

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Event KUSTOMFEST pertama kali diselenggarakan pada tahun 2012 di kota Yogyakarta, dan diketuai oleh Lulut Wahyudi. *KUSTOMFEST* diambil dari kata *Kustom* dan *Festival*, dapat diartikan *KUSTOMFEST* adalah festival budaya *kustom* yang menampilkan karya *kustom* terbaik dari seluruh Indonesia. Jika dilihat lebih dalam, *event KUSTOMFEST* ini sebenarnya memiliki nilai *Unique Selling Proposition* (USP) yang sangat bagus dan menakutkan. Karena dari sekian banyak *event* modifikasi *kustom* yang diselenggarakan di Indonesia, *KUSTOMFEST* adalah satu-satunya *event* yang menyelenggarakan yang bertaraf Internasional. Tetapi dilihat dari segi media promosi yang kemarin belum dikerjakan dengan baik, akibatnya masih banyak *target audience* yang belum mengerti sepenuhnya tentang *event KUSTOMFEST*. Dari rumusan masalah, kurangnya bentuk perancangan media komunikasi visual untuk mempromosikan *event KUSTOMFEST* dan bagaimana merancang media yang kreatif, tepat dan efektif untuk menjangkau *target audience*. Menjawab dari rumusan masalah yang dihadapi penulis akan merancang promosi acara yang akan dikemas secara menarik, agar *target audience* tertarik ikut berpartisipasi dalam *event KUSTOMFEST*, dan perancangan ini bertujuan menciptakan sebuah media desain untuk mengomunikasikan *event KUSTOMFEST*, karena masih banyak masyarakat umum yang belum mengetahui sepenuhnya tentang *event* ini.

Perancangan media promosi *event KUSTOMFEST* 2013 ini akan memakai sistem *branding*, sistem tersebut akan menciptakan sebuah ingatan atau *positioning* yang akan mudah dikenali bila acara ini akan diselenggarakan lagi. Warna yang akan digunakan dalam *branding* ini menggunakan warna oranye, merah, dan kuning, tetapi masih akan memakai dominan warna oranye. Kenapa warna oranye dipilih, karena

warna oranye warna yang membawa semangat kebaruaran, warna semangat yang dimiliki oleh generasi muda yang memiliki ide-ide kreatif. Untuk gaya desain yang akan digunakan dalam perancangan ini akan memakai gaya desain *rockabilly style*, gaya ini sangat cocok dengan isi acara didalamnya yang *vintage/tua*. *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*.

Media promosinya akan dibagi menjadi dua bagian, 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, emblem dan topi.

B. Saran

Selama proses perancangan media promosi *event KUSTOMFEST* ini, tentunya telah menggunakan teori dari berbagai strategi perancangan, komunikasi serta literatur yang sangat mendukung untuk judul tersebut, sehingga kehati-hatian didalam menentukan proses komunikasi yang tepat. Walaupun sudah mempunyai bayangan strategi perancangan yang tepat, bukan berarti tidak lepas dari berbagai macam kendala, kesulitan dan kekurangan. Kendala dan rintangan tersebut muncul ketika belum sempurnanya pemahaman dan penguasaan terhadap tema yang diangkat, teori media serta aplikasi medianya. Dalam prakteknya, desain komunikasi visual adalah cabang ilmu yang berhubungan dengan ilmu lain dan selalu berkaitan dengan ilmu yang lainnya. Sehingga untuk merancang sesuatu hal, juga perlu refrensi yang tidak hanya satu sumber saja melainkan banyak sumber.

Hal ini menjadikan kekurangan penulis, sehingga diperlukan kemampuan untuk menguasai cabang ilmu yang berbeda. Sebenarnya penulis dapat mengatasi ketika menguasai pengetahuan tentang strategi komunikasi, perancangan media, ilmu pemasaran dan refrensi dari beberapa sumber yang berhubungan dengan media. Penulis memberi saran agar perancangan dengan judul sejenis bisa lebih sempurna dan lebih lengkap.

1. Selain pengetahuan tentang desain komunikasi visual, refrensi tentang strategi komunikasi dan strategi pemasaran sangat diperlukan, karena didalam perancangan desain komunikasi visual, dalam aplikasinya selalu berhubungan dengan ilmu komunikasi lainnya.
2. Pengetahuan tentang teori media dan aplikasinya yang sedang *trend* juga harus selalu di *update*. Karena perkembangan media ataupun aplikasinya seiring perkembangan zaman akan terus berubah-ubah.
3. Ilmu tentang pemasaran, terutama pemasaran yang terintegrasi menjadi salah satu hal yang paling utama. Strategi pemasaran juga membutuhkan riset dan *survey* untuk membatu kita untuk mengetahui seperti apa perkembangan *target audience*.
4. Refrensi yang bisa dipertanggungjawaban dan selalu memperbaharui pengetahuan tentang dunia desain komunikasi visual. Dalam merancang sebuah karya ilmiah, perlu adanya pertanggungjawaban terhadap literatur data-data yang diperoleh. Karena data-data tersebut harus bisa dibuktikan keasliannya secara akademis. Hasilnya dari analisis dan hasilnnya perancangan bisa dapat dipertanggungjawabkan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya: Bandung.
- Hahn, Fred E. Mangun, Kenneth G. 2002. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. PT Grasindo: Jakarta.
- Noor Any. 2009. *Manajemen event*. Alfabeta: Bandung
- Purnama, C.M. Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rhenald, Kasali. 2000. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rosady, Ruslan. 2001. *Manajemen humas dan Menejemen Komunikasi: konsep dan Aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Sayanto, Sadjiman Ebd. 2005. *Dasar-dasar tata rupa & desain (nirmana)*. Arti Bumi Intaran: Yogyakarta.
- Shim, Terence A. 2003. *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi terpadu*. Erlangga: Jakarta.
- Sihombing. 2001. *Tipografi dalam desain grafis*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Temporal, Lee. 2002. *Menciptakan kekuatan merek di era teknologi*. Salemba Empat: Jakarta.

Majalah

OTO PLUS, 11-17 Februari 2013

Rodz Magazine, Vol 10 No. 1 February/march 2013

Pertautan

<http://dafont.com> (diakses 13 Juli 2013)

<http://indonesiaartnews.or.id/artikeldetil.php?id=122> (di akses 15 Mei 2013)

<http://www.kustomfest.com/> (di akses 24 Maret 2013)

<http://yokohamahotrodcustomshow.com/en/> (di akses 30 Mei 2013)

Narasumber

Farkhat Fikriyan (Aan), Solo, 2 Januari 1982, S1 Teknik Informatika UPN Veteran Yogyakarta, Jl. Flamboyan 370 Perum Condong Catur Yogyakarta, *Vice Director KUSTOMFEST.*

