



### **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.

**PERANCANGAN PROMOSI**  
**CAGAR BUDAYA MUSIK INDONESIA LOKANANTA**

**Laporan Tugas Akhir**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



Nama : Dhiwangkara Seta R.  
NIM : 12120210332  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2016**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhiwangkara Seta R.

NIM : 12120210332

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### **PERANCANGAN PROMOSI CAGAR BUDAYA MUSIK**

### **INDONESIA LOKANANTA**

Dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun diperguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan sadura/terjemahan murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam

pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 14 Juni 2016

Dhiwangkara Seta Rachmat



UMMN

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN PROMOSI**

**CAGAR BUDAYA MUSIK INDONESIA LOKANANTA**

Oleh

Nama : Dhiwangkara Seta R.

NIM : 12120210332

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 27 Juni 2016

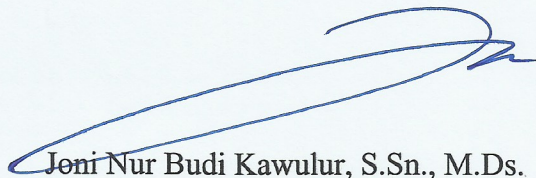
Pembimbing



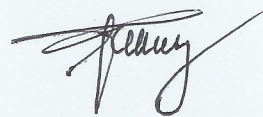
Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

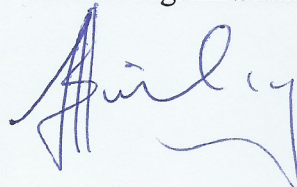


Jeni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.



Ferdy Tanumihardjo, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *Perancangan Promosi Cagar Budaya Musik Indonesia Lokananta*, sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds.).

Lokananta awalnya merupakan sebuah perusahaan label rekaman yang didirikan untuk menyebarkan dan merekam untuk stasiun Radio Rakyat Indonesia dan sebagai salah satu bentuk pelestarian budaya khususnya dalam bidang musik yang dibentuk melalui regulasi-regulasi Soekarno. Lokananta berkembang menjadi sebuah studio rekaman yang berhasil menghasilkan beberapa musisi legendaris diantaranya ialah, Sam Saimun, Waldjinah dan Christine. Namun seiring berjalannya waktu dan munculnya pembajakan membuat Lokananta harus memberhentikan segala produksi dan aktifitas mereka sehingga eksistensi Lokananta yang dipertanyakan membuat Lokananta tidak lagi dikenal oleh masyarakat khususnya generasi muda sebagai generasi penerus bangsa. Didapat dari hasil wawancara dan studi dokumen bahwa Lokananta sudah tidak lagi dikenal oleh masyarakat khususnya generasi muda di Solo. Oleh karena itu, penulis merancang promosi cagar budaya musik Indonesia Lokananta yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap cagar budaya musik Indonesia Lokananta yang patut dilestarikan dikenang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam merencanakan promosi cagar budaya musik Indonesia Lokananta sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

1. Yusup Martyastiadi, S.T., M.inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, pengarahan, serta bantuan dan dukungan demi kelancaran dalam penulisan dan pengerjaan Tugas Akhir.
3. Joni Nur B. K., S.Sn., M.Ds., Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., Gideon K. F., S.T., M.Ds., Darfi Rizkavirwan S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing Spesialis yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran untuk penulis.
4. Bapak Miftah, selaku Pimpinan Lokananta yang membantu penulis dalam memberikan informasi seputar Lokananta dan meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu-ilmu yang tidak dapat ditemui dimanapun.
5. Bapak Bimo mewakili seluruh karyawan Lokananta yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan segala informasi yang dapat membantu dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini.
6. David Tarigan mewakili semua penikmat dan pengatusias musik dalam memberikan ilmu serta saran-sarannya yang dapat membuka pikiran dan ilmu penulis demi melancarkan perancangan Tugas Akhir ini.
7. Grup musik White Shoes and The Couples Company, selaku narasumber yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengalaman-

pengalaman yang sangat berguna bagi penulis dalam merancang Tugas Akhir ini.

8. Ayah, Ibu dan Teteh, yang telah memberikan seluruh dukungan dan nasihat yang dapat membantu penulis dalam perancangan Tugas Akhir ini.
9. Maria Tabitha Benadicta, yang selalu memberikan dukungan penuh, nasihat dan motivasi demi kelancaran dalam perancangan Tugas Akhir ini.
10. Teman – teman kelompok bimbingan serta seluruh peserta dan seperjuangan Tugas Akhir yang memberikan dukungan.
11. Serta Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun mendukung dalam perancangan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung dan membantu dalam perancangan Tugas Akhir ini. Kedepannya penulis berharap laporan ini dapat membantu pembaca dan menjadikannya referensi.

Tangerang 14 Juni, 2016

Dhiwangkara Seta Rachmat



## ABSTRAKSI

Lokananta merupakan sebuah situs cagar budaya yang didirikan atas pelestarian kebudayaan Indonesia oleh Pemerintah Indonesia. Pembajakan dan ditutupnya Departemen Penerangan membuat Lokananta harus kehilangan eksistensi di mata public bahkan masyarakat lokal Solo, maka diperlukan adanya perancangan promosi cagar budaya Lokananta untuk memperkenalkan Lokananta kembali. Penelitian dilakukan dengan metode pengumpulan data meliputi, observasi, wawancara, studi literatur dan studi dokumen. Hasil data diolah menjadi sebuah konsep perancangan bergaya *art deco* yang menjelaskan tentang keunikan dan keunggulan yang didapat dari Lokananta, yang akan diaplikasikan ke berbagai media yang mendukung. Promosi Lokananta akan ditempatkan khususnya di Kota Solo, serta beberapa tempat yang mendukung seperti halnya pusat penjualan musik.

Kata kunci : Cagar Budaya, Lokananta, Lawas, Musik Indonesia, Piringan Hitam, *Art Deco*

UMMN

## ABSTRACT

*Lokananta is a musical landmark that is built by the Government itself as they are sympathy with Indonesian back then. Lokananta, also one of the biggest recording company in Indonesia, until piracy succeeded to stop all of Lokananta's productions. The government also closed and have to stop the department that runs Lokananta, that also brings Lokananta into their biggest losts. Lokananta have to losts all of their existences in music industry. Until this day people won't recognize Lokananta especially teenagers or young adult, Lokananta may need a bigger promotion for them to introducing themselves as a largest music archive and bring their existence back in music industry. This research was gather based on interview, literature, documents and observation. The data that gathered turns into a conceptual art deco illustrations.*

Kata kunci : Cagar Budaya, Lokananta, Lawas, Musik Indonesia, Piringan Hitam, Art Deco

The logo for Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is displayed in a large, light blue, stylized font. The letters are bold and blocky, with a slight shadow effect, set against a white background.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Perancangan .....	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir .....	5
1.6. Metode Pengumpulan Data .....	6
1.7. Metode Perancangan .....	7
1.8. Skematika Perancangan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. <i>Advertising</i> .....	10
2.1.1. Definisi <i>Advertising</i> .....	10
2.1.2. Tujuan & Fungsi <i>Advertising</i> .....	11
2.1.3. Jenis – Jenis <i>Advertising</i> .....	12
2.1.4. <i>Promotional Design</i> .....	13

2.1.5.	Proses Pembuatan <i>Advertising</i> .....	13
2.2.	Media.....	17
2.2.1.	<i>Above The Line</i> .....	18
2.2.2.	<i>Below The Line</i> .....	18
2.2.3.	<i>Through The Line</i> .....	19
2.3.	Cagar Budaya .....	19
2.3.1.	Fungsi Cagar Budaya .....	20
2.3.2.	Syarat dan Ketentuan Cagar Budaya.....	21
2.3.3.	Jenis Cagar Budaya .....	21
2.4.	<i>Art Deco</i> .....	23
2.5.	Prinsip Desain .....	23
2.5.1.	<i>Balance</i> .....	24
2.5.2.	<i>Hierarchy</i> .....	24
2.5.3.	<i>Proportion</i> .....	25
2.5.4.	<i>Emphasis</i> .....	25
2.5.5.	<i>Rhythm</i> .....	26
2.5.6.	<i>Unity</i> .....	26
2.5.7.	<i>Laws of Perceptual Organization</i> .....	26
2.6.	Elemen Desain .....	28
2.6.1.	<i>Shape</i> .....	28
2.6.2.	Color.....	29
2.6.3.	<i>Texture</i> .....	30
2.6.4.	Tipografi.....	30
2.6.5.	<i>Image</i> .....	32
2.6.6.	Komposisi .....	33
2.6.7.	<i>Layout &amp; Grids</i> .....	34
2.7.	Teori Perkembangan Psikologi .....	36
2.8.	Teori Persuasif .....	36
2.9.	<i>AIDA Model</i> .....	38
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>		<b>39</b>

3.1.	Pernyataan Masalah & Solusi .....	39
3.2.	Lokananta .....	40
3.3.	Wawancara .....	41
3.3.1.	Pimpinan Lokananta .....	42
3.3.2.	Karyawan Lokananta .....	43
3.3.3.	David Tarigan .....	45
3.3.4.	Indra Ameng ( <i>Manager</i> Grup Musik White Shoes & The Couples Company) .....	46
3.3.5.	Intan Anggita (Sahabat Lokananta) .....	47
3.3.6.	Analisa wawancara .....	48
3.4.	Observasi .....	49
3.4.1.	Observasi Lapangan .....	49
3.4.2.	Analisa Observasi .....	51
3.5.	Studi Eksisting .....	52
3.5.1.	Lokananta .....	52
3.5.2.	Johnny Cash Museum .....	53
3.5.3.	Asian Art Museum .....	54
3.5.4.	National Music Museum .....	54
3.6.	Studi Dokumen .....	55
3.6.1.	Analisa Studi Dokumen .....	57
3.7.	Kesimpulan Dari Hasil Pencarian Data .....	57
3.8.	Studi Aktifitas Audien .....	58
3.9.	SWOT <i>Analysis</i> .....	58
<b>BAB IV</b>	<b>PERANCANGAN .....</b>	<b>61</b>
4.1.	<i>Mind Mapping</i> Perancangan .....	61
4.2.	Konsep Perancangan .....	62
4.2.1.	<i>Moodboard</i> Perancangan .....	62
4.2.2.	Gaya Visual .....	64
4.2.3.	Warna .....	65
4.2.4.	Tipografi .....	66

4.2.5. <i>Layout</i> .....	66
4.3. Studi Eksplorasi Gaya, Properti & <i>Setting</i> .....	67
4.3.1. Studi Eksplorasi Gaya.....	68
4.3.2. Studi Eksplorasi Properti.....	69
4.3.3. Studi Eksplorasi <i>Setting</i> .....	70
4.4. Pesan, Efek & <i>Copywriting</i> .....	71
4.5. Sketsa & Digitalisasi Aset Visual.....	73
4.5.1. Sketsa 1 & Digitalisasi.....	73
4.5.2. Sketsa 2 & Digitalisasi.....	76
4.5.3. Sketsa 3 & Digitalisasi.....	77
4.5.4. Final Artwork.....	79
4.6. Strategi Aplikasi Media & Penempatan.....	82
4.6.1. Poster.....	83
4.6.2. <i>Billboard</i> .....	84
4.6.3. <i>Banner</i> Pemerintah Kota & <i>Roll Up Banner</i> .....	88
4.6.4. <i>Flyer CD</i> .....	90
4.6.5. Iklan Majalah.....	91
4.6.6. <i>Web Banner / Pop Up Banner</i> .....	92
4.6.7. <i>Social Media</i> .....	95
4.7. Strategi & Durasi Pemasangan.....	96
4.8. Biaya Pemasangan Promosi & Produksi.....	98
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>101</b>
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>XI</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.Strategi & Durasi Pemasangan.....	97
Tabel 4.2.List Media & Biaya.....	98



UMMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skematika Perancangan.....	9
Gambar 2.1 <i>Brand Big Ideas</i> .....	16
Gambar 2.2 Teori <i>Gestalt</i> .....	28
Gambar 2.3 <i>Colour Wheel</i> .....	29
Gambar 2.4 <i>Layout &amp; Grids</i> .....	35
Gambar 2.5 <i>AIDA Model</i> .....	38
Gambar 3.1 Bapak Miftah Pimpinan Lokananta.....	43
Gambar 3.2 Bapak Bimo Karyawan Lokananta .....	44
Gambar 3.3 White Shoes & The Couples Company.....	47
Gambar 3.4 Lokananta .....	50
Gambar 3.5 Ruang Pengarsipan Lokananta .....	51
Gambar 3.6 Studi Eksisting I .....	52
Gambar 3.7 Studi Eksisting II.....	53
Gambar 3.8 Studi Eksisting III.....	53
Gambar 3.9 Studi Eksisting IV .....	54
Gambar 4.1 Proses <i>Mind Mapping</i> .....	60
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Perancangan.....	62
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Gaya Visual .....	63
Gambar 4.4 <i>Moodboard Colour Mood</i> .....	64
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	65
Gambar 4.6 <i>Moodboard Layout</i> .....	66
Gambar 4.7 Studi Gaya Visual.....	67
Gambar 4.8 Studi Gaya Visual.....	68
Gambar 4.9 Studi Properti.....	69
Gambar 4.10 Studi <i>Setting</i> .....	70
Gambar 4.11 Hasil Sketsa & Digitalisasi I .....	74
Gambar 4.12 Hasil Sketsa & Digitalisasi II .....	76
Gambar 4.13 Hasil Sketsa & Digitalisasi III.....	78



Gambar 4.14 Proses <i>Layout</i> I.....	79
Gambar 4.15 <i>Modular Scale</i> .....	79
Gambar 4.16 <i>Headline, Subheadline &amp; Copywriting</i> .....	80
Gambar 4.17 Proses <i>Layout</i> II.....	81
Gambar 4.18 <i>Final Artwork Poster</i> .....	83
Gambar 4.19 Hasil <i>Layout Billboard</i> .....	84
Gambar 4.20 Tampak <i>Billboard</i> .....	84
Gambar 4.21 Hasil <i>Layout Billboard</i> .....	85
Gambar 4.22 Tampak <i>Billboard</i> .....	85
Gambar 4.23 Tampak <i>Billboard</i> .....	86
Gambar 4.24 Tampak <i>Billboard</i> .....	86
Gambar 4.25 Tampak <i>Banner</i> .....	87
Gambar 4.26 Tampak <i>Banner</i> .....	88
Gambar 4.27 Tampak <i>Roll Up Banner</i> .....	88
Gambar 4.28 Tampak <i>Roll Up Banner</i> .....	89
Gambar 4.29 Tampak <i>CD Flyer Promo</i> .....	90
Gambar 4.30 Tampak Iklan Majalah Rolling Stone .....	91
Gambar 4.31 Tampak <i>Square Web Banner</i> .....	92
Gambar 4.32 Tampak <i>Pop Up Banner</i> .....	93
Gambar 4.33 Tampak <i>Spotify Banner</i> .....	94
Gambar 4.34 Tampak <i>Social Media</i> .....	95

U M N