Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Film dan teknolgi berjalan dengan selaras. Ketika awal kemunculan film masih menggunakan seluloid, namun ketika menginjak era 90-an terjadi perubahan. Film tidak lagi menjadi karya yang hanya bisa diciptakan oleh kalangan eksklusif saja, namun karya tersebut bisa diciptakan oleh kalangan masyarakat umum. Film akan lebih berati jika memiliki penonton atau pun sebuah komunitas. Salah satu wadah untuk menayangkan film pendek ini adalah UCIFEST. UCIFEST atau UMN Cinema Festival ini adalah sebuah ajang kompetisi film pendek yang diperuntukan untuk kalangan mahasiswa UMN dan untuk siswa SMA terbuka untuk seluruh Indonesia. UCIFEST sudah berdiri sejak 2011 dan menjadi ajang tahunan. Keistimewaan dari acara UCIFEST sendiri adalah, UCIFEST mampu menghadirkan pembicara dan juri kompeten notabene adalah memiliki akreditasi dan prestasi yang cukup baik dalam bidang film. Acara ini dapat dinikmati kalangan umum pecinta film, mahasiswa, dan seluruh anak SMA indonesia. Sebuah badan organisasi yang baik memiliki indentitas diri, yakni logo. Dikutip dari pernyataan Prof. Drs. Yongky Safanayong (2009) mengatakan betapa pentingnya logo dalam satu organisasi yakni, pada intinya logo seperti lambang yang secara tidak langsung menjual memberi sebuah indentitas, informasi, dan persuasi, yang pada akhirnya menjadi alat pemasaran, dalam pernyataan tersebut dapat dijelaskan betapa pentingnya logo dalam mencapai visi misi sebuah organisasi. Syarat dari logo yang

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

baik belum tercermin pada logo UCIFEST, logo UCIFEST tidak mewadahi visi misi UCIFEST yang berbasis tema teknologi dan acara yang digunakan untuk anak SMA nusantara, hal tersebut tercermin pada unsur pita film seluloid dan aktivitas orang yang merekam membentuk sebuah impresi dari hasil survei ada yang berpendapat bahwa pita seluloid digunakan untuk kalangan profesional saja menggunakan serta masyarakat masih belum mendapat pesan yang dikomunikasikan dari logo UCIFEST dari 65% menganggap bahwa ini hanya acara kampus secara tertutup bukan untuk umum. Padahal logo ibarat wajah pada sebuah tubuh agar orang mampu mengenali dan mengingat logo pada suatu organisasi, sehingga ketika *audiens* melihat logo tersebut, langsung mengenali dan tertarik untuk lebih jauh mengenai event UCIFEST ini. Diharapkan dengan pembuatan logo ini mampu mencapai visi misi UCIFEST dan memaksimalkan keberhasilan acara ini.

1.2. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka penulis dalam tugas akhir membahas : bagaimana merancang unsur visual kampanye “Bagaimana merancang ulang logo UCIFEST (6) 2016 untuk membangun sebuah indentitas UCIFEST yang sesuai dengan visi misi UCIFEST?”

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi tugas akhir ini agar tidak meluas maka penulis memberi batasan terkait masalah yang menjadi topik dari tugas akhir penulis yang berjudul : *Redesign Logo UCIFEST.* Berikut adalah jangkauan pembahasan yang dibatasai dalam batasan masalah :

- Segmentasi untuk umur dari 16-23, siswa hingga mahasiswa. (sebab dari sumber wawancara dengan Makbul Mubarak pada 10 April 2015, UCIFEST hanya diperuntukan untuk mahasiswa dan SMA saja.)
- Merancang logo UCIFEST, beserta GSM. Serta pengaplikasian logo dalam media aplikasi yakni: official (kaos panitia, name tag id official, name tag press, amplop, kop surat, kartu nama), acara (tiket, plakat, sertifikat, backdrop, regulasi pendaftaran, booklet), merchandise (kaos, gelang karet, tote bag, notebook, pin), media promosi (Website, Facebook, Instagram, Twitter), enviroment (banner, media tembok, media pada jalan).

1.4. Tujuan Perancangan

Dengan adanya penelitian mengenai redesign logo UCIFEST diharapkan penulis mampu merancang ulang logo UCIFEST.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan ulang logo ini berkaitan dengan pendidikan dan budaya Indonesia agar UCIFEST bisa menjadi ajang bergengsi untuk para siswa-siswa SMA dan bagi kalangan mahasiswa UMN.

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

1.6. Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam tugas akhir membantu penulis untuk mencari data yang *valid* dalam penulisan tugas akhir.

Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan menggunakan dua macam metode yaitu data primer dan data sekunder. Dua metode tersebut dapat dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut.

1.6.1. Data Primer

Berikut beberapa metode pengumpulan data primer yang digunakan oleh penulis, antara lain :

1.6.1.1 Interview

Metode pengumpulan/ mendapatkan data dengan cara melakukan proses tanya jawab secara langsung dengan penyelenggara supervisi UCIFEST.

1.6.1.2 Observasi Lapangan

Penulis mengobservasi lapangan, tempat dimana instalasi ini dilakukan, baik secara geografis, psikologis, dan sosiologis guna mendapat tempat yang strategis dalam melakukan event .

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

1.6.1.3 Survey

Metode pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden mengenai manfaat dari redesign logo UCIFEST terhadap responden itu sendiri. Responden-responden yang termasuk didalamnya adalah masyarakat umum yang ditujukan untuk kalangan umur 16-23 tahun. Menurut Roscoe (1975) memberi panduan pengambilan sampel yakni: Ukuran sampel lebih dari 30-500 atau penelitian secara eksperimen maka jumlah sampel yang dibutuhkan hanya 10 hingga 20 saja.

1.6.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber kedua ataupun dokumentasi lembaga, antara lain :

1.6.2.1 Buku Cetak

Data akan diperoleh melalui studi kepustakaan untuk menambah bahan acuan mengenai merancang ulang logo UCIFEST.

1.6.2.2 Internet

Internet dapat dijadikan sebagai referensi dalam pembuatan simbolisasi visual dan menambah masukan informasi mengenai desain logo UCIFEST.

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

1.7. Metode Perancangan

Perancangan tugas akhir yang sistematis dalam menyelesaikan suatu permasalahan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal sesuai dengan tujuan perancangan yang ditentukan.

Tahapan perancangan dalam pembuatan merancang ulang logo UCIFEST melalui tahapan, antara lain :

1.7.1. Identifikasi Masalah

Tahapan identifikasi masalah dijabarkan dalam beberapa proses, antara lain :

1. Mengumpulkan data-data valid dari hasil *Interview* dan *observasi* yang dilakukan penulis terhadap film maker dan *audience*.
2. Menganalisis data-data yang valid, menganalisis data internal *SWOT(Strength, Weakness, Opportunity, Thread), 4P(Price, Product, Place, Promotion), STP(Segmenting, Targeting, Positioning)* tentang merancang .

1.7.2. Konseptualisasi

Tahapan konseptualisasi dijabarkan dalam beberapa proses, antara lain :

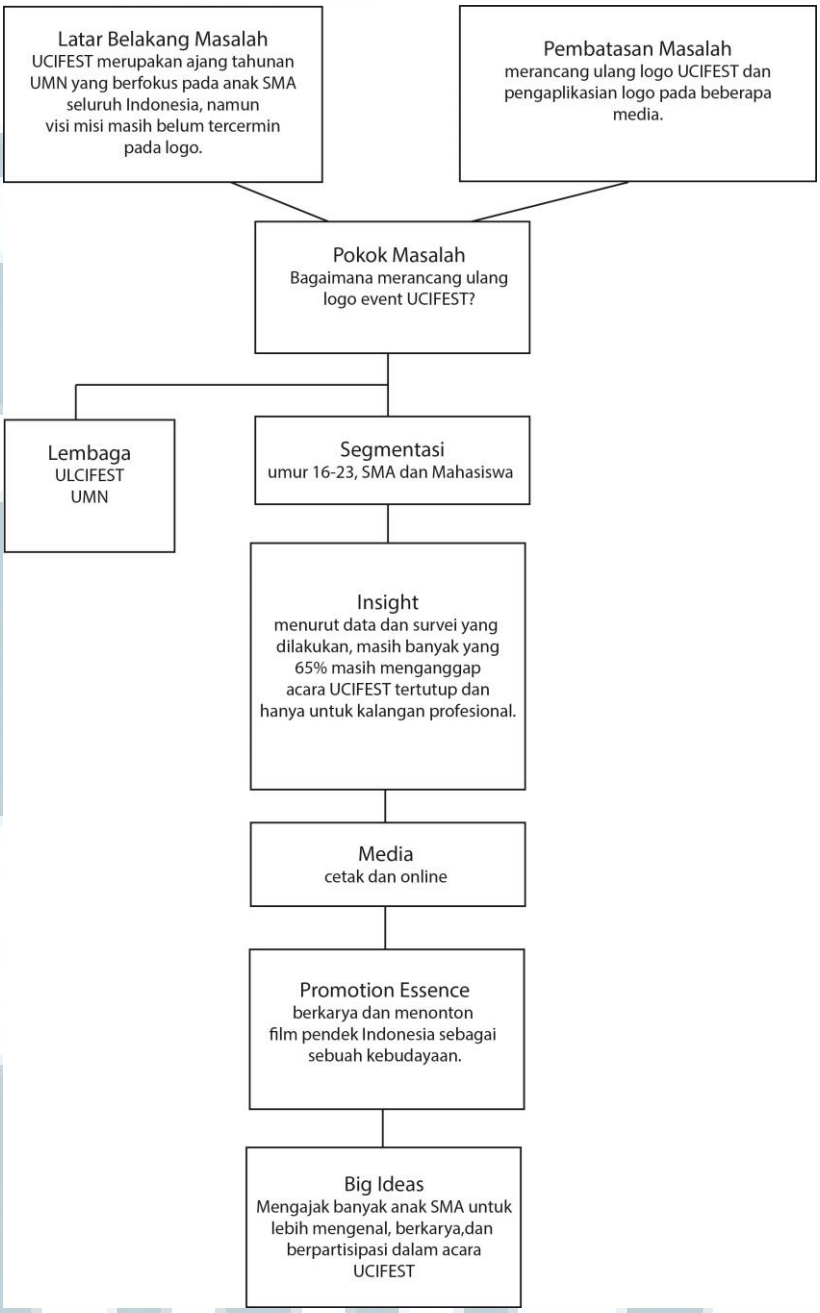
1. Koinonia

Berupa eksplorasi ide-ide bertukar pikiran dengan orang-orang sekitar penulis, baik sama dalam suatu bidang maupun tidak agar dapat membuat suatu terobosan baru dalam memecahkan masalah.

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

2. Rough Layout

Membuat skets mengenai instalasi yang akan dibuat secara acak namun tetap fokus sesuai dengan tema konsep yang ada.

Redesign Logo..., Stefanie Gunawan, FSD UMN, 2015

1.8. **Skematika Perancangan**