

**PROMOSI *EVENT OTOMOTIF KAPACAK OPEN DRAG RACE*  
DI PADANG MELALUI MEDIA POSTER**



**Rizki Afdali**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda September 2013**

# HALAMAN PERSETUJUAN


Karya Akhir

***PROMOSI EVENT OTOMOTIF***  
***KAPACAK OPEN DRAG RACE DI PADANG***  
**MELALUI MEDIA POSTER**

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Rizki Afdali untuk persyaratan wisuda periode September 2013 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Juni 2013

Dosen Pembimbing I,



**Drs.Syafwan, M.Sn**  
**NIP. 19570101.198103.1.010**

Dosen Pembimbing II,



**Ishakawi, S. Pd, M. Ds**  
**NIP. 19621115.19891.1.001**

**PROMOSI EVENT OTOMOTIF  
KAPACAK OPEN DRAG RACE DI PADANG  
MELALUI MEDIA POSTER**

**Rizki Afdali<sup>1</sup>, Syafwan<sup>2</sup>, Isakawi**  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email: [Rizkiafdali@yahoo.co.id](mailto:Rizkiafdali@yahoo.co.id)

Abstrak

Kapacak adalah perusahaan berupa CV. Yang bergerak di *Event Organizer/ EO, CV. Kapacak* berdiri pada tahun 2011, yang sering menyelenggarakan olah raga otomotif *drag race, drag race* adalah balap mobil pada dua lintasan berbeda dan bersebelahan, dengan alat ukur waktu dalam menentukan pemenangnya. Dalam setiap penyelenggaraan *event drag race* tersebut, *CV. Kapacak* tidak pernah menggunakan sponsor, meskipun *promosi* yang dilakukan pihak sponsor lebih baik dan menarik dari yang di lakukan *CV. Kapacak* sendiri. Oleh sebab itu *CV. Kapacak* ingin membuat media promosi yang baru, seperti poster. Dalam perancangan poster menggunakan kajian teori *SWOT*, kemudian didukung dengan teori *AIDAS* dan *USP*.

Kata kunci: *Kapacak, event, promos, Poster*

Abstract

Kapacak is a company in the form of CV. Engaged in the Event Organizer / EO, CV. Kapacak established in 2011, is often organized sports automotive drag race, drag race is a race car on two different tracks and adjacent to, the time gauge in determining the winner. In any event the implementation of the drag race, CV. Kapacak never use the sponsor, although the sponsor's promotion is done better and more interesting than that in doing CV. Kapacak own. Therefore CV. Kapacak want to create a new media campaign, such as posters. In designing a poster using SWOT theory study, then support with AIDAS theory and USP.

Keywords: *Kapacak, events, promos, Poster*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2013

<sup>2</sup> Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang.

<sup>3</sup> Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang.

## A. Pendahuluan

*Kapacak* adalah perusahaan persero atau CV, yang berdiri tahun 2011 di kota Padang. CV. *Kapacak* bergerak di bidang *event organizer*, yang telah mendapatkan izin dari Pengurus Pusat Ikatan Motor Indonesia (PP IMI) sebagai penyelenggara *event-event otomotif*, atau OC (*Organizing Committee*). CV. *Kapacak* adalah salah satu dari sekian banyak OC yang ada di Indonesia yang mendapatkan izin dari IMI (Ikatan Motor Indonesia) untuk menjadi salah satu penyelenggara *event otomotif*.

Pada awal munculnya CV. *Kapacak* sebelum menjadi OC (*Organizing Committee*), CV. *Kapacak* telah mengadakan *event otomotif drag race* 201m, (201 meter panjang *sirkuit*) yang diselenggarakan di kota Pariaman tanggal 25 September 2011, dengan judul acara “KAPACAK HANY OPEN DRAG RACE CHALLENGE” dengan bantuan Club yang telah mendapatkan lisensi dari IMI. Dalam menyelenggarakan balap, OC (*Organizer Comitee*) membutuhkan bantuan dari RC (*Racing Comitee*). Latar belakang menjadi *Racing Comitee* lah, yang mendorong Sony Pratama untuk mendirikan CV. *Kapacak*, dengan tujuan memajukan olah raga *otomotif* Sumatera Barat, bahkan keningkat nasional, dan tentunya memajukan CV. *Kapacak* sendiri agar memperoleh keuntung, dengan ada atau tidaknya sponsor

CV. *Kapacak* baru berumur 2 tahun, tetapi telah menyelenggarakan 5 *event otomotif* yang 4 diantaranya *event drag race* yang di laksanakan di 2 kota di Sumatera Barat, kota Pariaman dan kota Padang, semua event tersebut

tidak menggunakan satupun sponsor kecuali CV. Kapacak sendiri, ini dikarenakan ketidak sukaan CV. Kapacak dengan sponsor, yang juga mencari keuntungan dalam event yang diselenggarakan, kemudian para peserta yang ikut *andil* dalam *event* tersebut tidak hanya dari Sumatera Barat, ada juga dari luar Sumatera Barat, seperti Jambi, Riau, Medan bahkan ada yang dari Palembang.

Dari semua *event drag race* yang diselenggarakan CV. *Kapacak*, CV. *Kapacak*, ingin memperoleh keuntungan dan mengatasi kerugian yang disebabkan kurangnya *antusias* penonton dan peserta karena tidak adanya sponsor pada *event CV. Kapacak*. Maka untuk mengatasi hal tersebut, CV. *Kapacak* ingin membuat media *promosi* yang sederhana berdasarkan peran, tujuan dan fungsi, serta penerapannya yang efektif dan elegan yang belum pernah digunakan pihak sponsor *otomotif*, maupun CV. *Kapacak* sebelumnya.

Guna menarik perhatian penonton, dan peserta yang menjadi *Target Audience event CV. Kapacak*. Maka, media cetak posterlah yang dianggap tepat, karena poster merupakan karya seni desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar, sehingga lebih efektif, menarik, dan berkesan mewah. Poster dipilih karena mempunyai efektifitas yang baik sebagai media *promosi*. Poster yang didesain dengan baik dapat mempengaruhi emosional *target audience*. Poster memiliki komponen, diantaranya yaitu: elemen *visual*, *tipografi*, warna, dan teks pendek yang mudah dipahami (Anonimus,2009:1)

## B. Pembahasan

Pada *promosi event otomotif Kapacak open darg race* ini poster ditetapkan sebagai media utama. Karena Poster adalah karya seni *desain grafis* yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan cara ditempelkan di dinding atau permukaan datar lainnya, dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin, karena itu poster dibuat dengan memakai warna-warna yang kontras dan kuat.

Informasi yang akan disampaikan dalam media utama poster ini yaitu berupa informasi *event kapacak open darg race*, tanggal, tempat *event* akan dilangsungkan dan *sensor* yang digunakan, *sensor* adalah elemen penting dalam menentukan mutu *event dragrece*. Oleh sebab itu *sensor* juga menjadi hal penting pada poster, dan Semua informasi tersebut nantinya akan melalui proses *layout* dengan menggunakan komputer dan *software disaign grafis* yang lazim digunakan.

Dalam poster nantinya juga akan dilengkapi dengan dua buah logo yang wajib digunakan yaitu logo IMI yang berhubungan langsung dengan dunia *otomotif*, sebagai pengawas *event* dan logo C.V *Kapacak* sendiri sebagai pihak penyelenggara, beserta elemen-elemen lain yang telah disampaikan di atas, berikut bentuk masing-masing logo, dan elemen pada poster.

## a. Elemen-elemen Gambar dan Ilustrasi pada Poster

### 1). Tekstur Aspal



Gambar 10  
Tekstur Aspal  
Rizki 21 Mei 2013

Aspal adalah tekstur jalan raya, yang bisa juga menjadi *sirkuit balap drag race*, karena itulah aspal dipilih untuk menjadi *background* poster

### 2). Tekstur Ban Mobil



Gambar 10  
Tekstur Ban Mobil  
Internet

Tekstur ban mobil dipilih untuk *background* karena ban adalah elemen penting dari mobil, tanpa ban tentu mobil tidak bisa berjalan mulus

### 3). Mobil



Gambar 10  
Tekstur Ban Mobil  
Internet

Mobil dipilih karena *event drag race* adalah balap mobil, dan kenapa mobil sedan, karena *dalam event otomotif kapacak open darg race* kelas mobil sedanlah yang *mendominasi*

### 4). Api



Gambar 11  
Api  
Sumber [Http:// fire\\_by\\_shaedsofgrey.html](http://fire_by_shaedsofgrey.html)



Api yang bergelora sengaja dipilih karena bisa mewakili pesan persaingan panas yang bergejolak yang memacu semangat dan *andeanaline*

## b. Pengamplikasian *Font* Pada Poster

### *Headline*



Pada *headline font* yang digunakan adalah *Haettenschweiler*, kenapa *Haettenschweiler* yang dipilih, karena *font Haettenschweiler* relatif besar dan kokoh yang mempunyai tingkat keterbacaan tinggi, ditambah dengan menggunakan warna emas yang melambangkan kemewahan.

### *Subheadline*

**SIRKUIT N.P RUN WAY LANUD PADANG**

Dengan warna putih, bertujuan meningkatkan tingkat keterbacaan dan keharmonisan pada poster

**Sponsor by:  
CONTACT PERSON**

Dengan warna emas, bertujuan meningkatkan tingkat keterbacaan dan keharmonisan pada poster, karena *font* di atas relatif lebih kecil dari *font* yang lain pada poster

**BAMBANG SUDIRO  
IPO EGHA**

Dengan warna putih, bertujuan meningkatkan tingkat keterbacaan dan keharmonisan pada poster

## **28 SEPTEMBER 2013**

Dengan warna putih, bertujuan meningkatkan tingkat keterbacaan, keharmonisan dan juga sebagai flas pada poster

Pada *Subheadline* di atas menggunakan *font Enigmatic* yang *relatif* ramping dari pada *headline*, yang memberikan kesan luas pada poster. Berbeda dengan *subheadline* lain, *subheadline* yang memberikan informasi tanggal penyelenggaraan *event* menggunakan *font* yang sama dengan *headline* yaitu *Haettenschweiler*, yang berfungsi sebagai penarik perhatian kedua setelah *headline*, atau lazim disebut *flas*

Dalam perancangan media *promosi event otomotif kapacak* ini, poster sebagai media utama akan ditunjang dengan beberapa media pendukung, dalam kegiatan *promosi event*. Informasi yang akan disampaikan masih seputaran *event darg race* dan seluruh program yang direncanakan dalam *event otomotif kapacak open drag race* ini. Semua media pendukung yang akan dibuat nanti akan disesuaikan dengan media utama dan fungsinya masing-masing.

Peranan media pendukung nantinya akan menunjang *efektivitas* dari poster sebagai media utama dalam menyampaikan informasi kepada *target audience* yang akan dituju. Media pendukung terdiri dari beberapa media seperti:

**a. Spanduk**

Ukuran : 90 cm x 600 cm

Material : *Vinyl out door*

Warna : *Full colour*

Teknik media : *Print out digital*

**b. Umbul-umbul**

Ukuran : 100 cm x 500 cm

Material : *Vinyl ou door*

Warna : *Full colour*

Teknik media : *Print out digital*

**c. Stiker**

Ukuran : 5 cm x 20 cm

Material : *Photo Paper*

Warna : *Full colour*

Teknik media : *Print Out*

**d. Id-Card**

Ukuran : 10 cm x 14 cm

Material : *kertas A paper*

Warna : *Full colour*

Teknik media : *Print Out*

**e. T-shirt**

Ukuran : *T-shirt all size*

Material : kain kaos  
Warna : putih  
Teknik media : *Print Out digital*

**f. *Flyer***

Ukuran : 9,9 cm x 21 cm  
Material : kertas A *paper*  
Warna : *Full colour*  
Teknik media : *Print Out digital*

**g. *X-Banner***

Ukuran : 60 cm x 120 cm  
Material : *Vinyl out door*  
Warna : *Full colour*  
Teknik media : *Print Out digital*

**h. *Flag Chain***

Ukuran : 14 cm x 21 cm  
Material : Kertas A *paper*  
Warna : *Full colour*  
Teknik media : *Print Out digital*

**i. *Pamflet***

Ukuran : A 4  
Material : Kertas Hvs  
Warna : *Full colour*  
Teknik media : *Print Out*

**KAPASAK**  
**OPEN DRAG RACE 402 M**  
**SIRKUIT N.P RUN WAY**  
**LANUD PADANG**

**28 SEPTEMBER 2013**

CONTACT PERSON:  
IPO EGEA  
08 137 4259688

SENSOR BY:  
BAMBANG SUDIRO

### C. Simpulan dan Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan perancangan media promosi *event otomotif CV. Kapacak*, dengan judul *Promosi Event Otomotif Kapacak Open Drag Race di Padang Melalui Media Poster* yang akan dilaksanakan di landasan pacu pesawat terbang lapangan udara lama Tabing Padang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Promosi yang menarik perhatian dalam media cetak yang bisa ditempatkan pada *outdoor* dan *indoor* seperti poster, yang sebelumnya tidak pernah digunakan *CV. Kapacak* sebagai media promosinya, akan melambungkan nama *CV. Kapacak* sendiri.

Dengan media-media *promosi* poster ini, diharapkan *event CV.Kapacak* yang akan berlangsung dan berkelanjutan dapat dikenal para peserta balap berserta *crew-crewnya* yang terlibat, masyarakat umum yang menjadi penonton dan mendapat apresiasi lebih dari pemerintah kota padang maupun pemerintah pusat, yang menjadi target *audiencenya*.

Media-media *promosi* ini dapat menciptakan image positif dan disengani para *event organizer* lain yang bergerak di dunia *otomotif* atau lazim disebut OC(*Organizer Comitte*). Berdasarkan hasil *Perancangan Media Promosi Event Otomotif Kapacak Open Drag Race*, Melalui Media Cetak Poster, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pada *CV. Kapacak* sebagai penyelenggara *event*, memanfaatkan media poster dan media pendukung lainnya dengan sebaik mungkin.

2. Melaksanakan *event* sesuai dengan apa yang telah direncanakan atau dipromosikan
3. Mempunyai sponsor besar, agar *event* yang dilaksanakan lebih meriah, mewah dan terkenal, sejajar dengan pihak sponsor

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan tugas akhir penulis dengan pembimbing I Drs. Syafwan, M.Sn., dan pembimbing II Isarkawi, M.Ds.

### **Daftar Rujukan**

Anonimus, 2009. *Analisa Unsur Poster Jiffest*. (Online).

(<http://analisaunsurposterjiffest07.blogspot.com/2009/06/teori-poster.html>, diakses tanggal 4 Juni 2012).

Http:// AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) \_ Ayukemala's Blog.htm.  
Html.(online) di akses 11 junli 2013.

Http:// Kampus MarketingCoId - *Unique Selling Proposition*Kampus Marketing.  
Html.(online) di akses 11 junli 2013.

Gifari, 2011. *Drag race history*. (online). (<http://blogspot.com> html, di akses 28Febuari 2012).