

ARTIKEL ILMIAH  
STRATA 1 (S1)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI *BALI MX MOTOCROSS*  
DI DENPASAR BALI**



I MADE ARIK SUMARTA  
200906074

**Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia**

## ABSTRAK

Judul :  
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
*BALI MX MOTOCROSS* DI DENPASAR BALI

Oleh :  
I Made Arik Sumarta  
200906074  
Email : Arickgerry@yahoo.com

*Motocross* merupakan salah satu jenis olahraga otomotif roda dua yang dipacu pada sirkuit *off-road*, olahraga ekstrim *motocross* ini pertama kali muncul berasal dari negara Inggris, Jenis mesin yang digunakan dalam *motocross* adalah mesin khusus atau biasa disebut SE (*Special Engine*). Disebut khusus karena memang mesin ini diseting sedemikian rupa untuk akselerasi yang maksimal, sehingga mampu berpacu dengan kecepatan pada kondisi lintasan berlumpur dan gundukan tanah.

Perancangan media promosi melalui desain komunikasi visual yang inovatif dan kreatif adalah solusi yang dapat membantu penyampaian sebuah informasi yang ingin disampaikan oleh Bali MX Motocross kepada masyarakat. Dalam penelitian studi kasus ini menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari metode observasi, wawancara, pustaka dan dokumentasi untuk tahap awal perancangan. Kemudian data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Media yang akan dibuat untuk mempromosikan Bali MX Motocross antara lain *Neon Box*, Iklan Majalah, *Car Branding*, Papan Petunjuk, *Fan page*, *X-Banner*, *T-Shirt*, *Poster*, Umbul-Umbul, dan Katalog. Konsep perancangan yang digunakan adalah *hard and speed* yang kemudian akan diaplikasikan disetiap media promosi Bali MX Motocross. Dalam proses perancangan menggunakan teknik ilustrasi gabungan seperti fotografi dan vektor, serta penggunaan warna yang dipilih sesuai dengan konsep agar perancangan tersebut mampu mewakili Bali MX Motocross kepada audiens sehingga mampu menarik perhatian dan mudah dipahami.

**Kata Kunci:** Otomotif, Motocross, Bali MX Motocross, Desain Komunikasi Visual.

## **ABSTRACT**

*Title :*

*VISUAL COMMUNICATION DESIGN AS MEDIA PROMOTION  
BALI MX MOTOCROSS IN DENPASAR BALI*

*By :*

**I Made Arik Sumarta**  
200906074

*Motocross is one type of two-wheel motor sports circuit driven off-road, motocross extreme sports first appeared coming from the United Kingdom, engine type used in motocross is a special machine or so-called SE (Special Engine). Specifically called because this machine to be setup in such a way that the maximum acceleration, so as to pace with the speed of the track conditions and the muddy mound.*

*Designing a media campaign through visual communication design innovative and creative solutions that can help the delivery of an information to be conveyed by the Bali MX Motocross to the public. In this case study using data collection methods consisted of observation, interviews, libraries and documentation for the early stages of design. The data obtained will be analyzed using qualitative descriptive method.*

*Media will be made to promote Bali MX Motocross among others Neon Box, Magazine Ads, Car Branding, Board Directive, Fan page, X-Banner, T-shirts, posters, banners, and Catalog. Design concept used is hard and speed which will then be applied in every media campaign Bali MX Motocross. In the design process using techniques such as joint photographic illustrations and vectors, as well as the use of color, selected in accordance with the design concept that is able to represent Bali MX Motocross audience so as to attract attention and easy to understand.*

**Keywords:** *Automotive, Motocross, MX Motocross Bali, Visual Communication Design.*

## **LATAR BELAKANG**

Perkembangan dunia olahraga otomotif *Motocross* di kota Denpasar Bali dimasa sekarang mulai meningkat pesat, hal ini dikarenakan dari faktor produksi massal yang diluncurkan oleh perusahaan otomotif secara besar-besaran untuk kebutuhan konsumen yang penggunaannya bersifat khusus.

Jenis mesin yang digunakan pada *Motocross* adalah mesin khusus atau biasa disebut SE (*Special Engine*). Disebut khusus karena memang mesin ini diseting sedemikian rupa untuk akselerasi yang maksimal, sehingga mampu berpacu dengan kecepatan pada kondisi lintasan berlumpur dan melakukan *jump style* digundukan tanah. (<http://duniaroda2.blogspot.co.id/2011/03/sejarah-Motocross.html> - diunduh pada tanggal 31 Oktober 2015)

Dalam upaya untuk memajukan dan melahirkan pembalap motocross yang professional, pelatihan *motocross* di Denpasar Bali saat ini sudah mulai ikut meramaikan ajang kejuaraan *motocross*, mulai dari ajang kejuaraan tingkat regional, nasional sampai internasional. Salah satunya adalah Bali MX Motocross, Bali MX Motocross adalah bisnis yang bergerak dibidang otomotif yang berperan sebagai *trainer crosser motocross*, mulai berdiri sejak tahun 2010 yang beralamat di jl. Drupadi 99x Denpasar Bali yang didirikan oleh Bapak Cok. Ari Sudarsana selaku pemilik Bali MX Motocross dan senior *crosser*. Dari hasil observasi yang dilakukan penulis menemukan bahwa, sarana dan media promosi yang dimiliki masih sangat kurang. Dengan demikian diperlukan sarana berupa desain komunikasi visual dengan strategi pemasaran yang tepat untuk mempromosikan Bali MX Motocross kepada masyarakat di Denpasar Bali.

### **Rumusan Masalah**

- a. Media komunikasi visual apa yang inovatif dan efektif dalam mempromosikan Bali MX Motocross Di Denpasar-Bali?
- b. Bagaimana merancang media komunikasi visual yang inovatif dan efektif sebagai sarana promosi Bali MX Motocross Di Denpasar Bali?

## **Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalahnya lebih difokuskan pada pemilihan media dan proses perancangan serta perwujudan media-media komunikasi visual untuk media promosi Bali MX Motocross.

## **Tujuan**

Tujuan yang diperoleh dari perancangan desain komunikasi visual sebagai media promosi ini adalah untuk mengetahui media komunikasi visual yang inovatif dan efektif dalam mempromosikan Bali MX Motocross Di Denpasar Bali. Dan untuk mengetahui bagaimana proses awal hingga akhir perancangan media promosi yang sesuai untuk Bali MX Motocross, yang nantinya dapat memberikan informasi masyarakat luas khususnya di Denpasar Bali tentang informasi dari Bali MX Motocross.

## **TEORI PENDUKUNG KASUS**

### **a. Teori Semiotika**

Teori semiotika atau *semiology* ilmu tentang tanda-tanda atau simbol. Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani yaitu, *sema* yang berarti tanda-tanda. Semiotika bisa dikatakan sebagai ilmu untuk memahami konteks secara umum yang berlaku di masyarakat yang akan menjadi target kita (Kusrianto, 2007:58).

- a. Ikon** : adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilkan. Dapat pula dikatakan ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan (<https://prezi.com/vr4lr6tjokyr/teori-semiotika-menurut-charles-sanders-pierce/>).
- b. Indeks** : merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang mewakilinya atau disebut juga tanda sebagai bukti (<https://prezi.com/vr4lr6tjokyr/teori-semiotika-menurut-charles-sanders-pierce/>).
- c. Simbol** : merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya (<https://prezi.com/vr4lr6tjokyr/teori-semiotika-menurut-charles-sanders-pierce/>).

## **DATA LAPANGAN / FAKTUAL**

Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan atau berdasarkan dilapangan yang sebenarnya. Data ini digunakan sebagai materi dan sample untuk merancang

### **Nama Obyek**

Dalam pembuatan laporan tugas akhir ini, penulis mencari data tentang Bali MX Motocross yang beralamat di Jalan Drupadi No. 99x, Denpasar, Bali. Adalah bisnis otomotif *Motocross* yang bergerak dalam bidang *Trainer Crosser*.

### **Pengelola**

Bali MX Motocross didirikan oleh Bapak Cok. Ari Sudarsana selaku pemilik Bali MX Motocross dan senior *crosser*. Adalah bisnis yang bergerak dibidang otomotif yang berperan sebagai *trainer crosser Motocross*.

## **KONSEP DESAIN**

Konsep merupakan ide dasar dari sebuah perancangan yang akan diterapkan atau diwujudkan kedalam bentuk karya dan akan digunakan sebagai acuan dasar desainer dalam mendesain media-media komunikasi visual.

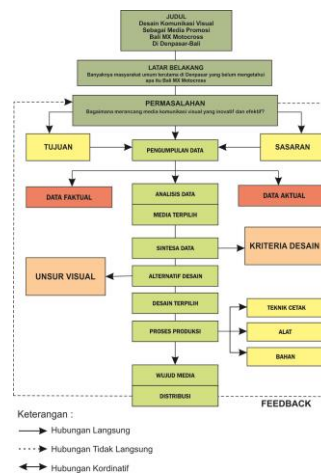
Memilih sebuah konsep harus melakukan proses awal yaitu dengan langkah *Mind Mapping* (Pemetaan Pikiran) adalah sebuah proses pemecahan masalah dengan menggunakan kata - kata, nama, gambar, maupun warna yang semuanya mengacu pada sebuah ide sentral atau kata dalam bentuk diagram. (<http://www.desainstudio.com/2010/07/mind-mapping-dalam-desain-grafis.html>).

Konsep pada perancangan media promosi Bali MX Motocross ini adalah "*Hard and Speed*" *Hard* dalam arti bahasa Indonesia yaitu keras atau kuat yang berarti sesuatu yang tidak mudah berubah bentuknya atau tidak mudah pecah, sesuatu kegiatan yang bersifat menantang, dan aktivitas yang tidak biasa dilakukan oleh orang awam (<http://kbbi.web.id/keras>). Dalam konsep ini kata *Hard* merupakan sebuah ungkapan orang untuk menyatakan suatu aktivitas yang tidak mudah untuk dilakukan. Dalam unsur visual kata *hard* akan dituang kedalam penggunaan warna dan tipografi. Sedangkan *Speed* dalam bahasa Indonesia adalah kecepatan yang

berarti laju perpindahan sebuah benda atau cahaya yang sulit untuk ditangkap oleh indra pengelihatannya atau mata manusia secara langsung (<http://kbbi.web.id/cepat>). Kata *Speed* dalam konsep ini dikaitkan dengan *Motocross* karena olahraga ini memang mengutamakan sebuah kecepatan, dalam unsur visual pemilihan ilustrasi yang digunakan memiliki karakter cepat dari segi bentuk dan garis.

### Skema Proses Perancangan

Skema proses desain merupakan sebuah gambaran yang akan dijadikan sebagai sebuah acuan pemecahan masalah dalam membuat media desain komunikasi visual. Oleh karena itu, diperlukan dukungan data teori yang ada dan data yang didapat di lapangan. Skema ini akan menunjukkan perjalanan desain dari latar belakang permasalahan yang akan dipecahkan melalui perwujudan media komunikasi visual terpilih yang digambarkan seperti bagan berikut :



### Panduan Media

Panduan media merupakan media-media terpilih untuk memberikan solusi dalam mempromosikan Bali MX Motocross. Adapun pilihan media yang digunakan antara lain sebagai berikut:

### **a. Media Lini Bawah**

Merupakan pelengkap yang mendukung lini atas yang tidak disewa biasanya berupa dua kegiatan, yaitu *sales promotion* dan *merchandising*. media informasi dan komunikasi pada lini bawah, seperti billboard, brosur, flyer, katalog, poster dan lain-lain (Pujiyanto, 2013:181).

- *Neon Box*
- *Car Branding*
- **Papan Petunjuk**
- *FanPage*
- *X-Banner*
- *T-Shirt*
- *Poster*
- **Umbul-Umbul**
- **Katalog**

### **b. Media Lini Atas**

Menurut Sigit Santoso, advertising guide book, 2002 mendefinisikan pada awalnya, iklan above the line jauh lebih dominan, iklan jenis ini dikuasai oleh lima media yang berhak mengatur pengakuan dan pembayaran komisi kepada biro-biro iklan, yakni pers (koran dan majalah), radio, televisi, dan lembaga jasa iklan luar ruang (outdoor).

- **Iklan Majalah**



## VISUALISASI DESAIN

**Nama Media : Neon Box**

Ukuran 20 cm x 100 cm x 130 cm..



**Nama Media : Papan Petunjuk**

Ukuran : 20cm x 50cm.



**Nama Media : Iklan Majalah**

Ukuran : 12cm x 16.5cm.



**Nama Media : Fan Page**

Ukuran : disesuaikan pada media yang akan digunakan.



**Nama Media : Car Branding**

Ukuran : disesuaikan pada media yang akan digunakan.



**Nama Media : X-Banner**

Ukuran : 60cm x 160cm.



**Nama Media : T-Shirt**

Ukuran : L



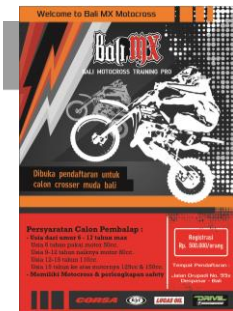
**Nama Media : Umbul-Umbul**

Ukuran : 60cm x 200cm.



**Nama Media : Poster**

Ukuran : 29.7cm x 42cm (A3)



**Nama Media : Katalog**

Ukuran : 11cm x 34cm.



## **KESIMPULAN**

Setelah melewati proses penelitian pada studi kasus Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Bali MX Motocross Di Denpasar Bali, maka berdasarkan penguraian bab-bab diatas dapat kita simpulkan sebagai berikut :

- Media-media yang efektif dan inovatif untuk mempromosikan Bali MX Motocross yaitu menggunakan media *Neon Box*, Iklan Majalah, *Car Branding*, Papan Petunjuk, *Fan page*, *X-Banner*, *T-Shirt*, *Poster*, Umbul-Umbul, dan Katalog.
- Untuk merancang media komunikasi visual yang unsur visualnya (ilustrasi, warna, tipografi, teks dan layout) sesuai dengan kriteria desain yaitu Fungsional, Komunikatif, Informatif, Ergonomis, Estetis, *Unity*, *Simplicity*, Kreatif, *Surprise* dan Etis, maka diperlukan penggalian sebuah konsep perancangan yang didasari oleh teori-teori desain. Pada proses perancangan konsep yang dipakai adalah "*Hard and Speed*" sebagai acuan untuk menyampaikan sebuah pesan dan pencitraan Bali MX Motocross sendiri. Berdasarkan konsep dasar perancangan tersebut, maka diwujudkan suatu media yang efektif dan inovatif sebagai langkah untuk mempromosikan Bali MX Motocross di Denpasar Bali.

## **SARAN**

Saran-saran penulis sebagai pertimbangan setelah melakukan studi penelitian ini, antara lain :

- Untuk mencapai hasil sebuah desain yang maksimal diharapkan dalam melakukan proses perancangan desain komunikasi visual harus memperhatikan konsep desain, dimana unsur-unsur desain dan prinsip dasar desain harus sejalan.
- Melakukan pemilihan media komunikasi visual untuk mempromosikan sebuah bisnis sebaiknya selalu memperhatikan kebutuhan sasaran terhadap media dan efektifitas kegunaan media mampu menjangkau sasaran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alwi, Hasan. 2011. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat. Jakarta: P.N Balai Pustaka.

Eco, Umberto. 2009. Teori Semiotika, Signifikan Komunikasi, Teori, Kode Serta Teori Produksi – Tanda. Yogyakarta: KREASI WACANA

Kertamukti, Rama. 2015. Strategi kreatif dalam Periklanan: Konsep Media, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : C.V. Andi Offset

Poerwadarminta, W.J.S. 2000. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: P.N Balai Pustaka

Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Intrans Publishing

Pujiriyanto. 2005. Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer). Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET

Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2006. Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan. Yogyakarta: Dimensi Press

Sarwono, Jhonatan & Lubis, Harry. 2007. Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Graha Pustakatama.

Suyanto, M. 2004. Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan. Yogyakarta : PT. Andi OFFSET.

Nugroho, Sarwo. 2015. Manajemen Warna dan Desain. Yogyakarta : PT.

Andi OFFSET.

Sugiyono.2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit ALFABETA, CV.

## DAFTAR KUTIPAN INTERNET

- <http://duniaroda2.blogspot.co.id/2011/03/sejarah-motocross.html>  
<http://kamusbahasaindonesia.org/di>, 31 Oktober 2015  
<http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-data/>  
sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=IzYTEffjL90> –  
diunduh tanggal 28/11/2015  
sumber: <https://www.pinterest.com/fingertipping/motocross-posters/> -  
Diunduh  
tanggal 28/11/2015  
Sumber : [http://truemotosite.net/wp-content/uploads/images/motocross-2015\\_3029.jpg](http://truemotosite.net/wp-content/uploads/images/motocross-2015_3029.jpg) - diunduh tanggal 28/10/2015  
[www.isi-dps.ac.id/download/3-Local-Content-Dalam-Karakter-DKV-UntukMembangun-Keunggulan-Budaya-Lokal.pdf](http://www.isi-dps.ac.id/download/3-Local-Content-Dalam-Karakter-DKV-UntukMembangun-Keunggulan-Budaya-Lokal.pdf)  
Sumber : <http://imageinarts.com/wp-content/uploads/ktzbulkwallpaper> -  
diunduh  
tanggal 28/10/2015  
Sumber: <http://www.icipta.com/roda-warna.html> - diunduh tanggal 5/11/2015  
<http://www.desainstudio.com/2010/07/mind-mapping-dalam-desain-grafis.html>  
<http://id.wikipedia.org/wiki/Majalah>  
sumber: <http://en.wikipedia.org>  
<http://syirastudio.blogspot.co.id/2013/09/sign-system>  
<https://www.facebook.com/permalink.php?id>  
<https://www.facebook.com/orangedigitalprinting/posts>  
<http://redbeltshirt92.blogspot.co.id/2012/11/t-shirt.html>  
<http://duniagrafiskita.blogspot.com/2011/07/jenis-jenis-huruf-font.html>  
xxiii  
<https://teorionline.wordpress.com/service/metode-pengumpulan-data/>  
<https://nagabiru86.wordpress.com/2009/06/12/data-sekunder-dan-data-primer/>

<https://kotakkreatif.wordpress.com/pembelajaran/multimedia/mengenal-desaingrafis/gaya-desain-grafis/>

[https://prezi.com/vr4lr6tjokyr/teori-semiotika-menurut -charles-sanders-pierce/](https://prezi.com/vr4lr6tjokyr/teori-semiotika-menurut-charles-sanders-pierce/)

<http://kbbi.web.id>

[http:// www.ahlidesain.com](http://www.ahlidesain.com)

<http://desaindigital.com/>