

ABSTRAK

PROMOSI EVENT FOREST CINEMA 2013 DI BABAKAN SILIWANGI KOTA BANDUNG

Oleh

Riandy Herman Moeis

NRP 0864182

Layar tancap merupakan hiburan bagi masyarakat Indonesia di era penjajahan sampai pada titik berjaya di sekitar tahun 1970. Budaya menonton hingga saat ini masih merupakan salah satu kebiasaan rutin masyarakat Indonesia terutama kota Bandung. Namun saat ini masyarakat Bandung lebih memilih menonton di bioskop sehingga kegiatan layar tancap semakin tereduksi terutama di kota besar. Perlu adanya pengenalan kembali layar tancap kepada anak muda Bandung untuk menemukan kembali hasrat dan gairah menonton layar tancap di ruang publik.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk memunculkan kembali minat masyarakat, khususnya anak muda, dalam mengenal layar tancap dan manfaat penggunaan ruang publik sebagai sarana hiburan baru melalui *event* Forest Cinema 2013. Manfaat perancangan ini adalah agar anak muda dapat mengenal kembali layar tancap, memanfaatkan ruang publik, dan memberikan hiburan dengan kemasan baru di kota Bandung.

Metode yang digunakan ialah dengan merancang desain *event promotion* Forest Cinema 2013 dilengkapi *gimmick*, dan televisi komersial sebagai media - media untuk mempromosikan *event*. Media promosi berupa poster, X-Banner, Iklan website, iklan sosial media, dan stiker promosi. Melalui perancangan *event promotion* ini anak muda di undang untuk ikut berpartisipasi dalam acara Forest Cinema 2013 di Babakan Siliwangi Bandung untuk membudayakan kembali menonton layar tancap dan pemanfaatan ruang publik di kota Bandung.

Kata Kunci :Bandung, layar tancap, ruang publik, anak muda, *event*, promosi

ABSTRACT

DESIGN PROMOTIONS EVENT FOREST CINEMA 2013

IN BABAKAN SILIWANGI BANDUNG CITY

Submitted by

Riandy Herman Moeis

NRP 0864182

Public screening is an entertainment for Indonesian citizen at colonization era until victorious era in 1970. Watching is being one of habits, especially for Indonesian citizen until now on. But now Bandung citizen prefer watching on cinema, so screening activities reduced. Need repeated introduction for young man in Bandung to find the passion from screening at public space.

Therefore, the purpose of this scheme is to raise the public interest, in particular young man, to recognize public screening and benefits of using public space facilities as the new entertainment through Forest Cinema 2013 event. The Benefits of this design is the young man could know public screening, utilizing the public space and give entertainment with new package in Bandung city.

The method has been used is created promotions event Forest Cinema 2013 with gimmick, and commercial television as major media for promotions event. Media promotions such as poster, X-Banner, website advertising, social media advertising and stickers' promotion. Through the design of promotions event, young man is invited to join a participate in the Forest Cinema 2013 event at Babakan Siliwangi Bandung for promoted public screening and the utilization of public space in Bandung city.

Keyword: Bandung, screening, public space, young man, event, promotion

DAFTAR ISI

DAFTAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3

1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Promosi	8
2.1.1 Definisi dan Tujuan Promosi	8
2.1.2 <i>Promotion Mix</i>	12
2.2 Event	13
2.3 Teori Poster	14
2.4 Teori Layout	15
2.5 Komunikasi	15
2.5.1 Teori Komunikasi	15

2.5.2 Pengertian Ilmu Komunikasi	16
2.5.3 Strategi Komunikasi	17
2.6 Komunikasi Massa	28
2.6.1 Fungsi Komunikasi Massa	19
2.7 Logo	20

BAB III DATA DAN ANALISA MASALAH

3.1 Data dan Fakta	22
3.1.1 Ruang Publik dan Film Lokal (<i>Indie</i>)	22
3.1.2 Pemerintah Kota Bandung	24
3.1.2.1 Visi dan Misi Pemkot Bandung	24
3.1.2.2 Struktur Organisasi Pemkota Bandung	26
3.1.3 Bandung Creative City Forum (BCCF)	26
3.1.3.1 Sejarah Bandung Creative City Forum (BCCF)	26
3.1.4 Wawancara	29

3.1.5 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	31
3.1.6 Hasil Kuesioner	32
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan	38
3.2.1 Analisis STP	38
3.2.2 Analisis SWOT <i>Event Forest Cinema 2013</i>	39

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	41
4.1.2 <i>Creative Brief</i>	42
4.2 Konsep Kreatif	43
4.2.1 Konsep Verbal	43
4.2.2 Konsep Visual	43
4.3 Konsep Media	44
4.4 Hasil Karya	46
4.4.1 Maskot	46
4.4.2 Logo dan Font	48
4.4.3 Poster Forest Cinema 2013	50
4.4.4 <i>Guide Book Forest Cinema 2013</i>	54
4.4.5 <i>Name Tag Forest Cinema 2013</i>	55

4.4.6 Tiket Forest Cinema 2013	56
4.4.7 Website Forest Cinema 2013	57
4.4.8 <i>Photo Booth</i> Forest Cinema 2013	58
4.4.9 <i>Sign System</i> Forest Cinema 2013	59
4.4.10 <i>X-Banner</i> Forest Cinema 2013	60
4.4.11 <i>Notebook</i> Forest Cinema 2013	61
4.4.12 <i>Venue and Location</i> Forest Cinema 2013	62
4.4.13 Stiker Forest Cinema 2013	63
4.4.14 <i>T-Shirt</i> Forest Cinema 2013	64
4.4.15 <i>Packaging</i> Forest Cinema 2013	65
4.4.16 <i>Scarf and Cape</i> Forest Cinema 2013	66
4.4.17 <i>CTV</i> Forest Cinema 2013	67
4.5 Budgeting Media	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	70
5.1 Saran Penulis	71

DAFTAR PUSTAKA.....	xviii
DATA PENULIS.....	xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pemkot Bandung.....	26
Gambar 3.2 Foto Wawancara Dengan Event Leader HTH.....	30
Gambar 3.3 Cikapundung River Cinema.....	31
Gambar 3.4 Diagram frekuensi responden.....	32
Gambar 3.5 Diagram frekuensi responden.....	33
Gambar 3.6 Diagram frekuensi responden.....	33
Gambar 3.7 Diagram frekuensi responden.....	34
Gambar 3.8 Diagram frekuensi responden.....	34
Gambar 3.9 Diagram frekuensi responden.....	35
Gambar 3.10 Diagram frekuensi responden.....	35
Gambar 3.11 Diagram frekuensi responden.....	36
Gambar 3.12 Diagram frekuensi responden.....	36
Gambar 3.13 Diagram frekuensi responden.....	37
Gambar 3.14 Diagram frekuensi responden.....	37

Gambar 4.1 Maskot Forest Cinema 2013.....	47
Gambar 4.2 Aplikasi Maskot Forest Cinema 2013.....	48
Gambar 4.3 Logo Forest Cinema 2013.....	49
Gambar 4.4 Font Intrigue Script Personal Use.....	49
Gambar 4.5 Font Malonzo.....	50
Gambar 4.6 Poster Forest Cinema 2013.....	52
Gambar 4.7 Poster Forest Cinema 2013.....	53
Gambar 4.8 <i>Guide Book</i> Forest Cinema 2013.....	54
Gambar 4.9 <i>Name Tag</i> Forest Cinema 2013.....	55
Gambar 4.10 Tiket dan <i>Invitation</i> Forest Cinema 2013.....	56
Gambar 4.11 Website Forest Cinema 2013.....	57
Gambar 4.12 <i>Photo Booth</i> Forest Cinema 2013.....	58
Gambar 4.13 <i>Sign System</i> Forest Cinema 2013.....	59
Gambar 4.14 <i>X-Banner</i> Forest Cinema 2013.....	60
Gambar 4.15 <i>Notebook</i> Forest Cinema 2013.....	61

Gambar 4.16 <i>Venue Location</i> Forest Cinema 2013.....	62
Gambar 4.17 <i>Sticker</i> Forest Cinema 2013.....	63
Gambar 4.18 <i>T-Shirt</i> Forest Cinema 2013.....	64
Gambar 4.19 <i>Pop Corn and Cup Coffee</i> Forest Cinema 2013.....	65
Gambar 4.20 <i>Scarf and Cape</i> Forest Cinema 2013.....	66
Gambar 4.21 <i>CTV Bumper</i> Forest Cinema 2013.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Budgeting Media Forest Cinema 2013.....	68
---	----