

LAPORAN PERANCANGAN
Perancangan Promosi Solo Art Market Di Kota Solo
Melalui Desain Komunikasi Visual



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIKA SOEJIGAPRANATA
2024

LAPORAN PERANCANGAN
Perancangan Promosi Solo Art Market Di Kota Solo
Melalui Desain Komunikasi Visual

Diajukan Dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Desain



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIKA SOEGIJAPRANATA

2024

ABSTRAK

Solo Art Market adalah pasar seni Kota Solo yang terbentuk di tahun 2020, yang di prakarsai oleh direktur Mataya art and heritage yaitu pak Heru. Solo Art Market merupakan salah satu *event* pasar wisata, dengan produk ekonomi kreatif yang ada di kota Solo. Solo Art Market merupakan wadah bagi UMKM kesenian dan kerajinan untuk menjual produk seni mereka. Namun berdasarkan data yang di peroleh perancang dari beberapa metode seperti menyebarkan kuisioner, melakukan wawancara, dan melakukan studi literatur. Masih ada warga solo yang belum mengetahui gelaran tersebut, dikarenakan media yang di pakai oleh Solo Art Market dalam strategi promosinya kurang maksimal. Melalui hal tersebut, tujuan dari perancangan ini adalah untuk membantu memperkenalkan event SAM kepada warga solo dan sekitarnya melalui desain komunikasi visual. Perancangan komunikasi visual ini menggunakan media katalog digital sebagai media utamanya, sebagai jembatan antara seniman dan pembeli karya. Untuk menunjang *engagement*, media pendukung untuk perancangan promosi ini menggunakan billboard, x-banner, poster, media digital Instagram, sticker, merchandise. Dengan adanya perancangan komunikasi visual ini, target diharapkan dapat mengetahui tentang adanya gelaran event SAM beserta informasinya dan tertarik untuk datang ke gelaran event SAM.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Promosi, Solo Art Market.