



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.

BAB I

PENDAHULUAN

2.1. Latar Belakang

Promosi merupakan salah satu bagian penting dalam melakukan pemasaran suatu produk, jasa ataupun profil dari seorang atau sekelompok individu. Kegiatan promosi bertujuan untuk memberikan info perbedaan suatu produk A dengan produk lainnya, memberikan informasi apa saja yang didapat dari produk tersebut. Pada masa awalnya, kegiatan promosi jarang dilakukan secara besar-besaran karena awalnya sedikit produk atau jasa yang ditawarkan kepada khalayak umum.

Banyak media promosi yang ditampilkan dalam berbagai bentuk, contoh pada umumnya yaitu dalam bentuk media poster, spanduk, baliho, *billboard* dan *pamphlet* yang sering dibagi dijalan. Namun seiring berkembangnya zaman, media promosi semakin berkembang juga dalam strategi pemasaran, cara berkomunikasi, dan media yang digunakannya. Belakangan ini semakin berkembang media promosi yang menggunakan *social media* sebagai media utamanya. Menurut kemenkominfo Selamatta Sembiring yang dilansir dari artikel inilah.com mengatakan bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai angka 63 juta orang. Dari angka tersebut, sebanyak 95% menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial seperti Facebook, Twitter dan lainnya. (sumber: http://teknologi.inilah.com/read/detail/2046092/95-akses-internet-indonesiauntuk-jejaring-sosial#.U0lqxVV_v-U diakses tanggal 4 April 2014)

Musik merupakan salah satu percabangan karya seni yang banyak dinikmati oleh segala kalangan, dengan berbagai genre yang hadir ke dalam masyarakat. Dalam musik terdapat label yang merupakan sebuah badan yang menaungi sebuah eksistensi dari pemusik tersebut, namun terdapat polarisasi label yang dikenal dengan major dan indie. Major label merupakan sebuah wadah industry musik yang dimiliki oleh suatu korporat besar yang memiliki modal besar juga dalam menciptakan sebuah karya musik, sedangkan indie label merupakan label rekaman kecil yang dimiliki secara personal. Musik indie merupakan musik yang dihasilkan secara independen tanpa mengandalkan bantuan dari label besar rekaman komersial maupun anak perusahaannya, sebuah proses yang mengandalkan motto “*Do-It-Yourself*” dalam melakukan pendekatan kepada khalayak umum maupun promosi karya-karya mereka. Meski terbilang menguasai hampir seluruh ranah industri musik, major label memiliki suatu kekurangan. Yaitu, tidak adanya kreatifitas yang terlihat dari karya-karya pemusik yang mereka naungi, karena pada dasarnya label major lebih mementingkan pendapatan yang dihasilkan dari band atau artis yang mereka naungi karena hal tersebut lah tema yang disuguhkan pun terbilang monoton pada setiap artis baru yang mereka promosikan. Sedangkan indie label dengan kreatifitasnya membawakan nuansa yang terbilang unik dengan musik musik yang ditawarkannya. Indie label dikenal dengan dengan karakternya yang berbeda dan cenderung eksperimental, amatir, *cutting edge*. (Idhar, 2008:21-26)

Payung Teduh merupakan salah satu band indie yang terbentuk pada akhir tahun 2007, dengan formasi awal Is dan Comi, sadar akan kurangnya eksplorasi

bunyi dan performa panggung pada tahun 2008 Payung Teduh merekrut Cito untuk bergabung sebagai drummer dan kemudian mengajak Ivan sebagai *guitalele player* pada tahun 2010. Angin Pujaan Hujan merupakan single pertama yang memunculkan warna mereka sendiri yang banyak diartikan oleh pendengarnya sebagai *folk jazz*. Seiring berjalannya waktu tercipta *single* lainnya seperti Kucari Kamu, Amy, Untuk Perempuan Yang Sedang Dalam Pelukan, juga termasuk karya-karya dari pementasan teater bersama Catur Ari Wibowo seperti Resah, Cerita Tentang Gunung dan Laut, serta karya Amalia Puri yang berjudul Tidurlah dan Malam. Pada penghujung 2010 Payung Teduh memutuskan untuk membuat album indie pertamanya. Musik yang dimainkan oleh Payung Teduh tidak memiliki batasan tersendiri karena menurut Is, musik yang menjadi referensi pada setiap personelnya berbeda-beda. Musik yang dimainkan oleh Payung Teduh merupakan musik Payung Teduh itu sendiri. Apabila banyak yang menanyakan jenis musik apa yang diusung oleh Payung Teduh, maka Payung Teduh akan menyerahkan kembali sepenuhnya kepada pendengar. Namun menurut Comi Payung Teduh tidak akan berhenti di satu genre tertentu, namun akan terus bermusik tetapi tetap dengan ciri yang sudah mereka miliki. Meski Payung Teduh terbilang cukup muda dari awal terbentuk hingga sekarang, Payung Teduh sempat menerima anugrah seperti *Best New Comer* tahun 2012 dari ICEMA, serta menempatkan diri pada posisi *Rookie Of The Year* tahun 2013 versi majalah rolling stones Indonesia. (Narasumber: Is, Comi, Cito dan Ivan wawancara pada 10/3/2014).

2.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari latar belakang tersebut dapat disimpulkan dua rumusan yaitu :

1. Bagaimana membuat rancangan media promosi album baru band indie yang efektif serta *informative*
2. Bagaimana membuat suatu konsep desain yang tepat untuk digunakan pada album baru band indie Payung Teduh berikutnya nanti.

2.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini terletak pada bagaimana perancangan media promosi album baru Payung Teduh yang salah satunya mengarah kepada bagaimana penyampaian promosi mengenai album baru Payung Teduh secara efektif dengan budget yang seminim mungkin, dan mengenai perancangan desain album baru yang meliputi desain poster utama yang akan diletakan pada socmed ataupun acara musik, desain kover album sebagai salah satu elemen media promosi, dan desain *merchandise* yang merupakan elemen media promosi sekunder.

2.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang sebuah media promosi yang menggunakan system promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak umum mengenai kapan

rilisnya album baru band indie Payung Teduh dengan mempertimbangkan cara penyampaian serta konsep desain yang sesuai dengan band Payung Teduh.

2.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang nantinya akan dihasilkan oleh penulis dalam proses penyusunan penelitian dan perancangan media promosi yaitu:

1. Bagi pihak Payung Teduh diharapkan agar semakin banyak khalayak yang mengenal serta menikmati hasil karya dari band Payung Teduh, serta meningkatkan minat beli terhadap hasil karya Payung Teduh berikutnya.
2. Bagi para pembaca atau khalayak umum agar lebih mudah mendapatkan informasi mengenai band indie terutama Payung Teduh. Serta menambahkan keragaman lagu untuk dinikmati nantinya, juga dapat lebih mengenal *scene* band indie tanah air yang tidak kalah menarik dengan band label major ataupun band yang sudah banyak memenuhi pasar musik Indonesia.
3. Bagi UMN penulis berharap dapat memberikan sumbangsih ilmu mengenai apa itu band indie dan cara yang tepat dalam merancang sebuah promosi yang efektif namun minim budget melalui perancangan media promosi album baru band indie Payung Teduh ini.

2.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan media promosi untuk album baru Payung Teduh, penulis melakukan metode pengumpulan data dengan cara berikut.

2.6.1. Metode Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan melakukan peninjauan dan pengamatan langsung dilapangan dengan cara mengamati dokumentasi observasi lapangan. Observasi tersebut dilakukan dengan cara menghadiri gigs atau acara musik yang menghadirkan Payung Teduh sebagai pengisi acaranya guna melihat segmentasi penikmat musik dari band Payung Teduh agar dapat menentukan cara promosi yang efektif dan dapat dipromosikan dalam jangka waktu yang cukup lama.

1.6.2. Metode Wawancara

Agar perancangan promosi tersebut tepat pada sasaran serta efektif, penulis perlu melakukan wawancara terhadap objek penelitian yaitu personel band Payung Teduh serta *fan base* dari band tersebut. Sehingga penulis dapat menemukan potensi yang dapat mendukung proses perancangan media promosi yang sesuai dengan segmentasi dari Payung Teduh. Sehingga penulis dapat menghasilkan sebuah konsep media promosi yang efektif.

1.1. Metode Perancangan

Langkah yang dilakukan penulis dalam membuat proyek Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara dengan narasumber utama yaitu Band Payung Teduh serta melakukan wawancara dengan narasumber yang kompeten dalam komunitas indie.

2. Konsultasi

Penulis akan melaksanakan konsultasi dengan dosen pembimbing yang telah berpengalaman dalam bidangnya yang nanti akan membimbing penulis dalam penyusunan proyek Tugas Akhir.

3. Studi Pustaka

Penulis akan melakukan pengumpulan teori – teori yang akan dijadikan data penunjang yang dibutuhkan penulis dalam rangka penyusunan proyek Tugas Akhir.

4. Perancangan Desain Media Promosi

Setelah mendapatkan dan dirasa mencukupi baik data maupun referensi yang akan di jadikan acuan, penulis dapat mulai melakukan perancangan desain untuk media promosi, yang diawali dengan tahap sketsa, yang disertai dengan konsep, menentukan media apa yang nantinya akan dibuat, asistensi kepada dosen pembimbing, lalu kemudian tahap penyelesaian di komputer dengan menggunakan *software*.

1.2. Skematika Perancangan

