

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebuah festival yang memberikan pengalaman menyenangkan bagi pengunjung, baik dari segi hiburan, kenyamanan fasilitas, hingga segi pelayanan, cenderung meninggalkan kesan yang baik. Kesan positif tidak hanya memperkuat loyalitas pengunjung untuk datang kembali di masa mendatang, tetapi juga menciptakan promosi yang dapat menarik lebih banyak peserta di festival tahun berikutnya (Anggraini, 2023). Festival merupakan aktivitas yang direncanakan oleh sekelompok atau individu dengan langkah-langkah atau proses tertentu hingga mencapai tujuan yang ditetapkan bersama (Sinaga & Nindi, 2023). Festival sering kali berfungsi sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan dari perusahaan atau instansi, dengan tujuan memperkenalkan atau meningkatkan citra mereka, mengingat festival pada dasarnya melibatkan banyak orang.

Gambar 1.1.
Poster Amikom Fest 2023



(Sumber: katadata.co.id)

Amikom Fest 2023 merupakan festival musik dan bazaar yang sukses menarik perhatian audiens dan menciptakan antusiasme tinggi di kalangan pengunjung.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan panitia di tahun tersebut, jumlah pengunjung yang hadir mencapai 6.000 orang. Angka ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap festival tersebut. Salah satu daya tarik utama dari Amikom Fest 2023 adalah kehadiran *guest star* yang menjadi magnet bagi para pecinta musik koplo. Festival ini menghadirkan NDX AKA, Ngatmombilung, dan Om Wawes, yang dikenal dengan warna musik khas mereka, terutama dalam genre dangdut dan campursari modern. Kehadiran mereka memberikan kesan yang kuat terhadap konsep musik yang diusung dalam festival ini, sekaligus menciptakan suasana yang meriah dan berkesan bagi para penonton.

Masyarakat yang tertarik untuk datang ke sebuah festival bukan hanya mengukur kualitas acara dari segi hiburan semata, melainkan juga mencerminkan tingkat kepercayaan mereka terhadap kualitas dan nilai yang diberikan (Anggraini, 2023). Kepercayaan muncul melalui pengalaman positif yang diperoleh oleh audiens pada penyelenggaraan sebelumnya, kualitas festival yang konsisten, dan komunikasi yang transparan dari pihak penyelenggara. Ketika kepercayaan masyarakat terhadap acara atau penyelenggara semakin kuat, maka kemungkinan untuk terjadinya loyalitas dari audiens juga semakin baik (Yulius Sinaga & Nindi, 2023). Keberhasilan sebuah acara festival tidak hanya dari kelancaran pelaksanaannya, tetapi juga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara. Kepercayaan menjadi salah satu elemen penting yang memengaruhi minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam acara serupa di masa mendatang (Rabbani, 2021).

Penjualan tiket yang tinggi bukan hanya mencerminkan minat masyarakat terhadap festival tersebut, tetapi juga menunjukkan sejauh mana penyelenggara mampu bersaing dan mempertahankan daya tarik acara di tengah persaingan yang semakin ketat. Festival yang mampu meningkatkan penjualan tiketnya dengan signifikan berpeluang untuk meningkatkan reputasi dan pengakuan.

Keberhasilan festival tidak hanya terlihat dengan kualitas acara, tetapi juga dengan strategi promosi yang efektif, pemahaman terhadap audiens yang tepat serta inovasi dalam acara yang membedakan festival tersebut dari acara sejenis (Rabbani, 2021).

Persaingan acara festival di Yogyakarta cukup ketat, karena banyaknya pilihan yang tersedia bagi masyarakat untuk sarana hiburan dalam bentuk festival. Setiap penyelenggara acara festival berlomba-lomba untuk menarik perhatian publik melalui promosi kreatif dan penyajian acara yang menarik. Berikut beberapa festival menurut penulis yang berperan aktif dalam mempromosikan acaranya dikota Yogyakarta.

Tabel 1.1.
Daftar beberapa festival di Yogyakarta

No	Nama Festival	Poster Festival
1.	Curvasud Fest	
2.	Pusphoria #4	

3.	Untukmu Sebelas	
4.	Milikamu Fest	
5.	CRSL Concert #5	
6.	Mining Fest	

7.	Saemen Fest	
8.	Amikom Fest	

(Sumber: Akun Instagram Masing-Masing Festival)

Poster promosi festival tersebut dirancang untuk mencerminkan identitas acara dan menarik audiens yang sesuai dengan genre musik yang diusung. Acara festival seperti Curvasud Fest, Milikamu Fest, Mining Fest, dan Amikom Fest, yang menyasar penggemar musik pop punk, poster biasanya menggunakan elemen visual yang enerjik dengan dominasi warna yang berani seperti hitam, merah, dan kuning. Ilustrasi seperti simbol punk rock sering digunakan untuk mempertegas karakter acara. Pesan di dalam poster ini bersifat lugas dan penuh semangat, mencerminkan energi musik punk rock yang dinamis.

Kemudian untuk acara festival seperti Pushoria #4, Untukmu Sebelas, CRSL Concert #5, dan Saemen Fest, yang berfokus pada penggemar musik pop indie, poster lebih mengedepankan estetika yang tenang dengan warna-warna cerah. Desainnya cenderung minimalis dengan tipografi bersih dan elegan, dipadukan dengan ilustrasi yang menggambarkan nuansa santai seperti siluet musisi atau pemandangan natural. Pesan yang disampaikan juga lebih intim dan emosional, mencerminkan kedekatan musik pop indie dengan pendengarnya.

Gambar 1.2.
Logo Amikom Fest 2024



(Sumber: Medinfo Amikom Fest 2024)

Berdasarkan data yang diperoleh melalui metode observasi melalui website Artatix dan metode wawancara dengan ketua panitia, Amikom Fest 2024 merupakan sebuah festival musik dan bazaar yang diadakan oleh BEM Universitas AMIKOM Yogyakarta ini mengusung tema "Sparks." Festival ini menggabungkan semangat dan keajaiban galaksi, menciptakan suasana magis yang menginspirasi. Acara ini merayakan kreativitas dan energi generasi muda, memberikan kesempatan bagi untuk mengekspresikan diri melalui karya musik. Dengan tagline "Light Up The Night," festival ini bertujuan untuk membangkitkan semangat dan menciptakan malam yang meriah serta berkesan bagi semua pengunjung. Para pengunjung akan merasakan pengalaman spektakuler dengan nuansa warna ungu lembut dan biru gelap, serta elemen galaksi seperti bintang dan pesawat astronot.

Persaingan yang ketat menuntut penyelenggara untuk memiliki strategi promosi yang tidak hanya kreatif, namun juga relevan dengan kebutuhan konsumen. Kemampuan untuk memahami preferensi konsumen melalui analisis situasi, kini menjadi hal yang krusial bagi penyelenggara Amikom Fest yang ingin menciptakan pemasaran yang tepat sasaran. Informasi yang diperoleh dari situasi yang terjadi dapat memberikan gambaran mendalam tentang kebutuhan, kebiasaan, hingga perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan (Siregar, 2023).

Analisis situasi berfokus pada pengumpulan dan pemahaman data yang berkaitan dengan pola pembelian konsumen, waktu yang dihabiskan pada platform tertentu, hingga preferensi terhadap jenis konten atau produk yang diminati (Firlianur & Setiawan, 2023). Proses ini melibatkan identifikasi tren dan perilaku konsumen secara mendalam untuk menciptakan strategi promosi yang lebih relevan dan tepat sasaran. Dengan menganalisis data ini, penyelenggara dapat memahami segmen audiens yang paling potensial, menentukan waktu promosi, serta pemilihan media komunikasi yang efektif untuk menjangkau target pasar (Siregar, 2023).

Strategi yang didasarkan pada hasil analisis data tidak hanya membantu penyelenggara Amikom Fest mengurangi pengeluaran yang percuma, tetapi juga mengoptimalkan sebagai alokasi anggaran untuk pemasaran yang lebih bermanfaat dan berdampak secara maksimal. Perubahan perilaku ini mencerminkan preferensi dan kebiasaan konsumen dalam mengakses informasi yang dapat digunakan sebagai petunjuk bagi penyelenggara Amikom Fest dalam menentukan platform yang tepat untuk melakukan kegiatan pemasaran.

Gambar 1.3.

Survei Literasi Digital di Indonesia



(Sumber: katadata.co.id)

Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang berjudul “Status Literasi Digital di Indonesia 2021,” diperoleh informasi mengenai preferensi sumber informasi masyarakat Indonesia. Survei ini melibatkan 10 ribu responden yang merupakan anggota rumah tangga berusia 13 hingga 70 tahun dan telah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa 73 persen responden menjadikan media sosial sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi. Media sosial masih menjadi pilihan unggul dibandingkan sumber lainnya. Sumber informasi yang paling sering diakses kedua adalah televisi, yang masih menjadi media tradisional andalan bagi sebagian Masyarakat. Sumber-sumber informasi lainnya seperti situs web, media cetak, dan radio, hanya diakses oleh kurang dari 15 persen responden.

Dengan ini menjelaskan bahwa khalayak masyarakat lebih memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mengakses berbagai jenis informasi. Melihat pergeseran preferensi konsumsi informasi ke arah platform digital, hasil ini juga memberikan petunjuk bagi penyelenggara Amikom Fest di bidang pemasaran.

Pemahaman mengenai preferensi konsumen terhadap media sosial sebagai sumber informasi utama dapat membantu untuk menentukan platform yang paling efektif untuk menjangkau konsumen.

Media sosial telah terbukti menjadi salah satu platform yang paling efektif untuk menyebar luaskan informasi seperti memasarkan produk atau layanan di era yang sekarang. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses segala informasi. Salah satu media sosial yang memiliki peran penting sebagai platform pemasaran yaitu Instagram. Berfokus pada tampilan visual, Instagram menawarkan cara yang menarik dan kreatif untuk menyampaikan informasi kepada audiens.

Instagram memiliki keunggulan sebagai platform pemasaran yang terletak pada kemampuannya, untuk menyampaikan pesan melalui berbagai bentuk konten visual yang kuat, seperti foto, video, dan fitur interaktif. Fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IG Live memberikan ruang bagi penyelenggara Amikom Fest untuk berinteraksi langsung dengan konsumen menciptakan hubungan yang lebih personal serta meningkatkan keterlibatan. Dengan pendekatan visual yang kuat, Instagram memberikan peluang bagi penyelenggara Amikom Fest untuk mempromosikan acara mereka secara menarik dan relevan dengan preferensi konsumen (Suminto & Arifianto, 2024). Kemampuan Instagram menyesuaikan algoritma sesuai preferensi pengguna, memungkinkan konten pemasaran lebih mudah menjangkau target audiens yang relevan (Widiastuti & Indriastuti, 2022). Instagram telah menjadi bagian utama berbagai penyelenggara acara untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Oleh karena itu, festival yang umumnya dirancang untuk menarik banyak audiens, memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menjangkau target audiens yang tepat serta membangun antusiasme publik.

Pendekatan visual yang kuat menjadikan Instagram sebagai platform yang efektif bagi penyelenggara Amikom Fest untuk mempromosikan acara mereka dengan cara yang menarik dan relevan. Ini sejalan dengan prinsip desain komunikasi visual, yang melibatkan penggunaan elemen-elemen seperti warna, bentuk, gambar, dan tipografi untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang ditargetkan. Dalam konteks pemasaran, desain komunikasi visual tidak hanya menghasilkan promosi yang menarik, tetapi juga mampu menarik perhatian konsumen serta menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif (Raffi, 2024).

Peningkatan daya saing industri hiburan dikota Yogyakarta, menuntut setiap penyelenggara festival untuk menerapkan strategi yang inovatif dan kreatif. Keberhasilan penyelenggaraan sebuah festival tidak hanya ditentukan oleh konsep dan konten yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan tim penyelenggara dalam memasarkan acara tersebut. Persaingan yang semakin ketat dengan berbagai festival serupa dikota Yogyakarta, menuntut strategi yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mampu meningkatkan pembelian tiket. Sehingga dalam penelitian ini, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dalam menganalisis strategi komunikasi pemasaran tampilan visual pada akun Instagram *@amikomfest*, terlebih dalam event Amikom Fest 2024.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yang dapat diteliti yaitu bagaimana strategi komunikasi visual yang diterapkan akun Instagram *@amikomfest* dalam mempromosikan event Amikom Fest 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Merujuk pada latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini apakah strategi komunikasi visual yang diterapkan akun Instagram @amikomfest, dapat dideskripsikan kemudian dianalisa yang nantinya dapat mendukung penjualan tiket festival?

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi visual melalui platform Instagram, dapat menciptakan rasa antusias masyarakat untuk datang ke festival tersebut. Penelitian ini memperkuat teori tentang pentingnya elemen fundamental desain komunikasi visual dalam menciptakan daya tarik pemasaran.

1.4.2. Praktis

Menjadi wawasan untuk pembaca serta masukkan ataupun bahan untuk evaluasi bagi pihak penyelenggara festival dalam mempromosikan event Amikom Fest dimasa mendatang.

1.5. Sistematika Bab

Berikut ini penjelasan sistematika bab yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari 5 bab.

1. Yang pertama yaitu Bab I (Pendahuluan)

Bab ini memberikan gambaran awal penelitian, termasuk latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaatnya. Latar belakang menjelaskan alasan dan fenomena penelitian, sementara rumusan masalah merumuskan pertanyaan utama. Tujuan penelitian menggambarkan hasil yang diharapkan, sedangkan manfaatnya mencakup aspek teoretis dan praktis. Sistematika bab menjelaskan susunan penelitian agar alurnya mudah dipahami.

2. Yang kedua yaitu Bab II (Tinjauan Pustaka)

Bab ini membahas landasan teoretis dan penelitian terdahulu yang relevan. Pada penelitian sebelumnya memperkuat argumen dan keterkaitan dengan penelitian ini. Landasan teori mencakup konsep, teori, dan pendekatan untuk menganalisis masalah, sementara kerangka konsep membangun dasar berpikir yang jelas.

3. Yang ketiga yaitu Bab III (Metodologi Penelitian)

Bab ini menjelaskan langkah-langkah sistematis penelitian, termasuk paradigma, pendekatan, metode, subjek dan objek, teknik pengambilan data, waktu penelitian, analisis data, serta keabsahan data.

4. Yang keempat yaitu Bab IV (Temuan dan Pembahasan)

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Temuan disusun sistematis untuk menjawab rumusan masalah, lalu dibahas dengan mengacu pada teori relevan.

5. Yang terakhir yaitu Bab V (Penutup)

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan merangkum temuan utama, menjawab rumusan masalah, dan menegaskan kontribusi penelitian. Saran disampaikan untuk penelitian selanjutnya.