



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

Kebutuhan untuk terus menghasilkan suara-suara baru bagi seorang musisi, terutama gitaris dan *bassist* menuntut akan penggunaan pedal-pedal efek untuk menciptakan variasi bunyi dari sebuah instrumen. Banyaknya penggunaan pedal efek memaksa banyak gitaris untuk memiliki *pedalboard* sebagai wadah dalam menyusun pedal-pedal efek mereka. Hal itu mendorong pasar *pedalboard* bertumbuh pesat di Indonesia. Merek-merek lokal seperti Boxxcase yang sudah lebih dari 10 tahun meramaikan pasar *pedalboard* Indonesia, sampai merek-merek baru seperti Sugiboard, Holyboard, menjadi bukti dari perkembangan pasar *pedalboard* di Indonesia.

Dari sekian banyak merek-merek baru yang ikut meramaikan pasar *pedalboard*, hanya sedikit merek lokal yang memiliki kualitas global. Pedalizer merupakan salah satu merek *pedalboard* lokal yang memiliki kualitas global, terbukti dari penjualannya yang telah merambah pasar di Singapura. Melalui pengalaman pribadinya yang sangat kesulitan dalam menyusun pedal-pedal efeknya saat bermain gitar, Eris Lungguh Sumantri atau yang biasa disapa Kang Eris mencoba untuk membuat *pedalboard* sendiri. Bermodalkan kegemarannya terhadap kayu Kang Eris melakukan eksperimen-eksperimen untuk menciptakan *pedalboard* yang memberikan kemudahan bagi penggunanya. Melalui hasil eksperimennya tersebut, *pedalboard* buatan Kang Eris mendapat perhatian

beberapa orang, hingga akhirnya, Kang Eris memutuskan untuk membentuk sebuah merek *pedalboard* yang dinamakan Pedalizer. Melalui eksperimen-eksperimen rangka dan didukung pemilihan kayu lokal khusus, Kang Eris berhasil merancang sebuah *pedalboard* yang ringan namun tetap kuat, sebuah kombinasi yang sangat membantu para musisi dalam kegiatannya.

Ditengah produksi yang terus berjalan, ternyata dalam persaingannya keunggulan dari pedalizer kurang terkomunikasikan. Melalui *Focus Group Discussion* yang penulis lakukan di Eaehouse Guitar Club, 9 dari 10 gitaris tidak mengetahui segala keunggulan dari Pedalizer. Padahal setelah penulis menjelaskan keunggulan dari Pedalizer seluruh responden mengakui, bahwa Pedalizer sangat layak dan memenuhi ekspektasi, dari segi harga, kemudahan, dan kekuatan. Tidak adanya suatu bentuk promosi yang dapat menyalurkan keunggulan Pedalizer kepada konsumen menjadi hipotesis Penulis atas kurangnya pengenalan keunggulan Pedalizer, sehingga Pedalizer harus kembali ke jalan *home industry* setelah sempat menjadi industri menengah. Dibandingkan Pedalizer, Boxxcase kompetitor yang jauh lebih sukses dalam penjualan telah sukses mengkomunikasikan keunggulannya melalui langkah-langkah promosinya yang sesuai dengan target konsumennya seperti, berpartisipasi dalam pagelaran dan pameran-pameran musik, video iklan, dan media-media sosial yang kontennya telah terstruktur.

Michael Ray (1982) menyampaikan bahwa untuk membentuk media informasi dan persuasi segala koordinasi promosi harus dilakukan oleh penjual, sehingga keunggulan Pedalizer dapat tertanam dengan baik dibenak masyarakat

karena informasi harus tersebar disemua lini. Tanpa adanya langkah promosi yang tepat Pedalizer akan semakin ketinggalan oleh kompetitor yang berada di atasnya. Melalui segala kajian di atas Penulis memutuskan untuk melakukan Perancangan Promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk dari Pedalizer, sehingga kuantitas penjualan dapat mengimbangi kualitas dari produk itu sendiri..

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan promosi yang tepat untuk menanamkan keunggulan Pedalizer di benak konsumen?
2. Bagaimana perancangan visual dan konten yang tepat untuk kegiatan promosi Pedalizer?

1.3. Batasan Masalah

Untuk mencegah meluasnya pembahasan, Penulis fokus pada pembahasan mengenai promosi dari Pedalizer. Penulis tidak akan merubah tampilan dan bentuk dari identitas visual dari Pedalizer. Penulis juga membatasi target penelitian sebagai berikut:

1. Laki-laki atau perempuan Indonesia, berumur 25-35 tahun, berdomisili di Jabotabek, dan merupakan seorang musisi yang aktif dalam kegiatan manggung sebagai target primer.
2. Laki-laki atau perempuan Indonesia, Berumur 18-28 Tahun, berdomisili di Jabotabek, dan merupakan anak muda yang gemar bermusik dan mulai mencari *pedalboard* sebagai target skunder.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Perancangan Promosi Pedalizer ini adalah, menanamkan keunggulan dari Pedalizer kepada para konsumennya, melalui promosi yang tepat.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diperoleh dari Perancangan Promosi Pedalizer adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pedalizer:

Membantu Pedalizer dalam mempromosikan produk *pedalboard* unggulannya. Dengan cara mengkomunikasikan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, sehingga pengenalan akan produk Pedalizer akan meningkat.

2. Bagi Penulis:

Membantu penulis dalam memenuhi syarat kelulusan, serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perancangan promosi dan perlengkapan musik.

3. Bagi Universitas:

Membantu para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam mencari referensi saat melaksanakan kegiatan tugas akhir.