



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif yang digunakan yaitu wawancara, observasi, *forum group discussion*, studi eksisting.

##### **3.1.1. Wawancara**

Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan *insight*, data, ataupun kelebihan dari produk bass FAD Guitars. Penulis mewawancarai *product specialist* serangkaian *owner* FAD Guitars. Wawancara ini juga cara untuk mencari solusi untuk masalah yang dihadapi oleh FAD Guitars.

##### **3.1.1.1. Wawancara dengan *Product Specialist* dan pemilik FAD Guitars**

Wawancara dilakukan pada tanggal 10 Februari 2019 di BERMVDA Coffee, Cilandak Town Square, Jakarta Selatan. Penulis melakukan wawancara dengan Kristian Dharma sebagai *marketing manager*, *product specialist*, dan juga sebagai pemilik FAD Guitars. Sebagai pemilik FAD Guitars sejak April 2018 tentu mengetahui sejarah FAD Guitars itu sendiri. Berawal dari keinginannya untuk memiliki merek alat musik sendiri sehingga melirik FAD Guitars yang memiliki potensi untuk dijadikan *brand* miliknya.



Gambar 3.1. Wawancara dengan Kristian Dharma

FAD Guitars sudah didirikan sejak tahun 2016 oleh Andre Kristian yang saat ini masih berumur 23 tahun di Yogyakarta, Gg. Puntodewo No. 335A, Modalan, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55198. Berawal dari membuat gitar sendiri yang beranjak menjadi bisnis melalui pesanan. Pembuatan gitar *custom shop* yang diberi nama FAD Guitars. FAD Guitars dilirik oleh Kristian Dharma. Kristian bercita-cita memiliki merek alat musik sendiri, yang mendorong dia mengurus, mebantu dan memperbaiki sistem dari FAD Guitars. Ia pun mengajak Hengky Irawan ke dalam tim di bidang administrasi keuangan sebagai orang yang dipercaya dalam menjalankan bisnis ini.

Banyaknya pesanan gitar bass listrik membuat FAD Guitars fokus membuat gitar bass listrik terlebih dahulu dan membuat lineup atau standar dalam produk gitar bass listrik. Dari situ ia ingin menjadi produsen alat musik yang memiliki standar dan *custom shop* dalam bisnis mereka. Menurut Kristian, pemilihan kayu sampai hasil akhir harus memiliki standar dan dengan kualitas yang baik. Semua produk yang dibuat harus mengikuti prosedur dan

meminimalisir cacat sedikitpun dalam produk agar hasil yang dikeluarkan memiliki kualitas dan hasil yang sama



Gambar 3.2 Logo FAD Guitars

FAD dari FAD Guitars yang memiliki arti *Focus*, *Adventures*, dan *Dependable*. Fokus dalam mengerjakan instrumen yang baik, *Adventures* yang berarti FAD Guitars membuat instrument yang dapat dipakai di segala genre, dan *Dependable* yaitu dapat diandalkan untuk situasi apapun. Nama Guitars sendiri yang berarti gitar karena awal dari berdirinya FAD Guitars memproduksi gitar. Bentuk logo pada FAD Guitars tidak memiliki arti khusus hanya seperti berbentuk seperti tanda tangan pada sebuah karya seni yang menjadikan alat musik yang dibuat menjadi seperti karya seni.

Beliau bercerita bahwa awal berdirinya FAD Guitars merupakan semangat anak muda Yogya yang bernama Andre Kurniawan saat itu membuat sendiri gitar miliknya. Seiring waktu, Ia membuat pesanan dari teman-temannya dan akhirnya membuat merek alat musik yaitu FAD Guitars. Kristian bergabung dan

merapihkan sistem yang ada pada FAD Guitars agar berjalan dengan terstruktur. Awalnya FAD Guitars memang membuat gitar tetapi kebanyakan pesanan dari pemain bass sehingga ia ingin membuat *lineup* atau standar gitar bass listrik.

Produk standar ini menjadi satu-satunya yang ada di Indonesia karena masyarakat masih beranggapan bahwa produk lokal merupakan *custom shop*. Harga yang ditawarkan *custom shop* jauh lebih mahal dibandingkan dengan standar. Adanya produk standar ini membuat masyarakat dapat memilih produk yang tidak kalah bagus dengan produk impor dengan harga lebih murah dan kualitas lebih baik. Kayu yang digunakan pun standar dan terjamin dengan melakukan pengetokkan kayu pada awal pemilihan kayu. Pembuatan produk standar ini masih *handmade* tetapi dipastikan hasil yang dikeluarkan semua sama rata dan tidak ada produk gagal. Beliau menjamin bahwa *finishing* pada bass tersebut hasilnya baik dan rata.

Menurut Kristian, masyarakat masih kurang mempercayai kualitas produk lokal karena sebagian besar masih beranggapan bahwa harga yang dibandrol masih tergolong mahal untuk produk lokal. Padahal ia menjamin kualitas yang didapatkan lebih baik dengan harga tersebut dengan kualitas suara yang baik, *set up neck* yang nyaman dan *dependable*. Ia mengakui bahwa produk standar ini kemiripan suara karena *Jazz Bass* adalah *Jazz Bass* dan *Percusion* adalah *Percusion*, mereka hanya meniru apa yang sudah ada pada jaman dahulu. Hal yang paling terlihat unik adalah warna pada bass dengan menggunakan warna yang tidak biasa seperti *gold* yang sekarang menjadi penjualan paling tinggi saat ini.

Saat ini pasar FAD Guitars berada di dalam dan luar negeri. Produk FAD Guitars diperuntukan untuk pemain bass yang berada di tingkat *intermediate* dan *advance*. Kepercayaan pelanggan terhadap produk FAD Guitars merupakan hal yang penting, karena dengan begitu produknya akan memiliki reputasi yang baik di tengah masyarakat. Menurutnya, FAD Guitars ingin meningkatkan kepercayaan dan *lineup* yang masih belum diketahui masyarakat.

Promosi yang sudah dilakukan oleh FAD Guitars dengan melakukan pameran, Instagram, YouTube, testimoni maupun *endorse* dari musisi. FAD Guitars belum memiliki *website* dan pemesanan masih melalui *whatsapp*. Dalam waktu dekat FAD berkeinginan untuk membuat website yang memuat informasi produk dan melayani pembelian secara *online*.

#### **3.1.1.2. Wawancara dengan pemain Bass profesional**

Penulis melakukan wawancara dengan Kevin Manuel dan Joshua Immanuel pada tanggal 22 April 2019, serta Stevanus Batubara pada tanggal 23 April 2019. Ketiganya merupakan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan juga merupakan pemain bass.

Kevin menekuni bermain bass sudah dari 2 SMP dan saat ini melakukan pendidikan di UMN. Kevin berpendapat bahwa bass sebagai penyambung komunikasi dalam berekspresi dan bagian dari hidup. Menurutnya bass memegang peranan penting di kehidupannya.

Selain Kevin, penulis mewawancarai Joshua yang sudah menekuni alat musik bass selama 8 tahun. Menurut Joshua, keberadaan bass tidak dapat

dipisahkan dari kesehariaannya karena bass menjadi medianya dalam menyampaikan ekspresi.



Gambar 3.3. Wawancara dengan Kevin

Penulis melakukan wawancara dengan Joshua Immanuel pada tanggal 22 April 2019 di Universitas Multimedia Nusantara. Joshua sudah menekuni bass selama 8 tahun dan dia sedang berkuliah di UMN. Menurut Joshua, bass sudah seperti pacar atau sahabat yang selalu dicari di dalam kesehariaannya dan menjadi jantung sebuah musik menjadi penyampaian ekspresinya. Mengetahui *brand* bass tertentu biasanya menemukan di Instagram dan musisi yang menggunakan *brand* tertentu



Gambar 3.4. Wawancara bersama Joshua

Sama seperti Joshua, Stevan sudah menggeluti bass selama 8 tahun dan juga seorang mahasiswa di UMN. Tak jarang dia melakukan *perform* di SDC dan acara lainnya. Stevan berpendapat bahwa bass merupakan media untuk mengekspresikan hidupnya. Menurutnya dalam pemilihan bass yang terpenting adalah *playability* yaitu kenyamanan dan suaranya. Sebesar apapun merk bass, hal tersebut adalah faktor utama dalam memilih bass.





Gambar 3.5. Wawancara dengan Stevan

### 3.1.1.3. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan dari hasil wawancara, FAD Guitars masih belum dipercaya dan belum banyak diketahui mengenai produk *lineup* standarnya. Padahal produk bass *lineup standard*-nya menjadi *unique selling point* yang belum tersampaikan. FAD Guitars sudah melakukan promosi melalui Instagram dan Youtube tetapi masih kurang dipercaya dibandingkan dengan produk bass luar negeri. Pemilik FAD Guitars menginginkan promosi yang informatif dan menarik sehingga masyarakat dapat tertarik dengan produk FAD Guitars.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemain bass, hanya 1 orang yang mengetahui FAD Guitars tetapi tidak mengetahui produk *lineup standard* bass dari FAD Guitars.

### 3.1.2. Observasi

Observasi langsung non-partisipatif yang dilakukan penulis selama seminggu untuk mengunjungi akun Instagram FAD Guitars menghasilkan produk seri standar yang dimiliki FAD Guitars yaitu FAD Classic Standard J4, J5, FAD Corona Standard P4, FAD Classic Deluxe J5. Kode J berarti *Jazz Bass* dan P berarti *Precision Bass*, sedangkan angka setelah kode J dan P yaitu 4 yang berarti 4 senar dan 5 untuk 5 senar. Selain produk standar terdapat produk limited yaitu FAD Classic J70's Time Machine.

Produk yang dihasilkan oleh FAD Guitars menggunakan kayu *rosewood*, *maple*, dan juga beberapa kayu yang mempunyai kesamaan famili ataupun ada di Indonesia seperti sungkai, pinus, alder dan mahogani. Kayu-kayu tersebut digunakan pada *body*, *neck*, sampai *head*. Warna-warna yang diaplikasikan ke gitar bass listrik menggunakan warna tidak biasa seperti emas, hijau, adapun warna putih dengan semua *pickup* berwarna putih kecuali *custome shop*.



Gambar 3.6. FAD Classic Standard J4

Selain produk standar, FAD Guitars membuat produk *custom shop* dengan harga yang lebih tinggi, harga lebih tinggi, dan spesifikasi yang diinginkan konsumen seperti bentuk, warna, suara, dan lainnya.

### 3.1.3. Mini FGD

Penulis melakukan *mini forum group discussion* (Mini-FGD) Pada tanggal 9 Maret 2019. Partisipan berjumlah 4 orang yang bukan pemula dalam bermain bass dan berprofesi sebagai musisi. Dalam Mini-FGD ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mereka memilih alat musik bass dan pendapat mereka terhadap produk standar FAD Guitars.



Gambar 3.7. Mini Focus Group Discussion dengan Pemain Bass

Penulis bertanya merek bass yang digunakan mereka saat ini dan semua jawaban mereka 2 orang yang menggunakan produk lokal tetapi *custome shop* selain itu mereka menyebutkan Yamaha, Squier, Fender. Menurut salah satu dari mereka, produk lokal masih kurang dipercaya karena hasil yang tidak stabil.

Dalam proses pemilihan bass rata-rata mereka berpendapat bahwa *looks* penting dan spesifikasi. Setelah itu baru mencoba produknya dan menilai suara yang dihasilkan, bagian rawan pada bass, kerapihan cat, aksesoris, dan kemudahan dalam penyetingan serta *set up* bass tersebut. Dalam pemilihan bass, mereka memilih bass sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud bahwa bass yang dipakai di beberapa genre atau lebih spesifik dan sesuai *budget*. Setelah itu penulis meminta partisipan untuk mencoba produk FAD Classic Standard J4 yang berwarna emas.



Gambar 3.8. Partisipan Mini-FGD Mencoba Bass FAD Guitars

Setelah partisipan mencoba bass FAD Guitars dengan beberapa teknik dan mencoba bagian rawan pada bass, menurut sebagian dari mereka bass ini sesuai ekspektasi mereka yang baik dan nyaman digunakan. 3 dari partisipan belum mengetahui bahwa FAD Guitars memiliki produk standar yang sebelumnya hanya mengetahui bahwa FAD Guitars hanya *custom shop*. Kendala pada saat mencoba bass tersebut adalah jenis suara yang dihasilkan kurang terbentuk

dikarenakan senar *flatwound* yang digunakan pada bass tersebut membuat suara menjadi terpendam. Tetapi keseluruhan bass memiliki *finishing* yang baik dan pewarnaan yang rapih dan mereka merekomendasikan bass ini tetapi hanya perlu mencari trik untuk mentenarkan bass tersebut.

#### **3.1.4. Studi Eksisting**

Dalam metode ini penulis membandingkan visual promosi dari Nats, Skyukey, FAD Guitars. Nats dan Syukey adalah produsen alat musik lokal yang juga cukup dikenal oleh pemain bass. Nats dikenal dengan produk bass yang memiliki kompleksitas detail produk yang baik. Syukey sudah dikenal dengan produk bass premiumnya. Pemilihan *brand* ini berdasarkan dari segi kepopuleran dan memiliki produk yang sama. Pada studi eksisting ini, penulis menganalisa berdasarkan 4P.

##### **3.1.4.1. Nats**

Berdasarkan hasil studi eksisting, penulis menemukan bahwa nats merupakan salah satu yang diketahui oleh pemain bass yang dapat menjadi pertimbangan jika ingin membuat bass *custom*. Padahal Nats sendiri hanya melakukan promosi melalui Instagram. Konten Instagram natsbassindonesia hanya berisi mengenai bass yang mereka buat.

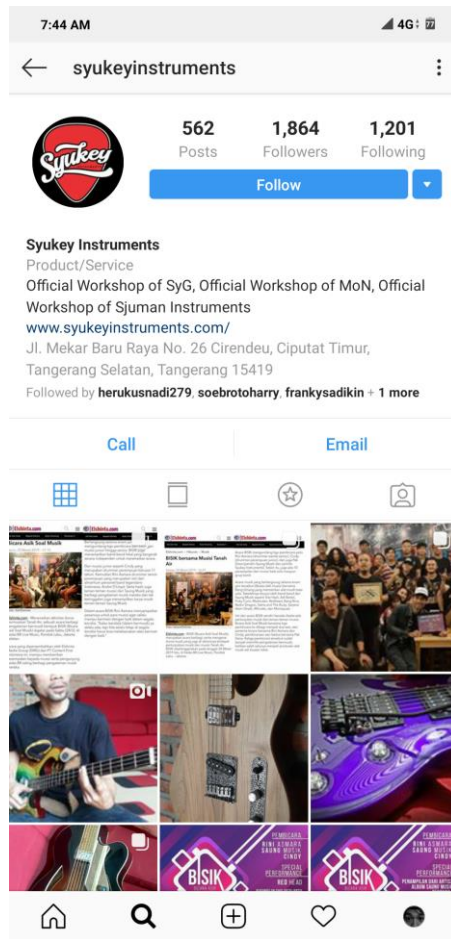


Gambar 3.9. Instagram dari Nats

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, *feeds* dan *caption* pada instagram tidak memiliki hal yang menarik, hanya menampilkan nama dan foto bass. Pada Instagramnya sendiri, Nats tidak melakukan *posting* mengenai *event*.

#### 3.1.4.2. Syukey

Dari pengamatan penulis, promosi yang dilakukan oleh Syukey melalui instagram, Youtube dan *event-event* yang dilakukan oleh Syukey ataupun bukan dari Syukey. Promosi yang dilakukan pada Instagram Syukey memiliki beragam konten seperti produk dari Syukey, *review* produk atau testimoni, dan juga *event* yang diikuti oleh Syukey.



Gambar 3.10. Instagram Syukey Instrumen

(<https://www.instagram.com/syukeyinstruments/>)

Instagram Syukey cukup aktif dalam mengupload kontennya mengenai alat music buatan Syukey, repost pengguna Syukey, dan acara-acara yang terdapat Syukey sendiri tetapi foto yang digunakan dalam produuknya masih menggunakan telefon genggam dengan kualitas rendah. Pada akun Youtube Sukey hanya meng-upload 5 video yang berisi *sound test* produk mereka. *Event* yang diikuti atau yang dibuat oleh Syukey cukup banyak seperti *live music*, *music expo* dan *bass workshop*.



### 3.1.4.3. FAD Guitars

Promosi yang dilakukan FAD Guitars salah satunya melalui YouTube. Konten video FAD Guitars kebanyakan membicarakan pemain yang diundang dibandingkan dengan membicarakan khusus mengenai produk FAD Guitars. Pada kolom komentar terdapat komentar dari pengunjung salah satu video menyatakan bahwa ingin FAD Guitars lebih banyak bicara atau memberi informasi tentang bass FAD Guitars.

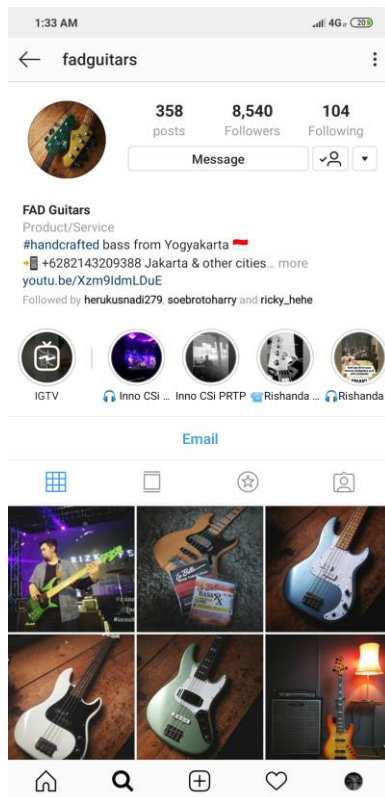


Gambar 3.11. Video FAD Guitars di YouTube

(<https://www.youtube.com/channel/UCPTf8JLEftPJmpzQJxqGQtw/videos>)

FAD Guitars memiliki akun instagram aktif. Konten instagram FAD Guitars cukup terlihat meyakinkan dengan foto yang tidak sembarangan. Mereka cukup sering melakukan post story mengenai gambar produknya ataupun *re-story player* yang memakai bass FAD Guitars tetapi kurangnya *sample* suara yang *high quality* pada produk standard. FAD Guitars cukup efektif dalam menarik konsumen dengan melakukan *endorse*.





Gambar 3.12. Instagram FAD Guitars

(<https://www.instagram.com/fadguitars/>)

#### 3.1.4.4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari *study existing* diatas bahwa ketiga merek tersebut tidak memiliki tempat berjualan, mereka hanya menggunakan sistem *online order*.

Berikut kesimpulan dari *study existing*:

Tabel 3.1. Kesimpulan *study existing*

|              | Nats                             | Syukey                           | FAD Guitars                   |
|--------------|----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| <i>Place</i> | -                                | -                                | -                             |
| <i>Price</i> | - Memiliki harga yang tergantung | - Harga tergantung dari kualitas | - Memiliki harga yang relatif |

|                  |  |   |  |
|------------------|--|---|--|
|                  | dari kualitas bahan.   | bahan.  | murah.<br>- Harga yang pasti untuk produk <i>standard</i> .  |
| <i>Product</i>   | - Dapat membuat <i>custom</i> bass yang memiliki bentuk sulit. | - Memiliki jasa pembuatan <i>custom</i> bass yang sesuai dengan <i>customer</i> .<br>- Kualitas bass tergantung dari harga bass yang dibuat.<br>- Bass yang dibuat tetap mengikuti ciri khas syukey | - Memiliki produk <i>lineup standard</i> .<br>- Kualitas suara yang pasti untuk masing-masing produk.                                |
| <i>Promotion</i> | - Hanya mengandalkan Instagram untuk berpromosi.               | - Instagram, Youtube(tetapi tidak aktif, hanya terdapat 4 video), <i>event</i> yang cukup banyak dari luar maupun syukey sendiri.   | - Instagram, Youtube, <i>event</i> (FAD Bass <i>Hangout</i> dan <i>Instrument &amp; Sound Introduction</i> .<br>- <i>Endorsement</i> |

|  |  |  |                                      |
|--|--|--|--------------------------------------|
|  |  |  | oleh <i>bassist</i><br>professional. |
|--|--|--|--------------------------------------|

### **3.2. Metodologi Perancangan**

Metode perancangan promosi bass FAD Guitars menggunakan metode menurut Landa (2010) yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, implementation* yang akan dilakukan secara bertahap dalam proses perancangan promosi.

#### **3.2.1. Overview**

Pada proses *overview*, penulis mempelajari FAD Guitars dan juga pengguna bass atau pemain musik untuk mendapatkan *insight* atau pesan yang ingin disampaikan pada konsumen. Pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara wawancara, observasi, *forum group discussion*, dan *study existing*.

#### **3.2.2. Strategy**

Strategi merupakan fondasi dari semua komunikasi visual dan pengaplikasian verbal pada program yang akan dijalankan. Pada proses ini, terjadi pemeriksaan, menilai, menemukan, dan membuat rencana yang tepat untuk promosi FAD Guitars.

#### **3.2.3. Ideas**

Penulis melakukan analisa data yang sudah didapat yang kemudian dilakukan *brainstorming* dan mendapatkan kaca kunci untuk dijadikan *moodboard* dan konsep. Proses ini dibutuhkan pemikiran kreatif, interpretasi, dan memformulakan ide.

#### **3.2.4. Design**

Desain merupakan proses dalam membuat dari ide menjadi sketsa untuk divisualisasikan. Perancangan desain dilakukan untuk menyatukan semua unsur dari ide, konsep, *copy*, *moodboard* dan lainnya untuk dijadikan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen.

#### **3.2.5. Production**

Setelah melakukan proses mendesain, kegiatan selantunya yaitu melakukan proses produksi dengan menentukan kertas ataupun bahan-bahan yang dipakai untuk kegiatan promosi. Penulis menentukan media yang akan digunakan seperti poster, media digital atau social media dan *merchandise*.

#### **3.2.6. Implementation**

Hasil akhir dari proses perancangan dengan mengimplentasikan atau penerapan informasi atau promosi untuk diterima oleh masyarakat.