

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Chapman (2003) dalam bukunya yang berjudul *Guitar: Music, History, Players* mengatakan bahwa gitar merupakan instrumen musik petik yang berasal dari pendahulunya bernama *guitarra latina* ditemukan di abad ke-15 oleh penduduk Spanyol lalu mulai populer pada awal abad ke-16 dengan banyaknya kolektor dan pemain musik yang menggunakan *guitarra*. Tim editor dari Britannica Encyclopedia (2023) menjelaskan terdapat beragam variasi jenis gitar yang ada saat ini adalah gitar 12 senar, gitar berdawai logam atau biasa disebut *folk* gitar, gitar cello, gitar *bass*, *jarana* dari Meksiko, *charango* dari Amerika Selatan, gitar berbentuk kecapi, gitar Hawaii, dan gitar elektrik. Menurut Pelayo III, dkk (2015) gitar elektrik yang diperkenalkan pada tahun 1930 merupakan gitar dengan volume bodi padat yang keseluruhan bunyinya dihasilkan dari sebuah penguat suara atau *amplifier* yang dapat mengubah karakter suara gitar secara elektronik dengan cara menangkap getaran dari senar logam gitar elektrik. Kepopuleran gitar elektrik terus mempengaruhi musik dalam budaya populer.

Di Indonesia, sudah ada berbagai jenis merek yang memproduksi gitar elektrik. Salah satu merek gitar elektrik lokal yang ternama adalah Radix Guitars. Radix Guitars adalah sebuah merek gitar lokal yang dibuat dan dimiliki oleh Toein Bernadhie Radix berpusat di daerah Tangerang, Banten (Yani, 2017). Perjalanan Radix Guitars dimulai dari tahun 1995 dimana Toein mempelajari cara membuat gitar dan memulai bisnis hingga pada tahun 2003 dipertemukan oleh seorang gitaris band Slank bernama Ridho untuk berkolaborasi membuat merek gitar “Marlique”, lalu pada tahun 2009 mereka memutuskan kerjasama dan berubah nama menjadi “Radix” (Suryo, 2017). Berdasarkan finance.detik.com (2014), Radix Guitars telah menembus pasar eropa dengan bekerja sama dengan salah satu distributor gitar di Belanda dengan omzet sekitar 250 juta rupiah per bulan. Nama Radix Guitars juga

sudah sampai ke negara seperti Finlandia, Swedia, Norwegia, Belanda, Kanada, Australia dan beberapa negara Asia dan digunakan oleh beberapa musisi profesional luar negeri seperti pemain bass band Marshall, Paul Stegman dan Bluey dari Incognito (Indana, 2017). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peluangsaha.kontan.co.id (2018) kepada Toein Bernadhie Radix, Radix Guitars mampu memproduksi gitar sebanyak 200 buah per bulan dengan jumlah karyawan sektor produksi sebanyak 20 orang dan harga yang berkisar di angka 4 jutaan.

Pemilik Radix Guitars, Toein mengatakan bahwa Gitar Radix saat ini hanya melakukan penjualan produk secara online melalui platform e-commerce dan sosial media seperti Instagram dan Facebook karena kekurangan tenaga kerja untuk melakukan distribusi produk. Menurut peluangsaha.kontan.co.id (2018) juga menyebutkan bahwa Radix Guitars mengalami penurunan penjualan karena salah satu negara yang menjadi pengaruh besar gitar listrik, Amerika Serikat, sedang mengalami krisis sehingga pasar ekspor Radix Guitars mengalami kerugian. Berdasarkan hasil riset penulis, beragam media informasi yang dimiliki oleh gitar Radix seperti Youtube, Instagram, dan Facebook. Namun Radix Guitars belum memiliki media informasi berupa website dimana banyak pengguna Instagram yang menanyakan keberadaan situs untuk membeli Radix Guitars. Berdasarkan hasil kuesioner yang penulis telah sebarikan kepada 106 responden, sebanyak 78.3% responden menjawab bahwa website penting sebagai sarana media informasi sebuah produk. Setelah melakukan wawancara, Toein menegaskan bahwa Radix Guitars sangat *segmented* sehingga Beliau ingin fokus dengan branding secara lokal namun dengan strategi yang juga bisa diakui secara internasional. Menurut Beliau, cara tersebut lebih cocok untuk merek Radix Guitars dengan membuat website sebagai alat untuk berjualan produknya, memberikan informasi detil produk dan keunggulan Radix Guitars, dan menarik pelanggan untuk membeli produk Radix Guitars. Menurut Geldman (2022), website dapat digunakan untuk menjual produk sebuah merek yang unik dan *personalized*, dan dapat ditujukan untuk audiens yang memiliki antusiasme terhadap suatu merek tertentu.

Menurut Toein, kompetisi dalam pasar gitar sulit karena banyaknya merek impor yang mendominasi pasar sehingga perlu *branding* yang kuat, mudah diingat, dan *brand image* yang mudah disampaikan (Wipo, 2017). Menurut Bivisyani (2017), website adalah sebuah sarana multifungsi yang dapat digunakan sebagai media informasi yang efektif sekaligus media untuk membangun branding sebuah bisnis dan sebagai alat media promosi. Website juga berfungsi sebagai sarana untuk melayani konsumen dari sebuah jasa atau produk dan dapat digunakan sebagai *company profile* sebuah Perusahaan sehingga dapat dipercaya oleh kalangan masyarakat.

Landa (2014) juga menekankan bahwa media informasi adalah cakupan desain yang mengutamakan informasi yang kompleks agar jelas dan mudah untuk diakses dan dimengerti oleh seluruh pengguna dan audiens seperti website, pameran, *pictogram*, peta, *booklet*, bagan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, penulis ingin merancang media informasi berupa website untuk Radix Guitars. Perancangan media informasi berupa website ini diharapkan dapat menjadi media informasi efektif yang mampu menarik konsumen dan pelanggan baru agar mudah untuk mendapatkan informasi tentang gitar dan profil perusahaan serta melakukan pembelian produk Radix Guitars.

1.2 Rumusan Masalah

Penulis menentukan rumusan masalah yang berisi pertanyaan utama yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir sebagai berikut:

Bagaimana cara melakukan perancangan media informasi berupa website Radix Guitars?

1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan masalah yang berisi variabel yang menjadi objek perancangan media informasi Radix Guitars, target sasaran, dan lokasi yang berhubungan dengan perancangan.

1. Demografis

Usia : 26-45 tahun (dewasa), rentang umur dipilih berdasarkan kategori umur menurut Depkes RI (2009).

Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

SES : A

Etnis dan agama : Universal

Tingkat pendidikan : SMP, SMA, Sarjana/Diploma

2. Geografis

Target primer : Seluruh Indonesia

Target sekunder : Internasional

3. Psikografis

Dewasa yang hobi bermain gitar elektrik, dewasa yang berprofesi dan berkarya menggunakan gitar elektrik, dewasa yang menyukai dan berani menggunakan produk lokal dengan harga terjangkau, dewasa yang sedang mencari dan ingin membeli gitar elektrik baru, dewasa yang mencari gitar elektrik *custom*, dewasa yang mencari gitar elektrik berkualitas.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Penulis menentukan tujuan dari penyusunan tugas akhir ini yakni merancang media informasi berupa website untuk Radix Guitars.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1. Manfaat Bagi Penulis

Penulis memiliki kesempatan untuk melakukan studi mengenai proses pembuatan dan perancangan media informasi berdasarkan permasalahan atau fenomena yang terjadi secara nyata dan menerapkan ilmu yang telah didapat selama pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Manfaat Bagi Orang Lain

Perancangan ini dapat digunakan sebagai salah satu media informasi dan promosi bagi konsumen dan pelanggan baru Radix Guitars yang ingin membeli maupun melihat spesifikasi produk Radix Guitars serta mencari profil perusahaan.

3. Manfaat Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Hasil perancangan ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi para peneliti dan mahasiswa lain dalam proses perancangan dengan masalah atau fenomena yang berkaitan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA