

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT***  
***“KUSTOMFEST 2013”* DI YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

**Musthofa Nur Wardoyo**

**NIM. 081 1685 024**

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN DISAIN**

**FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2013/2014**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT***  
**“KUSTOMFEST 2013” DI YOGYAKARTA**



DPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	1.340/H/c/2014
KLAS	
TERIMA	24 Jan 2014
	TID H

**KARYA DESAIN**

**Musthofa Nur Wardoyo**

**NIM. 081 1685 024**



**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**JURUSAN DISAIN**  
**FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**2013/2014**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT***  
**“*KUSTOMFEST 2013*” DI YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

**Musthofa Nur Wardoyo**

**NIM. 081 1685 024**

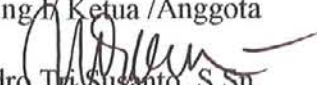
**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Rupa Indonesia Yogyakarta  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana S-1 dalam bidang  
Disain Komunikasi Visual  
2013/2014**

Tugas Akhir Disain berjudul:

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI EVENT “KUSTOMFEST 2013” DI YOGYAKARTA**

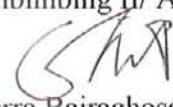
Diajukan oleh Musthofa Nur Wardoyo, NIM 081 1685 024, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 18 November 2013.

Pembimbing I/ Ketua /Anggota

  
Endro Tri Susanto, S.Sn.

NIP 19640921.199403.1.001

Pembimbing II/ Anggota

  
Terra Bajraghosa, S.Sn.

NIP 19810412.200604.1.004

Cognate/ Anggota

  
Drs. Wibowo, M.S.n

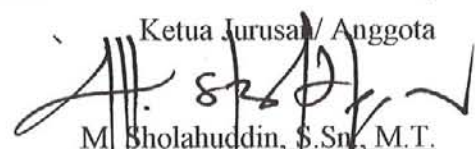
NIP 19570318.198703.1002

Kaprodi DKV/ Anggota

  
Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP 19650209.199512.1.001

Ketua Jurusan/ Anggota

  
M. Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP 19640921.199403.100.1

Mengetahui  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

  
Dr. Suatwi, M.Des.  
NIP 1959082.198803.



*Terimakasih kepada Bapak dan Ibu tercinta,  
semua ini aku persembahkan untukmu ....*



*Percayalah ....  
Apapun yang kamu kerjakan dengan penuh sabar, ikhlas dan disiplin,  
semuanya tidak akan menjadi hal yang sia-sia.*

*“Musthofa Nur Wardoyo”*

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT* “*KUSTOMFEST 2013*” DI YOGYAKARTA**

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 publikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan, kecuali pada bagian sumber informasinya yang dicantumkan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 18 November 2013

Musthofa Nur Wardoyo

NIM 081 1685 024

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas Rahmat dan Karunia-Nya yang berlimpah, dan Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi Wa Sallam atas ajarannya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tanpa ada halangan yang begitu berat.

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi pada jenjang Starta Satu (S-1). Karya yang dihasilkan oleh penulis adalah Perancangan Media Promosi *Event "KUSTOMFEST 2013"* Di Yogyakarta.

*Event KUSTOMFEST* merupakan salah satu *event* budaya *kustom* yang menampilkan karya *kustom* terbaik diseluruh Indonesia dan yang dikemas dengan format festival. Tujuan diadakan *event* ini antara lain sebagai wadah kegiatan yang mempertemukan pelaku industri, penggemar dan komunitas *kustom* dari seluruh Indonesia.

Agar tujuan acara ini bisa dapat tercapai dengan sempurna, peran Disain Komunikasi Visual sangat diperlukan, dalam mempromosikan dengan menggunakan media yang dipilih kepada *target audience*. Semoga dengan diciptakan perancangan ini dapat membangun *awareness* masyarakat akan acara ini, dan membantu menjadi sebuah wadah komunitas.

Yogyakarta, 18 November 2013

Musthofa Nur Wardoyo

## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah Tugas Akhir Perancangan ini dapat terwujud berkat peran serta dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu dari kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas kasih sayang dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan lancar. Amin.
2. Kedua orang tua, Bapak Agus Anwar dan Ibu Nursanah dan Adik Rima Nur Agus Tina, terimakasih atas dukungannya yang tidak terhingga, sehingga penulis bisa mewujudkan mimpi dan harapan menjadi Sarjana yang berguna bagi bangsa dan Negara.
3. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Ibu Dr. Suastiwi, M.Des.
4. Ketua Jurusan Disan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, bapak M. Solahuddin, S.Sn., M.T.
5. Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
6. Dosen Pembimbing I, bapak Endro Tri Susanto, S.Sn., atas bimbingan, saran dan ide-ide segar selama proses penyelesaian Tugas Akhir.
7. Dosen Pembimbing II, bapak Terra Bajraghosa, S.Sn., atas bimbingan, ide-ide segar dan masukan beberapa refrensi tentang gaya desain *rockabilly* selama proses penyelesaian Tugas Akhir.
8. Bapak Drs. Wibowo M.Sn., selaku Cognate yang telah memberikan banyak masukan penting selama sidang.
9. Bapak P. Gogor Bangsa, M.Sn., selaku koordinator Tugas Akhir yang selalu memberikan informasi penting melalui media dunia maya maupun secara langsung.
10. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn., selaku dosen wali.
11. Bapak FX. Widyatmoko, M.Sn., terima kasih atas bimbingannya dan pinjaman bukunya.



12. Segenap Dosen di program Studi Disan Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, terima kasih banyak ilmu dan pengalaman yang diberikan selama kuliah.
13. Segenap Karyawan di program Studi Disan Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, terima kasih banyak atas bantuannya selama ini.
14. Terima kasih kepada mas Lulut Wahyudi ketua umum *KUSTOMFEST* yang telah memberikan izin *event*-nya untuk dijadikan bahan belajar perancangan Tugas Akhir, dan terima kasih juga mas Aan Fikriyan yang telah menyempatkan luang waktunya untuk bisa diwawancarai. Dan untuk semua Tim yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga *event KUSTOMFEST* sukses selalu!
15. Kepada keluarga besar PT Benteng Pustaka yang memberikan tempat Kerja Profesi (KP) sampai menjadi karyawan, dan memberikan kesempatan untuk bekerja sambil Skripsi. Terima kasih banyak kepada mas Salam selaku *CEO*, mas Imam, mbak Diah, mbak Avi, mas Edwi, mas Fahmi, mas Satrio, mas Marta, terimakasih untuk semua yang tidak bisa penulis disebutkan satu persatu.
16. Terima kasih kepada mbak Dia Mawesti yang telah mengajarku menulis yang baik dan benar dan Shofi Awanis yang rela kartu perpusnya untuk meminjam buku refrensi buat penulis.
17. Teman-teman DKV 2008 “Langit Biru”, Ari, Aan dan Mas Soni yang ikut membantu display, Adit meminjamkan piguranya, Wiko meminjamkan beberapa refrensi bukunya, Gatra yang ikut membantu mengangkut-angkut barang display, para pejuang TA tengah semester Budi, Dipo, Deni, Vian, Rizki Nanda, Endi, Ebi, Risna, Anita. Dan sahabat yang selalu ikut mendukung Rato, Danu, Galuh, Vici, Panji, Nanda, Rembrant, Mario dan semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu, Terimakasih atas pertemananya dan pengalamannya.
18. Terima kasih banyak untuk Aryka Setyawati yang selalu setia memberikan semangat dan dukungannya yang tidak henti-henti.

19. Terima kasih juga buat Dewantaka Aji dan studio sablonnya “Kelir”, yang telah membantu di produksi.
20. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, hingga terselesaikan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang lebih baik. Amin.

Pada akhirnya penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa didalam mengerjakan Tugas Akhir masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan semangat berkreatifitas, menambah wawasan, ilmu dan pola pikir untuk modal dimasa akan datang.

Semoga tulisan ini bermanfaat bagi semuanya. Terimakasih.



Yogyakarta, 18 November 2013

Musthofa Nur Wardoyo

## ABSTRAK

Perancangan Media Promosi *Event "KUSTOMFEST 2013"* Di Yogyakarta

Musthofa Nur Wardoyo

NIM 081 1685 024

*KUSTOMFEST* adalah festival budaya *kustom* yang menampilkan karya *kustom* terbaik dari seluruh Indonesia. *KUSTOMFEST* kepanjangan dari kata *Kustom* dan *Festival*. *Kustom* adalah sebuah proses yang lahir dari ide-ide dan imajinasi yang dituangkan dalam sebuah karya, sehingga melahirkan betuk baru, fungsi dan *trend* yang mendasar. Bagaimana merancang bentuk komunikasi visual untuk mempromosikan *event KUSTOMFEST* di Yogyakarta? Dan bagaimana merancang sebuah media promosi yang kreatif, tepat dan efektif untuk menjangkau *target audience*? Merancang media promosi yang dikemas secara menarik agar *target audience* tertarik mengikuti acara ini, dan perancangan ini bertujuan menciptakan sebuah media desain komunikasi visual untuk mengomunikasikan *event KUSTOMFEST* kepada *target audience*, Karen masih banyak masyarakat awam yang belum mengetahui sepenuhnya tentang *KUSTOMFEST*.

Proses perancangan media promosi *event KUSTOMFEST 2013* ini akan memakai sistem *branding*, sistem tersebut akan menciptakan sebuah ingatan yang akan mudah dikenali bila acara ini akan diselenggarakan. Warna yang akan digunakan dalam *branding* ini menggunakan warna oranye, merah, dan kuning, tetapi masih akan memakai dominan warna oranye. Warna oranye dipilih, oranye warna yang membawa semangat kebaruaran, warna semangat yang dimiliki oleh generasi muda yang memiliki ide-ide kreatif. Gaya desain yang digunakan dalam perancangan ini memakai gaya desain *rockabilly style*, gaya ini sangat cocok dengan isi acara didalamnya bergaya *vintage*. *Rockabilly style* adalah konsep-konsep dandanan/gaya yang mengerucu pada satu aliran, yaitu meniru gaya pecinta musik rock era 50 hingga 60an di Amerika Serikat. Unsu-unsur desain yang sering digunakannya berupa, motor dan mobil *vintage*, gambar api, *vintage pin up girls*.

Hasil media promosinya akan dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama untuk ujung tombak dari perancangan ini adalah media poster. Iklan majalah, *website*, *facebook*, *twitter*, *pop-up*, *instagram*, *billboard*, baliho, dan *transid ad*. Untuk media pendukungnya yaitu, *ambient media*, *flyer*, umbul-umbul, mural, kemeja *crew*, *t-shirt*, stiker, embelm dan topi.

*Keyword*: Perancangan Komunikasi Visual, *Event*, *KUSTOMFEST*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Perancangan.....	3
D. Manfaat Perancangan.....	4
E. Lingkup Perancangan.....	4
F. Metode Perancangan.....	5
G. Sistematika Perancangan .....	6
H. Skematika Perancangan .....	10
<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISI DATA</b> .....	<b>11</b>
A. Identifikasi Data .....	11
1. Sejarah Perkembangan <i>Kustom</i> .....	11
2. Perkembangan <i>Kustom</i> Di Indonesia .....	16
3. Sejarah <i>KUSTOMFEST</i> .....	19
a. Perjalanan <i>KUSTOMFEST</i> .....	30
b. Visi dan Misi <i>KUSTOMFEST</i> .....	32

4. Data Perusahaan .....	33
5. <i>Event</i> Sejenis <i>KUSTOMFEST</i> .....	34
6. Teori Komunikasi .....	35
a. Promosi .....	36
b. Periklanan .....	37
c. Publikasi.....	40
d. <i>Branding</i> .....	41
e. <i>Positioning</i> .....	42
7. <i>Brand Colour Festival</i> .....	43
a. Warna .....	43
b. Tipografi .....	45
8. Media .....	46
B. Identifikasi Data .....	50
1. SWOT .....	50
2. 5W + 1H .....	52
3. Kesimpulan Analisis .....	54
C. <i>Target Audience</i> .....	55
1. <i>Data Target Audience</i> .....	55
2. Sintesis .....	56
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>60</b>
A. Konsep Kreatif .....	60
1. Tujuan Kreatif .....	60
2. Strategi Kreatif .....	61
3. Isi Pesan .....	62
B. Strategi Media .....	63
1. Media Utama .....	63
2. Media Pendukung .....	70
C. Program Media Strategi Visual.....	80
1. Big Idea.....	80
2. Program Penulisan Teks .....	91

3. Jadwal Pelaksanaan Media .....	94
4. Biaya Media .....	97

**BAB IV VISUALISASI .....102**

A. Re-Desain Logo Acara.....	102
1. Data Visual .....	102
2. Studi Visual.....	103
3. Digitalisasi Visual.....	104
4. Digitalisasi Warna Visual .....	105
5. Evaluasi.....	106
6. Logo Terpilih .....	107
7. Alternatif Warna Logo Terpilih.....	108
8. Final Re-Desain Logo Terpilih.....	109
B. Poster dan Iklan Cetak .....	110
1. Data Visual Poster dan Iklan Cetak .....	110
2. Komprehensif <i>Layout</i> .....	111
3. Poster Utama.....	112
4. Iklan Majalah.....	114
5. <i>Virtual Media</i> .....	115
a. <i>Website</i> .....	115
b. <i>Facebook</i> .....	119
c. <i>Twitter</i> .....	121
d. <i>Pop-Up</i> .....	123
e. <i>Instagram</i> .....	125
6. <i>Billboard</i> .....	127
7. <i>Baliho</i> .....	129
8. <i>Transid Ad</i> .....	131
9. <i>Ambient Media</i> .....	133
10. <i>Flyer</i> .....	135
11. <i>Umbul-Umbul</i> .....	137
12. <i>X-Banner</i> .....	139

13. Mural.....	141
14. <i>Merchandise</i> .....	143
a. <i>Kemeja Crew</i> .....	143
b. <i>T-Shirt</i> .....	144
c. Stiker.....	145
d. Emblem.....	145
e. Topi.....	147
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>148</b>
A. Kesimpulan .....	148
B. Saran .....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>153</b>
1. Lembar Narasumber .....	153
2. Foto Dengan Narasumber.....	154
3. Lembar Konsultasi .....	157
4. Lembar Acc Jilid.....	159
5. Poster Pameran Tugas Akhir.....	160
6. Katalog Pameran Tugas Akhir .....	162
7. Foto-Foto Pameran Tugas Akhir.....	163

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skematika Perancangan .....	10
Gambar 2 Sepeda Motor <i>Genre Bobber</i> .....	12
Gambar 3 Sepeda Motor <i>Genre Chopper</i> .....	13
Gambar 4 Sepeda Motor <i>Genre Ratbike</i> .....	14
Gambar 5 Sepeda Motor <i>Genre Café Racer</i> .....	15
Gambar 6 Mobil Kiat Esemka Buatan SMK 2 Surakarta.....	17
Gambar 7 Motor Konsep Kyai Prakoso Yang Dilombakan di Jepang.....	18
Gambar 8 Sepeda Motor Kustom Kawasaki KZ200 .....	20
Gambar 9 Mobil <i>Hot Rod Cars</i> Buatan Amerika .....	20
Gambar 10 Mobil <i>Chevrolet Bel Airt</i> 1956 Buatan Amerika.....	21
Gambar 11 Suasana <i>Event KUSTOMFEST</i> Tahun 2012 Di JEC (Jogja Expo Center).....	24
Gambar 12 Desain Poster <i>KUSTOMFEST</i> 2012 Yang Pertama.....	26
Gambar 13 Desain Tiket <i>KUSTOMFEST</i> 2012.....	28
Gambar 14 Logo Tetap <i>KUSTOMFEST</i> .....	29
Gambar 15 Poster <i>Festival Kustom</i> Yokohama Di Jepang.....	31
Gambar 16 Kantor <i>KUSTOMFEST</i> Di Lantai 2 (kanan atas).....	33
Gambar 17 Poster <i>Event Classic Auto Fest</i> .....	34
Gambar 18 Poster Karya <i>Rat Fink</i> .....	86
Gambar 19 Poster Karya <i>David Vicente</i> .....	87
Gambar 20 Alternatif Warna Yang Akan Digunakan Dalam Perancangan ...	90
Gambar 21 Jenis Tipografi Yang Akan Digunakan Dalam Perancangan <i>Headline</i> .....	90
Gambar 22 Jenis Tipografi Yang Akan Digunakan Dalam <i>Tagline</i> .....	91
Gambar 23 Data Visual Perancangan Re-Desain Logo .....	102
Gambar 24 Studi Visual.....	103
Gambar 25 Digitalisasi Visual.....	104
Gambar 26 Digitalisasi Warna Visual .....	105
Gambar 27 Evaluasi.....	106



Gambar 28 Logo terpilih.....	107
Gambar 29 Alternatif Warna Logo Terpilih.....	108
Gambar 30 Final Re-Desain Logo Terpilih.....	109
Gambar 31 Data Visual Poster dan Iklan Cetak.....	110
Gambar 32 Komprehensif <i>Layout</i> .....	111
Gambar 33 Desain Poster Utama.....	112
Gambar 34 Desain Iklan Majalah.....	113
Gambar 35 Aplikasi Iklan Majalah.....	114
Gambar 36 <i>Website Home, Galery</i> .....	115
Gambar 37 <i>Website Event Info, Contact</i> .....	116
Gambar 38 <i>Website Exit</i> .....	117
Gambar 39 Aplikasi <i>Website</i> .....	118
Gambar 40 Desain <i>Banner Facebook</i> .....	119
Gambar 41 Aplikasi <i>Banner Facebook</i> .....	120
Gambar 42 Desain <i>Background Twitter</i> .....	121
Gambar 43 Aplikasi <i>Background Twitter</i> .....	122
Gambar 44 Desain <i>Pop-Up</i> .....	123
Gambar 45 Aplikasi Desain <i>Pop-Up</i> .....	124
Gambar 46 Desain <i>Instagram</i> .....	125
Gambar 47 Aplikasi Desain <i>Instagram</i> .....	126
Gambar 48 Desain <i>Billboard</i> .....	127
Gambar 49 Aplikasi Desain <i>Billboard</i> .....	128
Gambar 50 Desain Baliho.....	129
Gambar 51 Aplikasi Desain Baliho.....	130
Gambar 52 Desain <i>Transid Ad</i> .....	131
Gambar 53 Aplikas Desain <i>Transid Ad</i> .....	132
Gambar 54 Desain <i>Photobooth</i> .....	133
Gambar 55 Aplikasi Desain <i>Photobooth</i> .....	134
Gambar 56 Desain <i>Flyer</i> .....	135
Gambar 57 Aplikasi Desain <i>Flyer</i> .....	136
Gambar 58 Desain Umbul-umbul.....	137

Gambar 59 Aplikasi Desain Umbul-umbul .....	138
Gambar 60 Desain <i>X-Banner</i> .....	139
Gambar 61 Aplikasi Desain <i>X-Banner</i> .....	140
Gambar 62 Desain Mural.....	141
Gambar 63 Aplikasi Desain Mural .....	142
Gambar 64 Desain Kemeja <i>Crew</i> .....	143
Gambar 65 Desain <i>T-Shirt</i> .....	144
Gambar 66 Desain Stiker.....	145
Gambar 67 Desain Emblem.....	147
Gambar 68 Topi.....	147
Gambar 69 Lembar Wawancara .....	153
Gambar 70 Lembar Wawancara .....	154
Gambar 71 Foto Bersama Mas Lulut Wahyudi (kiri) <i>Director KUSTOMFEST</i> .....	155
Gambar 72 Foto Bersama Mas Fikriyan Aan (kanan) <i>Vice Director KUSTOMFEST</i> .....	156
Gambar 73 Lembar Konsultasi .....	157
Gambar 74 Lembar Konsultasi .....	158
Gambar 75 Lembar Acc Jilid.....	159
Gambar 76 Poster Pameran Tugas Akhir.....	160
Gambar 77 Katalog Pameran Tugas Akhir.....	161
Gambar 78 Foto-foto Pameran Tugas Akhir .....	162

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan Media .....	94
Tabel 2 Tabel Biaya Media.....	97





## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Selain dikenal sebagai Kota Pendidikan, Yogyakarta juga mendapat predikat sebagai kota seni dan budaya. Julukan ini tidak berlebihan. Karena selain konsisten melahirkan seniman dan budayawan besar hingga berskala internasional, Yogyakarta juga rutin mengadakan melaksanakan *event-event* yang mendukung proses kreatif seni dan budaya. Salah satu acara yang cukup menonjol dalam menampilkan kolaborasi antara budaya, gaya hidup dan seni otomotif adalah *event KUSTOMFEST*.

Dalam wawancara dengan *Vice Director event KUSTOMFEST*, Aan (6 Mei 2013) mengatakan, *KUSTOMFEST* merupakan sebuah *festival* budaya *kustom* yang menampilkan karya *kustom* terbaik dari seluruh Indonesia. *KUSTOMFEST* merupakan akronim dari kata *Kustom* dan *Festival*. Sebenarnya kata "*Kustom*" ini adalah kata *slenge'an* yang diambil dari kata bahasa Inggris yaitu *Custom* yang dimodifikasi menjadi istilah *Kustom event* ini mempunyai ciri khas yang berbeda dengan *event* lainnya. Yang dimaksud *kustom* adalah sebuah proses yang lahir dari ide-ide dan imajinasi yang dituangkan dalam sebuah karya sehingga melahirkan bentuk baru, fungsi dan *trend* yang mendasar. Adapun perbedaannya antara *kustom* dan modifikasi pada sepeda motor, *Kustom* merubah semua bentuk kerangka atau *frame* pada sepeda motor tersebut, contoh misalnya motor jenis bebek dirubah menjadi motor berjenis herley Davidson chopper. Kalau modifikasi biasanya hanya menambah pernah pernik pada sepeda motor tersebut, contoh sepeda motor tersebut di *airbrush* dan *shock* dipendekan sampai mendekati jalanan.

Acara modifikasi yang sudah dikenal oleh masyarakat biasanya merupakan modifikasi kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat dari bentuk dasarnya yang berupa produksi pabrik. Modifikasi pada mobil biasanya menambahkan *subwoofer*, mengganti catnya dengan teknik *airbrush*, maupun memendekkan *shock* mobil. *Event KUSTOMFEST* ini berbeda dengan

*event* modifikasi lainnya. *KUSTOMFEST* ini lebih mengedepankan untuk mengubah bentuk asli sepeda motor, sementara untuk kendaraan roda empat rata-rata jenis kendaran yang dimodifikasi adalah kendaraan model klasik.

*KUSTOMFEST* tidak hanya menampilkan kategori jenis kendaraan bermotor roda dua dan roda empat saja, namun masih ada kompetisi *kustom* lainnya yang turut serta dilombakan, yaitu: *Kustom Bike Show*, *Hot Rod Cars Exhibition*, *Kustom Paint Battle*, *Helmet Kustom Paint*, *Kustom Bicycle*, *BMX Kontest* dan *Junkyard Booth*. *Event* ini diselenggarakan selama dua hari pada penghujung tahun, biasanya pada minggu pertama bulan Oktober. Proses *kustom* kendaraan merupakan kegiatan positif untuk mendorong industri kreatif di bidang otomotif untuk melakukan inovasi, kreativitas demi kepuasan menggali ide-ide yang baru untuk diciptakan.

*KUSTOMFEST* menjadi salah satu *event* andalan Yogyakarta yang merupakan ajang kompetisi *kustom* atau modifikasi terbesar di tingkat nasional. Acara ini juga menjadi ajang kompetisi modifikasi berbagai jenis dan tipe kendaraan baik motor maupun mobil, yang semakin tumbuh seiring dengan perkembangannya industri otomotif maupun industri kreatif. Pelaksanaan acara ini juga kunjungan wisata Yogyakarta karena melibatkan peserta dan pengunjung dari seluruh Indonesia. Adanya acara ini juga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke kota Yogyakarta, karena melibatkan peserta dan pengunjung yang datang dari luar kota. Jika semakin berkembang dengan baik, *KUSTOMFEST* dapat pula diproyeksikan sebagai *event* andalan untuk menarik wisatawan internasional. Selain itu, karena sektor ini merupakan produk dari industri kreatif, diharapkan acara ini juga dapat berdampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat.

*Event KUSTOMFEST* pertama kali diselenggarakan pada tanggal 6-7 Oktober 2012 di JEC (Jogja Expo Center), dengan mengusung tema "*This Is Our Garage!*". Tema ini dipilih untuk menunjukkan kepada khalayak umum bahwa Indonesia merupakan bagian dari komunitas *kustom* dunia. Filosofi "*garage*" atau lazimnya disebut dengan istilah *workshop* merupakan realita dari proses dan riset panjang untuk menghasilkan karya *kustom* terbaik. Pada

*event KUSTOMFEST* yang pertama kali diselenggarakan, perancangan desain promosinya biasa-biasa saja karena cenderung tidak digarap secara serius sehingga kurang menarik dan terkesan asal-asalan, menjadikan *event* ini kurang tersosialisasikan dan penyelenggaraannya tidak banyak diketahui oleh masyarakat. *Event* yang diciptakan oleh Lulut Wahyudi ini merupakan *event kustom* pertama dengan menggunakan format *festival*.

Tujuan penyelenggaraan *event* ini antara lain sebagai wadah kegiatan yang mempertemukan pelaku industri, penggemar dan komunitas *kustom* dari seluruh Indonesia, bahkan juga dari mancanegara. Akibat dari perancangan komunikasi visual yang tidak dibuat secara terstruktur, dari desain hingga promosinya, menjadikan *event* ini belum banyak diketahui oleh masyarakat. Sehingga yang muncul adalah, bahwa *event KUSTOMFEST* ini adalah *event* modifikasi kendaraan yang seperti biasanya, padahal *event* ini berbeda dengan lainnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang bentuk komunikasi visual untuk mempromosikan *event KUSTOMFEST* 2013 di Yogyakarta?
2. Bagaimana merancang sebuah media yang kreatif, tepat dan efektif untuk menjangkau *target audience*, khususnya penikmat *kustom*, pelaku *kustom* dan industri *kustom*?

## **C. Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan adalah sebagai berikut:

1. Merancang promosi acara yang dikemas secara menarik agar *target audience* tertarik untuk ikut berpartisipasi dalam *event KUSTOMFEST* 2013.
2. Perancangan ini bertujuan menciptakan sebuah media desain komunikasi untuk mengomunikasikan *event KUSTOMFEST* kepada *target audience*, khususnya penikmat *kustom*, pelaku *kustom* dan industri *kustom*. Karena masih banyak masyarakat umum yang belum mengetahui sepenuhnya

*event KUSTOMFEST.*

#### **D. Manfaat Perancangan**

Dalam perancangan promosi *event KUSTOMFEST* 2013 ada beberapa manfaat yang dapat kita ambil, yaitu:

##### **1. Bagi Mahasiswa**

Dengan adanya perancangan promosi *event KUSTOMFEST* 2013 ini, diharapkan mahasiswa memperoleh pengalaman dan meningkatkan kemampuan dalam membuat bahasa visual yang tepat, sebagai modal kreativitas dalam dunia kerja.

##### **2. Bagi Instansi Akademik**

Diharapkan dengan adanya perancangan komunikasi visual ini bisa dijadikan narasumber acuan ataupun referensi perancangan media *event KUSTOMFEST* dan *event-event* otomotif sejenis selanjutnya.

##### **3. Bagi KUSTOMFEST**

Diharapkan dengan adanya perancangan desain komunikasi visual ini, masyarakat khususnya penikmat *kustom*, pelaku *kustom* dan industri *kustom* yang awalnya tidak mengetahui tentang *event KUSTOMFEST* akan mendapatkan informasi lebih jelas mengenai *event* ini.

#### **E. Lingkup Perancangan**

Lingkup perancangan ini menyangkut beberapa hal, antara lain:

1. Perancangan *event KUSTOMFEST* 2013 ini dibatasi pada perancangan promosi dan *branding*.
2. *Target audience event KUSTOMFEST* 2013 dikhususkan untuk penikmat *kustom*, pelaku *kustom* dan industri *kustom*. Diharapkan nantinya mampu mengajak orang-orang yang belum tahu menjadi tahu tentang *event KUSTOMFEST* 2013.
3. Kegiatan *event KUSTOMFEST* ini akan dilakukan di wilayah kota Yogyakarta, namun untuk publikasinya dan *target audience* pengunjung acara tidak dibatasi hanya untuk wilayah kota Yogyakarta saja, melainkan dari luar kota, bahkan mancanegara.

## **F. Metode Perancangan**

Metode pelaksanaan perancangan ini akan menggunakan beberapa tahapan yang akan diperoleh sebagai berikut:

### **1. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Metode Primer**

Data tentang mengenai perancangan *event KUSTOMFEST* 2013 akan diperoleh secara langsung dengan menggunakan metode sebagai berikut:

##### **1) Wawancara**

Wawancara akan dilakukan dengan pihak penyelenggara *event KUSTOMFEST*.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder ini diperoleh agar dapat data-data pendukung dalam perancangan *event KUSTOMFEST* 2013, diperoleh dengan metode:

##### **1) Kepustakaan**

Buku, artikel, majalah dan *website*.

##### **2) Dokumentasi**

Fotografi *event KUSTOMFEST* 2012 dan *event* sejenisnya.

### **2. Metode Analisis Data**

Metode analisis dilakukan dengan menganalisis data yang terkumpul mengenai *event KUSTOMFEST* di Yogyakarta. Perjalanan *event* mulai dari pertamakali diadakan, serta hasil apa yang diperoleh dari *event* tersebut, baik secara fisik maupun psikologis. Serta mencari *event* perbandingan yang hampir sejenis dengan *KUSTOMFEST*.

Analisis data ini akan dilakukan dengan menggunakan metode SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threatness*). Metode tersebut digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki *event KUSTOMFEST*. Dan kemudian metode tersebut dilanjutkan dengan menggunakan metode 5W+1H. Metode ini untuk mengungkap apa, siapa, kapan, dimana, mengapa dan bagaimana yang akan dihadapi



dalam perancangan promosi, serta dilanjutkan dengan analisa terhadap media apa yang tepat digunakan pada perancangan promosi *event KUSTOMFEST 2013*.

## **G. Sistematika Perancangan**

### **BAB I            PENDAHULUAN**

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

### **BAB II            IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA**

- A. Identifikasi Data
  1. Sejarah Perkembangan *Kustom*
  2. Perkembangan *Kustom* di Indonesia
  3. Sejarah *KUSTOMFEST*
    - a. Perjalanan *KUSTOMFEST*
    - b. Visi dan Misi *KUSTOMFEST*
  4. Data Perusahaan
  5. *Event* Sejenis *KUSTOMFEST*
  6. Teori Komunikasi
    - a. Promosi
    - b. Periklanan
    - c. Publikasi
    - d. *Branding*
    - e. *Positioning*
  7. *Brand Colour Festival*

- a. Warna
- b. Tipografi
- 8. Media
- B. Identifikasi Data
  - 1. SWOT
  - 2. 5W + 1H
  - 3. Kesimpulan Analisis
- C. *Target Audience*
  - 1. *Data Target Audience*
  - 2. Sintesis

### BAB III


#### KONSEP PERANCANGAN

- A. Konsep Kreatif
  - 1. Tujuan Kreatif
  - 2. Strategi Kreatif
  - 3. Isi Pesan
- B. Strategi Media
  - 1. Media Utama
  - 2. Media Pendukung
  - 3. Program Media
- C. Strategi Visual
  - 1. *Big Idea*
  - 2. Program Penulisan Teks
  - 3. Jadwal Pelaksanaan Media
  - 4. Biaya Media

### BAB IV

#### VISUALISASI

- A. Re-Desain Logo Acara
  - 1. Data Visual
  - 2. Studi Visual
  - 3. Digitalisasi Visual
  - 4. Digitalisasi Warna Visual

5. Evaluasi
  6. Logo Terpilih
  7. Alternatif Warna Logo Terpilih
  8. Final Re-Desain Logo Terpilih
- B. Poster dan Iklan Cetak
1. Data Visual Poster dan Iklan Cetak
  2. Komprehensif *Layout*
  3. Poster Utama
  4. Iklan Majalah
- C. *Virtual Media*
1. *Website*
  2. *Facebook*
  3. *Twitter*
  4. *Pop-Up*
  5. *Instagram*
- D. *Billboard*
- E. Baliho
- F. *Transid Ad*
- G. *Ambient Media*
- H. *Flyer*
- I. Umbul-umbul
- J. X-Banner
- K. Mural
- L. *Merchandise*
1. *Kemeja Crew*
  2. *T-shirt*
  3. Emblem
  4. Stiker
  5. Topi
- 

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

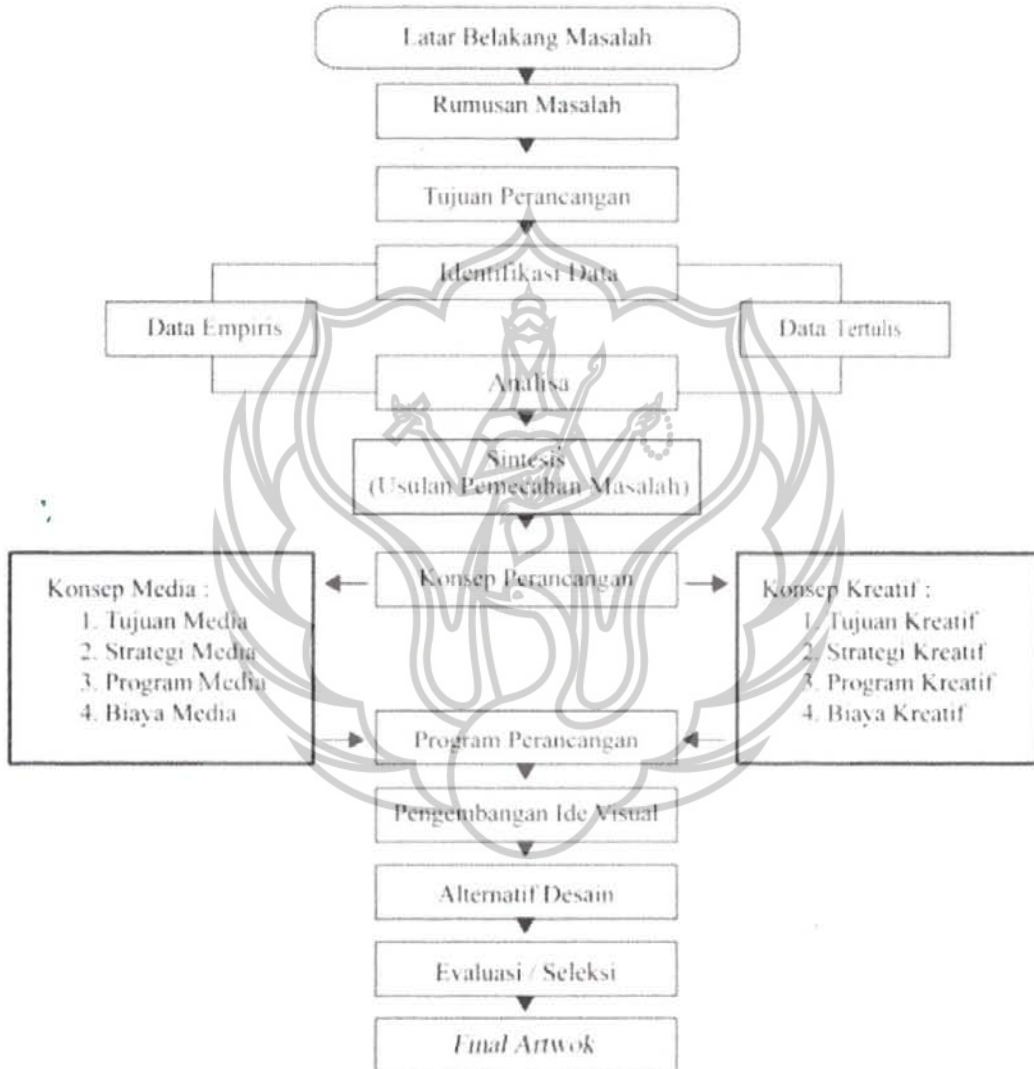
A. Kesimpulan

B. Saran



## H. Skematika Perancangan

Langkah – langkah penelitian untuk perancangan, seperti yang terdapat *flow chart* dibawah ini:



Gambar 1. Skematika Perancangan  
(Musthofa Nur Wardoyo, 2013)