

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi masalah	5
1.3 Rumusan masalah	6
1.4 Tujuan perancangan	6
1.5 Manfaat perancangan	6
1.6 Ruang lingkup perancangan	7
1.7 Metode perancangan	8
1.8 Kerangka berpikir	10
BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN	11
2.1 Pengertian seni	11
2.2 Pengertian desain grafis	12
2.3 Pengertian festival	13
2.4 Pengertian Festival Kesenian Yogyakarta	14
2.5 Media promosi	18
BAB 3 TINJAUAN FAKTUAL	30

BAB 4 KONSEP PERANCANGAN	35
4.1 Tema	35
4.2 Segmentasi	36
4.3 Konsep verbal	37
4.4 Konsep visual	37
4.5 Strategi media	44
BAB 5 VISUALISASI KARYA	54
5.1 Kop surat dan amplop	54
5.2 Kartu nama	55
5.3 <i>Name tag</i> panitia	56
5.4 Kaos panitia	57
5.5 Poster	57
5.6 Brosur	58
5.7 <i>Flyer</i>	59
5.8 <i>Billboard</i>	60
5.9 Umbul-umbul	61
5.10 Spanduk	62
5.11 <i>Website</i>	62
5.12 Pin	64
5.13 Gantungan <i>handphone</i>	65
5.14 Tempat pensil	65
5.15 Kaos / <i>t-shirt</i>	66
BAB 6 KESIMPULAN	67
DAFTAR PUSTAKA	70

LAMPIRAN	71
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	73
DATA PENULIS	74

DAFTAR GAMBAR

1.1	Logo FKY XX 2008	3
1.2	Maskot FKY XX 2008	3
1.3	Kaos FKY XX 2008	4
1.4	<i>Signage</i> Pasar Raya FKY XX 2008	4
1.5	Spanduk FKY XX 2008	4
1.6	<i>Banner</i> FKY XX 2008	5
1.7	Program Internasional FKY 2007	5
1.8	Kerangka berpikir	10
2.1	Logo FKY XX 2008	17
2.2	<i>The Onto's</i> , maskot FKY XX 2008	18
2.3	Contoh poster	20
2.4	Contoh <i>website</i>	21
2.5	Contoh logo	22
2.6	Contoh maskot	23
2.7	Contoh kop surat	23
2.8	Contoh amplop	24
2.9	Contoh kartu nama	24
2.10	Contoh <i>name tag</i>	25
2.11	Contoh brosur	25
2.12	Contoh <i>flyer</i>	27
2.13	Contoh <i>billboard</i>	27
2.14	Contoh umbul-umbul	28
2.15	Contoh spanduk	28
2.16	Contoh souvenir	29

3.1	Logo FKY XX 2008	32
3.2	Maskot FKY XX 2008	33
4.1	Dasar pemilihan tema	35
4.2	Logo Festival Kesenian Yogyakarta XXI 2009	37
4.3	Ukuran minimum logo	38
4.4	Logo <i>grayscale</i>	38
4.5	Logo hitam putih	38
4.6	Maskot FKY XXI	39
4.7	Tugu Yogyakarta	39
4.8	Warna	40
4.9	Elemen estetis	42
4.10	Blangkon dan motif batik	43
5.1	Kop surat	54
5.2	Amplop bagian depan	54
5.3	Amplop bagian belakang	55
5.4	Kartu nama	55
5.5	<i>Name tag</i> panitia	56
5.6	Kaos panitia bagian depan	57
5.7	Kaos panitia bagian belakang	57
5.8	Poster	57
5.9	Halaman depan dan belakang brosur	58
5.10	Halaman dalam brosur	58
5.11	<i>Flyer</i>	59
5.12	<i>Billboard landscape</i>	60
5.13	<i>Billboard portrait</i>	60
5.14	Umbul-umbul	61
5.15	Spanduk	62

5.16	Halaman <i>web (home)</i>	62
5.17	Halaman <i>web (about FKY)</i>	63
5.18	Halaman <i>web (program)</i>	63
5.19	Halaman <i>web (gallery)</i>	63
5.20	Pin	64
5.21	Gantungan <i>handphone</i>	65
5.22	Tempat pensil	65
5.23	Kaos/ <i>t-shirt merchandise</i>	66

ABSTRAK

Yogyakarta memiliki berbagai predikat yang melebur menjadi satu yaitu daerah pariwisata yang menarik untuk dikunjungi. Salah satu aspek yang menarik adalah budayanya yang masih kental.

Perancangan komunikasi visual Festival Kesenian Yogyakarta XXI 2009 memiliki konsep keseluruhan yang bertema “*Present is Future*”. Tema ini dipilih karena kebudayaan masa lampau merupakan akar kebudayaan yang ada sekarang dan kebudayaan sekarang merupakan akar kebudayaan masa depan. Target utamanya adalah remaja karena remaja sekarang lebih cenderung menyukai kebudayaan asing. Tema ini diharapkan dapat menarik minat remaja untuk datang ke Festival Kesenian Yogyakarta agar tahu, mengenal, dan melestarikan kebudayaan.

Perancangan komunikasi visual Festival Kesenian Yogyakarta ini meliputi Logo, maskot, *corporate identity*, dan aplikasi pada media promosi lain. Media kreatif yang dipergunakan antara lain media utama berupa poster; media pendukung berupa *website*, brosur, *flyer*, *billboard*, *corporate identity*, umbul-umbul, *shopping bag*, seragam panitia, dan *souvenir* (pin, tempat pensil, dan gantungan *handphone*).

Dengan adanya perancangan ini diharapkan para remaja dapat mengenal dan ikut melestarikan kebudayaan Yogyakarta pada khususnya.

Kata Kunci : Logo, maskot, *Corporate Identity*, Aplikasi Media

ABSTRACT

Yogyakarta has a different predicate merge into a single regional tourism interesting to visit. One of the interesting aspects of culture that is still thick. Visual communication design of Yogyakarta Arts Festival XXI 2009 have concept that the overall theme: "Present is Future." This theme was selected because the past culture is the root of current culture and current culture is the root of the culture of the future. The main target is the youth because young people now tend to be more like a foreign culture. This theme is expected to attract young people to come to Yogyakarta Arts Festival to know and preserve the culture.

Visual communication design of Yogyakarta Art Festival includes logo, mascot, corporate identity, and applications in other media promotion. Creative media used, among other main form of posters and media; media of supporting are website, brochures, flyers, billboards, corporate identity, umbul-umbul, shopping bag, uniform committee, and souvenirs (pins, place a pencil, mobile phones and rail). With the design of these adolescents can be expected to know and to preserve the culture of Yogyakarta in particular.

Keywords: Logo, Mascot, Corporate Identity, Media Applications