

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI FESTIVAL KOMIKASIA SEBAGAI AJANG UNTUK MEMAJUKAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

Oleh
Ricky Novencius Dinoto
0964033

Dewasa ini, Indonesia sudah memasuki era globalisasi industri tahap keempat, yaitu tahap perkembangan industri kreatif. Di Indonesia sendiri, industri kreatif mulai berkembang sekitar tahun 2000-an dengan ditandai oleh berbagai festival yang menyebar secara luas di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, dan Bandung. Namun, sayangnya, di Bandung, yang dijuluki sebagai ‘Kota Kreatif’, festival yang diadakan tidak sebanyak yang diadakan di kota Jakarta. Industri kreatif sendiri terdiri atas berbagai macam spesialisasi, salah satunya yang cukup signifikan adalah industri kreatif yang mengarah pada desain komunikasi visual, yaitu komik. KOMIKASIA adalah salah satu festival komik yang pernah diadakan di Bandung pada tahun 2003 dan 2005. Dengan diadakannya acara seperti itu, masyarakat pun menjadi tahu bahwa ternyata komik lokal banyak yang menarik dan berbobot layaknya komik luar. Selain itu masyarakat juga dapat membandingkan komik lokal dengan komik luar karena di festival KOMIKASIA ditampilkan tidak hanya komik lokal saja tetapi juga komik dari seluruh Asia. KOMIKASIA yang sudah vakum selama 10 perlu dipromosikan kembali karena memiliki peluang yang besar untuk memajukan industri kreatif di Indonesia mengenai komik. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan promosi KOMIKASIA agar masyarakat dapat membandingkan komik lokal dengan komik Asia sehingga bisa memajukan perindustrian komik lokal di Indonesia ke depannya.

Kata Kunci : festival, industri kreatif, komik

ABSTRACT

DESIGN PROMOTION KOMIKASIA FESTIVAL AS THE EVENT TO PROMOTE CREATIVE INDUSTRY IN INDONESIA

**Submitted by
Ricky Novencius Dinoto
0964033**

Today, Indonesia has entered the era of globalization of the industry's stage number four, which is the stage of development of creative industries. In Indonesia itself, the creative industry began to develop around the early 2000s, characterized by a variety of festivals which are widely spread in Indonesia, particularly in big cities such as Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, and Bandung. However, unfortunately, in Bandung itself, which was dubbed the 'Kota Kreatif', the festival which is held in Bandung is not as much as in Jakarta. Creative industry itself consists of a wide variety of specialties, one of the most significant creative industries is design of visual communication, namely comic. KOMIKASIA is one of the comics festival ever held in Bandung in 2003 and 2005. With this event, people can know that there are a lot of local comics which are interesting and have good quality as imported comics. People can also compare local comics with imported comics in festival KOMIKASIA because KOMIKASIA shown comics from all over Asia. Vacuum during 10 years, KOMIKASIA needs to be promoted back because this festival is a great opportunity to promote creative industries in Indonesia about comics. Therefore, designing promotional KOMIKASIA is needed so that people can compare local comic with comics all over Asia that can promote local comics industry in Indonesia for the future.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1	Rumusan Masalah.....	3
1.2.2	Ruang Lingkup.....	3
1.3	Tujuan Penelitian.....	4
1.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.4.1	Sumber Data Primer.....	4
1.4.2	Sumber Data Sekunder.....	5
1.5	Skema Penelitian.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Pengertian Promosi.....	6
2.2	STP.....	7
2.2.1	Definisi Segmentasi.....	7

2.2.2	Definisi <i>Targeting</i> Pasar	8
2.2.3	Definisi <i>Positioning</i>	9
2.3	SWOT.....	10
2.4	Teori Warna.....	11

BAB III DATA ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta.....	12
3.1.1	Perusahaan Terkait.....	12
3.1.2	<i>Japan Foundation</i>	16
3.1.3	Elex Media Komputindo.....	17
3.1.4	M&C.....	18
3.1.5	Komik.....	18
3.1.6	Tinjauan Karya Sejenis.....	21
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	23
3.2.1	Segmentasi, <i>Targetting</i> , <i>Positioning</i>	23
3.2.2	<i>Strength</i> , <i>Weakness</i> , <i>Opportunity</i> , <i>Threats</i>	24
3.2.3	Data Wawancara dengan Dr. Alvanov Zpalanzani, S.T., MM.....	25
3.2.4	Data Hasil Kuesioner.....	27

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	33
4.2	Konsep Kreatif.....	34
4.2.1	Gaya Gambar.....	34
4.2.2	Warna.....	35

4.2.3	Tipografi.....	36
4.3	Konsep Media.....	37
4.4	Hasil Karya.....	40
4.4.1	Logo.....	40
4.4.2	Poster.....	41
4.4.3	Spanduk.....	43
4.4.4	Umbul-Umbul.....	44
4.4.5	<i>X-Banner</i>	45
4.4.6	Iklan Koran.....	45
4.4.7	Baliho.....	46
4.4.8	<i>Gimmick</i>	46
4.4.9	<i>Souvenir</i>	49
4.4.10	<i>Website</i>	51
4.4.11	<i>Budgetting</i>	51
 BAB V KESIMPULAN		
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
 DAFTAR GAMBAR.....xii		
DAFTAR TABEL.....xiv		
DAFTAR PUSTAKA.....xv		
DATA PRIBADI.....xvi		

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3.1 Panitia KOMIKASIA di tahun 2003.....	12
GAMBAR 3.2 Poster KOMIKASIA tahun 2005.....	13
GAMBAR 3.3 Logo <i>Japan Foundation</i>	16
GAMBAR 3.4 Logo Elex Media Komputindo.....	17
GAMBAR 3.5 Logo M&C.....	18
GAMBAR 3.6 Poster Festival Komik Indonesia 2009, Jakarta.....	21
GAMBAR 3.7 Poster POPCON Asia 2013, Jakarta.....	22
GAMBAR 3.8 Poster Cergam Boree 2013, Surabaya.....	22
GAMBAR 3.9 Poster COMICONEXION Festival 2012, Jakarta.....	23
GAMBAR 4.1 Logo KOMIKASIA 2015.....	40
GAMBAR 4.2 Poster <i>Awareness</i>	41
GAMBAR 4.3 Poster <i>Informing</i>	41
GAMBAR 4.4 Poster <i>Workshop dan Meet and Greet</i>	42
GAMBAR 4.5 Poster <i>Event</i>	42
GAMBAR 4.6 Poster <i>Competition</i>	43
GAMBAR 4.7 Spanduk.....	43
GAMBAR 4.8 Umbul-Umbul.....	44
GAMBAR 4.9 <i>X-Banner</i>	45
GAMBAR 4.10 Iklan Koran.....	45
GAMBAR 4.11 Baliho.....	46
GAMBAR 4.12 Gantungan Kunci.....	46
GAMBAR 4.13 Gelang.....	47
GAMBAR 4.14 Pin.....	47

GAMBAR 4.15 Kipas.....	48
GAMBAR 4.16 <i>Mug</i>	48
GAMBAR 4.17 <i>Tumbler</i>	49
GAMBAR 4.18 <i>T-Shirt</i>	49
GAMBAR 4.19 Topi.....	50
GAMBAR 4.20 <i>Website</i>	51

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Data pembaca komik dalam kurun waktu minggu dan hari.....	27
TABEL 3.2 Data komik dari negara yang paling disukai.....	28
TABEL 3.3 Pengetahuan tentang keberadaan komik Indonesia.....	28
TABEL 3.4 Komik Indonesia di mata masyarakat (remaja).....	29
TABEL 3.5 Sentimen komik impor terhadap komik lokal.....	30
TABEL 3.6 Tahu tidaknya tentang festival KOMIKASIA.....	31
TABEL 3.7 Ketertarikan untuk mengunjungi festival KOMIKASIA.....	31
TABEL 3.8 Dominasi komik lokal di industri kreatif Indonesia.....	32
TABEL 3.9 <i>Budgetting</i>	52