

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bandung adalah ibu kota Jawa Barat yang terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta. Bandung dikenal sebagai kota kembang. Selain itu Bandung juga dikenal sebagai kota kreatif. Dalam pertemuan internasional kota berbasis kreatif yang dilaksanakan di Yokohama Jepang pada akhir Juli 2007, Bandung memperoleh penghargaan sekaligus tantangan dengan terpilih sebagai *project* rintisan kota kreatif se-Asia Timur. Dan beberapa tahun kemudian, media di Singapura, Channel News Asia, pada awal tahun 2012 menempatkan Bandung dalam lima besar kota kreatif se-Asia. Sebutan tersebut tidak terlepas dari peran pemuda-pemuda Bandung yang terus berkarya dan memberikan ide-ide kreatifnya demi memajukan kota Bandung.

Salah satu industri kreatif yang berkembang di Indonesia adalah industri *game*. Karena Indonesia merupakan target pasar yang sangat menguntungkan dimana masyarakatnya menyukai *game* mulai dari anak-anak, pemuda bahkan orang tua. Hal ini tidak terlepas dari hampir semua masyarakat mempunyai *gadged* yang bisa digunakan untuk bermain *game* semisalnya *smart phone*, *tabs*, maupun *pc game*. potensi yang besar inilah yang menyebabkan berkembangnya industri *game* dan melahirkan developer-developer di Indonesia. Bandung juga muncul banyak developer *game* baik itu dalam skala besar maupun dalam skala kecil. Para developer *game* di Bandung mulai saling bersaing satu sama lain.

Dengan mulai banyaknya industri *game* yang berkembang di Indonesia khususnya Bandung, maka alasan ini yang mendorong Segitiga.net untuk menyelenggarakan acara *Prototype Day*. *Event* ini adalah tempat untuk menunjukkan prototipe *game* atau aplikasi *digital* lainnya yang ditunjukkan untuk umum. *Event Prototype Day* ini menjawab kurangnya wadah dan sarana bertukar pikiran, berinteraksi dari kreasi sesama pengembang *game* dan aplikasi *digital* maupun ke pengunjung. Dalam *Prototype Day* terdapat sesi *Creative Share* yang diisi oleh para pakar dan praktisi industri.

Suatu *event* yang menjadikannya tempat bermain *game* atau aplikasi *digital*, *card game* maupun *board game* masih sangat jarang ada di Indonesia. Terlebih apabila *game* atau aplikasi tersebut masih dalam bentuk prototipe, tentu belum ada. Berdasarkan itulah menjadikan *Prototype Day* sebagai *event* unik yang menyuguhkan bentuk prototipe, bukan bentuk jadi.

Dibalik keunikan tersebut, *event Prototype Day* masih dinilai sepi dari pengunjung. Penulis merasa ini dikarenakan masih kurangnya perhatian dalam promosi *event* ini dari Segitiga.net selaku pendiri *event* ini. Padahal *event game* yang unik ini sangatlah jarang, dan *event* ini sangatlah unik. *Event Prototype Day* dirasa terlalu formal, karena terdapat sesi seminar. Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat untuk mempromosikan *event Prototype Day* yang unik ini. Salah satunya adalah membuat media promosi yang segar dan tidak kaku untuk menarik minat pengunjung supaya datang ke *event Prototype Day* ini.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan diatas maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Masih minimnya *event* yang mengajak pengunjung untuk ikut bermain langsung dalam permainan baik itu *digital game* ataupun *board / card game*.
- b. Sangat kurangnya sarana berinteraksi maupun bertukar pikiran untuk para developer *game* dan tempat untuk mendengarkan *sharing* tentang *game* langsung dari ahlinya.
- c. Konsep *Prototype Day* yang selama ini masih dijalankan dirasa masih belum tepat sasaran yang mengakibatkan pengunjung *Prototype Day* masih terlihat sepi dan tidak mendapatkan jumlah pengunjung sesuai yang target.
- d. *Event Prototype Day* masih terlihat sangat formal apabila dilihat dari segi promosinya yang telah dilakukan.

1.2.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang visualisasi media promosi *event Prototype Day* yang sesuai dengan *target audience*.
- Bagaimana membuat konsep tematis setiap bulan dalam perancangan media promosi *event* tersebut agar nilai-nilai kreatifitas dalam perancangan *game* dapat tersampaikan ke konsumen.

1.3 Fokus

Untuk fokus atau ruang lingkup dalam tugas akhir ini dibatasi dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), sehingga untuk perancangan media promosi *Prototype Day* akan ditangani dan diolah melalui pendekatan DKV. Perancangan ini ditujukan untuk *Prototype Day*. Batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir ini sebagai berikut:

- a. Perancangan konsep media promosi yang disesuaikan dengan target promosi *event Prototype Day* selama satu tahun kedepan.
- b. Perancangan media promosi yang disesuaikan dengan karakteristik *Prototype Day* yang meliputi:
 - Perancangan media penerapan media cetak, yaitu poster, banner, dan umbul umbul, ID Card, T-Shirt, dan *sticker*.
 - Perancangan media penerapan media online, yaitu web poster.
- c. Perancangan ini akan ditujukan kepada target pengunjung yaitu mahasiswa dan developer *game* pemula maupun kalangan umum usia 17 tahun hingga 27 tahun.

1.4 Tujuan Perancangan

- Merancang visualisasi media promosi *event Prototype Day* yang sesuai dengan *target audience*.
- Membuat konsep tematis setiap bulan dalam perancangan media promosi *event* tersebut agar nilai-nilai kreatifitas dalam perancangan *game* dapat tersampaikan ke konsumen

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Metode Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- Observasi

Observasi adalah penyelidikan yang secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan ke arah kejadian – kejadian yang spontan pada saat kejadian itu terjadi. Oleh karena itu observasi adalah merupakan pengamatan, maka observasi menggunakan alat indera sebagai alat yang utama (Bimo Walgito, 1994 : 54).

Dengan mendatangi langsung *event Prototype Day* untuk meninjau langsung kondisi dan situasi di tempat. Mengamati berbagai media promosi yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat menemukan beberapa kekurangan dan permasalahan yang menjadi penyebab kurang efektifnya media promosi tersebut untuk menarik minat developer maupun pengunjung. Dan bisa juga menggunakan foto dokumentasi *Prototype Day* untuk memberikan gambaran langsung kondisi di lapangan ketika *event Prototype Day* sedang berlangsung.

- Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode untuk mendapatkan data anak atau orang dengan mengadakan hubungan secara langsung dengan informan (*face to face relationship*) (Bimo Walgito, 1994 : 68). Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara.

Data yang diambil melalui proses wawancara kepada Bapak Adieb Aryasepta Haryadi selaku penanggung jawab dari *event Prototype Day*. Wawancara kepada pengunjung maupun dengan developer *game* selaku target *audience* dirasa perlu untuk memberikan komentar maupun kritikan mengenai *event* tersebut.

- Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir,1988: 111).

Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku, artikel maupun jurnal. Tujuannya untuk mendapatkan teori dasar mengenai *event*, media promosi, dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan perancangan media promosi. Dengan teori yang sudah didapat melalui studi pustaka akan dibandingkan dengan kenyataan yang sudah ada dilapangan

Hasil data dan informasi yang didapat menjadi dasar untuk pembuatan rancangan strategi promosi *Prototype Day*.

1.5.2 Metode Analisis

- Analisis SWOT

Dalam sebuah analisis faktor eksternal dan internal akan ditentukan aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), kesempatan (*Opportunities*), dan yang menjadi ancaman (*Treatment*) sebuah organisasi. Dengan begitu akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan (*Freddy Rangkuti, 2005:19*).

Pada perancangan ini, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui tentang pokok persoalan internal maupun persoalan eksternal yang akan berkaitan dengan promosi *event Prototype Day*.

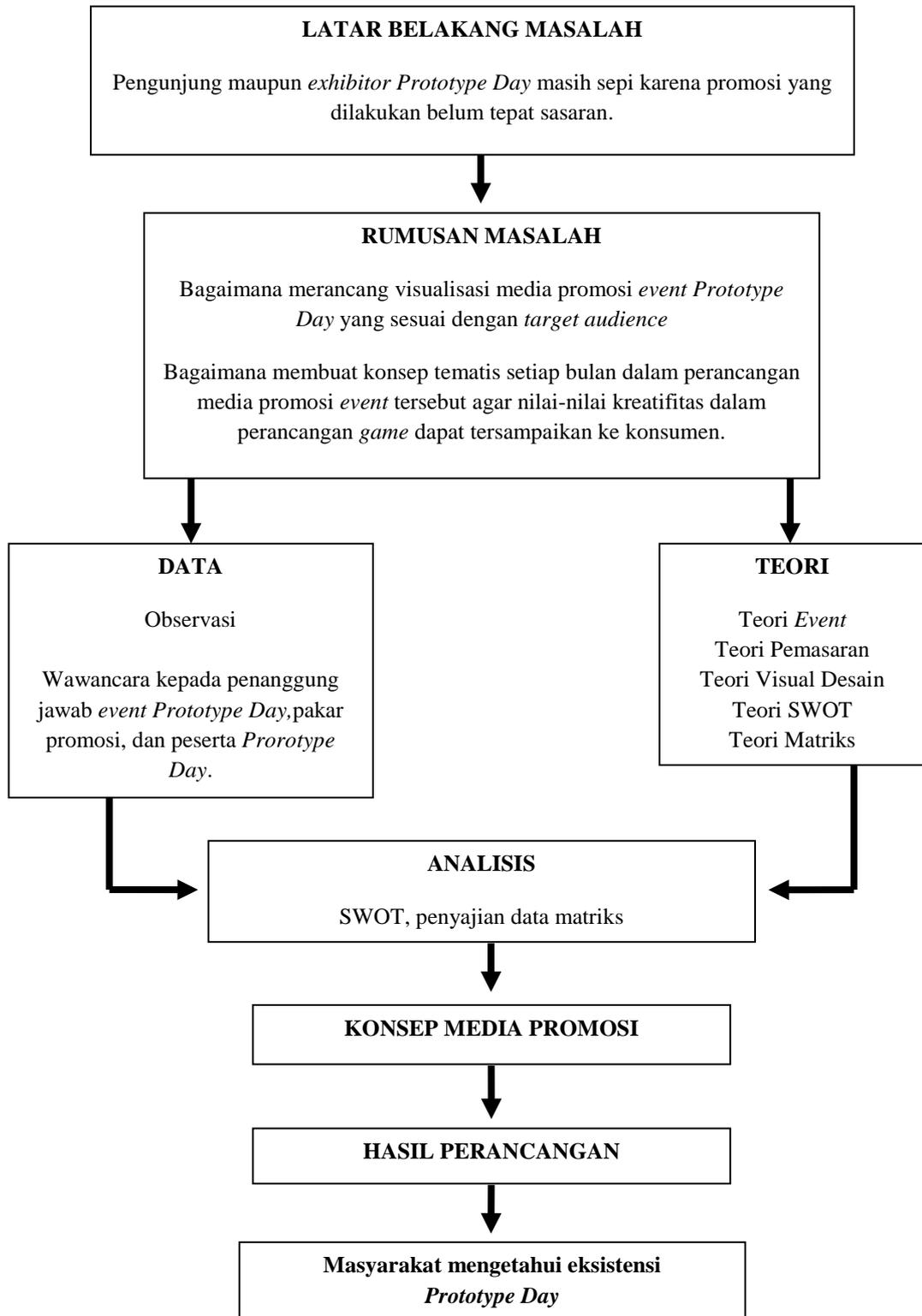
- Penyajian Data Matriks

Analisis Data Matriks adalah teknik analisis *multivariant* yang disebut *Principal Component Analysis*. Teknik ini mengkuantifikasi dan menyusun data yang disajikan dalam diagram Matriks, untuk menemukan lebih banyak indikator umum yang akan membedakan dan memberi kejelasan jumlah besar kompleks informasi saling terkait. Ini akan membantu kita untuk memvisualisasikan dengan baik dan mendapatkan wawasan tentang situasi. Dengan metode ini data yang diperoleh akan dibandingkan dengan beberapa contoh lain dari promosi sebuah *event*.

1.6 Skema Perancangan

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



1.7 Pembabakan

- **Bab I Pendahuluan**

Berisi tentang latar belakang masalah, permasalahan, fokus masalah, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan, dan pembabakan.

- **Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori-teori dan dasar pemikiran yang berhubungan dengan perancangan media promosi *event*, yang akan digunakan sebagai pedoman untuk menganalisa serta menguraikan permasalahan yang ada sehingga ditemukan rancangan solusi.

- **Bab III Data dan Analisis Masalah**

- Data

Menjelaskan berbagai data yang berkaitan dengan perancangan media promosi *event Prototype Day*. Meliputi observasi media promosi yang sebelumnya, wawancara dengan pihak yang berkaitan yaitu penyelenggara, peserta, maupun pengunjung. Dan juga data yang didapat melalui studi pustaka mengenai teori-teori yang berkaitan dengan media promosi *event Prototype Day*.

- Analisis

Berisi pengolahan data yang saling berkaitan dengan perancangan media promosi *event Prototype Day*. Metode analisis yang digunakan sesuai dengan tujuan perancangan dimana akan menghasilkan strategi perancangan media promosi *Prototype Day* yang tepat.

- **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep media yang dipergunakan dalam perancangan media promosi *Prototype Day*. Hasil perancangan ini berisi mulai dari sketsa awal hingga penerapan visualisasi pada media yang dipilih.

- **Bab V Penutup**

Menjelaskan kesimpulan dan saran yang diberikan dalam proses sidang.