

ABSTRAK

Keroncong Tugu adalah musik hasil akulturasi Indonesia-Portugis yang berasal dari Kampung Tugu, Koja, Jakarta, dan populer pada saat masa penjajahan Belanda. Namun seiring perkembangan waktu, eksistensi Keroncong Tugu mulai memudar dalam masyarakat terutama pada generasi muda sekarang ini. Supaya eksistensi Keroncong Tugu tidak hilang, maka penting untuk mengenalkan kembali Keroncong Tugu kepada kaum muda Indonesia, terutama di kota-kota DKI Jakarta dan Jawa Barat.

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk pemecahan masalah adalah dengan studi pustaka, wawancara dengan narasumber yang terkait, dan kuesioner kepada *target audience*. Dari pengumpulan data tersebut, hasil yang didapatkan ternyata masih banyak orang yang belum mengetahui Keroncong Tugu terutama di kalangan kaum muda, serta kurangnya pagelaran untuk mempromosikan keroncong Tugu. Pemerintah kota belum memberikan perhatian yang serius terhadap keberadaan Keroncong Tugu.

Pemecahan masalah yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan acara *live music* sebagai pra-event selama enam bulan di empat kota besar DKI Jakarta dan Jawa Barat, yaitu Jakarta, Bekasi, Bogor, dan Bandung. Pra-event ini bertujuan sebagai pengenalan awal dan sosialisasi keroncong Tugu kepada kaum muda, maka itu *live music* diadakan di *cafe* dan *mall* yang sering dikunjungi kaum muda. Setelah pra-event berakhir, program promosi dilanjutkan dengan mengadakan pagelaran sebagai event besar yang diadakan setiap tahun di bulan Maret yang bertepatan dengan Hari Musik Nasional.

Untuk mempromosikan program tersebut maka dibutuhkan media promosi seperti media sosial internet; media cetak diantaranya adalah iklan majalah, brosur, poster; dan media alternatif seperti CD, pin, dan *goody bag*. Penggunaan media-media tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa media-media tersebut sering dilihat oleh kaum muda.

Kata kunci : Jawa Barat, keroncong Tugu, pagelaran, promosi

ABSTRACT

Keroncong Tugu is an acculturated music of Indonesia-Portuguese which come from Kampung Tugu, Koja, Jakarta, and popular at the time of Dutch Colonization. But as the time passes, Keroncong Tugu's existence starts fading within the community, particularly in the young generation nowadays. So it's important to re-introduce Keroncong Tugu to young people in order to preserve the existence of Keroncong Tugu, mainly in the cities of DKI Jakarta and West Java.

Research methods that were used to solve the problems are by reading literature review, interviewing the relevant sources, and doing survey to target audience. The results of research are there were so many young people who don't know Keroncong Tugu, and the lacks of public performance of Keroncong Tugu. There has been no serious concern from the city government related to Keroncong Tugu's existence.

The solution is by holding live music as pre-event for six months in four cities at DKI Jakarta and West Java, i.e. Jakarta, Bekasi, Bogor, and Bandung. The pre-event is intended as early introduction and socialization of Keroncong Tugu towards youth, therefore live music will be held in cafes and malls that are frequently visited by young people. After pre-event ended, promotion strategy will be continued by holding an annual concert as the main event in March which coincides with National Music Day in Indonesia.

To promote those programs, it takes promotional media such as social media on internet; printed media includes magazine ads, brochure, poster; and alternative media e.g. CD, pin, and goody bag. The usage of these promotional media was based on consideration that those promotional media are often seen by young people.

Keywords : concert, keroncong Tugu, promotion, West Java

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1 Keroncong Tugu	
2.1.1 Alat Musik.....	6
2.1.2 Jenis Keroncong.....	10

2.2	Pagelaran	
2.2.1	Pengertian.....	13
2.2.2	Tujuan dan Manfaat.....	13
2.3	Promosi	
2.3.1	Pengertian.....	14
2.3.2	Bentuk Promosi.....	15

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta	
3.1.1	Perusahaan / Lembaga Terkait.....	17
3.1.2	Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis.....	29
3.2	Analisis terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	30

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	34
4.2	Konsep Kreatif.....	36
4.3	Konsep Media.....	39
4.4	Hasil Karya	
4.4.1	Poster.....	41
4.4.2	Media Sosial Internet.....	50
4.4.3	Billboard.....	56
4.4.4	Iklan Majalah.....	57
4.4.5	Undangan.....	58
4.4.6	Tiket.....	59

4.4.7 <i>Gimmick</i>	60
4.4.8 Tanda Pengenal dan Seragam Panitia Pagelaran.....	64
4.4.9 Latar Panggung.....	65
4.5 Anggaran Biaya.....	66

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Umum.....	69
5.2.2 Khusus.....	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	----

LAMPIRAN	73
-----------------------	----

DATA PENULIS	119
---------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan Grafis Promosi Keroncong Tugu.....	5
Gambar 2.1	Macina dan Prounga.....	6
Gambar 2.2	Alat Musik <i>Contrabass</i>	7
Gambar 2.3	Alat Musik Biola.....	8
Gambar 2.4	Alat Musik Cello.....	9
Gambar 2.5	Alat Musik Jimbe.....	9
Gambar 2.6	Alat Musik Suling.....	10
Gambar 3.1	Logo Farabi Music Education Center.....	17
Gambar 3.2	Logo Yamaha Musik Indonesia sebagai salah satu sponsor acara.....	18
Gambar 3.3	Diagram hasil survey genre musik yang disukai.....	25
Gambar 3.4	Diagram hasil survey mengenai pernah/tidaknya sample mendengar musik keroncong.....	25
Gambar 3.5	Diagram hasil survey mengenai suka/tidaknya sample pada musik keroncong.....	26
Gambar 3.6	Diagram hasil survey mengenai pengetahuan sample pada sejarah musik keroncong.....	26
Gambar 3.7	Diagram hasil survey mengenai pengetahuan sample pada Keroncong Tugu.....	27
Gambar 3.8	Diagram hasil survey mengenai pendapat sample tentang musik keroncong.....	28

Gambar 3.9	Diagram hasil survey mengenai tingkat keminatan sample dalam berpartisipasi di acara musik keroncong.....	28
Gambar 4.1	Tema warna untuk desain visual.....	36
Gambar 4.2	Font Garamond Premier Pro (Regular & Semibold).....	37
Gambar 4.3	Font Helvetica Neue LT (Light, Roman, Medium).....	38
Gambar 4.4	Font Amatic.....	38
Gambar 4.5	Motif Keramik Portugal yang menjadi inspirasi untuk stilasi bunga...	39
Gambar 4.6	Logo Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	39
Gambar 4.7	Poster 1 Awareness Krontjong De Toegoe.....	41
Gambar 4.8	Poster 2 Awareness Krontjong De Toegoe.....	42
Gambar 4.9	Poster Prelude I Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Jakarta.....	43
Gambar 4.10	Poster Prelude I Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bekasi.....	44
Gambar 4.11	Poster Prelude I Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bogor.....	44
Gambar 4.12	Poster Prelude I Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bandung.....	45
Gambar 4.13	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Jakarta.....	45
Gambar 4.14	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bekasi.....	46
Gambar 4.15	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bogor.....	46

Gambar 4.16	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bandung.....	47
Gambar 4.17	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Jakarta.....	47
Gambar 4.18	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bekasi.....	48
Gambar 4.19	Poster Prelude II Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bogor.....	48
Gambar 4.20	Poster Prelude I Krontjong De Toegoe untuk <i>audience</i> Kota Bandung.....	49
Gambar 4.21	Poster Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	50
Gambar 4.22	Halaman Utama Web Krontjong De Toegoe.....	51
Gambar 4.23	Halaman Info Web Krontjong De Toegoe.....	51
Gambar 4.24	Halaman Jadwal (Pagelaran) Web Krontjong De Toegoe.....	52
Gambar 4.25	Halaman Jadwal (Pra-Event) Web Krontjong De Toegoe.....	52
Gambar 4.26	Halaman Tiket Web Krontjong De Toegoe.....	53
Gambar 4.27	Halaman <i>Support</i> Web Krontjong De Toegoe.....	53
Gambar 4.28	Halaman <i>Contact</i> Web Krontjong De Toegoe.....	54
Gambar 4.29	Cover & Profile Picture Facebook Krontjong De Toegoe.....	54
Gambar 4.30	Cover & Profile Picture Twitter Krontjong De Toegoe.....	55
Gambar 4.31	<i>Billboard</i> Promosi Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	56
Gambar 4.32	Iklan Majalah untuk Promosi Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	57
Gambar 4.33	Undangan (<i>Invitation</i>) Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	58
Gambar 4.34	Tiket Reguler & VIP Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	59

Gambar 4.35	Brosur Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	60
Gambar 4.36	Poster <i>Merchandise</i> Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	60
Gambar 4.37	Pin (Reguler & VIP) Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	61
Gambar 4.38	CD Album <i>Merchandise</i> Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	62
Gambar 4.39	<i>Goody Bag</i> Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	63
Gambar 4.40	Seragam Panitia Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	64
Gambar 4.41	Tanda Pengenal Panitia Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	64
Gambar 4.42	Latar Panggung Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	65
Gambar 4.43	Tanda Pengenal Panitia Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	66
Gambar 4.44	Tanda Pengenal Panitia Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	64
Gambar 4.45	Tanda Pengenal Panitia Pagelaran Krontjong De Toegoe.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jadwal Acara Pra-Event (Krontjong De Toegoe : Prelude).....	35
Tabel 4.2	Timeline Media Promosi.....	40
Tabel 4.3	Anggaran Biaya Bagian I.....	66
Tabel 4.4	Anggaran Biaya Bagian II.....	67
Tabel 4.5	Total Anggaran Biaya I & II.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Pertanyaan Wawancara.....	71
Lampiran B	Daftar Pertanyaan Survey.....	75
Lampiran C	Sketsa Desain.....	78