

ABSTRAK

Perkembangan musik di Indonesia, khususnya band di kota Bandung sangat pesat. Band baru banyak yang bermunculan tetapi tidak diimbangi dengan promosi yang memadai untuk lebih memperkenalkan musik mereka kepada masyarakat luas. Hal ini menyebabkan band baru yang memiliki kualitas baik tidak dapat bersaing dengan band yang telah memasuki major label. Pada saat ini di Bandung banyak sekali diselenggarakan pertunjukan musik maupun festival musik, namun kebanyakan dalam pertunjukan tersebut yang ditampilkan kebanyakan adalah band yang telah dikenal masyarakat luas. Tentu saja hal tersebut kurang baik untuk perkembangan musik di Indonesia.

Salah satu solusi untuk permasalahan ini adalah merancang *event* musik sebagai media promosi band-band baru tersebut. Dalam festival musik tersebut semua band baru mendapatkan kesempatan mempromosikan musik mereka. Fungsi festival musik ini selain mempromosikan musik yang mereka bawa, bisa juga menjadi wadah untuk menambah pengalaman para musisi-musisi muda dan sebagai ajang untuk menemukan bibit berkualitas penerus musik Indonesia. Dalam *event* ini, rancangan grafis promosi dapat berperan dalam mempublikasikan festival atau *event* tersebut. Hasil rancangan promosi di grafis meliputi poster-poster promosi, umbul-umbul, *x-banner*, spanduk, *catalogue*, *website*, *gimmick*, tiket, panggung, *booth*, dan *sign-system*. Selain itu dapat pula menjual memoriabilia maupun mini album dari setiap band yang tampil agar masyarakat bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai peserta festival.

Kata Kunci : *Band*, *Event*, *Indie*, Musik, Promosi

ABSTRAC

The development of music in Indonesia especially the Group Bands in Bandung are growing rapidly. There's a lot of new Bands showing up, but their music did not get a proper promotion to the public. This problem cause several new Bands that has the potential cannot compete with the other Group Bands that's already in Major Label. Currently there's a lot of music performance and music festival held in Bandung, but the group bands that's attending that show is only the group bands that's already widely known by the public, and this of course is not good for the development of music in Indonesia.

One of the Solution for this problem is to prepare a Music event as a Promotion tools for all of the new bands. In this event, the Graphic Design for promotion can also be a tools for publicize the Festival or Event. This festival also functioned to give experience to all of those new bands, and as a place to search for new potential in order to preserve the Indonesian Music World. The Graphic Design can be shape as a Promotional Posters, Banners, X- Banners, Catalogue, Website, Gimmick, Tickets, Stage, Booth and sign-system. It can also sell memoriabilia or mini album from all bands that performed in the event so people can get more detailed information regarding the festival participants.

Keywords : Band, Event, Indie, Music, Promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Penelitian	5

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1 Desain Komunikasi Visual	7
2.1.1 Desain Komunikasi Visual	7
2.1.2 Komunikasi Visual	7
2.2 Promosi.....	8
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Jenis-jenis Promosi	8

2.2.3 Media Pendukung Promosi.....	9
2.2.3.1 Pengertian Media	9
2.2.3.2 Seleksi Media	10
2.2.4 Jenis-Jenis Media	11
2.2.4.1 <i>Above the Line</i>	11
2.2.4.2 <i>Below the Line</i>	16
2.3 <i>Event</i>	19
2.3.1 Jenis-jenis <i>Event</i>	20
2.4 Musik.....	21

BAB III : Data dan Fakta

3.1 Data dan Fakta	22
3.1.1 Data Lembaga yang Terkait	22
3.1.2 Hasil Kuisisioner	26
3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek atau Persoalan Sejenis	33
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta	38
3.2.1 Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	39
3.2.2 SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i>)	40

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	41
4.1.1 Konsep <i>Awariness</i>	41
4.1.2 Konsep <i>Informing</i>	42
4.2 Konsep Kreatif	42

4.2.1 Gaya Gambar	42
4.2.2 <i>Layout</i>	42
4.2.3 Tipografi	43
4.2.4 Warna	43
4.3 Konsep Media	43
4.3.1 Media Primer	44
4.3.1.1 Poster	44
4.3.1.2 Spanduk	44
4.3.1.3 Umbul-umbul	44
4.3.1.4 <i>Gimmick</i>	44
4.4 Logo	45
4.5 Hasil Karya	46
4.5.1 Perancangan Media	46
4.5.2 Perancangan Poster	47
4.5.3 Umbul-umbul	50
4.5.4 Spanduk	51
4.5.5 <i>X-Banner</i>	51
4.5.6 <i>Catalogue</i>	52
4.5.7 Panggung	53
4.5.8 Tiket	53

4.5.9 Website	54
4.5.10 Booth	55
4.5.11 Sign System	56
4.5.12 Gimmick	57
4.6 Penerapan Karya	58
4.6.1 Penerapan Poster	58
4.6.2 Penerapan X-Banner	59
4.6.3 Penerapan Spanduk	59
4.6.4 Penerapan Umbul-umbul	60
4.7 Timeline	61
4.8 Budgeting	62
 BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	6
Gambar 3.1 Logo www.indiebandung.com	33
Gambar 3.2 Logo Symponesia	33
Gambar 3.3 Poster Symponesia 2012	34
Gambar 3.4 Media Sosial Symponesia 2012	35
Gambar 3.5 Logo KickFest	35
Gambar 3.6 Poster KickFest	36
Gambar 3.7 Website KickFest	37
Gambar 3.8 Media Sosial KickFest	38
Gambar 4.1 <i>Font Caviar Dreams</i>	43
Gambar 4.2 Logo <i>Indie Session</i>	45
Gambar 4.3 Poster <i>Indie Session</i>	47
Gambar 4.4 Seri Poster <i>Indie Session</i>	48
Gambar 4.5 <i>Invitation Poster Indie Session</i>	49
Gambar 4.6 Umbul-umbul <i>Indie Session</i>	50
Gambar 4.7 Spanduk <i>Indie Session</i>	51
Gambar 4.8 <i>X-Banner Indie Session</i>	52
Gambar 4.9 <i>Catalogue Indie Session</i>	52

Gambar 4.10 Panggung <i>Indie Session</i>	53
Gambar 4.11 Tiket <i>Indie Session</i>	53
Gambar 4.12 <i>Website Indie Session</i>	54
Gambar 4.13 <i>Booth Indie Session</i>	55
Gambar 4.14 <i>Sign System Indie Session</i>	56
Gambar 4.15 <i>Gimmick Indie Session</i>	57
Gambar 4.16 Penerapan Poster	58
Gambar 4.17 Penerapan <i>X-Banner</i>	59
Gambar 4.18 Penerapan <i>Spanduk</i>	59
Gambar 4.19 Penerapan Umbul-umbul	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Responden Mengetahui <i>Indie</i>	26
Tabel 3.2 Responden Pernah Melihat atau Mendengarkan Musik <i>Indie</i>	26
Tabel 3.3 Responden Ingin Mendengarkan Musik <i>Indie</i>	27
Tabel 3.4 Responden Mengetahui <i>Indie</i>	27
Tabel 3.5 Respon dari Responden Terhadap Musik <i>Indie</i>	28
Tabel 3.6 Responden Pernah Datang ke Konser Musik	28
Tabel 3.7 Responden Mengetahui Konser Musik	29
Tabel 3.8 Respon dari Responden terhadap Konser Musiknya	29
Tabel 3.9 Responden ingin Mendatangi Konser Musik	30
Tabel 3.10 Kisaran Harga Tiket Konser Musik yang Diinginkan Responden	30
Tabel 3.11 Genre Musik yang Disukai Oleh Responden	31
Tabel 3.12 Tanggapan Responden bila Ingin Mendengarkan Musik <i>Indie</i>	32
Tabel 4.1 <i>Timeline</i>	58
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i>	58