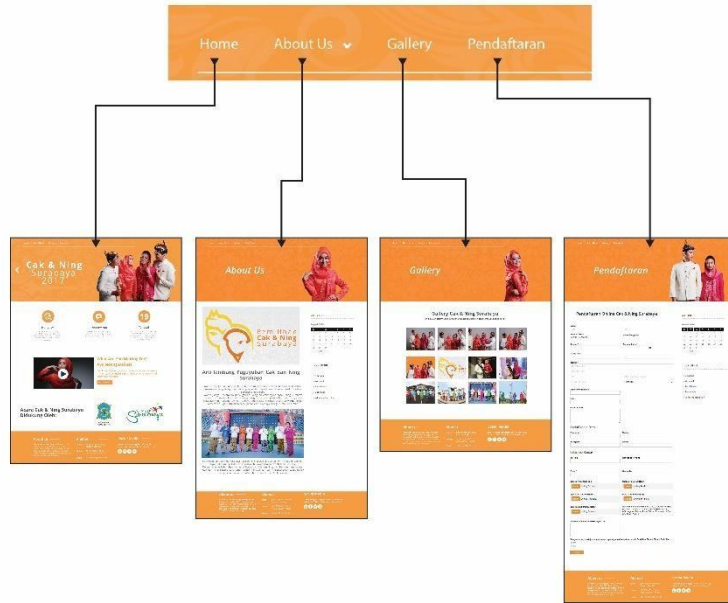
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Gambar 1. 4 Tipografi
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Adapun hasil perancangan media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya yang sudah dikerjakan, Media utama dari perancangan ini adalah media internet. Selain media utama, penulis juga membuat media pendukung berupa media cetak:

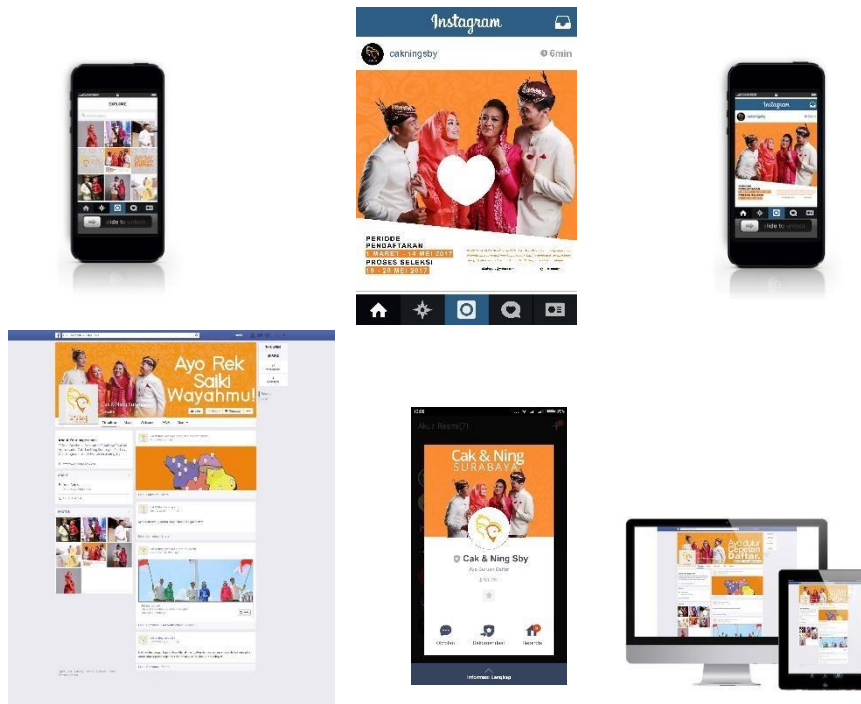


Gambar 1. 5 Interface website
 Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 1. 6 Mapping website
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Website berisi tentang informasi yang ada di acara Cak dan Ning mulai dari halaman depan tentang Cak dan Ning, Galeri dan juga pendaftaran online. Website cak dan ning dapat diakses luar dengan mengetik www.cakdanningsby.co.id di kolom pencarian pada browser, website ini bertujuan untuk memudahkan audiens mengakses informasi.



Gambar 1. 7 Media Sosial
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media Sosial terdiri dari Instagram, *Facebook* dan Line Official. Instagram bertujuan untuk menyebarkan foto foto acara dari Cak dan Ning, *Facebook* bertujuan untuk memberikan informasi dan semua kegiatan yang ada di Cak dan Ning, lalu Line Official bertujuan untuk audeins bebas bertanya melalu *Chat* seputar Cak dan Ning Surabaya.



Gambar 1. 7 Media Cetak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Beberapa media cetak diatas adalah media cetak yang dibuat untuk media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya, dengan warna terang dan model yang ceria mewakili unsur *fun* dan tipografi dan *layout* yang teratur untuk unsur formal. Media cetak ini masih banyak dipakai dan mempunyai daya tarik yang tinggi terhadap audiens .

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, pengumpulan data dan studi pustaka, dapat disimpulkan bahwa:

- Perancangan media promosi untuk menarik perhatian dan minat pada generasi muda Surabaya agar ikut serta atau berpartisipasi di kota Surabaya dan ikut mengembangkan semangat berbudaya dan kebangsaan.
- Target dari acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya ini adalah generasi muda Surabaya berumur 18 -24 tahun, berpendidikan dan memiliki rasa ingin tahu terhadap hal yang baru dan juga ingin mempelajari dan mendapatkan pengalaman secara langsung.
- Media promosi yang akan dibuat berupa media internet dan cetak yang nantinya akan disebarakan ditempat umum untuk media cetak dan akan di share pada media sosial/internet untuk jangkauan yang lebih luas.
- Dari tahun 2014 jumlah peserta pendaftar mengalami penurunan.
- Dalam perancangan tugas akhir ini penulis berusaha mengapresiasi budaya dan pariwisata khususnya di Surabaya dan memahami tugas Cak dan Ning Surabaya.

Daftar Pustaka

- [1] Sumiati. (2006). *Jurnal Suroboyo*. Surabaya: Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Surabaya.
- [2] Prastowo, Andi. (2012). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- [3] Raco. (2010). *Metode Penelitian kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* . Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- [4] Nazir, Muhammad. (1998). *Metode Penelitian* . Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [5] Soewardikoen, Didit Widiatmiko. (2013). *Metodologo Penelitian Visual dari Seminar ke Tugas Akhir*