

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI CIMAHI CREATIVE ASSOCIATION DI JAWA BARAT

Oleh
Deyana Maulina Kresnawati
NRP 1564052

Cimahi Creative Association adalah sebuah komunitas animasi yang saat ini berpusat di Kota Cimahi, namun para anggotanya justru mayoritas adalah penduduk dari luar Kota Cimahi. Walaupun program-programnya masih berjalan, namun eksistensi dari komunitas ini mulai menurun karena tidak adanya promosi yang dilakukan. Perancangan promosi ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan komunitas animasi Cimahi Creative Association dalam melebarkan sayapnya dalam bidang industri kreatif. Dalam perancangan ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian yaitu, melalui studi pustaka, wawancara, kuesioner, dan observasi lapangan, untuk menganalisa lebih mendalam mengenai Cimahi Creative Association.

Hasil perancangan ini adalah Promosi Cimahi Creative Association di Jawa Barat, yang dilakukan dengan merancang program promosi tersebut. Dimulai dari pembuatan event promosi yang dilanjutkan dengan strategi komunikasi berbasis A. I. S. A. S. Model, dimulai dari *Attention* dan *Interest*, *Search*, *Action* dan *Share*. Hasil karya menggunakan ilustrasi dan fotografi, dengan pendekatan maskot Laskar Cima. Media promosi berupa Billboard, Iklan website, media sosial, koran, media gimmick, dan audio visual.

Kesimpulan dari perancangan ini adalah komunitas animasi Cimahi Creative Association mengalami penurunan eksistensi dan perlu diadakannya promosi yang berkala, sehingga peminat dari animasi ini dapat mengetahui eksistensi dari komunitas ini.

Kata Kunci: *Animasi, Cimahi Creative Association, Komunitas, Promosi.*

ABSTRACT

DISIGNING PROMOTION OF CIMAHI CREATIVE ASSOCIATION IN WEST JAVA

Submitted by
Deyana Maulina Kresnawati
NRP 1564052

Cimahi Creative Association is an animation community that is currently based in Cimahi City, but the majority of its members are residents from outside the city of Cimahi. Even though the programs are still running but, the existence of this community has begun to decline due to the lack of promotion. The design of this promotion was made with the aim of contributing to the development of the animation Community, Cimahi Creative Association in expanding in the field of creative industries. In this design project the author uses several research methods, as through literature studies, interviews, questionnaires, and field observations, to analyze more deeply about the Cimahi Creative Association.

The result of this design was the Promotion of the Cimahi Creative Association in West Java, which was carried out by designing the promotion program. Starting from the promotion of events started by communicatin strategy based on A. I. S. A. S. model, starting from Attention and Interest, Search, Action and Share. This promotion uses illustrations and photography, with the mascot approach of Laskar Cima. Promotional media in the form of billboards, website advertisements, social media, newspapers, media gimmicks, and audio visuals.

The conclusion of this design is that the animation community of Cimahi Creative Association has decreased its existence and needs to hold regular promotions, so that people who interested with animation will know the existence of this community.

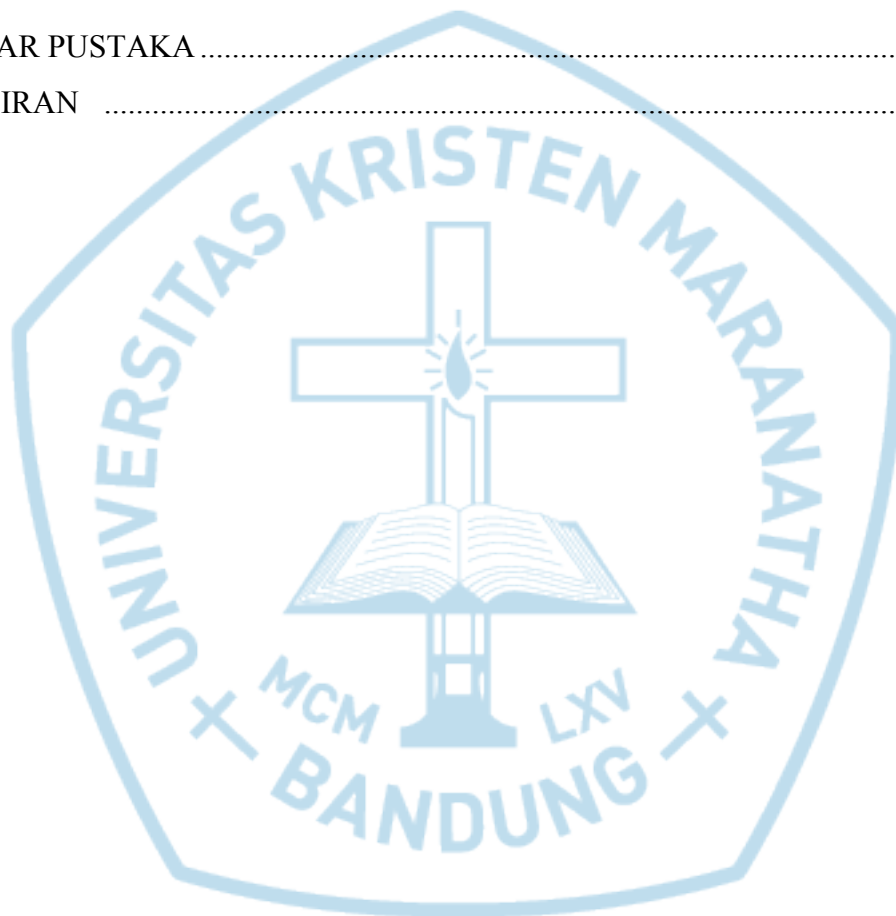
Keywords: Animation, Cimahi Creative Association, Community, Promotion.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Permasalahan.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	2
1.4.1 Data primer.....	2
1.4.2 Data Sekunder	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II : LANDASAN TEORI.....	 5
2.1 Teori Promosi.....	5
2.1.1 Tujuan Promosi	5
2.1.2 Media Promosi	6
2.1.3 Teosi Aisas	6
2.2 Teori Maskot.....	6
2.3 Teori Tipografi.....	7
2.3.1 Jenis Tipografi.....	7

2.3.2	Variasi Tipografi	8
2.4	Teori Ilustrasi	9
2.4.1	Jenis-Jenis Ilustrasi	9
2.5	Teori Warna	10
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH		12
3.1	Sejarah Cimahi Creative Association	12
3.1.1	Visi dan Misi	12
3.1.2	Maskot Laskar Cima	13
3.1.3	Jadwal Kegiatan	14
3.2	Data Khalayak Sasaran	15
3.3	Tinjauan Karya Sejenis	16
3.4	Pengumpulan Data	17
3.4.1	Hasil Wawancara	17
3.4.2	Observasi Lapangan	19
3.4.3	Kuisisioner	19
3.5	Mandatori	25
3.6	Sponsorship	26
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH		27
4.1	Konsep Komunikasi	27
4.2	Konsep Kreatif	27
4.2.1	Maskot	27
4.2.2	Warna	32
4.2.3	Ilustrasi	32
4.2.4	Tipografi	32
4.3	Konsep Media	33
4.3.1	Logo Event Promosi	33
4.3.2	<i>Media Timeline</i>	34
4.3.3	<i>Budgeting</i>	36
4.4	Hasil Karya	37
4.4.1	<i>Media Attention & Interest</i>	37

4.4.2	<i>Media Search</i>	40
4.4.3	<i>Media Action</i>	43
4.4.4	<i>Media Share</i>	46
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema perancangan.....	4
Gambar 3.1	Logo Cimahi Creative Association	12
Gambar 3.2	Maskot Laskar Cima Asli.....	13
Gambar 3.3	<i>Website</i> Ainaki	17
Gambar 3.4	Promosi Ainaki.....	17
Gambar 3.5	Wawancara dengan pengurus CCA.....	18
Gambar 3.6	Gedung BITC	19
Gambar 3.7	Diagram usia responden	20
Gambar 3.8	Diagram Jenis kelamin responden.....	20
Gambar 3.9	Diagram Tempat tinggal responden	21
Gambar 3.10	Diagram pendidikan responden saat ini	21
Gambar 3.11	Diagram media yang paling sering digunakan responden	22
Gambar 3.12	Diagram responden yang mengetahui CCA.....	22
Gambar 3.13	Diagram media informasi yang memadai menurut responden.....	23
Gambar 3.14	Diagram Ketertarikan dalam bidang industri kreatif.....	23
Gambar 3.15	Logo Mandatori CCA.....	25
Gambar 3.16	Logo <i>Sponsorship</i> Bank BJB	26
Gambar 4.1	Maskot Laskar Cima penulis.....	27
Gambar 4.2	Ciman	28
Gambar 4.3	Citux.....	29
Gambar 4.4	Cikitty.....	29
Gambar 4.5	Cipan	30
Gambar 4.6	Cibot.....	30
Gambar 4.7	Cinobi	31
Gambar 4.8	Ciyus.....	31
Gambar 4.9	Warna pada karya.....	32
Gambar 4.10	Logo <i>event</i> promosi.....	33
Gambar 4.11	Promosi <i>Billboard</i>	37
Gambar 4.12	Iklan pada <i>platform</i> Line News.....	38
Gambar 4.13	Media Instagram.....	39

Gambar 4.14	Media koran.....	40
Gambar 4.15	Media sosial <i>search</i>	41
Gambar 4.16	Poster.....	42
Gambar 4.17	Gimick media	43
Gambar 4.18	Media sosial <i>Action</i>	44
Gambar 4.19	Audio Visual	45
Gambar 4.20	Media sosial <i>share</i> Facebook 1	46
Gambar 4.21	Media sosial <i>share</i> Instagram.....	47
Gambar 4.22	Media sosial <i>share</i> Facebook 2	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Media komunikasi	6
Tabel 2.2	Jenis Tipografi	7
Tabel 2.3	Tabel Variasi huruf	8
Tabel 4.1	Media <i>Timeline</i>	34
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sketsa <i>billboard</i>	52
A1	Sketsa <i>Gimmyck</i>	53
A2	Sketsa Poster	54
A3	Sketsa Koran	55
A4	Sketsa Instagram	56
A5	Sketsa Logo <i>event</i>	57

