



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

1.1. Latar Belakang

Di jaman sekarang ini, merek gitar yang berada di pasaran Indonesia sangat beragam. Dari mulai merek gitar asal Korea Selatan yaitu Cort, merek gitar asal Amerika Serikat yakni Fender dan Gibson serta merek gitar asal Jepang yakni Ibanez dan Yamaha. Semua merek tersebut memiliki karakteristiknya masing-masing, dan memberikan pilihan kepada masyarakat dalam memilih merek gitar yang tepat sesuai selera. Diantara merek gitar yang sudah beredar di pasaran Indonesia, terdapat beberapa produsen gitar lokal atau asli buatan Indonesia, diantaranya adalah Radix, ArtRock, Shredder, Stranough dan yang paling tua Genta.

Seiring berkembangnya teknologi di Indonesia, merek besar asal Jepang yang juga dikenal membuat kendaraan bermotor, Yamaha, melakukan produksi gitar di Indonesia di bawah naungan PT. Yamaha Music Manufacturing Indonesia yang dipimpin oleh Aditya S. Hoegoeng. “Ada 90% produk kami ekspor. Sisanya untuk domestik” (Aditya S. Hoegoeng dalam Josephus Primus, Kompas.com, 2016). Berdasarkan pernyataan tersebut, terbukti bahwa Indonesia hanya mendapat 10% dari 100% produk yang dibuat di dalam negeri sendiri. Di sisi lain Genta sebagai produsen gitar lokal Indonesia, menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan manajer marketing PT. Genta Trikarya, Rahmad Nasution di kantor PT. Genta Trikarya pada 10 Maret 2011, dalam 1 tahun, Genta menjual 300

unit gitar yang telah disebar kepada ritel, *showroom* ataupun *event*, sementara, dalam 1 kali produksi, Genta menghasilkan lebih dari 300 unit gitar.

Genta merupakan produsen gitar yang berasal dari kota Bandung. Genta berdiri sejak 1959 yang pendirinya adalah Muhammad Husni Nasution dan Ki Anong Naeni. Genta telah berkembang menjadi salah satu produsen gitar akustik, ukulele, akustik/elektrik dan elektrik. Perusahaan ini mempertahankan jaringan *dealer* aktif di beberapa lokasi ritel di Indonesia. Walaupun sudah berdiri sejak lama, berdasarkan pada hasil wawancara yang telah dilakukan pada Sabtu, 3 Maret 2018 di Bandung dengan Panji selaku pengguna gitar Genta, mengakui bahwa mengetahui Genta hanya dari mulut ke mulut saja dan melihat testimoni pengguna lainnya serta hanya mendapatkan promosi hanya dari media sosial. Berdasar pada fakta tersebut, maka dirasa perlu dilakukan perancangan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan *awareness* merek Genta sebagai salah satu produsen gitar lokal yang berkualitas. Promosi akan dibuat memiliki ciri khas, sehingga masyarakat akan membeli produk Genta dan menjadi *aware* terhadap merek Genta serta percaya bahwa Genta adalah produsen gitar lokal yang berkualitas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, dapat diselesaikan dengan perancangan sebagai berikut : Bagaimana perancangan promosi Gitar Genta sebagai produk gitar lokal yang berkualitas?

1.3. Batasan Masalah

Berdasar pada masalah diatas penulis membatasi target audien, sebagai berikut :

1. Demografis : Pria dan wanita, mulai dari usia 23 tahun.
2. Geografis : Tidak ada batasan wilayah.
3. Psikografis : Masyarakat yang menyukai musik dan ingin bermain musik.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Membuat perancangan promosi dari Genta untuk meningkatkan penjualan dan *awareness* masyarakat terhadap Genta sebagai produk lokal yang berkualitas.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Universitas Multimedia Nusantara :

- a. Memberikan contoh penulisan tugas akhir kepada Universitas Multimedia Nusantara mengenai perancangan media promosi yang diharapkan dapat bermanfaat untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara khususnya kepada mahasiswa desain grafis.

Penulis :

- a. Menerapkan semua ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan.
- b. Melatih kemampuan sebagai mahasiswa desain komunikasi visual dalam membuat sebuah desain yang menarik namun efektif dan komunikatif.

Perusahaan Genta Trikarya :

- a. Memberikan masukan dalam merancang promosi.
- b. Meningkatkan penjualan serta *awareness* masyarakat kepada merek Genta.