

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
SOSIALISASI *EVENT*
YOGYAKARTA GAMESAN FESTIVAL 2012**



TUGAS AKHIR DISAIN

Ungguh Tri Setiadi

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

2012

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
SOSIALISASI *EVENT*
YOGYAKARTA GAMELAN FESTIVAL 2012**



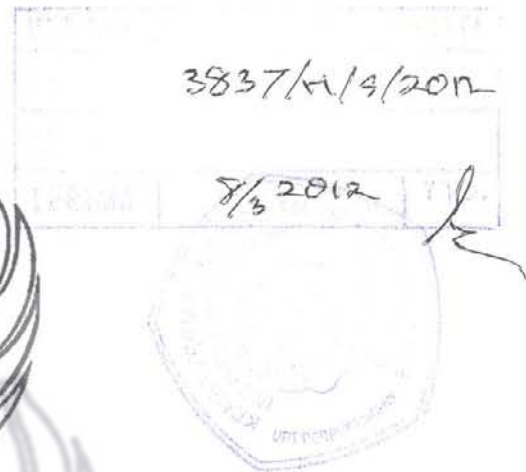
TUGAS AKHIR DISAIN

Ungguh Tri Setiadi

081 1823 024

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
SOSIALISASI *EVENT*
YOGYAKARTA GAMELAN FESTIVAL 2012



Ungguh Tri Setiadi
0811823024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Disain Komunikasi Visual
2012

Tugas Akhir Karya Disain berjudul:

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI *EVENT*
YOGYAKARTA GEMELAN FESTIVAL 2012**

Diajukan oleh Ungguh Tri Setiadi NIM 0811823024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 25 Februari 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I

Drs. Wibowo, M.Sn.

NIP. 19570318 19703 1 003

Pembimbing II

Endro Tri Susanto, S.Sn.

NIP. 19640921 199403 1 001

Cognate

Andy Haryanto, M.Sn.

NIP. 19801125 200812 1 003

Ketua Program Studi
Disain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Disain

Drs. Lasimaa, M.Sn.

NIP. 19570513 198803 1 001



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002



Untuk sejarah dan masa depan.....



.....Jangan yakini apa yang kau lihat, tapi lihatlah apa yang kau yakini
Muhammad Al Fatih

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT, atas Rahmat dan karunia-Nya yang diberikan, sehingga perancangan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Sosialisasi Event Yogyakarta Gamelan Festival 2012” dapat selesai dengan tidak ada halangan yang terlalu berarti. Perancangan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan sebagai Sarjana Seni bidang Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Pada perancangan ini, menjelaskan tentang bagaimana proses mensosialisasikan sebuah event budaya. Melalui proses yang tersistematis, terencana dan terintegrasi memadukan antara teori akademis dan penerapan kepraktisan dunia Desain Komunikasi Visual.

Yogyakarta Gamelan Festival merupakan event festival gamelan yang hanya diselenggarakan di Yogyakarta. Keunikan dari format acara, yang memadukan kesenian tradisional dan modern menjadi point tersendiri pada festival ini. Hal tersebut menjadi latar belakang untuk menciptakan sebuah media sosialisasi yang unik, berbeda dan sangat bernuansa modern. Hal ini berbeda dengan media sosialisasi yang pernah dibuat sebelumnya. Sehingga pada perancangan ini, juga menggunakan beberapa metode pendekatan baru, dan gaya visual yang lebih kekinian.

Tugas Akhir ini, juga merupakan representasi dari evaluasi selama menempuh pendidikan pada jurusan Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan mengambil judul perancangan event festival budaya, diharapkan mampu membantu menambah literature tentang proses perancangan kampanye event. Semoga segala kerja keras dan usaha yang dicurahkan untuk menyelesaikan karya Tugas Akhir ini, mampu memberi inspirasi dan manfaat bagi pihak yang membutuhkan dan berkepentingan dengan hal tersebut.

Penulis

Ungguh Tri Setiadi

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur dipersembahkan kepada Alloh SWT, karena barokah-Nya yang diberikan kepada keluarga, saudara serta teman teman, sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Meskipun dalam penyajiannya, saya masih banyak mengalami kekurangan, akan tetapi bantuan yang sangat berarti yang diberikan kepada saya, mampu menjadi mesiu yang meletup sebagai bahan bakar semangat dan terus lebih banyak belajar tentang ilmu pengetahuan dan arti persaudaraan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Wibowo., M.Sn, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn, selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas bimbingan yang diberikan, terimakasih atas pengetahuan-pengetahuan baru yang di *share* kepada saya sehingga pengerjaan Tugas Akhir ini selalu berada dalam koridor yang telah ditentukan.
2. Bapak Drs. Lasiman, M. Sn, selaku dosen wali dan Ketua Jurusan Program Studi Desain Komunikasi Visual
3. Bapak Drs. Hartono karnadi, M. Sn, selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Andi Haryanto, M.Sn selaku cognate sidang Tugas Akhir yang telah banyak memberikan masukan penting.
5. Bapak Sukardi, dan Ibunda Umiyati, B.A yang telah merawat serta mendidik sedari lahir hingga sekarang, yang tidak pernah bosan dan berhenti untuk selalu menyayangi saya. Terimakasih atas Doa dan restu yang diberikan.
6. Untuk kakak-kakak tercinta, Ika Sriwahyuningtyas dan Mas Be serta mbak Dyah Yuni Hastuti yang menjadi saudara, rekan dan penolong disaat tak terduga. Terimakasih atas semua dukungan dan semangat yang tiada henti diberikan kepada saya, sehingga pada akhirnya salah satu kewajiban besar ini mampu diselesaikan dengan baik.

7. Kepada Komunitas Gayam 16, yang telah menjadi “rekan kerja” dalam membantu saya menyelesaikan tugas Akhir Ini. Mbak Amie, Om Jijid dan Om joko, yang memberikan banyak pengetahuan, nasehat dan petuah sehingga Tugas akhir ini mampu diselesaikan dengan baik dan lancar.
8. Teman teman yang telah ikhlas meluangkan waktunya membantu proses tugas akhir, Wicaksono Aryo, Danu Soklat, Andin, Christian Chandra, Amadeus Rembrandt, Hanggara Surya, Heru Fajar Fitriana dan Japar.
9. Teman, sahabat seperjuangan, dan informan penting tentang banyak hal, Ageng Raditya, Agus Didit, Alienda Setya Ningsih, Arif Ginanjar Kurniawan, Ayib Makmun, Bramantya Adhi, Budi Saputra, Budi Bubee, Dheta Ethamaerd, Edi Jatmiko, Gandi Eka, Hanz Sinyelir, Mario Diaz, Pak Koskow, Rinarso Widhi, Riswanto, Sambudyo Yanuardi, Wima Parama Sutra, Wisnu Gendut, Wisnu Locker, Zefanya Langkan Maega. Serta pasukan kontrakan prawirotaman, Aditya Permana, Nara Hatma yudhi, Prima Ditya, dan Tito Akrap. *Suwun yok!*
10. Teman-teman Gamelan Lovers, Albertus Eko, Arya Damar, Agatha krisderi, Agatha Stevia, Hoho, Mas Luqman, Noviana Putri Respati, Ocha, Susilo, dan Via yang ikut bersama memperjuangkan kembali Gamelan menjadi nafas hidup, Semangat teman.
11. Teman-teman perjuangan TA (Inu, Regol, Oni restu, Rion, Erol, Tika dan dimas) dan teman-teman keluarga besar Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu, teman-teman Kotak Pensil, Asimetri, Sapulidi, Langit Biru, Nakula-Sadewa, Taling Tarung, yang telah memberikan banyak inspirasi.
12. Tetangga sebelah jurusan Citra Sandi Anastasya, Dedi Delon, Hendri Kasidi, Idham Muttaqien, Muhammad Gunawan, Stephani Santiani, Wahyu Waskito dan Widhi Amanuli.

13. Rekan-rekan Syafa'at Advertising, Omahloro Creative Branding, Teman –teman Insert Document Sollution, Studio Rekarupa, Saprul Kriya, Mbak Intan Nursari, Ipung Kurniawan, Setyo Harwanto, Artika Farmita, Agung Bias, Tjuk Hendarto, Anggreta Zanu, Teguh Rahardjo, Yosi Prastiwi, dan Smabapala.
14. Teman-teman dari Banjarnegara, Agus Sutrimo, Fora Ginanjar, Hendrik Kusnandar, Pria Perdana Kukuh Wijaya, dan Witriyadi, yang sering meluangkan waktu ngopi bersama disaat pulang kampung.
15. Yulia Fadhila, terimakasih telah menjadi teman yang selalu sabar memberi semangat, memotivasi, serta bersedia menjadi editor dadakan.
16. Teman-teman Turonggo Seto, Andre Terra, Mas Udin, Mas Yu, Obet, Rahmat, dan Wahyu Senandung Senja
17. Kepada semua pihak, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Kepada teman-teman yang belum disebutkan namanya, Alloh Maha Tahu, teman-teman begitu berjasa kepada saya. Dan kepada-Nya semua amal akan dikembalikan. Terimakasih.

Yogyakarta, 2 Januari 2012

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

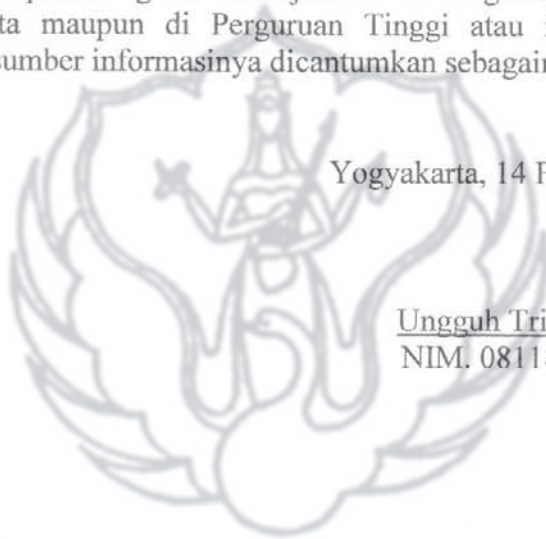
Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SOSIALISASI EVENT YOGYAKARTA GAMELAN FESTIVAL 2012

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Februari 2012

Ungguh Tri Setiadi
NIM. 0811823024



ABSTRAK

Ungguh Tri Setiadi

Perancangan Komunikasi Visual Sosialisasi Event Yogyakarta Gamelan Festival 2012

Sebagai warisan budaya, gamelan telah berperan besar dalam mencetak cerita sejarah serta membangun karakter seni budaya bangsa. Gamelan ketika berdiri sebagai sebuah hasil karya seni, mampu berbicara tentang ke-tradisionalanya, kelokalanya dan bisa bertutur sebagai hasil karya budaya seni yang adiluhung. Akan tetapi fenomena budaya era sekarang, atau yang lebih sering disebut sebagai zaman modern, telah menciptakan berbagai macam hasil karya seni dan budaya, terutama dalam ranah seni music yang begitu kreatif dan berfariasi serta mampu mengidentifikasikan sebuah zaman. Rock'n Roll, Punk, Keroncong, bahkan sampai Korean-Pop, mampu membawa peradaban budaya manusia pada suatu titik tertentu. Fenomena kesenian modern ini, mampu menggerus kebudayaan local. Bahkan gamelan, yang telah begitu mengakar kuat nilai serta karakternya pada kehidupan jawa, mampu tergeser oleh "asyiknya" kebudayaan modern.

Yogyakarta Gamelan Festival, sebagai event festival gamelan yang didalamnya syarat akan nilai-nilai pelestarian dan pengembangan seni gamelan, mencoba melakukan pendekatan lebih intensif kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Inovasi, keberanian bereksperimen dengan instrument music lain, serta penciptaan karya-karya baru membuat festival ini menjadi lebih berwarna, dan seharusnya bisa menjadi referensi seni budaya untuk generasi muda saat ini.

Akan tetapi, sebuah event tanpa dikemas dengan menarik, juga tentu akan terlihat membosankan. Oleh karena itu media sosialisasi yang mencoba ditawarkan kepada masyarakat, dibuat berbeda, lebih menarik dan sesuai dengan kondisi generasi muda saat ini. Karena generasi muda, sebagai wakil zaman, sebagai pengantar dan penentu berkembangnya budaya, berperan besar dalam ikut melestarikan hasil budaya tradisonal. Selain itu juga hal tersebut untuk menampik kesan bahwa festival gamelan, hanya untuk para generasi tua dan penikmat serta pengamat seni budaya saja. Strategi komunikasi yang terintegrasi, publikasi dan promosi yang berkesinambungan, tampilan media yang menarik dan inovatif, menjadi senjata dalam berkampanye menyebarkan pesan budaya gamelan. Yogyakarta Gamelan Festival dengan media sosialisasinya, mencoba mendekatkan masyarakat dengan gamelan, mencoba menunjukkan kepada masyarakat bahwa seni ini, mampu menjadi lebih dinamis dan universal.

Keyword : Festival, Gamelan, Sosialisasi

DAFTAR ISI

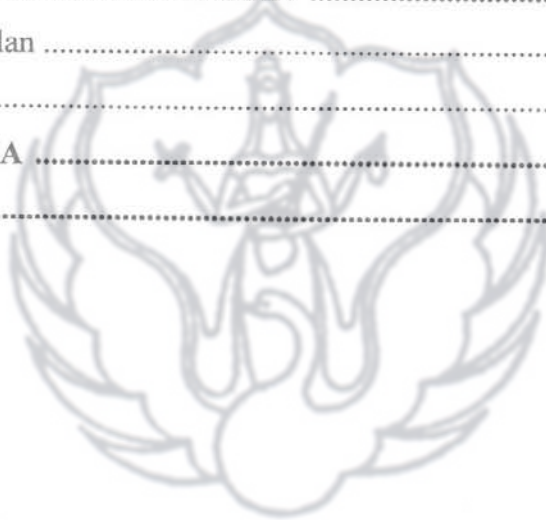
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN & MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Batasan Masalah	3
E. Manfaat Perancangan	4
1. Bagi Mahasiswa	4
2. Bagi Institusi Pendidikan	4
3. Bagi Masyarakat Umum	4
F. Metode Perancangan	5
G. Sistematika Perancangan	6
H. Skematika Perancangan	9
BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	10
A. Identifikasi	10
1. Sejarah Gamelan di Indonesia	10
2. Perkembangan Seni Pertunjukan di Indonesia	13
a. Seni Pertunjukan Sebagai Sarana Ritual	14
b. Seni Pertunjukan Sebagai Hiburan Pribadi	14

c. Seni Pertunjukan Sebagai Presntasi Estetis	15
3. Sejarah Event	17
4. Data Lembaga	25
a. Visi Lembaga	25
b. Misi Lembaga	25
c. SDM	25
d. Logo Event	26
5. Kompetitor	26
6. Teori Media	27
a. Sosialisasi	30
b. Promosi (Periklanan)	30
c. Publikasi	34
B. Analisis Data	54
1. Analisis Permasalahan	54
2. Kesimpulan Analisis Data	57
3. Target <i>Audience</i>	58
a. Analisis Target Audience	59
1). Personifikasi Target <i>Audience</i>	59
2). Subyek Target <i>Audience</i> 1	60
3). Subyek Target <i>Audience</i> 21	63
b. Consumer journey	65
c. Consumer Insight	71
4. Sintesis	72
BAB III. KONSEP MEDIA DAN KONSEP KREATIF	76
A. Konsep Media	76
1. Tujuan Media	77
2. Jangkauan	78
3. Frekuensi	78
4. Kesenambungan	79
5. Strategi Media	79
a. Media utama	82

b. Media Pendukung	89
B. Konsep Kreatif	90
1. <i>Big Idea</i> (Tema Utama)	91
2. Pendukung Tema Perancangan	92
3. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal	93
4. Pemilihan Bentuk Pesan Visual	93
a. Ilustrasi Gaya Desain	95
b. Warna	103
c. Tipografi	105
5. Program Penulisan Teks	107
a. Poster	107
b. Cetak Ad	108
1). Iklan Majalah	108
2). Iklan Surat Kabar	108
c. Billboard	108
d. Baliho	109
e. Virtual Marketing	109
1). <i>Website</i>	109
2). <i>Twitter</i>	109
3). <i>Facebook</i>	109
f. <i>Unconventional Media</i>	109
g. Mural	110
f. <i>Wheat Paste</i>	110
C. Program Media	117
D. Jadwal Pelaksanaan Media	117
E. Biaya Media	119
F. Biaya Kreatif	128
BAB IV. VISUALISASI	129
A. Re-Desain Logo Kampanye	129
1. Data Visual	129
2. Studi Visual	130

3.	Digitalisasi Visual	131
4.	Studi Tipografi	132
5.	Digitalisasi Tipografi	133
6.	layout Ide	134
7.	Alternatif Logo	135
8.	Evaluasi	136
9.	Final re-Desain Logo	137
B.	Poster dan Iklan Cetak	138
1.	Data Visual target Audience	138
2.	Komprehensif Layout 1	139
3.	Komprehensif Layout 2.....	140
4.	Komprehensif Layout 3.....	141
5.	Komprehensif Layout 4.....	142
6.	Poster 1.....	143
7.	Poster 2	144
8.	Poster 3	145
9.	Poster 4.....	146
10.	Iklan Majalah	147
a.	Iklan Majalah MyMagz	147
b.	Iklan Majalah Kabare	148
11.	Iklan Surat Kabar	149
C.	Virtual Marketing	150
1.	<i>Website</i>	150
2.	<i>Pop-Up</i>	151
3.	<i>Facebook & Twitter</i>	153
D.	<i>Billboard</i>	154
E.	<i>Baliho</i>	155
1.	Versi 1 & 2	155
2.	Versi 3 & 4	156
F.	Patung Display (<i>Photo booth</i>)	158
G.	Gong Display	161

H. Flyer	163
I. Wheat Paste	167
J. Mural	172
K. Katalog	174
L. Marchandise	176
1. <i>T-Shirt</i>	176
2. <i>Sticker</i>	177
3. Mug	178
4. Pin	179
5. Gantungan Kunci	180
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	181
A. Kesimpulan	181
B. Saran	182
DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN	185



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema sistematika perancangan.....	9
Gambar 2. Foto Dokumentasi dalam pagelaran YGF	19
Gambar 3. Foto Dokumentasi dalam pagelaran YGF	20
Gambar 4. Foto Dokumentasi dalam pagelaran YGF	21
Gambar 5. Poster publikasi YGF 2008.....	22
Gambar 6. Poster publikasi YGF 2009.....	23
Gambar 7. Poster publikasi YGF 2011.....	24
Gambar 8. Logo <i>Event</i> Yogyakarta Gamelan Festival	26
Gambar 9. <i>The Process of printing.</i> (Buku yang membahas proses cetak dan seluk beluknya)	36
Gambar 10. <i>A to Z London.</i> Buku berisi peta kota london yang lengkap. Dipublikasikan secara independen oleh sebuah perusahaan swasta pada tahun 1936	36
Gambar 11. Desain <i>Cover Jurnal of Civilization "Harper Weekly 1866.</i> ...	37
Gambar 12. <i>Flyer festival film cornoval.</i>	44
Gambar 13. SIEM. Poster <i>Event Solo International Contemporary Ethnic Music.</i>	45
Gambar 14. Kethoprak bumi <i>perdikan.</i> Poster pertunjukan ketoprak.	46
Gambar 15. Poster sebuah pertunjukan musik di Meksiko.	96
Gambar 16. <i>Cover Album Musik Orchestra Corelli Machine.</i>	96
Gambar 17. Poster sebuah pertunjukan musik di Denmark.	97
Gambar 18. Desain Album Band Keane, <i>Under The Iron Sea.</i>	97
Gambar 19. Digital ilustrasi untuk album musik fisto	99
Gambar 20. Digital ilustrasi untuk album musik fisto	100
Gambar 21. Iklan Televisi <i>Take Care Clinic</i>	101
Gambar 22. Iklan Televisi untuk supermarket , <i>Target General Retailing</i> ..	102
Gambar 23. Alternatif warna yang digunakan dalam perancangan.....	104
Gambar 24. Kombinasi warna komplemen terhadap beberapa warna lain ..	105

Gambar 25. Jenis Huruf yang digunakan dalam penggunaan <i>Tagline</i>	106
Gambar 26. Huruf yang digunakan untuk <i>bodycopy</i> dan <i>content</i> lainnya.....	107
Gambar 27. Data Visual gamelan.....	129
Gambar 28. Studi Visual.....	130
Gambar 29. Digitalisasi Visual.....	131
Gambar 30. Sketsa <i>Logotype</i>	132
Gambar 31. Digitalisasi Karakter Tipografi	133
Gambar 32. Sketsa <i>Layout</i> Ide.....	134
Gambar 33. Alternatif Logo.	135
Gambar 34. Evaluasi Logo Redesain Logo Kampanye.....	136
Gambar 35. Final Desain Logo.....	137
Gambar 36. Data Visual <i>Target Audience</i>	138
Gambar 37. Alternatif <i>Layout</i>	139
Gambar 38. Alternatif <i>Layout</i>	140
Gambar 39. Alternatif <i>Layout</i>	141
Gambar 40. Alternatif <i>Layout</i>	142
Gambar 41. Desain Poster 1.	143
Gambar 42. Desain Poster 2.....	144
Gambar 43. Desain Poster 3.....	145
Gambar 44. Desain Poster 4	146
Gambar 45. Desain Iklan Majalah <i>MyMagz</i>	147
Gambar 46. Desain Iklan Majalah Kabare Jogja	148
Gambar 47. Desain Iklan Surat Kabar	149
Gambar 48. Desain Iklan Surat Kabar	149
Gambar 49. Desain <i>Web Site</i>	150
Gambar 50. <i>Preview Web Site</i>	150
Gambar 51. Desain <i>Pop Up</i>	151
Gambar 52. Desain <i>Pop Up</i>	151
Gambar 53. <i>Preview</i> Desain <i>Pop Up</i>	152
Gambar 54. <i>Preview</i> Desain <i>Pop Up</i>	152
Gambar 55. <i>Facebook & Twitter</i>	153

Gambar 56. <i>Facebook & Twitter</i>	153
Gambar 57. <i>Desain Billboard</i>	154
Gambar 58. <i>Desain Billboard</i>	154
Gambar 59. <i>Desain Baliho</i>	155
Gambar 60. <i>Desain Baliho</i>	155
Gambar 61. <i>Desain Baliho</i>	156
Gambar 62. <i>Desain Baliho</i>	156
Gambar 63. <i>Preview Desain Billboard& Baliho</i>	157
Gambar 64. <i>Preview Desain Billboard& Baliho</i>	157
Gambar 65. <i>Desain Patung Display</i>	158
Gambar 66. <i>Desain Patung Display</i>	158
Gambar 67. <i>Desain Patung Display</i>	159
Gambar 68. <i>Preview Patung Display</i>	159
Gambar 69. <i>Preview Patung Display</i>	160
Gambar 70. <i>Preview Patung Display</i>	160
Gambar 71. <i>Gong Display</i>	161
Gambar 72. <i>Preview Gong Display</i>	162
Gambar 73. <i>Preview Gong Display</i>	162
Gambar 74. <i>Desain Flyer 1</i>	163
Gambar 75. <i>Desain Flyer 2</i>	164
Gambar 76. <i>Desain Flyer 3</i>	165
Gambar 77. <i>Desain Flyer 4</i>	166
Gambar 78. <i>Desain Wheat paste 1</i>	167
Gambar 79. <i>Desain Wheat paste 2</i>	168
Gambar 80. <i>Desain Wheat paste 3</i>	169
Gambar 81. <i>Desain Wheat paste 4</i>	170
Gambar 82. <i>Preview Desain Wheat paste 4</i>	171
Gambar 83. <i>Desain Mural</i>	172
Gambar 84. <i>Preview Desain Mural</i>	173
Gambar 85. <i>Desain Katalog Event</i>	174
Gambar 86. <i>Desain Katalog Event</i>	174

Gambar 87. <i>Preview</i> Desain Katalog <i>Event</i>	175
Gambar 88. <i>Preview</i> Desain Katalog <i>Event</i>	175
Gambar 89. Desain <i>T-shirt</i>	176
Gambar 90. Desain <i>T-shirt</i>	176
Gambar 91. Desain Stiker.....	177
Gambar 92. Desain Stiker.....	177
Gambar 93. Desain Mug.....	178
Gambar 94. <i>Preview</i> Mug.....	178
Gambar 95. Desain Pin.....	179
Gambar 96. Desain Gantungan Kunci.....	180
Gambar 97. <i>Preview</i> Gantungan Kunci	180
Gambar 98. Suasana pameran tugas Akhir.....	184
Gambar 99. Suasana pameran tugas Akhir.....	184
Gambar 100 Sesaat setelah sidang Tugas Akhir.....	185
Gambar 101 Peserta sidang Tugas Akhir hari terakhir.....	185
Gambar 102. Desain Katalog Pameran.....	186

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel <i>Timeline</i> Program media.....	53
Tabel 2.2. Tabel Analisis <i>Consumer Journey</i> 1	69
Tabel 2.3. Tabel Analisis <i>Consumer Journey</i> 2.....	71
Tabel 3.1. Teknik komunikasi dan medianya	80
Tabel 3.2. Jadwal Pelaksanaan Media	118
Tabel 3.3. Tabel Biaya Media.....	128

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta sebagai kota seni, mempunyai bermacam-macam agenda festival seni setiap tahunnya. Salah satunya adalah Yogyakarta Gamelan Festival atau biasa disebut YGF. YGF adalah satu dari beberapa event rutin yang diselenggarakan di kota Yogyakarta. Event ini merupakan sebuah ajang pagelaran gamelan berskala internasional, yang mengundang banyak seniman lokal maupun mancanegara yang memamerkan kreatifitas mereka dalam bermusik dengan gamelan. Dalam YGF, yang ditampilkan tidak hanya unsur tradisionalitas dan orisinalitas musik gamelan saja, namun justru bentuk dinamisasi dan budaya kontemporer-lah yang begitu kental mendominasi permainan music pada festival ini. Oleh karena itu, kemasam festival seperti ini hanya ada pada YGF dan hanya ada di Yogyakarta. Di kota lain seperti Solo, juga mempunyai event besar yang sama, namun tidak se-spesifik hanya pada gamelan dan musik kontemporer. Bisa dikatakan bahwa YGF mempunyai eksklusifitas dalam pengemasan dan penampilan musiknya, berbeda dengan event-event lain.

Yogyakarta Gamelan Festival juga mempunyai pengaruh pada seni dan budaya serta pariwisata Yogyakarta. YGF yang terkenal sampai mancanegara, merupakan peluang besar untuk mendatangkan wisatawan domestik maupun asing. Keunikan musik gamelan yang telah tergarap menjadi lebih modern merupakan hal yang tentunya sangat menarik untuk disaksikan. Festival ini sangat berpotensi untuk menambah pendapatan wisata daerah dan meningkatkan pengetahuan tentang musik gamelan baik untuk masyarakat umum maupun seniman. Karena selain dari wisata alamnya, Yogyakarta juga mempunyai kekuatan yang cukup besar dalam bidang pariwisata seni dan budaya.

Event ini juga menjadi media belajar serta berapresiasi mahasiswa serta aktifis seni musik. Perkenalan dengan kesenian asing, atau dari daerah lain di Indonesia semakin menambah wacana sarat informasi baru tentang dunia kesenian.

Antusiasme masyarakat yang semakin tinggi dengan budaya lokal kontemporer setiap tahunnya dan semakin bervariasi tingkat kreatifitas seniman yang ikut dalam YGF ini, merupakan kesempatan emas untuk menjadikan YGF sebagai sebuah *hajatan* yang mampu merekam perjalanan kreatifitas musik gamelan dan event potensial untuk memperkenalkan budaya bangsa dan bentuk eksistensi-nya.

Akan tetapi, selama ini event sekelas YGF sosialisasinya belum tergarap dengan baik. Perancangan desain yang biasa-biasa saja, kurang menarik dan terkesan asal-asalan menjadikan event ini kurang banyak diketahui oleh masyarakat luas, meskipun event ini sudah diselenggarakan sejak tahun 1995. Event yang digagas oleh Alm. Spto Rahardjo ini merupakan event gamelan pertama yang menggunakan format festival. Tujuan diselenggarakan event ini adalah mengapresiasi seniman gamelan dan pecinta seni gamelan untuk berkumpul, bertukar pikiran dan mengapresiasi perkembangan musik gamelan dalam bentuk pertunjukan gamelan. Dari event ini, akhirnya munculah komunitas Gayam 16, yang pada tahun-tahun selanjutnya menjadi komunitas yang menangani penyelenggaraan event YGF. Perancangan komunikasi visual yang tidak dibuat secara terstruktur, dari desain hingga media sosialisasinya, menjadikan event ini belum banyak diketahui masyarakat. Sehingga yang muncul adalah anggapan bahwa event ini tertutup hanya untuk seniman professional dalam bidang mereka, para ahli dan mahasiswa yang menggeluti bidang musik gamelan saja. Yang terjadi adalah banyak muncul tanggapan eksklusifitas pada event, bukan pada hasil karya seni yang ditampilkan.

Komunitas Gayam 16 sebagai penyelenggara event, merupakan institusi yang mempunyai peran penting dalam menentukan perkembangan event YGF itu sendiri. Oleh karena itu, pada YGF selanjutnya, perlu dirancang sistem sosialisasi yang terencana dengan baik serta menarik, agar event ini mampu menjadi ikon budaya serta mendatangkan *income* dibidang pariwisata. Mengapresiasi seniman yang berkarya pada festival ini, serta diapresiasi masyarakat luas sebagai bentuk perkembangan positif budaya musik nusantara.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

Bagaimana merancang media sosialisasi yang terintegrasi agar masyarakat mengetahui bahwa event Yogyakarta Gamelan Festival layak disaksikan ?

C. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan Yogyakarta Gamelan Festival kepada masyarakat luas, agar event ini diketahui dan dikenal oleh masyarakat, baik dalam negeri maupun mancanegara. Perancangan dibuat semenarik mungkin serta lebih atraktif dari pada sebelumnya. Media yang dirancang nantinya juga menjadi perwakilan pencitraan dari dinamisasi kesenian gamelan yang semakin berkembang dan bertambah modern. Sehingga masyarakat akan semakin tertarik untuk mengetahui serta mempelajari lebih jauh tentang musik gamelan.

D. Batasan Masalah

Perancangan ini dilakukan pada media sosialisasi event. Yaitu promosi publikasi Yogyakarta Gamelan Festival. Media yang digunakan juga digunakan sebagai media promosi serta branding, mengenalkan serta melakukan positioning YGF dimata dunia.

Perancangan ini juga dikhususkan untuk generasi muda sebagai *target audience*-nya. Karena diharapkan dengan apresiasi yang bagus terhadap kebudayaan lokal, semangat untuk lebih mencintai serta mengembangkan budaya lokal akan lebih besar.

E. Manfaat Perancangan

Dalam perancangan event Yogya Gamelan Festival ini Ada beberapa manfaat yang dapat diambil, yaitu :

1. Untuk Mahasiswa / Perancang

- a. Proses perancangan ini merupakan bentuk pengaplikasian teori ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang didapat selama menuntut ilmu pada Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- b. Mahasiswa juga akan mempelajari lebih dalam mengenai bentuk perancangan yang tersistem dan berskala besar, meskipun pada dasarnya hal ini adalah proses pada tugas akhir, bukan penggarapan event sebenarnya.

2. Untuk Institusi Pendidikan

- a. Melalui perancangan ini, juga akan diketahui hasil dari kegiatan belajar selama menempuh pendidikan DKV, karena pada perancangan ini akan terlihat seperti apa proses penciptaan dari awal hingga output medianya mampu menjadi *problem solving* untuk studi kasus proyek perancangan promosi event.
- b. Menambah *literature* Tugas Akhir, khususnya pada publikasi untuk jenis event.

3. Masyarakat Umum

- a. Dengan adanya perancangan ini, media yang nantinya menjadi *output* bisa lebih mengenalkan Yogyakarta Gamelan Festival sebagai event yang layak ditonton oleh masyarakat luas.
- b. Hasil dari perancangan ini juga diharapkan mampu menjadi pengantar pesan untuk seniman-seniman diseluruh dunia bahwa ada festival gamelan yang patut untuk diapresiasi, sehingga YGFpun mampu menjadi event silaturahmi bagi seniman-seniman yang terkait dengan music dan gamelan.
- c. Media dalam perancangan ini juga menjadi sebuah *reminder* tentang berkembangnya budaya lokal.

F. Metode Perancangan

1. Data Awal (yang di butuhkan)

Pada perancangan ini, data awal yang dibuthkan berupa sejarah dari event YGF, latar belakang diselenggarakannya, dan profil komunitas yang menjadi motor penggerak event tersebut. Data yang dibutuhkan berupa data verbal maupun visual. Wawancara dengan pihak terkait juga dilakukan untuk semakin menambah informasi yang dibutuhkan.

2. Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam perancangan ini didapat melalui wawancara dengan pelaksana kegiatan Yogyakarta Gamelan Festival, instansi yang melindungi atau menyelenggarakannya, artikel, media-media sosialisasi yang telah digunakan pada tahun-tahun sebelumnya, buku, serta data tulis pada internet.

3. Instrumen / Alat

Pada pelaksanaan pengumpulan data digunakan alat tulis sebagai media wawancara, alat perekam, computer yang digunakan untuk mendigitalkan data-data yang bersifat verbal maupun saduran data viral, serta kamera sebagai bukti publikasi visual.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis dilakukan dengan menganalisis data yang terkumpul mengenai Yogyakarta Gamelan Festival, perjalanan eventnya dari pertama diadakan sampai saat ini, serta hasil apa yang diperoleh dari event tersebut. Baik berupa fisik maupun psikologis. Serta membandingkan dengan event lain yang hampir sejenis. Analisis data ini dilakukan melalui metode SWOT (*Strength-Weakness- Opportunities-Threatness*). Metode tersebut digunakan untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan yang dimiliki Yogya Gamelan Festival.

Ada beberapa event serupa YGF yang diadakan rutin setiap tahunnya. Yaitu SIEM Festival (*Solo International Etchnic Music Festival*), event ini diselenggarakan di kota Solo.

G. Sistematika Perancangan

I. PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Perancangan
- D. Batasan Masalah
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metode Perancangan
- G. Sistematika Perancangan

II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. Identifikasi

- 1. Sejarah Gamelan di Indonesia
- 2. Perkembangan Seni Pertunjukan di Indonesia
- 3. Sejarah Event
- 4. Data Lembaga
- 5. Kompetitor
- 6. Teori Media

B. Analisis

- 1. Analisis Permasalahan
- 2. Kesimpulan Analisis Data
- 3. Target Audience
- 4. Sintesis

III. KONSEP MEDIA DAN KONSEP KREATIF

A. 1. Konsep Media

- a. Tujuan Media
 - b. Jangkauan
 - c. Frekuensi
 - d. Kesenambungan
2. Strategi Media

- a. Media Utama
- b. Media Pendukung
- B. Konsep Kreatif
 - 1. Big Idea (Tema Utama)
 - 2. Pendukung Tema Perancangan
 - 3. Program Penulisan Teks
- C. Program Media
- D. Jadwal Pelaksanaan Media
- E. Biaya Media
- F. Biaya Kreatif

IV. VISUALISASI

- A. Logo Kampanye
 - 1. Data Visual
 - 2. Studi Visual
 - 3. Layout Ide
 - 4. Digitalisasi Visual
 - 5. Sintesis
 - 6. Evaluasi
- B. Poster dan Iklan Cetak
 - 1. Data Visual
 - 2. Layout Ide
 - 3. Komprehensif Layout
 - 4. Poster Teaser
 - 5. Poster Utama
 - 6. Iklan Majalah
 - 7. Iklan Surat Kabar



8. Virtual Marketing

- a. Website
- b. Facebook
- c. Twitter
- d. Pop-Up

9. Billboard

10. Baliho

11. Photobooth

12. Gong Display

13. Mural

14. Wheat Paste

15. Flyer

16. Merchandise

- a. Gantungan Kunci
- b. Mug
- c. Pin
- d. Stiker
- e. T-Shirt



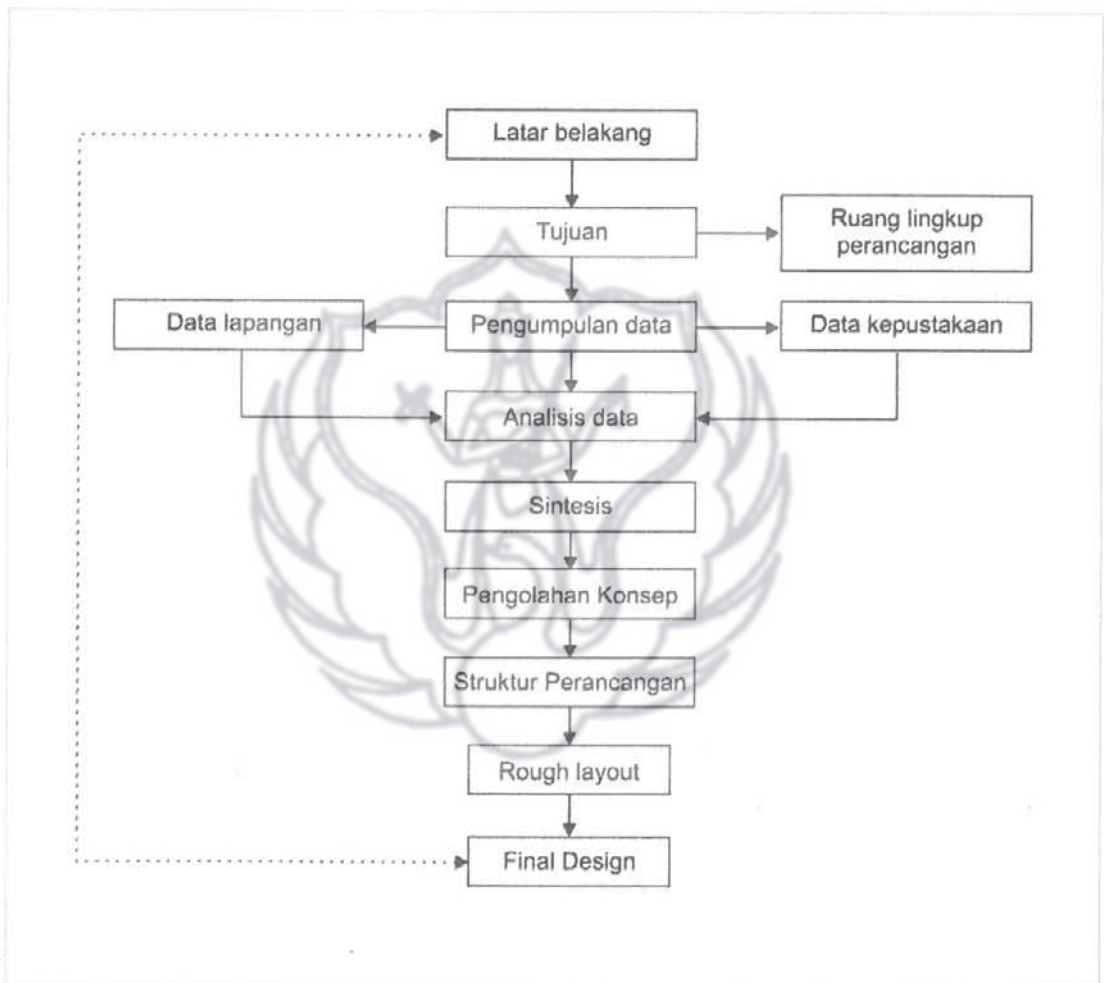
V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

B. Saran

H. Skematika Perancangan

SKEMA SISTEMATIKA PERANCANGAN SOSIALISASI EVENT YOGYAKARTA GAMELAN FESTIVAL 2012



Gambar 1: Skema Sistematika perancangan

(sumber : Ungguh Tri Setiadi)