

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR (TA)
STRATEGI KREATIF PERANCANGAN PROMOSI
SMILE MUSIC STUDIO



Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk mencapai gelar Ahli Madya
Jurusan Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :

NOVI ARIS DWI CAHYANTO

C 9506142

D3 DESAIN KMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010

PERSETUJUAN

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul:

STRATEGI KREATIF PERANCANGAN PROMOSI SMILE MUSIC STUDIO

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan penguji:

Pembimbing Tugas Akhir I

Pembimbing Tugas Akhir II

Hermansyah Muttaqin, S.Sn
NIP. 19711115 200604 1 001

Anugrah Irfan Ismail S.Sn
NIP. 19830702 200812 1 003

Mengetahui :

Koordinator Tugas Akhir

Arief Imam Santoso, S.Sn
NIP. 19790327 200501 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Diterima dan Disetujui oleh Panitia Tugas Akhir Jurusan Seni Rupa
Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta
Diterima Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
Pada Juli 2010

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang Ujian Tugas Akhir

Arief Iman Santoso, S.Sn ()
NIP. 19790327 200501 1 002

2. Sekretaris Sidang Ujian Tugas Akhir

Arief Iman Santoso, S.Sn ()
NIP. 19790327 200501 1 002

3. Penguji I

Hermansyah Muttaqin, S.Sn ()
NIP. 19711115 200604 1 001

4. Penguji II

Anugrah Irfan Ismail S,Sn ()
NIP. 19830702 200812 1 003

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret

Ketua Pogram
D3 Desain Komunikasi Visual

Drs. Sudarno, MA
NIP. 19530314 198506 1 001

Andreas S. Widodo, S.Sn
NIP. 19751201 200112 1 002

MOTTO



” Santai tapi tetap konsisten”

PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini kupersembahkan:
“Orang Tua Saya Yang Selalu Memberikan Yang Terbaik KEPADAKU, Seluruh Keluarga
dan pacar Tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala hidayah, inayah dan segala pertolongan dan keridhaan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan judul Tugas Akhir ” **STRATEGI KREATIF PERANCANGAN PROMOSI SMILE MUSIC STUDIO** ”

Adapun Tugas Akhir ini disusun guna mencapai gelar Ahli Madya Diploma III program studi D III Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tugas Akhir tersebut dapat terselesaikan dengan baik dan lancar yang tidak terlepas dari bantuan spiritual maupun material dari semua pihak baik dari lingkungan keluarga, lingkup kampus Universitas Sebelas Maret maupun dari sang kekasih serta para sahabat. Maka ungkapan rasa terima kasih serta segala penghargaan yang pantas untuk disampaikan kepada :

1. Drs. Sudarno, MA, selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
2. Andreas S. Widodo, S.Sn, selaku Ketua Program D3 Desain Komunikasi Visual.
3. Arief Iman Santosa, S. Sn, selaku pembimbing akademis.
4. Hermansyah Muttaqin S.Sn, selaku Pembimbing I yang senantiasa sabar dalam membimbing dan mengarahkan hingga terselesaikannya konsep Tugas Akhir ini.
5. Anugrah Irfan Ismail S.Sn, selaku Pembimbing II yang senantiasa sabar dalam membimbing dan mengarahkan hingga terselesaikannya konsep Tugas Akhir ini.
6. Ari Sptyo Heru Prasetyo, sebagai pemilik SMILE music studio.
7. Anang, selaku koordinator *Recording* dan penjaga SMILE music studio.
8. Handoko selaku penjaga dan perawat SMILE music studio.
9. Seluruh keluarga besar D III Desain Komunikasi Visual UNS tanpa terkecuali yang tidak dapat disebutkan secara satu persatu.

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada karena kesempurnaan itu hanyalah milik Allah SWT, maka penulis menyadari bahwa konsep Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan dan segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan. Semoga penulisan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua, amin.

Surakarta, Juni 2010

Novi Aris Dwi Cahyanto



DAFTAR ISI

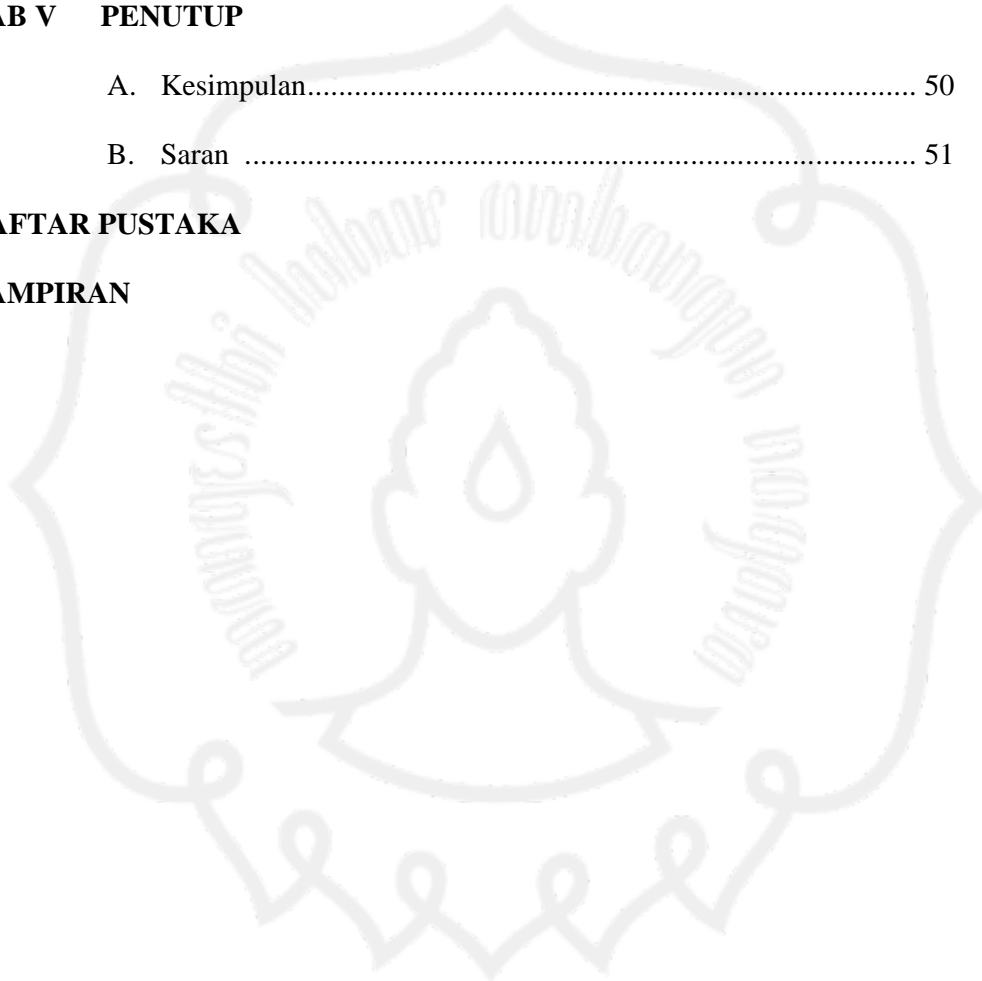
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Masalah	2
BAB II IDENTIFIKASI DATA	
A. Data Perusahaan	3
B. Susunan Organisasi	4
C. Promosi yang pernah dilakukan	6
D. Fasilitas – fasilitas yang ada atau yang ditawarkan di SMILE Music Studio	7
E. Target	8
F. Kompetitor	10
BAB III KONSEP PERANCANGAN	
A. Konsep Karya	13
B. Konsep perancangan	14
C. Teknik pelaksanaan	22
D. Media Placement	22

BAB IV MEDIA PENUNJANG ADMINISTRASI

A. Media Penunjang Administrasi	31
B. Media lini atas (<i>above the line</i>)	41
C. Merchandise dan Souvenir	46

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	50
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

STRATEGI KREATIF PERANCANGAN PROMOSI SMILE MUSIC STUDIO

Novi Aris Dwi Cahyanto¹
Hermansyah Muttaqin, S.Sn² Anugrah Irfan Ismail, S.Sn³

ABSTRAK

2010, Saat ini keberadaan studio musik di berbagai daerah semakin menjamur. Seiring dengan berkembangnya teknologi dalam dunia musik, kualitas dan pelayanan studio musikpun semakin beragam. Ada yang memberikan fasilitas kualitas alat dan tempat yang luas atau hanya fasilitas alat yang bagus namun minim ruangan. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, studio musik harus menawarkan alternatif fasilitas yang berbeda dengan pesaingnya. Untuk memberikan kepuasan pelayanan yang lebih dari studio musik yang lain pemilik studio kemudian berusaha memberikan pelayanan bagi kepuasan pemain band. Oleh karena itu, strategi perancangan promosi pada studio musik sangat berpengaruh terhadap eksistensi studio musik itu. Perancangan promosi itu harus berbeda dengan perancangan promosi studio musik yang lain. Dengan demikian pembuatan media promosi ini diharapkan mampu mewujudkan tujuan awal yaitu untuk mengenalkan dan memberi informasi tentang Studio Musik yang ada di kota Ngawi sebagai studio musik yang juga menawarkan jasa *Recording*.

¹Mahasiswa Jurusan D3 Deskomvis dengan NIM C9506142

²Dosen Pembimbing I

³Dosen Pembimbing II

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini keberadaan studio musik di berbagai daerah semakin menjamur. Seiring dengan berkembangnya teknologi dalam dunia musik, kualitas dan pelayanan studio musikpun semakin beragam. Ada yang memberikan fasilitas kualitas alat dan tempat yang luas atau hanya fasilitas alat yang bagus namun minim ruangan. Dengan demikian persaingan studio musik pun semakin ketat.

Menghadapi persaingan yang ketat, studio musik harus menawarkan alternatif fasilitas yang berbeda dengan pesaingnya. Untuk memberikan kepuasan pelayanan yang lebih dari studio musik yang lain pemilik studio kemudian berusaha memberikan pelayanan bagi kepuasan pemain band. Oleh karena itu, strategi perancangan promosi pada studio musik sangat berpengaruh terhadap eksistensi studio musik itu. Perancangan promosi itu harus berbeda dengan perancangan promosi studio musik yang lain.

SMILE music studio merupakan studio musik yang berada di kota Ngawi-Jawa Timur yang beralamatkan di jalan Perkutut nomer 30 Ngawi. Studio ini mempunyai peralatan yang bagus dan lengkap serta menawarkan jasa *recording*. Studio ini berdiri tahun 1998, dalam perjalanannya, studio ini kurang gencar melakukan promosi. sehingga SMILE music studio kurang begitu dikenal oleh masyarakat dikota Ngawi dan sekitarnya. Khususnya se karisidenan Madiun. Ditahun 2009 ini SMILE music studio merubah imej dari hanya studio musik biasa menjadi studio musik yang juga memberikan jasa *recording*. Sehingga beragam fasilitas pralatan baru dapat diperoleh di studio ini, seperti sound, drum, gitar, dan efek. Dengan adanya imej yang baru dari SMILE music studio, diperlukan adanya promosi untuk lebih mengenal fasilitas dan peralatan terbaru tersebut

B. Rumusan Masalah

Dengan melihat kenyataan di atas perlu adanya tindak lanjut yang serius dalam perancangan promosi pada SMILE music studio. Secara lebih jelas rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kreatif perancangan promosi untuk SMILE music studio di kota Ngawi dan sekitarnya ?
2. Bagaimana merancang media *placement* yang tepat untuk target *audience* promosi SMILE music studio ?

C. Tujuan Masalah

Adapun tujuan promosi itu sendiri dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Mempromosikan kepada masyarakat kota Ngawi dan sekitarnya, imej baru SMILE music Studio sebagai studio berlatih musik, juga sebagai tempat *recording* yang mengutamakan kualitas alat dan pelayanan.
2. Memilih media *placement* yang tepat untuk target *audience* promosi SMILE music studio?

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

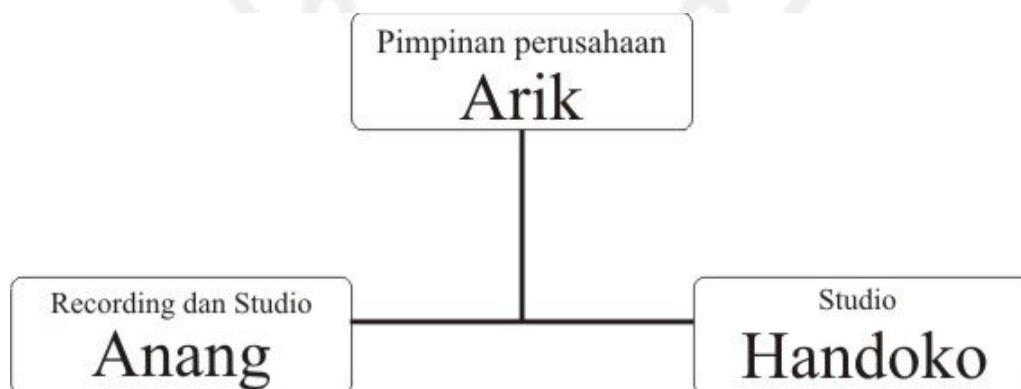
A. Data Perusahaan

SMILE Music Studio merupakan salah satu studio musik di kota Ngawi yang sejak lama menawarkan jasa *recording*. SMILE music studio berdiri pada tanggal 31 Januari 1998. Yang didirikan oleh ARI SAPTYO HERU PRASETYO atau lebih akrab dipanggil Arik. Awal berdirinya SMILE Music Studio karena kegemaran bermain musik. Awalnya mereka kesulitan mencari studio musik, karena pada saat itu masih jarang sekali studio musik yang ada di kota Ngawi. Dari hal tersebut keinginan untuk membuka studio musik sendiri. Dengan modal secukupnya Arik yang dibantu juga oleh ayahnya, kemudian mendirikan studio musik sendiri. Tepat pada tanggal 31 Januari 1998 SMILE music studio telah berdiri, dengan luas ruangnya sebesar 5 x 5 m, Arik mulai usaha studio tersebut. Pada awal berdirinya SMILE music studio belum sebesar seperti sekarang yang memiliki fasilitas *recording*, dua ruangan latihan, lahan parkir yang luas dan warung untuk tempat istirahat.

Nama SMILE Music Studio diambil dari nama bandnya sendiri yaitu SMILE. SMILE music studio ini beralamatkan di Jl. Perkutut No.30, Beran, Ngawi. SMILE music studio pada awalnya didirikan dengan memanfaatkan ruang dari gudang yang berada disebelah kanan rumahnya. SMILE music studio dari awal hingga sekarang dipercayakan kepada Handoko salah satu teman bermain bandnya. Handoko adalah orang yang paham dan mengetahui benar semua tentang hal yang berkaitan dengan

musik. Saat itu SMILE Music Studio mempunyai dua karyawan yaitu Handoko dan Anang. Handoko bertugas menjaga studio sedangkan Anang bertugas khusus untuk *recording*. SMILE Music Studio mempunyai dua studio untuk latihan dan satu studio untuk *recording*. Untuk dua studio ini Arik memasang tarif yang berbeda sesuai dengan kualitas alat dan sound yang berbeda pula tentunya. Untuk studio pertama Arik memasang tarif Rp 18.000/jam sedangkan studio dua Arik memasang tarif Rp 15.000/jam. Dalam melengkapi koleksi alat-alat musiknya, Arik mendapatkannya di toko Kurnia (Solo). Sedangkan untuk pengadaan stik drum didapat dari Mojokerto. Meskipun terbilang sebagai studio musik baru menawarkan jasa *recording* di kota Ngawi, SMILE music studio bisa di katakan sudah berani bersaing dengan studio musik lainnya, khususnya se karisidenan Madiun. Meskipun terbilang sebagai studio musik baru yang menawarkan jasa *recording* di karisidenan Madiun, SMILE music studio bisa di katakan sudah berani bersaing dengan studio musik lainnya dalam hal kualitas, alat, dan layanan.

B. Susunan Organisasi



1. Job Description

a. Pimpinan perusahaan :

- 1) Bertanggung jawab secara keseluruhan atas jalanya perusahaan.
- 2) Bertanggung jawab atas pola kinerja dan pengambilan keuntungan atau profil perusahaan.

b. *Recording* dan studio :

Bertanggung jawab atas proses *Recording* dan studio merah

c. Studio :

Bertanggung jawab penuh atas Studio biru dan peralatan keseluruhan studio.

2. Sistem Pengupahan

Untuk sistem pengubahan SMILE music studio menerapkan sistem pengupahan bulanan. Yaitu dengan memberikan upah/gaji pada akhir bulan sesuai dengan divisi masing – masing.

3. Sistem Pengawasan

Agar tercipta suatu hasil kerja yang memuaskan, maka dalam proses pekerjaan tidak boleh lepas dari pengawasan. Dengan adanya pengawasan, proses pekerjaan tersebut akan lebih terkontrol. Sehingga apabila terdapat kerusakan ditengah proses latihan atau recording, dapat dengan segera diperbaiki. Untuk menghasilkan citra yang baik dan tidak mengecewakan konsumen. SMILE music studio pun melakukan pengawasan terhadap pekerjaan karyawannya. Sistem pengawasan yang berlaku di SMILE music studio meliputi :

a. Kedisiplinan

Meliputi presensi dan daftar hadir tepat waktu bagi pemain band untuk latihan. Jika pemain band datang terlambat lebih dari sepuluh menit dari pemesanan, maka akan dilempar ke pemain band yang lain yang sudah datang dan komplit terlebih dulu.

b. Perawatan sarana

Dalam hal ini setiap pemain dan karyawan bertanggungjawab atas perawatan sarana. Bila ada kerusakan cukup parah maka pemain band tersebut wajib mengganti dengan harga 50% dai harga asli. Namun bila yang rusak hanya simbal sobek sedikit, senar gitar putus dan stick drum patah, SMILE music studio menggratiskan hal tersebut.

c. Kebersihan

Baik pengunjung maupun karyawan harus menjaga kebersihan ruangan studio bersama.

C. Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang pernah dilakukan SMILE music studio adalah hanya membuat spanduk, name bord, dan poster acara. name bord di pasang didepan studio dan pinggir jalan raya. Untuk spanduk dipasang didalam ruang tunggu dan lahan parkir. Sedangkan poster acara hanya ada pada saat event berlangsung dan SMILE music studio tercatat sebagai sponsor tunggal atau sponsor pendukung.



Foto : Name board SMILE music studio

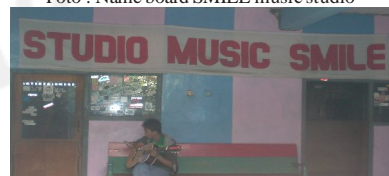


Foto : Spanduk SMILE music studio



Foto : Spanduk SMILE music studio

D. Fasilitas – fasilitas yang ditawarkan di SMILE music studio.

1. Fasilitas – fasilitas yang ditawarkan oleh SMILE music studio antara lain:

a. Studio biru :

- 1) Sound gitar dua buah *Laney Extrem 4 x 12*
- 2) Sound bass satu buah *Laney bass sound 4 x 12*
- 3) Dua buah gitar merk *Fender Squiere*
- 4) Satu buah bass merk *Fender Squiere jass bass*
- 5) Untuk *Vocal* menggunakan dua buah *monitor speaker* dan satu buah *mixer 8 channel*
- 6) Satu buah *effect* gitar *AX = 3000*
- 7) Satu buah *effect* gitar *Zoom = GFX 1*
- 8) Satu buah *Keyboard* *Yamaha PSR*
- 9) Dan satu buah drum merk *PEARL Export series*

b. Studio merah :

- 1) Satu buah *head cabinet IBANEZ 4 x 12*
- 2) Satu buah *head cabinet HARTKE 4 x 12*
- 3) Satu buah gitar merk *FENDER Squiere*
- 4) Satu buah gitar *Epiphone*
- 5) Satu buah bass gitar merk *Cort*
- 6) Satu buah sound bass *Peavy TNT*
- 7) Untuk *effect* menggunakan *AX = 3000* dan *AX = 1500*
- 8) Ampli *vocal* menggunakan *Rhoad*
- 9) Dan ampli *keyboard* menggunakan *Rhoad*

c. Studio Recording :

- 1) Alat yang di pakai untuk *Recording* menggunakan merk *Roland VS = 24 Track*
- 2) Untuk *Speaker* menggunakan dua buah *Speaker Behringer*

- 3) Satu buah Gitar *Epiphone*
- 4) Satu buah Gitar bass merk *Cort*
- 5) *Effect* yang digunakan *AX = 3000*
- 6) Dan satu buah drum merk *YAMAHA Stage Custom*

Untuk *Recording*, kebanyakan pemain band membawa peralatan sendiri.

E. Target

1. Target Visual

Sedangkan alternatif desain visual pada media yang akan di buat untuk menunjang kegiatan promosi ini adalah

- a. Logo
- b. Media lini atas (*Above the line*)
 - 1) Iklan Koran
 - 2) Spanduk
 - 3) X banner
- c. Media lini bawah (*Below the line*)
 - 1) *Stationeri kit*
 - a) *Name card*
 - b) *Member card*
 - c) Amplop, Kop surat
 - d) Nota
 - e) Kuintansi

- f) Poster
 - g) Brosur
 - h) Mousepad
 - i) Cover jok motor
- 2) *Merchandise*
- a) Stiker
 - b) Kaos
 - c) Jam dinding
 - d) Pin

2. Target Market

Adapun target market yang akan dicapai, sekaligus mengkomunikasikan jasa SMILE Music Studio adalah kepada masyarakat sekitar kota Ngawi pada umumnya, dimana masyarakat dengan mudah bisa berlatih musik khususnya bermain band yang ditunjang dengan penawaran kualitas alat dan layanan yang lebih baik.

- a. Demografis :
 - 1) Umur : 13 tahun s.d 30 tahun.
 - 2) Gender : Laki-laki dan Perempuan.
 - 3) Status sosial : Golongan menengah kebawah.
 - 4) Pendidikan : minimal SMP.
- b. Geografis : Kota Ngawi.

3. Target Audience

Dalam perencanaan target audience untuk SMILE Music Studio telah mempunyai kriteria :

a. Psikografis :

Mereka yang membutuhkan fasilitas yang lengkap untuk bermain musik dan ingin bertemu dengan komunitas yang sama (grup band lainya).

F. Kompetitor

Karena SMILE Music Studio adalah usaha bisnis studio musik dan *recording* yang sudah lama keberadaannya di kota Ngawi, ada permasalahan untuk menggiatkan aktivitas periklanan SMILE Music Studio yang dari dulu hingga sekarang belum tergarap sempurna, di mana SMILE Musik Studio harus bersaing dengan sederetan kompetitor yang ada di sekarisidenan madiun, seperti WIPLAS Music Studio (Madiun), SILVER QUEEN Music Studio (Magetan) dan lainnya yang mana mereka telah lebih lama keberadaannya dalam berbisnis studio musik dan *recording*.

1. WIPLAS music studio

Merupakan salah satu studio musik yang menawarkan jasa *recording* yang berada di kota Madiun. WIPLAS music studio juga bisa dibbilang studio musik pertama yang menawarkan jasa *recording*. Karena pada saat itu belum ada sama sekali studio musik yang menawarkan jasa *recoding* di karisidenan madiun, dan WIPLAS music studio memulainya di tahun 2002.

a. Keunggulan :

Keunggulan dari WIPLAS music studio adalah studio musik yang pertama kali ada di karisidenan Madiun, dengan tempat recording yang luas, alat yang bagus serta sound standart.

b. Kelemahan :

Kelemahan dari WIPLAS music studio adalah tempatnya yang jauh dari kota, yang beralamatkan di daerah nglames (Madiun). Serta tempat parkir yang kecil.

c. Promosi :

Promosi yang pernah dilakukan oleh WIPLAS music studio adalah membuat spanduk, neon box, poster acara dan brosur. Namun untuk foto dari setiap promosi sudah tidak ada, karena sudah di lepas semua untuk spanduk, *Neon box* dan *Name bord*.

2. SILVER QUEEN music studio

Merupakan salah satu studio musik yang baru menawarkan jasa *recording* yang berada dikota Magetan. SILVER QUEEN music studio adalah studio musik yang baru menawarkan jasa *recording* pada tahun 2008.

a. Keunggulan :

Keunggulan dari SILVER QUEEN music studio adalah tempatnya berada di tengah-tengah kota dan peralatan untuk latihanya lengkap dan terbaru.

b. Kelemahan :

Kelemahan dari SILVER QUEEN music studio adalah soundny di bawah standart serta tempat untuk latihan dan *recordingnya* kecil.

c. Promosi :

Promosi yang pernah dilakukan SILVER QUEEN music studio adalah membuat spanduk, *name board*, dan poster acara. Untuk media promosi saat ini yang tersisa hanya *Name board* saja.



Foto : Name board SILVER QUEEN music studio

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

1. Konsep Kreatif

Dalam membuat sebuah perancangan dan perencanaan media promosi yang digunakan, dirumuskan konsep kreatif yang terdiri dari gaya desain serta karakteristik visual sebagai unsur pendukungnya. Strategi kreatif yang digunakan, yaitu memakai konsep periklanan dengan strategi *positioning* dan *unique selling proposition* (USP) terhadap citra dan keunggulan yang dimiliki oleh SMILE music studio dengan tujuan :

- a. Memperkenalkan SMILE music studio sebagai studio musik yang mempunyai layanan *recording* dan peralatan yang berbeda dari studio music lainnya yang ada di wilayah karisidenan Madiun.
- b. Merancang dan menciptakan desain untuk media promosi yang menarik dan komunikatif untuk SMILE music studio melalui Desain Komunikasi Visual.

2. Positioning

Positioning adalah menempatkan sebuah alat atau jasa untuk mendapatkan posisi yang baik di mata konsumen. *Positioning* merupakan strategi penempatan diri dalam upaya mewujudkan apa yang sudah menjadi tujuannya, yaitu dengan memperkenalkan keberadaan SMILE music studio kepada khalayak sebagai studio music yang menggunakan konsep yang berbeda, yaitu selain

sebagai tempat latihan musik serta *recording* juga dapat menerima jasa sewa alat dan sound untuk berbagai acara dan diharapkan dapat menumbuhkan minat konsumen dengan media desain komunikasi visual sebagai penunjang promosinya. *Positioning* SMILE music studio adalah sebagai studio musik yang menawarkan konsep yang berbeda dengan studio musik yang lain.

3. *Unique Selling Proposition*

SMILE music studio mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan studio musik yang lain. Diantaranya SMILE music studio selalu menjaga kualitas dari alat yang digunakan, selain itu juga selalu mengikuti perkembangan zaman. Namun, USP SMILE music studio adalah studio musik yang memberikan layanan untuk berlatih musik dan *recording* serta sarana untuk bermain game dan berkumpul dengan band lain atau komunitas lain, selain itu juga menerima jasa penyewaan peralatan dan *sound* untuk berbagai acara.

B. Konsep Perancangan

1. Strategi Visual Verbal

a. Kepala Berita (*Headline*)

Headline sering juga disebut sebagai judul. *Headline* adalah bagian terpenting dari suatu iklan, yang biasa dipakai sebagai penangkap perhatian utama (*eye catcher*). Kunci keberhasilan suatu iklan adalah *headline* yang cukup menarik perhatian, karena fungsi utama *headline* adalah menarik perhatian khalayak.

b. Teks Inti (*Body Copy*)

Body copy merupakan kalimat penjelas dari apa yang tertulis dalam *headline* sampai diperkirakan pembaca sudah mampu memahaminya. Sehingga perlu dibuat se-komunikatif dan se-efektif mungkin. *Body copy* menjadi perluasan ide yang disampaikan oleh *headline* dan ilustrasi.

c. Kalimat Dasar (*Base Line*)

Base line biasanya mencantumkan alamat jelas perusahaan.

2. Strategi Visual Non Verbal

a. *Layout*

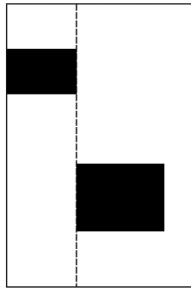
Layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar dan sebagainya. *Layout* harus dapat menghasilkan tatanan yang sesuai agar konsumen tertarik akan hasilnya.

Oleh karena itu, penempatan gambar dan tulisan baik mengenai sifat, ukuran tipografi dan ilustrasinya ditentukan oleh *layout*. Perancangan *layout* pada materi iklan ini lebih menyesuaikan dari konsep dan karakter perusahaan itu sendiri yang menggunakan gaya desain *simple*. Dimana tata letak gambarnya lebih mendominasi ruangan kemudian diikuti elemen-elemen desain pendukung lainnya seperti *headline*, *body copy*, *base line* dan lainnya.

Hal ini dikarenakan SMILE music studio sendiri belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, sehingga perlu adanya strategi dan media promosi yang lebih menonjolkan desain-desain yang kreatif dan inovatif agar dapat lebih

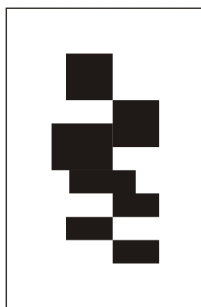
menarik perhatian dan minat pengunjung. Adapun tipikal *layout* yang digunakan dalam tiap material promosi adalah :

1) *Axial*



Elemen-elemen promosi diletakkan berdasarkan sebuah sumbu yang diletakkan pada posisi tertentu di halaman material promosi. Pada metode ini akan ditempatkan banyak bidang kosong. Tipikal *layout* ini digunakan pada materi iklan seperti pin, kaos, jam dinding, kop surat, amplop, *mousepad*, stiker,

2) *Group*



Layout ini menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakkan berkelompok dalam suatu titik konsentrasi pandangan di halaman promosi. Tipikal *layout* ini digunakan pada materi

iklan seperti poster, spanduk, iklan koran, kartu nama, member card, brosur, X-banner, dan cover jok motor.

3) *Grid*



Model ini sama dengan axial, tetapi ukuran dan letak elemen lebih memenuhi bidang iklan sehingga tidak banyak bidang yang kosong. Tipikal *layout* ini digunakan pada materi iklan seperti kuitansi, nota, dan brosur,

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bagian yang dapat mengalahkan perbedaan bahasa karena ilustrasi dapat lebih efektif dibandingkan dengan teks. Selain itu ilustrasi juga dapat lebih menarik perhatian target karena dapat menjelaskan suatu pernyataan secara tepat. Banyak kelebihan dari ilustrasi diantaranya yaitu :

- 1) Menarik perhatian target.
- 2) Menonjolkan keistimewaan suatu produk atau jasa.
- 3) Lebih efektif dibanding pesan-pesan tertulis.

Ilustrasi yang digunakan untuk pembuatan media promosi SMILE music studio meliputi ilustrasi foto dan ilustrasi garis.

c. *Typography*

Typography digunakan untuk memilih jenis huruf dan karakternya. Perancangan *typography* didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari tema yang diangkat, menggunakan *typography* yang berbentuk sederhana namun tetap sesuai dengan karakteristik dari SMILE music studio. Jenis huruf yang akan dipilih adalah :

1) Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font*:

Arial memiliki kesan sederhana dan tidak terlalu mencolok serta dalam media periklanan digunakan dalam penulisan alamat dan teks iklan.

2) VARSITY REGULER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Varsity reguler digunakan dalam pembuatan logo dari SMILE music studio.

Huruf ini memiliki unsur dekoratif yang berkesan *simple* dan luwes yang digunakan dalam materi logo dari SMILE music studio.

3) BADABOOM BB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Badaboom BB memiliki kesan yang sangar dan unik yang digunakan dalam materi iklan SMILE music studio.

4) ARIAL BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Arial black memiliki kesan yang tegas dan jelas yang digunakan dalam materi iklan SMILE music studio.

5) FRESHMAN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Freshman memiliki kesan yang jelas dan elegan yang digunakan dalam materi iklan SMILE music studio.

6) Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Times New Roman memiliki kesan sederhana yang digunakan dalam materi iklan SMILE music studio.

7) Clearly Roman Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Clearly Roman Heavy memiliki kesan sederhana dan jelas yang digunakan dalam materi iklan SMILE music studio.

8) College Condosed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

College Condosed memiliki kesan tegas dan jelas yang digunakan dalam materi iklan SMILE music studio.

d. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan. Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk tersebut yang selanjutnya akan dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan.

Warna-warna yang akan dominant digunakan dalam perancangan desain media promosi dari SMILE music studio adalah warna-warna yang elegan dan keras yang sesuai dengan karakteristik band yang sering latihan di SMILE music studio dan yang mampu merepresentasikan SMILE music studio sebagai studio music yang berkualitas, lengkap, dan bagus. Oleh karena itu, warna yang dipakai adalah warna merah, hitam dan putih yang setiap warna memiliki ciri khas, sifat, dan maksud dari warna-warna itu sendiri.

1) Merah

Warna Merah adalah menggambarkan kesan keberanian dan amarah dan berkarakter keras dan berani sesuai dengan image yang ingin dimunculkan SMILE music studio sebagai studio musik dan *recording*.



C : 0
M : 100
Y : 80
K : 20 Pantone 187 c

2) Hitam

Warna hitam menggambarkan netral, *independent*, misterius dan tegas.



C : 100
M : 100
Y : 100
K : 100 Pantone 419 c

3) Putih

Warna putih menggambarkan tentang kesucian dan kebersihan.



C : 0

M : 0

Y : 0

K : 0

Pantone 419 c

C. Tehnik Pelaksanaan

Seluruh rangkaian dari mulai menentukan konsep karya dan konsep perancangan, dipilih media promosi yang efektif dan efisien. Pembuatan desain dilakukan dengan computer menggunakan *software Corel DRAW X3* dan *Adobe Photoshop CS3*. Setelah pembuatan desain selesai langkah selanjutnya adalah visualisasi dengan menggunakan cetak *print* dan *offset* yang kemudian penempatan medianya disesuaikan dengan kebutuhan akan desain yang dibuat. Salah satu contohnya *stationary* ditempatkan pada kantor dan masih banyak lagi contoh lainnya.

D. Media Placement

Media adalah segala sesuatu untuk menyampaikan / mengaplikasikan iklan atau pesan yang disampaikan melalui alat atau sarana komunikasi, misalnya melalui media cetak maupun media elektronik. Strategi media diperlukan agar pesan-pesan periklanan yang akan disampaikan dapat dirancang

dan dilakukan dengan baik dan dapat diterima masyarakat luas. Dalam dunia periklanan media dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Media lini atas (*Above The Line Media*)

Tediri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak (koran) serta media luar ruang (iklan koran, spanduk dan *X banner*).

2. Media lini bawah (*Below The Line Media*)

Terdiri dari seluruh media selain media diatas, seperti nota, pin, brosur, *name card*, *member card* dan lain lain.

Berdasarkan hal tersebut maka media yang akan dipilih untuk menjadi media promosi SMILE music studio yaitu :

1. Media lini atas

a. *X-Banner*

1) Konsep Desain

Desain x-banner ini menggunakan logo, desain yang simple serta jelas dalam pemberitaanya, jadi audience lebih jelas dengan SMILE music studio.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan didalam usat pembelanjaan seperti di Sri ratu dan Matahari atau tempat – tempat yang sering di kunjungi kaum remaja dan dewasa seperti warnet (warnet java) dan café (To.mm café).

b. Iklan Koran

1) Konsep Desain

Desain iklan koran ini menggunakan warna hitam putih yang isinya berupa penjelasan yang ditawarkan di SMILE music studio dan menempatkan logo diatas.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan di koran harian Radar Madiun yang mencakup dikawasan karisidenan Madiun dengan masa tayang setiap hari. Pada bulan Februari 2010, selama seminggu terhitung mulai dari tanggal 1 sampai tanggal 6 Februari 2010 dan diletakan di halaman hiburan.

c. Spanduk

1) Konsep Desain

Desain spanduk ini menggunakan logo dan foto studio dan recording SMILE music studio. Yang menjelaskan tentang jasa yang akan ditawarkan serta dibuat se jelas mungkin agar masyarakat dengan mudah menangkap maksud dari iklan tersebut.

2) Penempatan Media

Media ini dipasang pada jalan-jalan strategis, tepatnya di perempatan Kartoyono di jalan Basuki Rahkmad, Ngawi. Karena di perempatan tersebut

dilewati kendaraan yang melintas dari arah kota Ngawi, Solo, Surabaya dan Madiun.

2. Media lini bawah

a. Kartu Nama

1) Konsep Desain

Desain kartu nama ini menggunakan desain yang simple dan terdapat logo, foto dan *recording* dari SMILE music studio untuk memperindah dan memberi kesan jelas.

2) Distribusi Media

Biasanya distribusi media ini (kartu nama) langsung kepada klien, pelanggan.

b. Member Card

1) Konsep Desain

Desain Member Card ini tidak jauh beda dengan kartu nama yaitu menampilkan logo, foto studio dan *recording* untuk memberi kesan indah pada kartu tersebut, biasanya digunakan oleh pemain band yang sudah latihan atau *recording* beberapa kali.

2) Distribusi Media

Media ini biasanya di berikan kepada pemain band yang latihan lebih dari lima kali atau band yang sesudah *recording*.

c. Kop Surat

1) Konsep Desain

Desain kop surat ini menggunakan desain yang simple dan terdapat gambar logo, jasa, ilustrasi orang bermain gitar dan alamat dari SMILE music studio.

2) Distribusi Media

Media ini ditempatkan pada kantor maupun perusahaan dan biasanya media promosi kertas surat ini digunakan untuk keperluan surat-menyurat antar perusahaan maupun band.

d. Amplop

1) Konsep Desain

Desain amplop ini menggunakan logo dan ilustrasi pemain gitar untuk memberi kesan indah pada amplop tersebut.

2) Distribusi Media

Media ini ditempatkan tidak jauh berbeda dari kertas surat karena media ini merupakan satu kesatuan dari kertas surat. Sehingga media ini dipasangkan dengan kertas surat dan digunakan untuk bagian surat-menyurat dari perusahaan kepada konsumen dan band.

e. Kuitansi

1) Konsep Desain

Desain kuitansi ini menggunakan logo, desain yang simple dan jelas

2) Distribusi Media

Media ini di distribusikan setelah membayar latihan atau recording dan diberikan kepada pemain band yang latihan atau *recording*.

f. Poster

1) Konsep Desain

Desain poster ini hanya berisi sebagai sponsor event atau pelaksana event yang ditawarkan di SMILE music studio.

2) Distribusi Media

Media ini biasanya ditempel ditempat yang sering dikunjungi kaum remaja dan dewasa seperti warnet (wanet java) dan cafe (To.mm café) dengan media papan pengumuman atau papan reklame karena merupakan media yang efektif dalam sebuah promosi.

g. Brosur

1) Konsep Desain

Desain brosur ini menggunakan logo, desain yang simple Dan hanya berisi penjelasan mengenai jasa dan fasilitas yang ditawarkan di SMILE music studio.

2) Distribusi Media

Media ini biasanya diberikan secara cuma – cuma kepada para pengunjung, biasanya media ini ditempatkan d SMILE music studio sendiri dan tempat - tempat yang sering dikunjungi remaja dan dewasa, seperti warnet (wanet java) dan café (To.mm café). Karena merupakan media yang efektif dalam sebuah promosi.

h. Nota

1) Konsep Desain

Desain nota ini menggunakan desain yang simple dengan menempatkan logo yang dibuat transparan serta alamat karena kegunaannya hanya untuk penulisan setiap kali melakukan transaksi.

2) Distribusi Media

Media ini di distribusikan kepada pemain band yang telah merusak alat dengan parah, seperti simbal pecah, membran drum jebol. Untuk stik drum patah dan senar gitar putus SMILE music studio menggratiskannya.

i. Mousepad

1) Konsep Desain

Desain *mousepad* ini menggunakan logo SMILE music studio., ilustrasi dan desain yang simple

2) Distrbusi Media

Media ini di distribusikan di warnet java yang beralamat di Jl. Basuki rahmat No.07, karena Smile music studio bekerja sama dengan warnet java untuk melakukan promosi. atau diberikan kepada konsumen sebagai souvenir .

j. Cover jok motor

1) Konsep Desain

Desain cover jok motor ini menggunakan logo, jasa dan alamat. desain yang simple serta foto studio dan recording dari SMILEmusic studio.

2) Distribusi Media

Media ini ditaruh pada parkiran yang sering dikunjungi para remaja dan dewasa. seperti diparkiran warnet java yang beralamat di Jl. Basuki rahmat No.07.

3. *Merchandise*

a. Pin

1) Konsep Desain

Desain Pin dibuat sangat simple yaitu dengan menggunakan logo SMILE music studio dan ilustrasi kaset yang menggambarkan *recording*.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

b. *Sticker*

1) Konsep Desain

Desain stiker ini menggunakan logo SMILE music studio.

2) Distribusi Media

Media ini dibagikan secara cuma-cuma sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

c. T-Shirt

1) Konsep Desain

Desain T-Shirt ini menggunakan logo, desain yang simple serta ilustrasi penunjang musik.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pemain band yang sudah *recording* selama dua kali.

d.

Jam Dinding

1) Konsep Desain

Desain jam dinding ini menggunakan logo SMILE music studio.

2) Ditribusi Media

Media ini diberikan kepada pemain band yang telah melakukan *recording* lebih dari dua kali di SMILE music studio.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Harapan dari perancangan promosi ini adalah agar masyarakat lebih mengenal Studio musik dan dapat menarik minat konsumen untuk mengetahui dan mencoba alat-alat dari SMILE music studio serta dapat meningkatkan jasa dan pelayanan.

Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis dari hasil pengkajian dan dari dasar-dasar teori yang telah disusun penulis adalah sebagai berikut:

1. SMILE music studio merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang hiburan yang bergerak di bidang musik, baik berupa Studio musik maupun *Recording*. SMILE music studio memiliki kesempatan besar untuk lebih mengembangkan usahanya di Karesidenan Madiun karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan Studio musik yang lain.
2. Kelebihan SMILE music studio dari kompetitor yang lain adalah memiliki dua studio musik yang berbeda, baik dari segi alat, sound dan juga dari kenyamanan ruangan. Studio *Recording*, kantin, tempat tunggu dengan arena bermain *Play Station*, dan parkir yang luas. SMILE music studio juga memberikan jasa dan pelayanan bagi mereka yang menyewa alat dan sound untuk acara pensi, parade dan festival.
3. Pemilihan jenis media yang efektif dan tepat sasaran diharapkan mampu memberikan pengaruh besar dalam menarik minat masyarakat untuk lebih

mengetahui SMILE music studio sebagai produsen dalam bidang hiburan khususnya di bidang musik..

B. Saran

Keberhasilan suatu usaha dan pemasaran merupakan suatu hasil dari kejelian dalam pemilihan media yang tepat dan efektif. Akan tetapi sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa hiburan khususnya di bidang musik maka penulis menyampaikan beberapa saran antara lain :

1. Dalam proses promosi ini SMILE music studio memberikan promosi yang berbeda dengan studio musik lain. Antara lain dengan menggunakan tempat – tempat yang sering di kunjungi kawula muda seperti café, warnet, dan tempat perbelanjaan seperti mall. Dalam promosi ini SMILE music studio juga menseposori berbagai acara seperti pensi, parade dan festival. Kenapa SMILE music studio memberikan promosi seperti berikut karena promosi tersebut langsung mengena ke penikmat musik itu sendiri.
2. Selain promosi, pelayanan yang baik, ramah dan *familiar* merupakan modal untuk menarik minat konsumen berkunjung dan bermain musik. Dalam promosi ini, SMILE music studio menggunakan promosi yang langsung mengena ke konsumen musik. khususnya kawula muda.
3. Kegiatan promosi harus dilakukan secara *continue* agar *image* SMILE music studio melekat di benak konsumen. Informasi akan semakin tersebar sehingga secara otomatis konsumen akan semakin tertarik.