

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI SEKOLAH MUSIK VENCHE- BANDUNG

Oleh

Alvan Sugiarto

1064108

Sekolah musik Venche adalah merupakan *pioneer* sekolah musik jazz di kota Bandung yang telah berdiri selama 20 tahun. Sekolah musik ini telah menghasilkan musisi-musisi jazz yang turut meramaikan atmosfer musik Bandung, dengan tampil pada pagelaran jazz lokal dan nasional seperti Java Jazz, JakJazz, Jazz Goes to Campus, hingga pagelaran internasional.

Berdasarkan fakta yang didapat dari hasil *survey*, adanya minat yang cukup tinggi di kalangan muda di kota Bandung untuk mempelajari musik jazz. Kurangnya informasi tentang keberadaan sekolah musik Venche ini membuat tidak dikenalnya sekolah musik ini.

Penulis merancang promosi ini karena sekolah musik Venche memerlukan promosi agar dapat dikenal luas.

Promosi dilakukan melalui media sosial, karena media sosial merupakan media paling digemari kalangan muda saat ini. Media yang digunakan yaitu poster, video animasi, dan *website*.

Kata kunci: jazz, sekolah musik, media sosial, kalangan muda, Bandung.

ABSTRACT

PROMOTION PLAN FOR VENCHE MUSIC SCHOOL-BANDUNG

Submitted by

Alvan Sugiarto

1064108

Venche Music School is a pioneer of jazz school in Bandung that has been established for 20 years. This music school has produced jazz musicians who helped enliven the music atmosphere of Bandung, by appearing at local and national jazz events such as Java Jazz, JakJazz, Jazz Goes to Campus, and international events.

Based on the facts obtained from the survey, there is a considerable interest among young people in Bandung to learn jazz music. Lack of information about the existence of Venche Music School makes it less familiar to young people.

The author designed this promotion because Venche Music School requires promotion to be widely known.

Promotion is done through social media, because social media is the most popular media among young people today. The media used are posters, animated videos, and websites

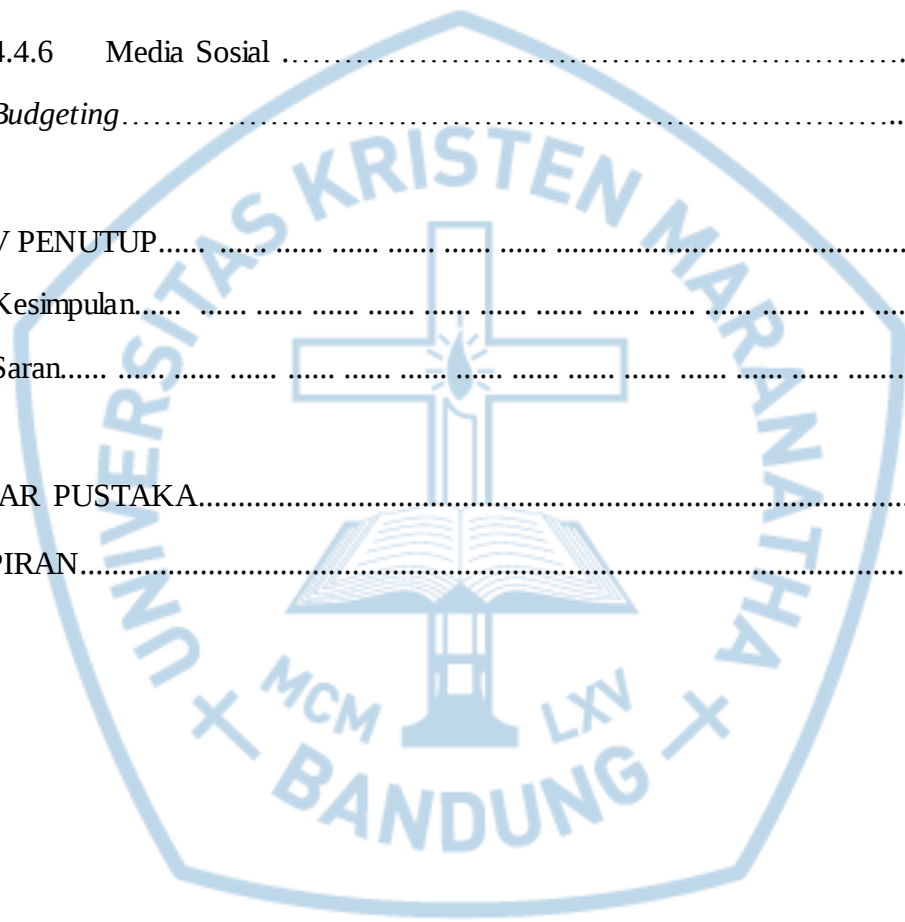
Keyword: jazz, music school, social media, young people, Bandung.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
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	3
1.5 Skema Perancangan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	 6
2.1 Pengertian Promosi.....	6
2.1.1 Tujuan Promosi.....	7
2.2 Pengertian Media Promosi... ..	7
2.2.1 Pengertian Video Promosi.....	8
2.3 Pengertian Seni Musik.....	9
2.4 Pendidikan Seni Musik.....	11
2.4.1 Tujuan Pendidikan Seni Musik	12

2.5	Teori Dewasa Awal.....	13
2.6	Remaja dan Musik.....	13
2.7	Internet Sebagai Media Komunikasi.....	14
	2.7.1 Pengertian Media Sosial.....	15
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		18
3.1	Data dan Fakta	18
	3.1.1 Data Instansi Terkait: Venche Music School.....	18
3.2	Data Tentang Gejala/Fenomena yang Terjadi	19
	3.2.1 Data Hasil Kuesioner	19
	3.2.2 Data Hasil Wawancara.....	27
	3.2.3 Data Musik Jazz.....	29
	3.2.4 Art Deco dan Jazz.....	30
3.3	Tinjauan terhadap Proyek Sejenis.....	31
3.4	Analisis Terhadap Masalah berdasarkan Data dan Fakta.....	32
	3.4.1 STP.....	32
	3.4.2 SWOT.....	33
3.5	<i>Creative Brief</i>	34
BAB IV DATA DAN ANALISIS MASALAH		36
4.1	Konsep Komunikasi.....	36
4.2	Konsep Kreatif.....	36
	4.2.1 Konsep Verbal.....	36
	4.2.2 Konsep Visual.....	37
	4.2.3 Konsep Warna.....	37
	4.2.4 Konsep Tipografi.....	38
	4.2.5 Konsep Layout.....	38

4.3	Konsep Media.....	38
4.4	Hasil Karya.....	40
4.4.1	Poster.....	41
4.4.2	Video <i>Teaser</i>	43
4.4.3	Video <i>Informing</i>	44
4.4.4	Website.....	46
4.4.5	Gimmick.....	49
4.4.6	Media Sosial	50
4.5	<i>Budgeting</i>	51
BAB V PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN.....		56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.1 Logo Venche Music School.....	18
Gambar 3.2 Brosur Purwacaraka.....	31
Gambar 3.3 <i>Flyer</i> Purwacaraka.....	31
Gambar 4.1 Warna.....	37
Gambar 4.2 Poster <i>Awareness</i>	41
Gambar 4.3 Poster <i>Informing</i>	42
Gambar 4.4 Poster <i>Reminding</i>	43
Gambar 4.5 Storyboard Video <i>Teaser</i>	44
Gambar 4.6 Storyboard Video <i>Informing</i>	45
Gambar 4.7 Website 1/7.....	46
Gambar 4.8 Website 2/7.....	46
Gambar 4.9 Website 3/7.....	47
Gambar 4.10 Website 4/7.....	47
Gambar 4.11 Website 5/7.....	48
Gambar 4.12 Website 6/7.....	48
Gambar 4.13 Website 7/7.....	49
Gambar 4.14 <i>Gimmick T-shirt</i>	49
Gambar 4.15 Instagram.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline Promosi.....	39
Tabel 4.2 Anggaran Promosi.....	51



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Hasil Kuesioner 1/12.....	19
Diagram 3.2 Hasil Kuesioner 2/12.....	20
Diagram 3.3 Hasil Kuesioner 3/12.....	20
Diagram 3.4 Hasil Kuesioner 4/12.....	21
Diagram 3.5 Hasil Kuesioner 5/12.....	22
Diagram 3.6 Hasil Kuesioner 6/12.....	22
Diagram 3.7 Hasil Kuesioner 7/12.....	23
Diagram 3.8 Hasil Kuesioner 8/12.....	24
Diagram 3.9 Hasil Kuesioner 9/12.....	25
Diagram 3.10 Hasil Kuesioner 10/12.....	25
Diagram 3.11 Hasil Kuesioner 11/12.....	26
Diagram 3.12 Hasil Kuesioner 12/12.....	27

