

Kata Pengantar

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Perancangan Visual Media Promosi Pandanaran Art Festival di Semarang”**. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia, Institut Manajemen Telkom.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis, terutama pada :

1. Siska Noviaristanti, S.Si., M.T. selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia, Institut Manajemen Telkom.
2. Drs. Mohamad Tohir S.ST., M.Ds., dan Bambang Budiono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Dr. Alvanov Zpalanzani, S.T., M.M. dan Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn selaku penguji yang telah memberikan saran dan koreksi pada Tugas Akhir ini.
4. Pemerintah Kota Semarang terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang atas ijin dan bantuannya dalam pengumpulan data.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, baik bagi penulis maupun setiap orang yang membacanya. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR/FOTO	xi
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Fokus Masalah	4
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Cara Pengumpulan Data	6
1.7 Skema Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 <i>Event</i>	11
2.1.1 Jenis <i>Event</i>	12
2.1.2 <i>Event Tourism</i>	13
2.1.3 Tahap Perancangan <i>Event</i>	13
2.2 Pemasaran	14
2.2.1 Pemasaran <i>Event</i>	15
2.2.2 Promosi sebagai Bagian dari Pemasaran	17
2.2.3 Media sebagai Alat Promosi	20
a. Media Cetak	21
b. Media Luar Ruangan	24

c. Media Internet	24
2.2.4 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	26
a. <i>Segmenting</i>	26
b. <i>Targeting</i>	27
c. <i>Positioning</i>	27
2.3 Visual	28
2.3.1 Unsur Visual	28
2.3.2 Prinsip Komposisi	31
2.3.3 Warna	34
2.3.4 Tipografi	35
2.3.5 Gambar	37
a. Ilustrasi	37
b. Fotografi	37
2.4 SWOT	38
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	41
3.1 Data	41
3.1.1 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Semarang	41
a. Visi dan Misi	42
b. Struktur Organisasi	42
3.1.2 <i>ExiCON Event Organizer</i>	43
a. Visi dan Misi Perusahaan	43
b. Ruang Lingkup <i>ExiCON Production</i>	44
c. Struktur Organisasi	46
3.1.3 Pelaksanaan <i>Pandanaran Art Festival 2010-2012</i>	46
a. <i>Pandanaran Art Festival 2010-2011</i>	46
b. <i>Pandanaran Art Festival 2012</i>	50
3.1.4 Khalayak Sasaran	56
a. Demografis	56
b. Geografis	57
c. Psikografis	57
d. <i>Behavior</i>	57
3.1.5 Hasil Wawancara	57

3.1.6 Sejarah dan Budaya di Kota Semarang ...	59
a. Kampung Kauman, Pecinan, Belanda, Arab	59
b. Wujud Akulturasi Budaya di Semarang	62
3.1.7 Kuesioner	63
3.2 Analisis <i>Pandanaran Art Festival</i>	63
3.2.1 Analisis SWOT	63
3.2.2 Matrix SWOT	65
3.2.3 <i>Customer Response Index</i>	68
3.2.4 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP)	73
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	75
4.1 Konsep Komunikasi	75
4.1.1 Strategi	75
4.1.2 Masalah yang Akan Dikomunikasikan	76
4.1.3 <i>Tagline</i>	76
4.2 Konsep Kreatif	77
4.3 Konsep Visual	91
4.3.1 Gaya Gambar	91
4.3.2 Verbal ...	93
4.3.3 <i>Layout</i>	94
4.3.4 Warna	94
4.3.5 Tipografi	95
4.4 Konsep Media	96
4.4.1 <i>Budgeting</i> Media	99
4.4.2 Penjadwalan Media	100
4.5 Hasil Perancangan	101
BAB V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Karakteristik masing-masing media	25
Tabel II.2	Matrix SWOT	40
Tabel III.1	Matrix SWOT	65
Tabel IV.1	<i>Budgeting</i> media	99
Tabel IV.2	Penjadwalan media	100

DAFTAR GAMBAR/FOTO

Gambar II.1	Unsur iklan media cetak	23
Gambar II.2	Unsur visual titik	28
Gambar II.3	Unsur visual garis	29
Gambar II.4	Unsur visual bidang	29
Gambar II.5	Unsur visual warna	30
Gambar II.6	Unsur visual tekstur	30
Gambar II.7	Prinsip kesatuan	31
Gambar II.8	Prinsip keseimbangan	32
Gambar II.9	Prinsip irama	32
Gambar II.10	Prinsip kontras	33
Gambar II.11	Spektrum warna	34
Gambar II.12	Analisis SWOT	38
Gambar III.1	Logo Pemerintah Kota Semarang	41
Gambar III.2	Logo <i>ExiCON Production</i>	43
Gambar III.3	Stan UKM di <i>Pandanaran Festival</i>	47
Gambar III.4	Festival band pada <i>Pandanaran Festival 2011</i>	48
Gambar III.5	Peragaan busana unik pada <i>Pandanaran Festival 2011</i>	49
Gambar III.6	Bantal batik raksasa pemecah MURI.....	49
Gambar III.7	Baliho <i>Pandanaran Festival 2011</i>	50
Gambar III.8	Kampung Jawa pada <i>Pandanaran Art Festival 2012</i>	52
Gambar III.9	Tarian Warak Ngendok budaya Semarang	52
Gambar III.10	Pertunjukan pada Kampung Cina	53
Gambar III.11	Tari Seribu Tangan khas Cina	54
Gambar III.12	Tari Klompen khas Belanda	54
Gambar III.13	Musik Jazz Ngisorringin	54
Gambar III.14	Tari Sufi khas Arab	55
Gambar III.15	Baliho <i>Pandanaran Art Festival 2012</i>	56
Gambar III.16	Perwujudan Warak Ngendog	62
Gambar III.17	Grafik <i>Top of Mind</i> event di Semarang	68
Gambar III.18	Grafik <i>Brand Recall</i> event di Semarang	68

Gambar III.19	Grafik <i>Brand Recognition event</i> di Semarang	69
Gambar III.20	Grafik <i>No Comprehend</i>	69
Gambar III.21	Grafik <i>No Interested</i>	70
Gambar III.22	Grafik <i>No Intention</i>	70
Gambar III.23	Grafik <i>No Action</i>	71
Gambar IV.1	Lawang Sewu	78
Gambar IV.2	Tarian Warak Ngendog	79
Gambar IV.3	Klenteng Sam Poo Kong	80
Gambar IV.4	Tari Seribu Tangan	81
Gambar IV.5	Kincir Angin Belanda	82
Gambar IV.6	Noni Belanda dengan baju khas	83
Gambar IV.7	Masjid Nabawi	84
Gambar IV.8	Tari Sufi	85
Gambar IV.9	Visualisasi pelangi	86
Gambar IV.10	Motif Semarangan	87
Gambar IV.11	Referensi warna budaya Jawa	89
Gambar IV.12	Referensi warna budaya Cina	89
Gambar IV.13	Referensi warna budaya Belanda	90
Gambar IV.14	Referensi warna budaya Arab	90
Gambar IV.15	Visualisasi ikon bangunan	91
Gambar IV.16	Visualisasi tari khas budaya	92
Gambar IV.17	Visualisasi motif Semarangan	92
Gambar IV.18	Visualisasi lengkungan pelangi	93
Gambar IV.19	Contoh <i>layout</i>	94
Gambar IV.20	Skema warna utama	95
Gambar IV.21	Huruf <i>Freehand521 BT</i> diaplikasikan pada <i>tagline</i>	95
Gambar IV.22	Huruf <i>Cambria</i> diaplikasikan pada tanggal ..	96

DAFTAR BAGAN

Bagan I.1	Kerangka perancangan	8
Bagan II.1	<i>Promotional mix</i>	17
Bagan II.2	Proses komunikasi	19
Bagan III.1	Struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Semarang.....	42
Bagan III.2	Struktur Organisasi <i>ExiCON Production</i>	46

DAFTAR ISTILAH

<i>Art</i>	: Produk kreativitas manusia, karya seni kolektif
<i>Background</i>	: Gambar latar.
<i>Event</i>	: Suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.
<i>Festival</i>	: Hari atau pekan gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting dan bersejarah.
<i>Layout</i>	: Penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik.
<i>Managing director</i>	: Seseorang yang bertanggungjawab atas operasional harian perusahaan, organisasi, atau divisi perusahaan.
<i>Organizer</i>	: Seseorang yang mengorganisasi, menyusun dan mengatur.