

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cimahi Creative Association adalah sebuah organisasi *non profit* yang bergerak di dalam bidang industri kreatif. Komunitas ini dibentuk sebagai pusat pembinaan dan pelatihan keterampilan sumber daya manusia terutama untuk mahasiswa dan pelajar SMK/SMA/SMU yang memiliki ketertarikan dalam bidang tersebut, khususnya didalam bidang animasi.

Saat ini Cimahi Creative Association menjadi salah satu rujukan untuk program-program pelatihan seperti, magang/*internship*, diklat, dan juga menerima berbagai kunjungan dari sekolah-sekolah dan instansi yang memiliki program pendidikan yang berkaitan dengan animasi.

Walaupun program-programnya masih berjalan, namun sayang sengkali eksistensi dari Cimahi Creative Association ini mulai menurun dikarenakan tidak adanya promosi-promosi yang dilakukan. Padahal peminat dari bidang industry animasi ini sungguh banyak sekali. Sarana dan prasarananya pun sudah sangat memadai.

Melihat peluang Cimahi Creative Association sangat besar sekali untuk dikembangkan. Maka dari itu perlu dibuat kembali program promosi mengenai Cimahi Creative Association yang tujuannya adalah agar masyarakat khususnya yaitu mahasiswa dan pelajar di Jawa Barat dapat mengetahui eksistensi komunitas Cimahi Creative Association dimana komunitas ini menjadi salah satu rujukan pembinaan dan pelatihan animasi yang sangat berkompeten di bidangnya dan dapat menghasilkan insan-insan yang siap bekerja, dan melanjutkan ke ranah internasional.

Membuat perancangan promosi Cimahi Creative Association di Jawa Barat ini dijadikan sebagai topik Tugas Akhir untuk memberikan kontribusi terhadap

perkembangan komunitas ini dalam melebarkan sayapnya di industry kreatif khususnya dalam bidang animasi.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan penulis dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana agar masyarakat dapat mengetahui Cimahi Creative Association?
2. Bagaimana merancang promosi untuk Cimahi Creative Association?

1.2.2 Ruang Lingkup

Target *audience* adalah mahasiswa atau pelajar SMA/SMK/SMU yang memiliki ketertarikan terhadap industri kreatif khususnya animasi.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Masyarakat dapat mengetahui adanya komunitas ini dengan membuat sebuah program promosi dari Cimahi Creative Association.
2. Desain promosi ini akan dirancang dengan analisis model yaitu AISAS dan desain visual yang sesuai karakteristik *target audience*.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data-data yang penulis gunakan untuk penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder yang akan dilakukan secara langsung agar hasil yang di dapat lebih akurat.

1.4.1 Data Primer diperoleh dari:

1. Wawancara, pengumpulan data dari narasumber pengurus CCA untuk mengetahui lebih lengkap sejarah dan perkembangan dari CCA.

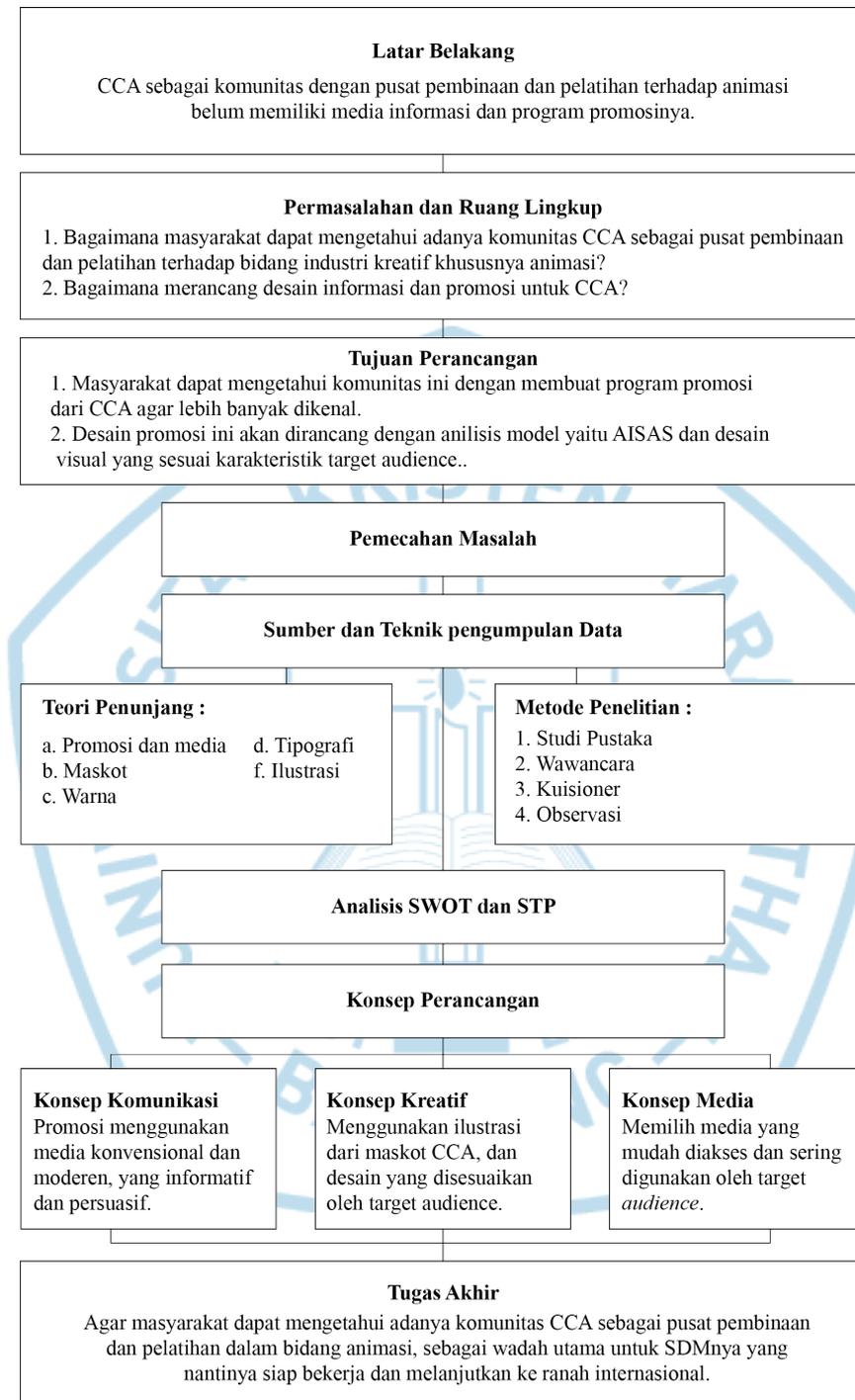
2. Kuisisioner, untuk mendapatkan data penunjang yang valid dari berbagai sumber mengenai pengetahuan masyarakat mengenai CCA.
3. Observasi, pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lapangan yaitu gedung BITC pusat dari komunitas CCA.

1.4.2 Data Sekunder diperoleh dari:

1. Studi Pustaka, pengumpulan data dari daftar pustaka dan sumber yang terdapat di internet dan buku-buku yang berkaitan dengan:
 - a. Teori Promosi dan Media Promosi
 - b. Teori Maskot
 - c. Teori Warna
 - d. Teori Tipografi
 - e. Teori Ilustrasi



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber : Penulis, 2019)