

**TUGAS AKHIR PENCIPTAAN
PERANCANGAN AUDIO VISUAL “PASSION & CREATE”
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DAN PROMOSI POTENSI
INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA**



Oleh:

**Puthut Sedya Utama
1012053024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**TUGAS AKHIR PENCIPTAAN
PERANCANGAN AUDIO VISUAL “PASSION & CREATE”
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DAN PROMOSI POTENSI
INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA**



KARYA DESAIN

Oleh:

**Puthut Sedyo Utama
1012053024**

**Tugas Akhir ini Diajukan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Dalam Bidang Desain Komunikasi Visual
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

PERANCANGAN AUDIO VISUAL “PASSION & CREATE” SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DAN PROMOSI POTENSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA diajukan oleh Puthut Sedyo Utama, NIM 1012053024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada 9 November 2015 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

M.Sn
1001

Anggota

M.T
1002

Anggota

M.Sn
1001

Anggota

M.Sn
1001

Ketua



Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn
NIP 19650522199203100

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des

NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN AUDIO VISUAL “PASSION & CREATE” SEBAGAI
MEDIA KAMPANYE DAN PROMOSI POTENSI INDUSTRI KREATIF DI
YOGYAKARTA** yang

dibuat untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program

Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia

Yogyakarta. Se jauh yang

saya ketahui bukan merupakan plagiasi dari skripsi atau tugas akhir yang

sudah ada atau pernah dipakai untuk mendapat gelar kesarjanaan di

lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di

Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang

bersumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 November 2015

Puthut Sedyta Utama
NIM 1012053024



Revolusi adalah Cipta

Tan Malaka



Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada

**Keluarga Besar Djarot Harsojo Rekswardojo
Serta insan muda dan kreatif di seluruh Indonesia**

KATA PENGANTAR

Pujisyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala berkah-Nya dan *kakang kawah adhi ari-ari getih puser sedulur papat kalimo pancer*, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan indah.

Terimakasih kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta karena akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang mengangkat tema mengenai industri kreatif di Yogyakarta dengan judul **“PERANCANGAN AUDIO VISUAL “PASSION & CREATE” SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DAN PROMOSI POTENSI INDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA.”**

Tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa orang-orang yang selalu disisi. Penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat

1. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor ISI Yogyakarta.
2. Dr. Dra. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
3. Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku dosen pembimbing I dan Ketua Program Studi DKV.
5. M. Faizal Rochman, M.T., sebagai dosen pembimbing II sekaligus teman berdiskusi yang saling mendukung satu sama lain.
6. Drs. Arif Agung S. M.Sn., selaku cognate yang banyak memberi saran.

7. Heningtyas Widowati, S. Pd.,selakudosen wali yang selalu menyemangati.
8. Papa Tercinta Dr. Ir. Djarot Harsojo Reksowardojo, M.Sc., Mama tercinta Hj.Sri Kaesti Retno Pertiwi, sebagai orangtua yang telah membesarkan anaknya ini, produser seumur hidup yang akan melepaskan anaknya setelah lulus kuliah, semoga kalian selalu sehat, gembira dan bisa makan-makan enak karena makan enak adalah simbol kebahagiaan hakiki.
9. Wafiq Giotama dan Fadil Firdaus, sebagainarasumberdan pemilik Pelem Ukulele yang telah membantu dengan senang hati selama kurang lebih 6 bulan berjalannya proses tugas akhir ini, terimakasih kawan.
10. Ewindha Sari dan Dwisuko Adinugroho, sebagainarasumbersekaligus *entrepreneur* yang luarbiasadengan semangat yang menggelora, terimakasih karena berkat ilmu yang kalianbagi kepada saya, dapat saya bagikan juga dengan yang lain.
11. Djatmiko Lancur Bawono dan Santi Ariestyowati, sebagai narasumber dan Mas-Mbak tercinta, yang telah *mensupport*, memberi masukan dan bersedia menjadi narasumber tugas akhir saya.
12. Sip *Club* : Awigarda G, Wulang Sunu, Reza Ali, Arya Pradifta, Yonas Kristy, terimakasih atas dukungan spiritual dan saran yang membangun sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan maksimal, ini dimaksudkan agar kalian menyelesaikan kuliah juga, terimakasih kawan.
13. *Group Band Patas* : Michael Yoedha, Arya Pradifta, Gardhika jatikusuma, semoga tugas akhir saya ini menjadi cambuk panas dan dukungan untuk kalian agar bisa menyelesaikan kewajiban setiap insan mahasiswa, karena TA tidaklah sependek lagu Patas!.

14. Balya Kretarta, Zulianita, Ega, Rizky Bestari, Adit, Hendra, Edwin, Salsabila, Boim, Arya, Aimsebagai teman-teman yang membantu menyelesaikan proyek tugas akhir Passion and Create, terima kasih dari lubuk hati terdalam.
15. Keluargabesar Mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual angkatan1993, 1995, 1996, 1997, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, teman-teman seperjuanganpenulis, Gardhika, Bram Aryo, Zulkarnaen, Akbar, Aida, Rara semangat !
16. Novian Pipi, Ardian Burhan, Dodi, Dhika Hermawan, Aim Adinegara, Pangestu Aji, Maria Uthe, Angkatan 2008 DKV ISI Yogyakarta, kosan Balya sebagai rumah kedua, Indiguerillas.
17. Rara Kuastra tercinta, yang selalu membahagiakan hati dan pikiran secara moral, spiritual dan selalu mengajak makan enak dikalabuntu mengerjakan proyek tugas akhir, terimakasih.
18. Mas Yo dan Mbak Santi tercinta, yang telah membagi ilmu desain dan seni, sekaligus telah menjadi produser dalam karya tugas akhir ini, terimakasih sebesar-besarnya.
19. Mas Wiki dan Mbak Anti tercinta, yang telah mendukung dan memberi semangat sekaligus produser dalam karya tugas akhir ini, terimakasih sedalam-dalamnya.
20. Dek Ana, adik ragil tercinta, tugas akhir ini kupersembahkan untukmu yang akan masuk kuliah, semoga dapat diterima di jurusan hubungan internasional UGM jangan di ISI.
21. Dek Aska dan Dek Hanif plus Dek Hana yang baru lahir , keponakan-keponakan tercinta yang telah menghibur selama proses tugas akhir ini.

22. Budhe ArisMiyati, yang telahmemberikansemangatkehidupan, semangatpendidikandansemangat moral sehingga tugasakhirinidapatterselesaikandenganindah.

23. Kepada musisi Flume yang sangat menjaga *mood* desain saya agar tetap *cutting edge*, pop dan kekinian, kepada Raisa yang telah menemani lembur sampai pagi, Kepada Motorhead, Lemmy Kilmister, Kvelertak, Ghost B.C, Sleep, Om, seringai dan tidak lain tidak bukan album Dewa 19, format masa depan, terbaik-terbaik, pandawa lima dan bintang lima, kalian luar biasa.

Semuaperjalanan dan proses menciptakan tugas akhir Passion and Create ini tidak akan berjalan lancar, indah, bahagia tanpa kehadiran dan dukungan saudara-saudari saya yang tersebut di atas.

Karya tugas akhirinijauh dari kata sempurnakarna keterbatasan dari penulis, makadariitu untuk membuatnyamendekati kata sempurna dimohon saran dan kritik dari segala pihak. Penulis memohon maaf untuk segala kekurangan dan kesalahan yang ada dalam karya tugas akhir ini. Karya tugas akhir ini sangat diharapkan dapat menyumbang ilmu dan menjadi tambahan pengetahuan dan program studi ini.

Yogyakarta, 9 November 2015

Puthut Sedyta Utama
NIM 1012053024

ABSTRAK

Perancangan Audio Visual “Passion and Create” Sebagai Media Kampanye dan Promosi Potensi Industri Kreatif di Yogyakarta

Oleh: Puthut Sedyta Utama
NIM: 1012053024

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang dimasa mendatang memiliki potensi industri kreatif yang sangat maju. Sumber daya manusia, potensi-potensi dan bahan-bahan baku untuk berproduksi di Yogyakarta sangat melimpah sehingga membuat semua hal itu harus dimanfaatkan untuk memajukan industri kreatif, khususnya di Yogyakarta. Pelaku industri kreatif yang dibidik adalah generasi muda karena mereka masih muda dan memiliki banyak waktu juga potensi untuk dapat mengembangkan industri kreatif ini.

Perancangan audio visual Passion and Create sebagai media kampanye dan promosi industri kreatif di Yogyakarta ini menggunakan teori kampanye dengan obyek industri kreatif karena dalam mengajak para generasi muda tersebut, dibutuhkan media yang dapat mencangkup kuantitas yang besar. Agenda dari Passion and Create adalah Wani Gawe, yaitu kampanye yang mengajak generasi muda di Yogyakarta untuk terjun di dunia industri kreatif. Karya tugas akhir ini ingin memberikan stimulus-stimulus agar dapat memacu para generasi muda supaya dapat termotivasi terjun di industri kreatif Yogyakarta.

Media utama dalam perancangan adalah video, sebagai media audio visual. Video tersebut berisikan profil singkat dan berisi testimonial beberapa orang yang sudah menjalankan bisnis di industri kreatif. Media yang mendukung media utama ada beberapa, yang dirasa dapat menjangkau dan menarik minat generasi muda, media pendukung yang digunakan seperti kaos, stiker, emblem, brosur, *X-Banner*, notebook, ballpoint, Landing Page, dengan media publikasi yang sedang menjadi *trend* dikalangan anak muda yaitu instagram. Video utama nantinya dapat dilihat melalui media youtube. Generasi muda diharapkan dapat terangsang untuk turut berkecimpung di dunia industri kreatif setelah melihat video tersebut.

Kata kunci : *Video*, Passion and Create, Media Kampanye.

ABSTRACT

Designing Audio Visual “Passion and Create” As Media Campaign and Promotion of Yogyakarta Creative Industry Potential

By: Puthut Sedyo Utama
NIM: 1012053024

Daerah Istimewa Yogyakarta is an area that in the future has a creative industries potential which is highly developed. Human resources, potentials and raw materials for production in this area are very widely provided so it should be used to promote creative industries, especially in Yogyakarta. Young people are perfect target for creative because they are young and have a lot of time is also the potential to develop creative industries.

Passion and Create audio-visual design as campaign media and the promotion of creative industries in Yogyakarta using the creative industries because it invites young generations, and it needs a media which can provide a large quantity. Agenda of this Passion and Create is WaniGawe, the campaign which invites young people in Yogyakarta to take part in creative industries. This thesis wants to provide stimuli in order to push the young generation to be motivated in Yogyakarta creative industries.

The main media in this design is the video, as the audio-visual media. The video contains a brief profile and contains testimonials of some people who are already running a business in creative industries. The other support media which used such as t-shirts, stickers, emblems, brochures, X-Banner, notebooks, ballpoint, Landing Page, and with publication media that become a trend among Young generation called Instagram. The main video lately can then be viewed through the media like Youtube. The young generation were expected to be stimulated in participate and dig in more deeply after watched the video.

Keyword: Video, Passion and Create, Campaign Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Judul Perancangan.....	1
B. LatarBelakang.....	1
C. RumusanMasalah.....	4
D. TujuanPerancangan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	4
F. Batasan dan Lingkup Perancangan.....	4
G. Metode Pengumpulan Data.....	5
H. Metode Perancangan.....	5
I. Sistematika Perancangan.....	7

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Industri Kreatif.....	8
1. Tujuan Industri Kreatif.....	8
2. Karakteristik Industri Kreatif.....	9
3. Klasifikasi Industri Kreatif di Industri.....	10

B. Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia dan Yogyakarta	11
C. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kreativitas di Yogyakarta	18
D. Pelaku Industri Kreatif di Yogyakarta.....	19
1. Pelem Ukulele.....	19
2. Gotosovie.....	22
3. Indiguerillaz.....	25
E. Passion and Create.....	27
F. Kampanye Passion and Create.....	28
G. Analisis Data.....	32
H. Kesimpulan Analisis.....	34

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Komunikasi	35
1. Tujuan Komunikasi.....	35
2. Strategi Komunikasi.....	35
B. Konsep Media	36
1. Tujuan Media.....	36
2. Strategi Media.....	37
3. Program Media.....	42
4. Konsep Kreatif.....	43
5. Tujuan Kreatif	45
6. Strategi Kreatif	46
7. Program Kreatif	47
8. Biaya Kreatif	59

BAB IV VISUALISASI

A. Penjaringan Ide Desain	65
1. Sinopsis.....	65
2. Data Visual	66
3. Data Visual Media yang Digunakan.....	68
4. Warna.....	71
5. Tipografi.....	71

B. Proses Desain.....	73
C. Final Desain.....	90

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104

KEPUSTAKAAN	105
--------------------------	------------

LAMPIRAN.....	109
----------------------	------------



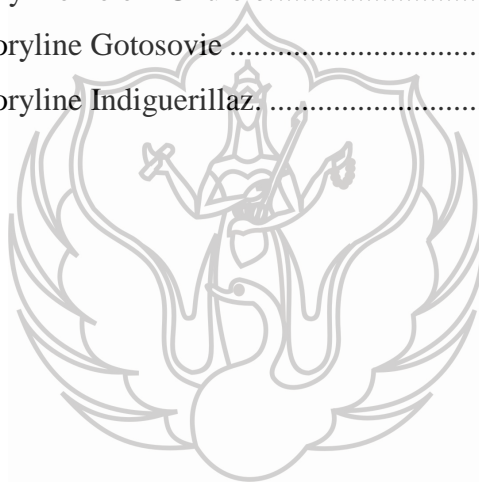
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Skematika Perancangan.....	7
Gambar2.FadilFirdausdanWafiqGiotama	19
Gambar 3. Produk Pelem Ukulele.....	20
Gambar 4. Produk Pelem Ukulele.....	20
Gambar 5. Produk Pelem Ukulele.....	21
Gambar 6. Produk Pelem Ukulele.....	21
Gambar 7. Fadil Firdaus di Workshop Pelem Ukulele	22
Gambar 8.Ewindha Sari danDwisukoAdinugroho.....	22
Gambar 9.Produk Gotosovie	23
Gambar 10. Produk Gotosovie	23
Gambar11 Produk Gotosovie.....	24
Gambar12. Produk Gotosovie	24
Gambar 13. Indiguerillas.....	25
Gambar14. Karya Indiguerillas	26
Gambar 15. Karya Indiguerillas	26
Gambar 16. Karya Indiguerillas	26
Gambar17. Logo <i>Passion & Create</i>	27
Gambar18.Skematika Strategi Kampanye.....	40
Gambar19. <i>Screenshot Video</i> Tanner Goods.	66
Gambar 20. INDOESTRI Makerplace.....	67
Gambar 21. Generasi muda yang sedang berproduksi.....	67
Gambar22. Generasi muda yang sedang berproduksi.....	67
Gambar 23. <i>Screenshot</i> Youtube.....	68
Gambar24. <i>Screenshot</i> Instagram.	68
Gambar 25.Contoh Kaos.....	69
Gambar 26.Contoh Celemek.....	69
Gambar 27 Contoh Ballpoint.	69
Gambar 28.Contoh Notebook.	70
Gambar 29 Contoh Emblem.....	70
Gambar 30.Contoh Sticker.....	70

Gambar 31. Warna yang digunakan dalam kampanye.....	73
Gambar 32. Jenis <i>font</i> yang dipakai.....	73
Gambar 33. Sketsa <i>layout</i> logo Wani Gawe.....	74
Gambar 34. Logo Wani Gawe terpilih.....	79
Gambar 35. Sketsa alternatif <i>x-banner</i>	80
Gambar 36. Sketsa alternatif brosur.....	81
Gambar 37. Sketsa alternatif <i>landing page</i>	82
Gambar 38. Sketsa <i>notebook</i>	83
Gambar 39. Sketsa kaos.....	83
Gambar 40. Sketsa <i>ballpoint</i>	84
Gambar 41. Sketsa emblem dan stiker.....	84
Gambar 42. Foto Instagram.....	85
Gambar 43. Screenshot Konsep Instagram Passion and Create.....	88
Gambar 44. Konsep Akun Passion and Create di Youtube.....	89
Gambar 45. <i>Screenshot</i> video Pelem Ukulele.....	90
Gambar 46. <i>Screenshot</i> video Gotosovie.....	93
Gambar 47. <i>Screenshot</i> video Indiguerillaz.....	96
Gambar 48. Kaos.....	98
Gambar 49. Notebook.....	98
Gambar 50. Ballpoint.....	99
Gambar 51. Emblem.....	99
Gambar 52. Sticker.....	100
Gambar 53. Brosur.....	100
Gambar 54. X-Banner.....	101
Gambar 55. Landing Page.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Nilai Ekspor Kreatif.	12
Tabel2. Potensi SDM di Yogyakarta padatahun2010.	14
Tabel3.Tingkat pengangguranterbuka.....	15
Tabel 4. Tabel Program Media.....	42
Tabel 5. Tabel Produksi Video.....	61
Tabel6.Tabel Media Pendukung	62
Tabel7.Tabel Produksi.....	63
Tabel 8.Tabel Biaya Keseluruhan	73
Tabel 9.Studi Tipografi	72
Tabel 10.Tabel Storyline Pelem Ukulele.....	74
Tabel 11. Tabel Storyline Gotosovie	76
Tabel 12. Tabel Storyline Indiguerillaz.....	78



BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul Perancangan

Perancangan Audio Visual “*Passion & Create*” sebagai Media Kampanye dan Promosi Potensi Industri Kreatif di Yogyakarta.

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pengetahuan dan teknologi telah mempengaruhi pola kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Pola-pola ekonomi seperti pola produksi, distribusi dan konsumsi sudah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Demikian pula orientasi kegiatan perekonomian berubah dari ekonomi pertanian, ekonomi industri, ekonomi jasa, ekonomi informasi ke ekonomi kreatif dengan penggerak utama adalah industri kreatif. Departemen perdagangan Republik Indonesia menerangkan bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Suryana, 2013: 96).

Berdasarkan data mata pencaharian penduduk DIY pada tahun 2006, mayoritas usia 15 tahun ke atas, presentase penduduk disektor perdagangan sebesar 22,06 % atau 387.194 jiwa dan presentase untuk penduduk yang bergerak disektor jasa dan pengolahan, masing-masing 14,95% dan 13,67% (Kementerian Keuangan Republik Indonesia: Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, Tinjauan Ekonomi & Keuangan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 2012), ini membuktikan bahwa tingginya jumlah wirausahawan di Yogyakarta diantaranya adalah para pelaku industri kreatif. Ada beberapa pelaku industri kreatif di Yogyakarta yang belum banyak di *expose* oleh media, yang bisa dijadikan *role model* sebagai penggerak yang lainnya. Salah satunya Wafiq Giotama dan Fadil Firdaus, mereka adalah pembuat gitar ukulele sekaligus pendiri

Pelem Ukulele, sebuah merek gitar ukulele di Yogyakarta. Nama Pelem Ukulele sudah malang-melintang bagi para pemain gitar ukulele di Indonesia juga di dunia dan seluruh pembuatan ukulele dikerjakan sendiri oleh mereka di *workshop* Pelem Ukulele di Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain dari Indonesia, pelanggan Pelem Ukulele juga berasal dari berbagai negara di Benua Asia dan Benua Eropa, Pelem Ukulele sudah dipercaya sebagai pembuat gitar Ukulele berkualitas dimata internasional.

Melihat kecenderungan anak muda sebagai pengguna *smartphone* merupakan peluang bagi perancangan kampanye ini dalam menyampaikan pesan dan motivasi dalam bentuk *audio visual; video* yang akan diunggah di media sosial karena aksesnya sangatlah mudah, salah satunya dengan mengemas *stimulus* berupa *role model* para pelaku industri kreatif dari berbagai bidang, yang mana bisa dipelajari segala proses dan kegiatan para pelaku industri kreatif dari mulai ide, perencanaan atau perancangan, konsep kreatif hingga produksi dan distribusinya. Hal itulah yang membuat para generasi muda di Indonesia khususnya di Yogyakarta memerlukan contoh atau *role model* tersebut supaya dapat memotivasi mereka untuk berpikiran kreatif dengan mengembangkan potensi dan bakatnya masing-masing. Berdasarkan Tinjauan Ekonomi & Keuangan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, kegiatan ekonomi yang potensial dikembangkan dimasa mendatang di DIY adalah dari sektor kerajinan yang mempunyai potensi ekonomi sebesar 1.222 milyar rupiah dan potensi ekonomi dibidang *fashion* sebesar 463 milyar rupiah (Kementerian Keuangan Republik Indonesia: Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, Tinjauan Ekonomi & Keuangan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 2012). Kedua potensi ekonomi ini perlu didorong oleh pemerintah daerah dengan berbagai upaya untuk menarik investor agar datang dan menanamkan investor disana (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, <http://www.djpk.depkeu.go.id/attachments/article/257/12.%20DI%20YOGYAKARTA.pdf>, diakses pada tanggal 15 Januari 2015, pukul 12:27 WIB). Berdasarkan data tersebut industri kreatif yang mengandung unsur perancangan, kerajinan dan desain sangat potensial dikembangkan dimasa mendatang. Sehingga perlu diupayakan agar para generasi muda termotivasi dan dapat mengasah bakat

serta potensi mereka menjadi lebih berguna, bernilai, dan menghasilkan sebuah produk barang atau jasa yang mengandung nilai estetis dan komersial. Secara psikologis dengan didukungnya teknologi yang semakin canggih membuat masyarakat cenderung ingin hasil yang cepat dan praktis tanpa ingin bersusah payah menjalani proses dalam menggapai sesuatu yang diinginkan. Ini merupakan salah satu bentuk penghambat pola pikir kreatif para generasi muda.

Oleh karena itu perancangan audio visual "*Passion & Create*" adalah salah satu upaya atau gerakan untuk menyuarakan, mendorong dan memotivasi para generasi muda agar lebih mengenal dan memahami kesuksesan para pelaku industri kreatif di Yogyakarta, sehingga mereka bisa menggali potensinya masing-masing. Setiap potensi pengembangan industri kreatif berbasis desain di Yogyakarta sangat besar dimasa mendatang, disisi lain angkatan kerja usia produktif akan terus bertambah dan lowongan pekerjaan yang terbatas, sehingga kedepannya diharapkan banyak bermunculan para wirausahawan muda disektor industri kreatif yang nantinya dapat menyediakan lapangan kerja dari sektor industri kreatif. Berdasarkan hal tersebut diatas, perlu dirancang suatu komunikasi visual yang tepat sehingga dapat menggantikan penjelasan yang kompleks menjadi suatu komunikasi visual yang sederhana dan dapat "berbicara" yang dirangkum menjadi sebuah kampanye. Demi menjamin keberhasilan suatu kampanye, selain sistematika yang kreatif, perancangan *brand activation* yang menarik dan provokatif sangat diperlukan karena hal tersebut bertanggung jawab mengajak *target audience* untuk bertindak sesuai tujuan daripada perancangan ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka munculah suatu masalah yang dirumuskan sebagai berikut, bagaimana merancang sebuah kampanye dengan bentuk utama *video* pendek yang disebar luaskan melalui media sosial, sebagai salah satu media untuk memotivasi generasi muda untuk berkarya di sektor industri kreatif di Yogyakarta.

D. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan sebuah audio visual ini adalah untuk membuah sebuah media kampanye sebagai upaya memotivasi para generasi mudadan menciptakan produk kreatif sendiri yang dapat dipasarkan serta merangsang tumbuhnya wirausahawan di Yogyakarta.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi generasi muda yang tertarik dengan dunia kreatif dan berwirausaha
 - a. Menjadikan media pengenalan industri kreatif berbasis desain di Yogyakarta
 - b. Menambah pengetahuan seputar industri kreatif dan produk apa saja yang memiliki potensi besar di dunia industri.
 - c. Merangsang jiwa berwirausaha di kalangan generasi muda, dengan berkarya membuat produk berdasarkan kegemaran masing-masing dan ketersediaan sumber material yang ada di Yogyakarta.
2. Bagi mahasiswa desain komunikasi visual
Menambah wawasan serta dapat memberikan informasi akan peluang produk atau jasa berbasis industri kreatif di Yogyakarta.

Pendekatan gaya visual yang digunakan untuk menarik perhatian generasi mudadiharapkan tidak hanya memberikan informasi seputar industri kreatif di Yogyakarta namun juga bisa merangsang *audience* untuk mewujudkan ide kreatif dan mengasah potensi mereka masing-masing di sektor industri kreatif.

F. Batasan dan Lingkup Perancangan

1. Merancang sebuah kampanye dengan karya utama audio visual berisi profil singkat serta testimonial para pelaku industri kreatif sebagai media

motivasi bagi generasi muda di Yogyakarta agar berkarya dan menjadi wirausahawan disektor industri kreatif.

2. Target audiens kampanye "*Passion & Create*" diidentifikasi melalui beberapa hal berikut:

a. Demografis

Segmentasi demografis pada perancangan ini adalah para usia produktif, dengan rentang umur 18 hingga 30 tahun dan minimal berpendidikan SMA.

b. Geografis

Secara umum targetnya adalah para generasi muda di Indonesia, khususnya Yogyakarta.

c. Psikografis

Psikografis sasaran dalam perancangan ini ialah mereka yang memiliki bakat, potensi, mandiri, kreatif dan jiwa wirausaha yang tinggi.

G. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu suatu metode yang meliputi:

1. Mewawancarai pelaku industri kreatif berbasis desain di Yogyakarta
2. Mencari sumber-sumber literatur yang berasal dari buku dan internet
3. Mengumpulkan dokumentasi berupa foto dan video yang berkaitan dengan kegiatan pelaku industri kreatif

H. Metode Perancangan

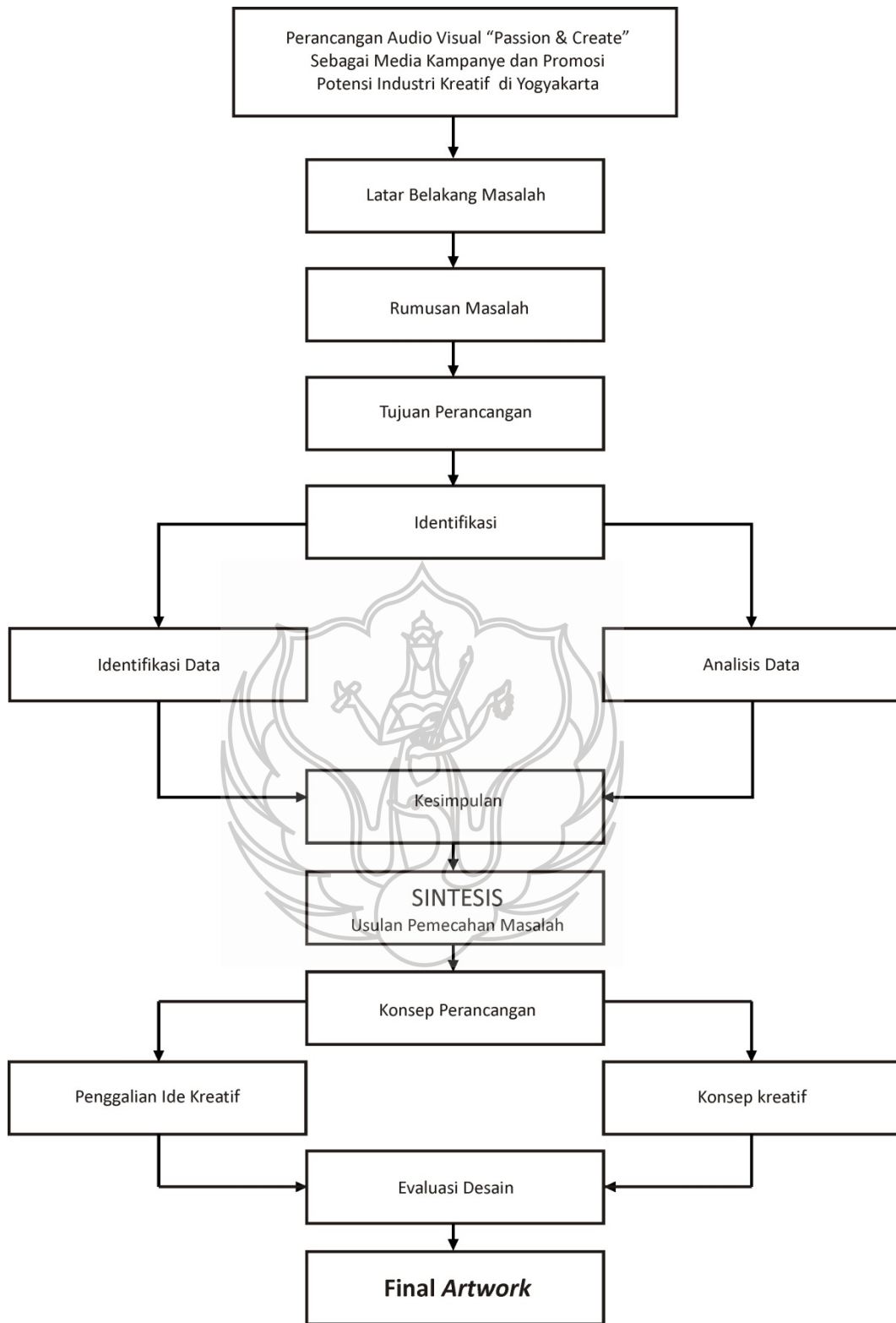
Melakukan pengumpulan data tentang aspek-aspek yang terkandung dalam garis besar perancangan secara umum. Dalam pengumpulan data ini

diharapkan dapat memberikan elemen-elemen dasar yang sesuai dengan konsep dan sesuai dengan topik perancangan.

I. Sistematika Perancangan

Langkah – langkah penelitian untuk perancangan, seperti yang terdapat pada *flow chart* di bawah ini :





Gambar 1. Diagram Skematika Perancangan