

ABSTRAK

Musik, tidak dapat dipungkiri merupakan salah satu kesenian yang paling awal ada dan berkembang. Perkembangan musik di setiap tempat di belahan dunia ini walaupun tidak berkembang ke arah yang sama namun tetap akan menambah warna dunia kita. Preferensi dan kesukaan setiap orang terhadap musik diakui berbeda, namun dari perkembangan yang terjadi di Indonesia, perlu diakui bahwa musik klasik tetap memiliki komunitas tersendiri.

Musik klasik sendiri merupakan musik yang telah tahan uji, terus menerus ditempa dan dikembangkan baik di benua asalnya (Eropa) maupun di tempat-tempat lain serta mulai muncul adanya akulturasi antara gubahan berinti klasik dengan gubahan daerah setempat dimana musik klasik tersebut diadaptasi, sehingga nada-nada diatonis pada musik klasik dapat terwujud dalam gubahan nada yang lebih variatif.

Namun demikian, perkembangan musik klasik di Indonesia tanpa adanya dukungan dan persebaran yang pasti, dikhawatirkan akan menjadi stagnan bahkan menurun. Hal tersebut sangat disayangkan karena tren perkembangan dan peminat musik klasik di Indonesia terbukti meningkat, dibuktikan dengan dipercayanya Indonesia sebagai tuan rumah penyelenggara Asian Choir Olympic pertama pada November 2007 yang lalu serta stabilnya kelompok-kelompok paduan suara asal Indonesia memperoleh peringkat yang baik pada ajang kompetisi tingkat Internasional.

Untuk itu, salah satu pendukung supaya perkembangan musik klasik tidak terhenti adalah dengan mengadakan suatu promosi pagelaran yang terinformasikan secara baik kepada para target audiensnya. Hal tersebut dilakukan dengan harapan bahwa informasi yang sampai secara baik pada target audiens akan meningkatkan eksistensi musik klasik di Indonesia.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR SKEMA	xiii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Identifikasi Masalah/ Pembatasan Masalah.....	3
1.3	Rumusan Masalah	5
1.4	Tujuan Perancangan	5
1.5	Ruang Lingkup Perancangan.....	6
1.6	Metode Penelitian	7
1.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	7
1.6.2	Analisis Hasil Pengumpulan Data	8
1.7	Tabel Kerangka Berpikir.....	9

BAB II : TINJAUAN MASALAH

2.1	Kajian Pustaka (Teoritik)	10
2.1.1	Pengertian Musik Klasik	10
2.1.1.1	Musik.....	10
2.1.1.2	Klasik	11
2.1.1.3	Periodisasi / Perkembangan Musik Klasik	12

2.1.1.3.1	Renaissans (<i>Renaissance</i>), 1400 – 1600.....	13
2.1.1.3.2	Barok (<i>Baroque</i>), 1600 – 1750.....	13
2.1.1.3.3	Klasik (<i>Classical</i>), 1750 – 1830	13
2.1.1.3.4	Romantik (<i>Romantic</i>), 1830 – 1920	14
2.1.1.3.5	Abad Dua Puluh (<i>20th Century</i>), 1901 – 2000.....	14
2.1.1.3.6	Klasik Kontemporer (<i>Contemporer Classic</i>), 1970 – sekarang.....	14
2.1.2	Musik Paduan Suara.....	14
2.1.2.1	Jenis-jenis Paduan Suara.....	15
2.1.2.2	Struktur Paduan Suara.....	15
2.1.2.3	Tata Letak Panggung	15
2.1.3	Efek Musik Klasik.....	15
2.1.4	Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.4.1	Mengidentifikasi Peluang Pemasaran dengan STP	17
2.1.4.2	Mengembangkan Strategi Pemasaran dengan 4P.....	17
2.1.4.3	Menganalisa Lingkungan Eksternal dan Internal dengan SWOT	18
2.1.4.4	Mengidentifikasi Tujuan Promosi melalui Identifikasi Karakteristik Calon Konsumen	18
2.1.5	Jenis-jenis Promosi / Metode Promosi	18
2.1.5.1	<i>Personal Selling</i>	19
2.1.5.2	Penjualan Masal	19
2.1.5.3	Publisitas	19
2.1.5.4	Periklanan	19
2.1.5.5	Promosi Penjualan	20
2.1.6	Tujuan Promosi.....	20
2.1.7	Pembagian Media Promosi.....	21
2.1.8	Pengertian Media.....	22
2.1.8.1	Media Massa.....	22
2.1.8.1.1	Iklan surat kabar	22
2.1.8.1.2	<i>Web Banner</i> di <i>Website</i>	22
2.1.8.1.3	Advertorial di Tabloid dan <i>Website</i>	22
2.1.8.1.4	Iklan Radio	22
2.1.8.2	Media Komunikasi Berkelompok.....	23

2.1.8.2.1	<i>Flyer</i>	23
2.1.8.2.2	Poster	23
2.1.8.2.3	Spanduk	23
2.1.8.2.4	<i>X- Banner</i>	23
2.1.8.3	Media Antar Persona	23
2.1.8.3.1	Tiket	23
2.1.8.3.2	Buku Acara / Program.....	24
2.1.8.3.3	Buku Tamu.....	24
2.1.8.3.4	Undangan	24
2.1.8.3.5	<i>Merchandise : CD, kaset, postcard, t shirt dan tote bag</i>	24
2.1.8.3.6	Kartu Anggota / <i>Member Card</i>	24
2.1.8.3.7	Proposal.....	25
2.1.8.3.8	Buku Partitur	25
2.1.8.3.9	<i>Stage Design / Back Drop</i>	25
2.1.8.3.10	<i>Sign System</i>	25
2.1.8.3.11	Kostum Anggota Musicanova.....	25
2.1.9	Pengertian Desain Grafis	25
2.2	Tinjauan Faktual.....	27
2.2.1	Perkembangan Musik Klasik di Indonesia.....	27
2.2.2	Kondisi yang Dihadapi Musicanova	28
2.2.3	Mengidentifikasi Peluang Pemasaran dengan STP	29
2.2.3.1	<i>Segmenting</i>	29
2.2.3.2	<i>Targeting</i>	30
2.2.3.3	<i>Positioning</i>	30
2.2.3.4	Menganalisa Lingkungan Eksternal dan Internal dengan SWOT	31
2.2.3.5	Identifikasi Tujuan Promosi Melalui Identifikasi Karakteristik Calon Konsumen.....	32
2.2.3.6	Promosi yang Pernah Dilakukan	33
2.3	Gagasan Awal	34

BAB III : PEMECAHAN MASALAH

3.1	Objek Rancangan : Musicanova.....	36
-----	-----------------------------------	----

3.2	Ciri Khas Musicanova	36
3.3	Pagelaran yang Pernah Diadakan.....	37
3.4	Conductor Musicanova : Ivan Yohan.....	38
3.5	Pagelaran yang akan diadakan : Odyssey	39
3.6	Tempat dan Waktu	40
3.7	Materi Lagu	40
3.8	<i>Interkultur Foundation</i>	41
3.9	Target Audiens	43
3.10	Konsep Perancangan	44
3.10.1	Konsep Visual.....	44
3.10.2	Konsep Verbal.....	46
3.11	Strategi Kreatif.....	47
3.12	Strategi Pemilihan Media.....	48
3.12.1	Iklan Surat Kabar	48
3.12.2	Web banner di Website	49
3.12.3	Advertorial di Tabloid	49
3.12.4	Advertorial di Website Interkultur dan Website Goethe.....	50
3.12.5	Iklan Radio	50
3.12.6	<i>Flyer</i>	50
3.12.7	Poster	51
3.12.8	Spanduk	51
3.12.9	<i>X- Banner</i>	51
3.12.10	Tiket	51
3.12.11	Buku Acara / program	51
3.12.12	Buku Tamu.....	51
3.12.13	Undangan	52
3.12.14	Merchandise : <i>CD, Kaset, Postcard, T shirt, Syal Wanita dan Tote Bag</i>	52
3.12.15	Kartu Anggota	52
3.12.16	Buku Partitur, <i>Stage Design/ Back Drop, Sign System, Cover Proposal</i> dan Kostum anggota Musicanova.....	52
3.13	Pembagian Media terpilih berdasarkan jenis dan lokasi.....	52
3.13.1	Iklan / <i>Advertising</i>	52

3.13.2	<i>Print Out</i>	53
3.13.3	<i>Exterior Design</i>	53
3.13.4	<i>Environment Design</i>	54
3.14	Biaya media / budgeting	54
3.15	Visualisasi Karya.....	56
3.15.1	Logo dan <i>Font</i>	56
3.15.1.1	Warna, <i>Font</i> dan Ukuran Logo <i>Event</i>	56
3.15.1.2	<i>Font</i> : Palatino Linotype.....	57
3.15.2	Iklan / <i>Advertising</i>	58
3.15.2.1	Iklan Surat Kabar (13 cm x 10 cm <i>landscaping</i>)	58
3.15.2.2	<i>Web Banner</i> di Website	58
3.15.2.3	Advertorial di Tabloid (18 cm x 24.5 cm <i>portrait</i>)	59
3.15.2.4	Advertorial di Website	59
3.15.3	Print Out.....	60
3.15.3.1	Flyer (A5 bolak balik, <i>portrait</i>).....	60
3.15.3.2	Poster (A3 <i>portrait</i>).....	60
3.15.3.3	Tiket (ukuran 138 mm x 60 mm <i>landscaping</i>)	61
3.15.3.4	Buku acara / program (297 mm x 140 mm <i>landscaping</i>)	61
3.15.3.5	Buku Tamu (A3 <i>landscaping</i>).....	62
3.15.3.6	Undangan (14.8 x 21 cm, <i>hardcover</i>).....	62
3.15.3.7	<i>Merchandise</i>	63
3.15.3.7.1	<i>CD</i> (12 x 13.5 x 0.8 cm);.....	63
3.15.3.7.2	Kaset (7 x 11 x 1.5 cm);.....	64
3.15.3.7.3	Postcard (14. x 10 cm).....	64
3.15.3.7.4	Shirts: <i>reglan shirt</i> , <i>polo shirt</i> , <i>t shirt</i> dan <i>sleeveless shirt (free size)</i>	65
3.15.3.7.5	Syal Wanita (30 cm x 1255 cm).....	66
3.15.3.7.6	Notes.....	66
3.15.3.7.7	Tote bag.....	67
3.15.3.8	Buku partitur (A3 <i>landscaping</i> dilipat dua menjadi A4 <i>portrait</i>).....	67
3.15.3.9	Cover Proposal (A3 <i>landscaping</i> dilipat dua menjadi A4 <i>portrait</i>).....	68
3.15.3.10	Kartu Anggota	68
3.15.4	<i>Exterior Design</i>	69

3.15.4.1	Spanduk (250 cm x 90 cm <i>landscape</i>).....	69
3.15.4.2	X- Banner (60 cm x 160 cm <i>portrait</i>).....	70
3.15.5	<i>Environment Design</i>	71
3.15.5.1	<i>Stage Design / Back Drop</i>	71
3.15.5.2	<i>Sign System</i> (9 lembar @ 21 x 21 cm).....	72
3.15.5.3	Kostum anggota Musicanova.....	73

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

4.1	Kesimpulan	74
4.2	Saran.....	75
4.2.1	Diri Sendiri.....	75
4.2.2	Civitas Akademika.....	75
4.2.3	Pemerintah dan Masyarakat Umum	75

DAFTAR PUSTAKA	xv
-----------------------------	----

LAMPIRAN	xviii
-----------------------	-------

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.7	Diagram Kerangka Berpikir.....	9
Diagram 3.6	Diagram Tempat dan Waktu Pagelaran.....	40
Diagram 3.7	Diagram Materi Lagu	40
Diagram 3.14	Diagram <i>Budgeting</i>	55

DAFTAR SKEMA

Skema 3.15.1.1a	Skema Warna, Font dan Ukuran Logo Event	56
Skema 3.15.1.1b	Skema Ukuran Minimum Logo	56
Skema 3.15.1.2	Skema Palatino Linotype.....	57
Skema 3.15.2.1	Skema Iklan Surat Kabar.....	58
Skema 3.15.2.2	Skema Web Banner di <i>Website</i>	58
Skema 3.15.2.3	Skema Advertorial di Tabloid.....	59
Skema 3.15.2.4	Skema Advertorial di <i>Website</i>	59
Skema 3.15.3.1	Skema <i>Flyer</i>	60
Skema 3.15.3.2	Skema Poster.....	60
Skema 3.15.3.3	Skema Tiket.....	61
Skema 3.15.3.4	Skema Buku Acara	61
Skema 3.15.3.5	Skema Buku Tamu.....	62
Skema 3.15.3.6	Skema Undangan.....	62
Skema 3.15.3.7.1	Skema CD	63
Skema 3.15.3.7.2	Skema Kaset.....	64
Skema 3.15.3.7.3	Skema <i>Postcard</i>	64
Skema 3.15.3.7.4	Skema <i>Shirts</i>	65
Skema 3.15.3.7.5	Skema Syal Wanita	66
Skema 3.15.3.7.6	Skema Notes	66
Skema 3.15.3.7.7	Skema Tote bag	67
Skema 3.15.3.7.8	Skema Buku Partitur.....	67
Skema 3.15.3.7.9	Skema <i>Cover Proposal</i>	68
Skema 3.15.3.7.10a	Skema Kartu Anggota	68
Skema 3.15.3.7.10b	Skema Kartu Anggota (D&A, Shakespearience!, S C)	68

Skema 3.15.4.1	Skema Spanduk.....	69
Skema 3.15.4.2	Skema <i>X Banner</i>	70
Skema 3.15.5.1a	Skema Stage Panel.....	71
Skema 3.15.5.1b	Skema Stage : Perspektif.....	71
Skema 3.15.5.1c	Skema Stage dengan Lighting.....	72
Skema 3.15.5.2	Skema <i>Sign System</i>	72
Skema 3.15.5.3	Skema Kostum Anggota Musicanova	73