

**PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

**PENDAMPINGAN PRODUKSI MEDIA PROMO FILM RUMAH DI ATAS PASIR  
LEWAT DISKUSI FILM DAN DOA LINTAS AGAMA EDISI PERDANA  
(D-FD#1)**

**Ketua:**

**Dhini Widyantika Ariesta, M.A / NIDN**

**Anggota:**

**Alfian Dwi Susetyo/ NIM 2017/AD/5183**

**PROGRAM STUDI D3 PERIKLANAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

---

Judul Pelaksana : Pendampingan Produksi Media Promo Film Rumah di Atas Pasir  
Lewat Diskusi Film dan Doa Lintas Agama Edisi Perdana (D-FD#1)  
Dhini Widyantika Ariesta, M.A.

Nama Lengkap : 510048803

NIDN/NIK : -

Jabatan Fungsional :

Program Studi : D3 Periklanan

Nomor HP : 082224148023

Alamat surel (*e-mail*) : dhiniariesta@gmail.com

Anggota (1):

Nama Lengkap : Alfian Dwi Susetyo

NIM : 2017/AD/5183

Jabatan : Mahasiswa

Program Studi : D3 Periklanan

Yogyakarta, 30 Desember 2020

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Rike Tias permanis Sari, M.Sn.  
NIK 063.2032.18

Pelaksana,



Dhini Widyantika Ariesta, MA  
NIK 077.2032.19

## RINGKASAN

Media promosi merupakan bagian penting untuk membantu mencapai tujuan iklan. Film Sebagaimana iklan, Rumah di Atas Pasir dapat menjadi media penyampaian pesan yang efektif pada masyarakat oleh karenanya, memerlukan media promosi yang terukur. Film ini merupakan hasil dari kerjasama antara organisasi Aliansi Bela Garuda, KFT Korda DIY, dan Sanggar Sang- Indonesia untuk menumbuhkan kembali nilai-nilai kehinnekaan di kalangan kaum muda. Berangkat dari kegelisahan terkikisnya nilai-nilai toleransi, Rumah di Atas Pasir berupaya memotret gerakan radikal yang ada di Indonesia dan berseberangan dengan Pancasila.

Rumah di Atas Pasir dirilis melalui Diskusi Film dan Doa Lintas Agama edisi perdana (D-FD#1). Perhelatan tersebut merupakan acara yang diselenggarakan oleh Aliansi Bela Garuda untuk kepentingan edukasi dan pembelajaran tentang Pancasila dan kebhinekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia lewat sinematografi atau film. Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan supervisi pada mahasiswa selaku desainer grafis untuk membuat media promosi film yang akan dilakukan perdana pada D-FD#1. Proses supervise meliputi pendampingan desainer grafis untuk melakukan perencanaan awal design dengan cara melakukan riset, menghimpun material dan instrumen design, serta menentukan media apa saja yang akan digunakan. Adapun tahapan desain meliputi *rough design*, *comprehensif layout*, dan *finishing*.

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat dilaksanakan dan dilaporkan dengan baik. Pendampingan produksi media promo film Rumah di Atas Pasir lewat diskusi film dan doa lintas agama edisi perdana (D-FD#1) Adalah kesempatan pengabdian sekaligus pembelajaran di mana penulis berkesempatan terlibat dalam pendampingan perancangan desain media promo dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Kegiatan ini juga menjadi laboratorium bagi mahasiswa D3 Periklanan untuk mengaplikasikan mata kuliah Produksi Media Cetak pada khususnya.

Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada ketua sanggar Sang – Indonesia yang telah memberikan kesempatan kerjasama bagi penulis, Aliansi Bela Garuda, KFT KORDA DIY, dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan PKM. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan, maka masukan, saran, maupun kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati.

*Wassalamu'alikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Desember 2020

Penulis



Dhini Widyantika Ariesta, M.A

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b>	
<b>Halaman Pengesahan</b>	
<b>Ringkasan</b>	
<b>Prakata</b>	
<b>Daftar Isi</b>	
<b>Daftar Gambar</b>	
<b>I. Pendahuluan</b>	
<b>II. Target dan Luaran</b>	
<b>A. Target</b> <b>B. Luaran</b>	
<b>III. Metode Pelaksanaan</b> <b>A. Persiapan</b> <b>B. Pengumpulan Materi</b> <b>C. Produksi</b> <b>D. Analisis SWOT</b>	
<b>IV. Pelaksanaan Kegiatan</b> <b>A. Lokasi dan Waktu</b> <b>B. Strategi Visual</b> <b>C. Strategi Verbal</b> <b>D. Ide Ilustrasi</b> <b>E. Pemilihan Warna</b> <b>F. Pemilihan Font</b> <b>G. Pemilihan Media</b> <b>H. Ilustrasi</b> <b>I. Layout</b> <b>J. Logo</b> <b>K. Tahap Pelaksanaan</b>	
<b>V. Hasil Luaran yang Dicapai</b> <b>A. Media Promosi Utama</b> <b>B. Media Promosi Pendukung</b>	
<b>VI. Penutup</b> <b>A. Kesimpulan</b> <b>B. Saran</b>	

<b>VII. Lampiran</b>	
----------------------	--

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Keterangan	Hal
3.1	Font Bebas Neue	
3.2	Font Bebas Neue	
3.3	Font Adobe Naskh	
3.4	Logo Aliansi Bela Negara	
3.5	Scheme Colors Logo Aliansi Bela Negara	
3.6	Poster Film	
3.7	Logo D-FD#1	
3.8	Poster D-FD#1	
3.9	X-Banner D-FD#1	
3.10	Co-card D-FD#1	
3.11	Card D-FD#1	
3.12	Template D-FD#1	
3.13	Goddie Bag D-FD#1	
3.14	String Bag D-FD#1	
3.15	Pen D-FD#1	
3.16	Mug D-FD#1	
3.17	Pin D-FD#1	
3.18	Flash Disk D-FD#1	
3.19	T-shirt D-FD#1	

## I. PENDAHULUAN

Sebagaimana iklan, film adalah media penyampaian pesan yang efektif pada masyarakat. Berangkat dari kegelisahan terkikisnya nilai-nilai toleransi, Aliansi Bela Garuda (ABG) dan Karyawan Film dan Televisi (KFT) Korda DIY, menggandeng sanggar kesenian Sang – Indonesia untuk memproduksi film ‘Rumah di Atas Pasir’. Film ini diharapkan mampu menumbuhkan Kembali nilai-nilai kebhinekaan pada kaum muda. Film yang berkisah tentang keresahan masyarakat pada organisasi masyarakat (ormas) radikal yang berseberangan dengan nilai-nilai Pancasila. Rumah di Atas Pasir sendiri disutradarai dan ditulis oleh ketua sanggar Sang - Indonesia, yakni Muhammad Shodiq Sudarti. Film ini merepresentasikan pergolakan radikal yang anti kebhinekaan dan intoleran kepada umat beragama non-Islam yang kerap ditemukan dalam masyarakat. Konflik utama film dikemas dalam balutan kisah asmara muda-mudi yang berbeda keyakinan agar lebih dekat dengan kehidupan kaum muda.

Rumah di Atas Pasir dirilis melalui Diskusi Film dan Doa Lintas Agama edisi perdana (D-FD#1). Perhelatan tersebut merupakan acara yang diselenggarakan oleh Aliansi Bela Garuda untuk kepentingan edukasi dan pembelajaran tentang Pancasila dan kebhinekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia lewat sinematografi atau film. Adapun sasaran audiens film Rumah di Atas pasir dan D-FD#1 adalah kaum muda usia 17-30 tahun, meliputi pelajar, mahasiswa, maupun pekerja muda di Yogyakarta dan sekitarnya. Mulanya, Rumah di Atas Pasir direncanakan rilis pada tanggal 11 April 2020 di Studio Banjarmili yang beralamatkan Kradenan, Banyuraden, Gamping, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, namun ditunda hingga waktu yang belum ditentukan karena adanya pandemi covid-19.

Media promosi yang efektif dan tepat sasaran diperlukan untuk mencapai tujuan dari kesuksesan acara Diskusi Film dan Doa Lintas Agama (D-FD#1). Perancangan media promosi yang terukur dapat menguatkan *awareness* film sekaligus D-FD#1. Pada program pengabdian ini, penulis memperoleh kesempatan dari Sanggar Sang untuk melakukan pendampingan pada mahasiswa D3 Periklanan STIKOM Yogyakarta dalam perancangan desain media promosi. Harapannya, target sasaran tak hanya mengetahui adanya acara D-FD#1 semata namun juga mengenali dan menangkap tujuan dari acara tersebut. Adapun media promosi yang dirancang berupa media utama dan media pendukung. Poster acara dan *template* konten Instagram sebagai media utama. Dirancang untuk menyebarluaskan informasi utama jauh hari sebelum acara, sedangkan media pendukung dirancang untuk digunakan pada saat diselenggarakannya D-FD#1.



## II. TARGET DAN LUARAN

### 1. Target

Memberikan pendampingan pada mahasiswa D3 Periklanan yang dalam melalui program kerjasama antara Sanggar Sang Indonesia dengan D3 STIKOM Yogyakarta diposisikan sebagai designer magang untuk membuat kelengkapan promosi pedana film Rumah di Atas Pasir lewat Diskusi Film dan Doa Lintas Agama Edisi Perdana (D-FD#1). Tujuan program adalah untuk melakukan *upskilling* dan *reskilling* kompetensi desainer komunikais visual. Penulis secara terperinci memberikan materi pelatihan dengan kompetensi:

#### 1. Membuat perencanaan desain media promosi

Memberikan wawasan pengetahuan, ketrampilan dan sikap kerja dalam merencanakan strategi kreatif di bidang desain komunikasi visual.

#### 2. Merancang strategi kreatif di bidang desain komunikasi visual

Memberikan wawasan pengetahuan, ketrampilan dan sikap kerja dalam merancang strategi kreatif desain komunikasi visual.

#### 3. Merancang strategi dan pemilihan media digital

Memberikan wawasan pengetahuan, ketrampilan, dan sikap kerja dalam merancang strategi dan pemilihan media digital.

#### 4. Etika dan kinerja desainer

Memberikan wawasan pengetahuan, ketrampilan, dan sikap kerja dalam pembuatan desain desain komunikasi visual untuk promosi.

#### 5. Penyajian karya

Pengetahuan Penyajian karya akhir/*finishing* karya dan apresiasi baik dalam pameran tunggal maupun laporan produksi.

### 2. Luaran

- a. Desain poster film Rumah di Atas
- b. Desain media promosi utama dan media pendamping promosi film Rumah di Atas Pasir lewat Diskusi Film dan Doa Lintas Agama Edisi Perdana (D-FD#1).
- c. Karya Kreatif Mahasiswa
- d. Pameran Tunggal - Mahasiswa

### III. METODE PELAKSANAAN

#### A. Persiapan

Persiapan yang dilakukan antara lain :

- Koordinasi dengan ketua Sanggar SANG sekaligus sutradara film Rumah di Atas Pasir sekaligus koordinator pelaksanaan D-FD#1, Muhammad Shodiq Sudarti terkait film, kebutuhan promosi, dan lembaga-lembaga terkait seperti Aliansi Bela Garuda dan KFT Korda DIY.

#### B. Pengumpulan Materi

Pengumpulan materi dilakukan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan melengkapi karya kreatif diantaranya menggunakan metode :

- Wawancara  
Dilakukan guna mendapatkan data mengenai organisasi, event, dan data-data kegiatan yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya berdasarkan pernyataan narasumber.
- Studi Pustaka  
Studi Pustaka dilakukan guna mendapatkan wawasan mengenai teori-teori yang dibutuhkan untuk menunjang pembuatan karya kreatif dan untuk menunjang penyusunan laporan.
- Observasi  
Penulis juga mengikuti kegiatan editing film yang dilakukan oleh editor serta sutradara untuk mengetahui isi dari film Rumah di Atas Pasir.

#### C. Produksi

- **Layout kasar (*Rough Layout*)**  
Pada tahapan ini desainer diarahkan untuk melakukan penyusunan layout kasar dengan metode sketsa gambar pada kertas dengan menyertakan susunan dan komposisi pada sketsa untuk selanjutnya diolah menjadi karya design grafis.
- **Layout Lengkap (*Comprehensif Layout*)**  
Tahapan ini merupakan tahapan pertama dari design grafis berupa penempatan instrument design yang sudah berupa garis pada aplikasi design grafis. Hal ini dilakukan guna menyesuaikan komposisi dan irama pada karya design grafis.
- **Final Artwork**

*Final artwork* dilakukan dengan cara memasukkan warna berdasarkan pada color tone yang sudah direncanakan, serta memasukkan logo sponsor maupun media partner.

#### **D. Analisis SWOT**

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT promosi film Rumah di Atas Pasir lewat Diskusi Film dan Doa Lintas Agama Edisi Perdana (D-FD#1):

##### **a. Strengths (kekuatan):**

- Merupakan acara diskusi film yang digelar oleh organisasi kebhinekaan yang dipergunakan untuk kepentingan edukasi.
- Film yang diputar dengan memiliki sisi edukasi tentang wacana radikalisme yang ada di Indonesia. Film tersebut dikemas dengan cerita yang lekat dengan kehidupan anak muda agar mudah diterima.

##### **b. Weakness (kelemahan):**

- Film yang menceritakan tentang agama, yang tak jarang menjadi topik sensitif di kalangan masyarakat.

##### **c. Opportunity (peluang):**

- Merupakan langkah yang penting dilakukan di masa kini yang semakin krisis identitas.
- Kecenderungan anak muda masa kini yang cenderung menyukai sinematografi atau film.

##### **d. Threats (Ancaman)**

- Merupakan acara yang terhalang oleh adanya pandemi covid-19.

#### **IV. PELAKSANAAN KEGIATAN**

##### **A. Lokasi dan waktu pelaksanaan:**

- Pengambilan data untuk materi desain dilakukan oleh desainer di kantor sekretariat Aliansi Bela Garuda yang bertempat di Jl. Srikaloka No. 48B, Patangpuluhan, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, D.I. Yogyakarta sebagai tempat sumber informasi untuk dapat diolah sebagai instrument design pada media promosi.
- Pendampingan desainer dilakukan di STIKOM Yogyakarta.
- Waktu pengerjaan karya dimulai dari 1 Juli 2020 hingga 30 Desember 2020 mulai dari tahap perencanaan atau pra-produksi hingga tahap pasca-produksi.

## B. Strategi Visual

- Perumusan desain yang menarik, simple, dan tanpa banyak ilustrasi agar mudah diingat, dan mudah diterima oleh kaum muda.
- Menciptakan identitas atau karakteristik yang mempunyai ciri khas tersendiri yaitu pada logo acara yang dipadukan dengan warna serta tipografi yang sesuai dengan persona brand dari film maupun organisasi.

## C. Strategi Verbal

- **Headline**

Pemuatan judul atau kalimat utama yang mudah diingat oleh target audiens yang kemudian didukung atau diperjelas melalui *Sub Headline*.

- **Sub Headline**

Jembatan penghubung antara *headline* dengan *body text*. *Sub headline* digunakan apabila kalimat dalam headline cukup panjang sehingga kurang efektif. Kalimat dalam suatu *Sub Headline* lebih jelas dan lebih menarik agar mudah dicerna oleh konsumen.

- **Body Copy**

Berfungsi menerangkan tentang acara sebenarnya yang dapat dipertanggungjawabkan. Pesan yang disampaikan bersifat ringkas, sederhana, mudah dimengerti oleh khalayak konsumen

- **Closing Word**

Kalimat penutup adalah kalimat yang pendek, jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan target audiens untuk menyaksikan film Rumah di Atas Pasir sekaligus menghadiri D-FD#1. *Closing word* juga dapat berupa alamat, serta info lainnya.

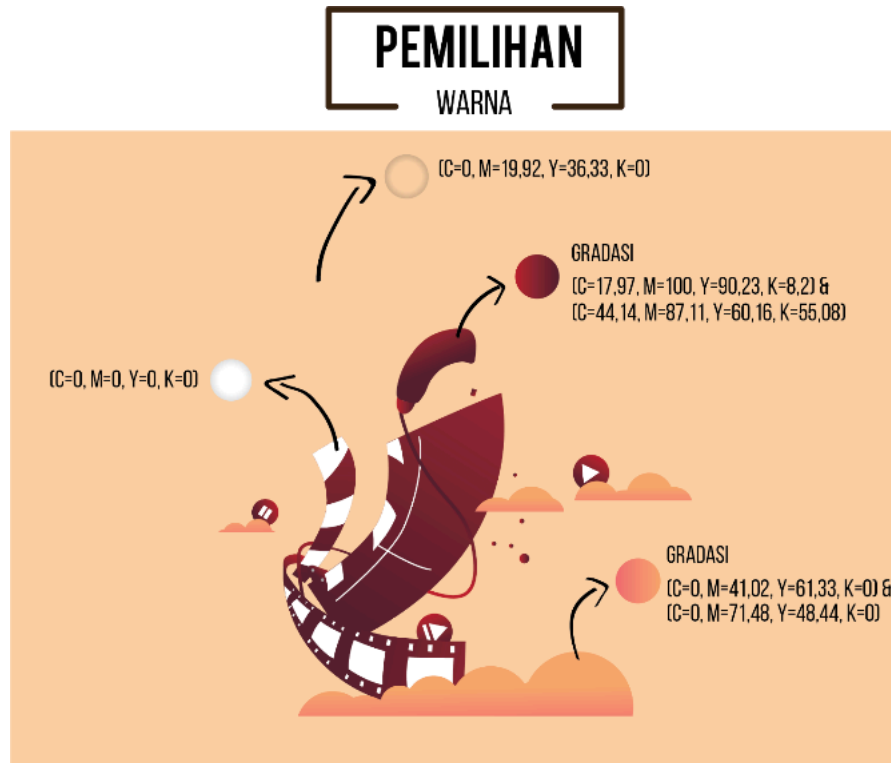
## D. Ide Ilustrasi





Gagasan ilustrasi diambil dari peralatan film yang umum digunakan dalam produksi film seperti *clapper*, dan *boom mic* serta ikon-ikon dalam film seperti *play button* dan *pause button*. Bentuk peralatan tersebut kemudian disederhanakan ke dalam bentuk ilustrasi dengan Teknik dekoratif tanpa menghilangkan ciri aslinya. Adapun dalam pewarnaan, gradasi diaplikasikan untuk menciptakan kesan volum. Gagasan ilustrasi ini juga menyiratkan dukungan

Aliansi Bela Garuda terhadap kesenian, khususnya film sebagai salah satu karya yang efektif sebagai media komunikasi dengan masyarakat.

### E. Pemilihan Warna

Warna yang sesuai dengan acara event D-FD#1 serta warna yang mewakili spirit dari acara tersebut. Hingga pada akhirnya penulis memilih warna sebagai berikut :



-  Memperjelas bentuk asli dari objek alat produksi film.
-  Dipilih untuk memberikan rasa & sugesti event yang nyaman.
-  Menggambarkan semangat dan spirit anggota gabungan Aliansi Bela Garuda dan KFT DIY dalam berkarya film.
-  Dipilih untuk memberikan kesan elegan.

Gambar 3.1 : Font Bebas Neue  
Sumber : LKK Alfian (2020:)

### F. Font

Pada bagian font, penulis menggunakan dua jenis font yaitu :

a. Bebas Neue

**BEBAS NEUE**

BEBAS NEUE

BEBAS NEUE

Gambar 3.2 : Font Bebas Neue  
Sumber : dafont.com

Penulis menggunakan font BEBAS Neue yang tergolong dalam font jenis sans-serif. Pada bagian font BEBAS Neue penulis menggunakan 4 varian jenis berupa *bold*, *regular*, *light*, dan *book*, dimana ketiganya mempunyai ketebalan yang berbeda-beda. Penulis memilih font BEBAS Neue untuk mengemas desain menjadi terlihat santai atau kasual namun tegas karena pada pelaksanaannya merupakan acara yang semi formal.

b. Adobe Naskh

**ADOBE NASKH**

**Adobe Naskh**

Gambar 3.3: Font Adobe Naskh  
Sumber : dafont.com

Penulis menggunakan font Adobe Naskh yang tergolong pada font berjenis *serif* utamanya pada media poster film adalah untuk memunculkan kesan serius, sehingga dari perspektif font saja audiens dapat menyimpulkan bahwa Film Rumah di Atas Pasir merupakan film dengan cerita yang serius tanpa unsur komedi.

G. Pemilihan Media Promosi

Pada perancangan kali ini penulis menggunakan media promosi berupa *online* yaitu instagram, dan *offline* berupa poster. Hal itu penulis pilih karena mempertimbangkan pada sasaran target audiens yang merupakan masyarakat pelajar, pegawai negeri, karyawan swasta, dengan tingkat ekonomi menengah-ke bawah, dan usia 17-30 tahun.

#### H. Layout

Penyusunan desain harus melalui strategi tata desain, agar memperoleh desain yang artistik. Desain yang dibuat memiliki daya tarik untuk target audiens, memberi rasa senang dan tidak bosan.

Prinsip layout pada keseluruhan desain ini adalah menggunakan prinsip keseimbangan yang semi-simetris karena merupakan acara yang semi-formal.

Dikarenakan target audiens atau target pembaca utama yang ingin disasar merupakan masyarakat remaja ataupun orang dewasa maka *layout* di dalamnya sedikit menggunakan visual dan lebih menonjolkan informasi yang ingin disampaikan.

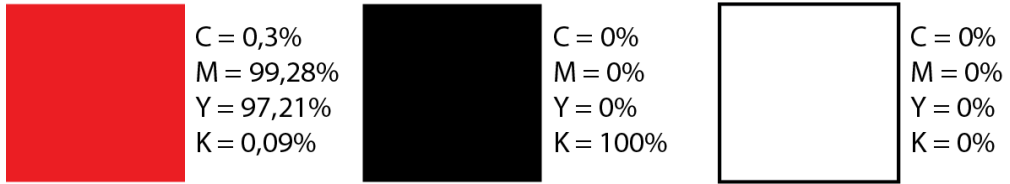
#### I. Logo

1. Logo Organisasi (sudah ada)



Gambar 3.4 : Logo Aliansi Bela Garuda  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Warna



Gambar 3.5 : Scheme color logo ABG  
Sumber : LKK Alfian (2020)



## J. TAHAPAN DESAIN

Menyesuaikan dengan penjelasan di atas maka penulis membuat desain dengan Langkah sebagai berikut :

### a. **Layout Kasar (*Rough Layout*)**

Merupakan Langkah membuat sketsa kasar menggunakan pensil pada media selembar kertas

### b. **Layout Lengkap (*Comprehensif Layout*)**

*Tracing outline* atau membuat gambar bentuk pada sketsa yang sudah dibuat dengan menggunakan aplikasi pada komputer, di sini penulis menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.

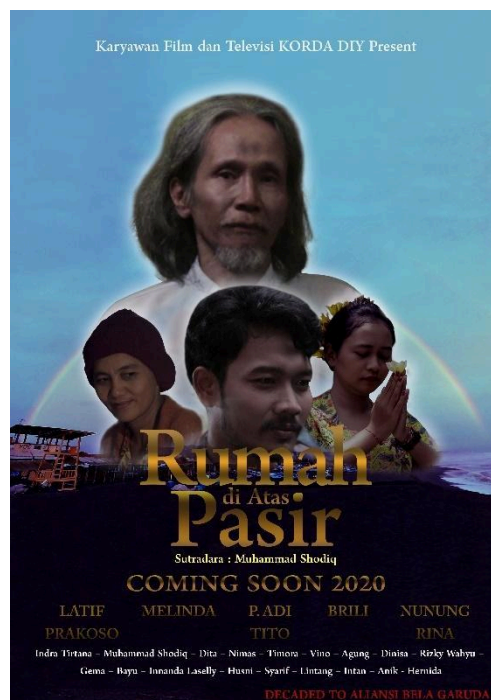
### c. **Final Design**

Memasuki final desain penulis memasukkan warna serta gradasi warna pada aplikasi serta

## V. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### A. Media Promosi Utama

#### 1. Poster Film



Gambar 3.6 : Poster film Rumah di Atas Pasir

Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama desain : Poster Film
- b. Ukuran : A3
- c. Format : *Potrait*
- d. Bahan : Ivory 260

B. Media Promosi Pendukung

1. Logo Acara D-FD#1



Gambar 3.7: Logo DDF#1  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Warna :
  - Merah (C=15 M=100 Y=90 K=10)
  - Hitam (C=0 M=0 Y=0 K=100)
- b. Tipografi: Bebas NEUE

## 2. Poster Acara



Gambar 3.8 : Poster DDFD#1  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Poster
- b. Ukuran : a3+
- c. Format : *Potrait*
- d. Bahan : Ivori 280

## 3. X banner



Gambar 3.9 : X-Banner DDFD#1  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : *X-Banner*
- b. Ukuran : 60x160 cm
- c. Format : *Potrait*
- d. Bahan : Albatros

4. Co card



Gambar 3.10 : Co-Card  
 Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : ID Kru
- b. Ukuran : 85,60 mm x53,98 mm
- c. Format : *Potrait*
- d. Bahan : Ivori 280

5. Card



Gambar 3.11 : Card  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Kartu Nama
- b. Ukuran : 4,5 x 9 cm
- c. Format : *Landscape*
- d. Bahan : Ivori 280

## 6. Template IG



Gambar 3.12 : Template IG  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Grid Instagram
- b. Ukuran : 1080 x 1080 pixel
- c. Format : *Potrait*
- d. Bahan : Vektor 1080x1080 pixel

## 7. Goddie Bag



Gambar 3.13 : Goddie Bag  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Tas Lipat
- b. Ukuran : 30x35x10
- c. Format : -
- d. Bahan : Kain parasut

8. String Bag



Gambar 3.14 : String Bag  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : *String bag*
- b. Ukuran : 44 cmn x 33 cm
- c. Format : -
- d. Bahan : kain kanvas katun

9. Pen



Gambar 3.15 : Pen  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Pena/Merchandise
- b. Ukuran : Standar

10. Mug



Gambar 3.16 : Mug  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Mug
- b. Ukuran : Standar



## 11. Pin



Gambar 3.17 : Pin  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Pin
- b. Ukuran : Standar

## 12. Flash Disk



Gambar 3.18 : Flash Disk  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : *Flashdisk*
- b. Ukuran : Standar

### 13. T-shirt



Gambar 3.19 : T-shirt  
Sumber : LKK Alfian (2020)

- a. Nama Media : Kaos
- b. Ukuran : M & L
- c. Bahan : *Cotton Combed*

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan desain promosi sangat penting untuk film Rumah di Atas Pasir dan acara Diskusi Film dan Doa Lintas Agama perdana (D-FD#1) untuk media menyampaikan informasi agar dikenal, dan diketahui oleh target audiens. Agar target audiens mengenal dan mengetahui tentang acara maka diperlukanlah logo acara yang memuat gambaran tentang acara dan konsep visual yang diusung yaitu sinematografi sehingga dihasilkanlah logo dengan mengadaptasi bentuk dari *clapper* dan *boom mic* serta *play button* yang diolah dengan teknik ilustratif dekoratif.

Dalam pengerjaannya penulis mengusung konsep tentang sinematografi yang sangat melekat pada logo acara yang menggunakan alat-alat dalam produksi film. Adapun tantangan dalam pembuatan desain dengan konsep visual sinematografi ialah kurangnya pengetahuan mendalam penulis dalam dunia sinematografi terutama yang terkait pada desain cover film Rumah di Atas Pasir, sehingga dibutuhkan pembelajaran wawasan baru serta pembiasaan dengan dunia film atau sinematografi.

Adapun target audiens untuk perancangan media promosi ini adalah usia 17-30 tahun, kelas ekonomi menengah ke-bawah, dengan pendidikan/pekerjaan yaitu Pelajar, Mahasiswa, Pegawai Swasta, Pegawai Negeri, serta Wirausahawan. Berdasarkan observasi dari penulis dengan target audiens tersebut maka desain yang cocok digunakan yaitu desain dengan gaya ilustratif dekoratif seperti halnya pada karya yang saat ini sedang banyak digandrungi yaitu streetart mural, distro desain, serta desain acara yang biasanya tersebar di media instagram yang dominan dengan gaya desain ilustratif dekoratif. Sehingga perancangan media yang penulis buat mengandung unsur ilustratif dekoratif dengan media berupa posting media instagram, posting media facebook, serta poster sebagai media utama, dan *merchandise*, *co-card*, *id-card*, serta *x-banner* sebagai media pendukung dengan pertimbangan media yang sering digunakan oleh anak muda dan dewasa jaman milenial.

#### A. SARAN

Dari kesimpulan di atas, adapun saran penulis, yaitu :

1. Agar kegiatan promosi film Rumah di Atas Pasir dan acara Diskusi Film dan Doa Lintas Agama dapat optimal maka diperlukannya kesadaran tentang adanya hubungan yang berkelanjutan

dengan audiens, karena pada platform instagram di akun @aliansibelagaruda belum ada optimalisasi posting instagram yang sebenarnya dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi di dunia maya.

2. Saran yang saya tujukan untuk dunia akademis, yaitu untuk menambah teori tentang sinematografi yang berkaitan dengan TVC (*Television Commercial*) karena di dalam TVC juga terdapat teori-teori tentang sinematografi.