

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR STUDIO

KODE MATA KULIAH: ISI 128

**DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK PROMOSI ALBUM *LET'S TURN ON A FIRE*
BAND SCARED OF BUMS DI KOTA DENPASAR**



Oleh:

GEDE PUTRA BUDI NOVIYANA

2004.02.03.1.0039

JURUSAN DESAIN

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
2011**

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR (STUDIO)

KODE MATA KULIAH: ISI 128

**DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK PROMOSI ALBUM *LET'S TURN ON A FIRE*
BAND SCARED OF BUMS DI KOTA DENPASAR**



Karya tulis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Seni (S1)

Oleh:

GEDE PUTRA BUDI NOVIYANA

2004.02.03.1.0039

JURUSAN DESAIN

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
2011**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan judul:

DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK PROMOSI ALBUM *LET'S TURN ON A FIRE BAND SCARED OF BUMS* DI KOTA DENPASAR

Telah diperiksa dan disetujui untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh ujian tingkat akhir guna memperoleh gelar sarjana (S-1) pada jurusan Desain, program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar, yang diujikan pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 15 Juni 2011



Menyetujui:

Pembimbing I

Ida Bagus Ketut Trinawindu, S.Sn, M.Erg
NIP. 197604012003121002

Pembimbing II

I Made Pande Artadi SSn MSn
NIP. 197511181999031003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Pengantar Karya Tugas Akhir ini disusun oleh:

Nama : Gede Putra Budi Noviyana
NIM : 2004.02.03.1.0039
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul :

DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK PROMOSI ALBUM *LET'S TURN ON A FIRE BAND SCARED OF BUMS* DI KOTA DENPASAR

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Ujian Sarjana Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar pada tanggal 15 Juni 2011, sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni (S1) dan dinyatakan sah.

Dewan Penguji

	Nama Lengkap	NIP	TTD
Ketua Sidang	: I. B. Kt. Trinawindu, S.Sn., M.Erg	197604012003121002
Sekretaris	: I Made Pande Artadi, S.Sn., M.Si	197511181999031003
Penguji Utama	: Drs.Cok. Gd. Rai Padmanaba M.Erg	195912161988031002
Anggota	: A.A. Gde. Bgs. Udayana, S.sn, M.Si	197310041999031002
Anggota	: Drs. I Nyoman Mantra Fandy, M.Si	195512311986031010

Mengetahui

Ketua Jurusan Desain

Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar

Prof. Dr. Drs. I Nyoman Artayasa, M.Kes

NIP. 196403241990031002

HALAMAN PENGESAHAN PIMPINAN FAKULTAS

Pengantar Karya Tugas Akhir ini disusun oleh:

Nama : Gede Putra Budi Noviyana

NIM : 2004.02.03.1.0039

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul :

DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK PROMOSI ALBUM *LET'S TURN ON A FIRE BAND SCARED OF BUMS* DI KOTA DENPASAR

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Ujian Sarjana Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar pada tanggal 15 Juni 2011, sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni (S1) dan dinyatakan sah.

Disahkan

Denpasar,.....2011

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar

Dra. Ni Made Rinu, M.Si

NIP. 195702241986012002

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Gede Putra Budi Noviyana, mahasiswa Institut Seni Indonesia Denpasar

NIM : 2004.02.03.1.0024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar. Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exklusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Desain Komunikasi Visual Untuk Promosi Album Lets' Turn On A Fire Band Scared of bums Di Kota Denpasar** beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini.

Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database) mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet/media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, segala bentuk tuntutan hukum yang diambil atas pelanggaran hak dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Denpasar

Pada Tanggal : Juni 2011

Yang menyatakan

(Gede Putra Budi Noviyana)

NIM. 2004.02.03.1.0039

KATA PENGANTAR

Pertama-tama ijinkanlah perancang memanjatkan puji syukur dihadapan Ida Shang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Asung Kerta Wara Nugraha-Nyalah, pengantar karya Tugas Akhir Studio yang mengambil judul “**Desain Media Komunikasi Visual Untuk Promosi Album *Let’s turn on a fire Band Scared Of Bums di Kota Denpasar*** “ program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Tentunya pengantar karya ini disusun berkat bimbingan dan bantuan banyak pihak. oleh karena itu, perancang menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Wayan Rai S.MA selaku Rektor Institut Seni Indonesia Denpasar.
2. Ibu Dra. Ni Made Rinu, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia, Denpasar.
3. Bapak Prof. Dr. Drs. I Nyoman Artayasa, M. Kes, selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Bapak Drs. I Nyoman Mantra Fandy M.Si, Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Bapak I. B. Kt. Trinawindu, S.Sn, M.Erg, selaku pembimbing I yang dengan sabar telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya guna memberikan bimbingan dan arahan kepada perancang di dalam menempuh mata kuliah Tugas Akhir ini.
6. Bapak I Made Pande Artadi, S.Sn, M.Si, selaku pembimbing II yang dengan sabar telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya guna memberikan bimbingan dan arahan kepada perancang di dalam menempuh mata kuliah Tugas Akhir ini.
7. Bapak Drs. I Nengah Sudika Negara, M.Erg, selaku pembimbing akademik yang dengan sabar telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya guna memberikan bimbingan dan arahan kepada perancang dari awal proses perkuliahan sampai menempuh mata kuliah Tugas Akhir ini.
8. Saudara Gede Mahatma Dharma (Dede Flameable) selaku manager *Scared of bums Band* (S.O.B) serta segenap management dan player Band yang telah mempersilahkan desainer menggunakan *Scared of bums Band* sebagai obyek studi kasus dan telah memberikan data-data yang perancang perlukan.
9. Kedua orang tua, adik, dan keluarga besar I Nyoman Gejor Astika. yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Hayi Kusumayani yang selalu memberikan perhatian, semangat dan motivasi dalam perancangan tugas akhir ini.

11. Segenap kerabat serta teman-teman ISI angkatan 2004 dan 2005, yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala support, dukungan serta bantuannya selama penulis menempuh kuliah di Institut Seni Indonesia Denpasar.
12. Segenap kerabat serta teman-teman musisi dan komunitas *scene indie* Bali , yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala support, dukungan serta bantuannya selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata semoga Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang membantu pelaksanaan dan penyelesaian tugas akhir studio ini.

Denpasar, Juni 2011

Perancang

ABSTRAK

**Judul : “Desain Media Komunikasi Visual Untuk Promosi Album *Let’s turn on a fire*
Band Scared Of Bums di Kota Denpasar “**

Nama : Gede Putra Budi Noviyana

Musik bagi sebagian orang merupakan sebuah kebutuhan pokok yang wajib mereka konsumsi setiap harinya. Tanpa musik dunia mungkin terasa kurang berwarna, bahkan ada yang menjadikan musik itu sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi hidup mereka. Tidak bisa dipungkiri lagi kalau musik pada zaman ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dari berbagai belahan dunia setiap harinya muncul begitu banyak musisi dalam format yang berbeda – beda dan aliran yang sangat beragam. Media komunikasi visual yang tepat guna memiliki peran yang sangat penting bagi para musisi dan pelaku bisnis di industri musik untuk mempromosikan produk mereka, tanpa mengesampingkan kualitas musikalitas yang mereka tawarkan dari produk mereka itu sendiri.

Scared of Bums adalah nama salah satu *band indie* bali yang sudah menapaki karier musiknya sejak tahun 2003. Untuk menunjukkan eksistensi mereka , *band* ini akan segera merilis album ke dua mereka. Guna mendukung penjualan album ini, maka diperlukan media komunikasi visual yang tepat guna sebagai sarana promosi album tersebut. Perancangan ini bertujuan untuk memperoleh media komunikasi visual yang efektif sesuai dengan teori, konsep dan keadaan di lapangan. Data-data yang diperoleh dari hasil penelitian, wawancara, dan data teoritis diolah melalui analisis dan sintesa sehingga diperoleh konsep perancangan sebagai dasar merancang media komunikasi visual yang sesuai dengan kriteria desain.

Konsep dasar perancangan yang digunakan adalah propaganda yang disesuaikan dengan judul album ke dua *Scared of bums band* yang bertajuk *Let’s turn on a fire* yang memiliki makna ayo kobarkan semangatmu . visualisasi desain menampilkan suasana penuh semangat dengan ilustrasi yang mengindikasikan ikon api dan kepalan tangan sebagai simbol semangat. Dalam proses perancangan media telah ditentukan media yang tepat dan sesuai yaitu kemasan *compact disc*, iklan majalah, poster, *x-banner*, stiker, baliho, *goody bag*, *banner*, *t-shirt* dan katalog sehingga, nantinya dapat menunjang penjualan album ke dua *Scared of bums band*.

Kata Kunci : Perancangan, Media Komunikasi Visual, Promosi, Album *Let’s turn on a fire band Scared of bums*.

ABSTRAC

Title :“ Design Media Communications Visual For Promotion Album Let’s turn on a fire Band Scared of Bums In Denpasar City “

Name : Gede Putra Budi Noviyana

Music for some people is a basic requirement that they must consume each day. Without the music world may feel less colored, and some even make the music as a source of inspiration and motivation for their lives. There was no denying that the music in this era has experienced rapid growth. From various parts of the world every day appeared so many musicians in different formats - different and very diverse flow. Visual communications media the right to have a very important role for musicians and business people in the music industry to promote their products, without compromising the quality of musicality that they themselves.

Scared of Bums is the name of one of indie bands that have been treading bali his music career since 2003. To show their existence, the band will soon merillis their second album. In order to support sales of this album, it would require a precise visual communications media as a means of promotion for the album. The design aims to obtain an effective visual communication media in accordance with the theory, concepts and circumstances in the field. The data obtained from the research, interviews, and theoretical data is processed through the analysis and synthesis in order to obtain the design concept as the basis for designing visual communications media in accordance with design criteria.

The basic concept design was used propaganda to suit the album title into two Scared of Bums band, titled Let's turn on a fire that has meaning semangatmu let's wage. visualization design featuring energetic atmosphere with illustrations that indicate the fire and fist icons as a symbol of the spirit. In the process of media design has been determined that proper and appropriate media that is packaged compact discs, magazine ads, posters, x-banners, stickers, billboards, Goody bags, banners, t-shirts and catalogs so that,for album sales.

Keywords: Design Media Communications Visual, Promotion, Album Lets turn on a fire Band Scared Of Bums.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PENGESAHAN UJIAN DAN LEMBAGA	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRAC	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1.1 Faktor Obyektif	1
1.1.2 Faktor Subyektif	2
1.2 Pengertian Judul	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Desain	5
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.5.1 Tujuan Khusus	5
1.5.2 Tujuan Umum	5
1.6 Manfaat Perancangan.....	5
1.7 Metode Perancangan	6
1.7.1 Pengumpulan Data	6
1.7.2 Analisis Data	8
1.7.3 Indikator Serta Model Perancangan	8
1.8 Sistematika Perancangan	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA	
2.1 Data Teoritis / Aktual	11
2.1.1 Pengertian Obyek atau Kasus	11

2.1.2 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	14
2.1.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual	25
2.1.4 Aspek Teknis Perwujudan	30
2.1.5 Teori Sosial yang mendukung kasus	33
2.2 Data Lapangan / Aktual	35
2.2.1 Nama Obyek	35
2.2.2 Sarana Komunikasi yang Ada	41
2.2.3 Potensi Kasus	43
2.2.4 Strategi Pemasaran	44
2.2.5 Target Segmentasi Pasar	45
2.3 Analisis dan Sintesa	46
2.3.1 Analisis	46
a. Analisis Teori	46
b. Analisis Faktual	49
c. Analisis Wawancara	50
2.3.2. Sintesa	51

BAB III KONSEP DESAIN

3.1 Konsep Dasar Perancangan	54
3.2 Pola Pikir	58
3.3 Skema Proses Perancangan	61
3.4. Strategi Media	62
3.5 Program Tayangan Media	68
3.6. Strategi Kreatif	72

BAB IV VISUALISASI DESAIN

4.1 Iklan majalah	74
4.2 Kemasan cd	78
4.3 Poster	83
4.4 Stiker	88
4.5 X - Banner	91
4.6 Baliho	95
4.7 Goody Bag	100
4.8 Banner	103
4.9 T - Shirt	107

4.10 Katalog	111
--------------------	-----

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	116
--------------------	-----

5.2 Saran	117
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

2.1 Foto <i>Scared of bums Band</i>	13
2.2 Contoh ilustrasi <i>Hand drawing</i>	15
2.3 Contoh ilustrasi fotografi	15
2.4 Contoh ilustrasi kolase	16
2.5 Contoh Ilustrasi teknik gabungan	17
2.6 Contoh huruf <i>Sans Serif</i>	18
2.7 Contoh Desain yang menggunakan huruf tak berkait.....	19
2.8 Contoh Beberapa gaya huruf <i>graphic</i>	19
2.9 Gambar Lingkaran Warna Sekunder.....	22
2.10 Contoh desain yang menggunakan warna sekunder.....	22
2.11 Skema keselaran monokromatik.....	23
2.12 Contoh desain yang mengguankan warna monokromatik.....	23
2.13 Gambar warna analog.....	24
2.14 Contoh desain yang memakai kombinasi warna analog.....	24
2.15 Skema warna kontras terpecah.....	24
2.16 Desain yang menggunakan warna kontras terpecah.....	25
2.17 Contoh proporsi eksternal dan internal.....	27
2.18 Contoh gambar <i>golden section</i>	28
2.19 Contoh persegi panjang dengan <i>golden section</i>	28
2.20 Gambar mencetak dengan mesin <i>offset</i>	31
2.21 Contoh mesin digital printing.....	33
2.22 contoh mesin rotary cetak saring.....	32
2.23 Contoh pemaknaan <i>pierce</i>	34
2.24 Gambar logo <i>scared of bums</i>	35
2.25 Gambar cover album.....	39
2.26 Gambar cover album.....	39
2.27 Gambar cover album.....	40
2.28 Gambar cover album.....	40
2.29 Gambar media stiker.....	42
2.30 Gambar media <i>website</i>	42

2.31 Gambar media pamphlet.....	42
2.32 Gambar media t - shirt	43
2.33 Gambar cover cd.....	43

BAB III KONSEP DESAIN

3.1 Poster komersial permen m & m.....	55
3.2 Poster <i>dashboard confensioanal</i>	56
3.3 Poster <i>led zepellin</i>	56
3.3 Cover album <i>smashing pumpkins</i>	56
3.4 Poster sum 41.....	57
3.5 Cover album <i>Green day</i>	57
3.6 Skema pola pikir.....	59
3.7 Skema proses perancangan.....	61

BAB IV VISUALISASI DESAIN

4.1 Bentuk fisik media iklan majalah	74
4.2 Desain iklan majalah	77
4.3 Ukuran kemasan cd.....	79
4.4 Bentuk fisik media kemasan cd	79
4.5 Desain media kemasan cd	82
4.6 Bentuk fisik media poster	84
4.7 Desain poster	87
4.8 Bentuk fisik media stiker	88
4.9 Desain stiker	90
4.10 Bentuk fisik media <i>x banner</i>	91
4.11 Desain <i>x banner</i>	94
4.12 Bentuk fisik media baliho	96
4.13 Desain baliho.....	99
4.14 Bentuk fisik media <i>goody bag</i>	100
4.15 Desain <i>goody bag</i>	102
4.16 Bentuk fisik media <i>Banner</i>	104
4.17 Desain banner	106
4.18 Bentuk fisik media <i>t - shirt</i>	108
4.19 Desain <i>t - shirt</i>	110

4.20 Bentuk fisik media katalog	111
4.20 Desain media katalog	114

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Alternatif Unsur Visual Iklan Majalah
- Lampiran 2 : Alternatif Desain Iklan Majalah
- Lampiran 3 : Desain Iklan Majalah Terpilih
- Lampiran 4 : Alternatif Unsur Visual Stiker
- Lampiran 5 : Alternatif Desain Stiker
- Lampiran 6 : Desain Stiker Terpilih
- Lampiran 7 : Alternatif Unsur Visual X - banner
- Lampiran 8 : Alternatif Desain X- Banner
- Lampiran 9 : Desain X - Banner Terpilih
- Lampiran 10 : Alternatif Unsur Visual T - Shirt
- Lampiran 11 : Alternatif Desain T - Shirt
- Lampiran 12 : Desain T - Shirt Terpilih
- Lampiran 13 : Alternatif Unsur Visual Poster
- Lampiran 14 : Alternatif Desain Poster
- Lampiran 15 : Desain Poster Terpilih
- Lampiran 16 : Alternatif Unsur Banner
- Lampiran 17 : Alternatif Desain Banner
- Lampiran 18 : Desain Baliho Terpilih
- Lampiran 19 : Alternatif Unsur Baliho
- Lampiran 20 : Alternatif Desain Baliho
- Lampiran 21 : Desain Baliho Terpilih
- Lampiran 22 : Alternatif Unsur Visual Goody Bag
- Lampiran 23 : Alternatif Desain Goody Bag
- Lampiran 24 : Desain Goody Bag Terpilih
- Lampiran 25 : Alternatif Unsur Visual Kemasan Cd
- Lampiran 26 : Alternatif Desain Kemasan Cd
- Lampiran 27 : Desain Kemasan Cdr Terpilih
- Lampiran 28 : Alternatif Unsur Visual Katalog
- Lampiran 29 : Alternatif Desain Katalog
- Lampiran 30 : Desain Katalog Terpilih

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Didalam latar belakang, akan dijelaskan hal –hal yang melatarbelakangi pemilihan kasus dari tugas akhir ini. Pemaparannya dimulai dari faktor *obyektif* dan *subyektif*, kemudian diikuti oleh sub bab – bab berikutnya. Uraianya adalah sebagai berikut :

1.1.1 Faktor *Obyektif*

Musik bagi sebagian orang merupakan sebuah kebutuhan pokok yang wajib mereka konsumsi setiap harinya. Tanpa musik dunia mungkin terasa kurang berwarna, bahkan ada yang menjadikan musik itu sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi hidup mereka. Tidak bisa dipungkiri lagi kalau musik pada zaman ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dari berbagai belahan dunia setiap harinya muncul begitu banyak musisi dalam format yang berbeda – beda dan aliran yang sangat beragam.

Yang sangat menarik dari perkembangan dunia musik adalah semua aspek pendukung dari musik itu sendiri, dari berbagai jenis media promo, trik – trik strategi yang bermacam – macam sampai pengaruh musik ke *life style* seseorang. Hal ini secara otomatis menjadikan musik itu sebagai sebuah industri besar yang sangat menjanjikan. Media komunikasi visual yang tepat guna memiliki peran yang sangat penting bagi para musisi dan pelaku bisnis di industri musik untuk mempromosikan produk mereka, tanpa mengesampingkan kualitas musikalitas yang mereka tawarkan dari produk mereka itu sendiri. Hal ini berlaku mutlak ke semua musisi baik yang berada di jalur *mainstream* ataupun *independent (indie)*. Di Indonesia khususnya di Bali hal seperti tersebut diatas juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Di kalangan anak muda Bali, produk – produk dari band nasional atau *mainstream* dan band *independent* atau yang lebih dikenal dengan band *indie* dari berbagai aliran adalah sesuatu hal yang sangat digemari dan dekat dengan kaum muda pada saat ini.

Scared Of Bums adalah nama salah satu band *indie* bali yang sudah menapaki karier musiknya sejak tahun 2003. Sudah banyak sekali *event* berskala nasional ataupun lokal yang mereka mainkan. *Single* dari *band* ini juga

sudah memiliki tempat tersendiri bagi penggemar dan kaum muda penikmat musik indie di Bali. Untuk menunjukkan *eksistensi* mereka, band ini akan segera merilis album ke dua mereka yang bertajuk *Let's turn on a fire*. Guna mendukung penjualan album ini, maka diperlukan media komunikasi visual yang tepat guna sebagai sarana promosi album tersebut. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis mengangkat obyek kasus “Desain Media Komunikasi Visual Untuk Promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared Of Bums* di kota Denpasar “. Disinilah tugas desainer grafis untuk membuat media komunikasi visual yang menarik, tepat guna dan sesuai dengan konsep dari band itu sendiri.

1.1.2 Faktor *Subyektif*

Musisi *indie* di Bali juga tidak ketinggalan ambil bagian dari perubahan dan perkembangan industri musik yang terjadi pada saat ini. Walaupun skalanya masih lebih kecil, tetapi banyak sekali musisi indie Bali yang memiliki talenta dan sangat diperhitungkan dan dialui dikancah nasional. Diawali kesuksesan group band senior Bali, *Superman Is Dead* yang memulai kariernya dari band indie sampai akhirnya dapat menembus *major* label dan menjadi salah satu ikon *band* rock yang sangat berpengaruh di Indonesia. Kesuksesan senior nya tersebut memacu *Scared Of Bums* untuk membuat karya – karya baru, yang akan dirilis di album ke dua mereka yang bertajuk *let's turn on a fire*. *Scared Of Bums* dalam album ke dua nya menawarkan suatu konsep musik yang lebih terkesan dewasa dibandingkan album pertama, mulai dari materi lagu yang lebih terinspirasi dari masalah – masalah sosial yang terjadi di masyarakat dan aransemen music yang semakin dimantapkan tanpa meninggalkan jati diri dari *band* tersebut. Suatu *band* ataupun musisi pasti memiliki karakter yang mereka tunjukkan dari media – media yang dapat mewakili band atau musisi itu sendiri. Media yang dimiliki suatu band atau musisi juga memiliki pengaruh bagi perkembangan *band* ataupun musisi tersebut. Setiap *genre* musik biasanya sudah memiliki *patern – patern* yang berciri khas sesuai dengan genre musik mereka masing – masing. Jadi bila media yang dimiliki oleh suatu musisi atau *band* memiliki daya tarik yang tinggi maka secara otomatis akan mempengaruhi karier *band* tersebut secara

menyeluruh disamping sisi musikal yang dimiliki oleh masing – masing musisi. Dalam pembuatan album *let's turn on a fire* dari *Scared Of Bums*, mereka menginginkan suatu perubahan konsep dan tampilan dari media promo yang sudah ada sebelumnya, agar terkesan mengikuti karakter dari album *let's turn on a fire* mereka. Hal inilah yang akan diangkat oleh penulis untuk membuat media komunikasi visual yang menarik sesuai dengan karakter yang diinginkan oleh *Scared Of Bums*. Media promosi dari album *let's turn on a fire* , diharapkan mampu menciptakan pencitraan baru dari *Scared Of Bums* ke penikmat musik secara menyeluruh.

Perancangan media komunikasi visual untuk Band *Indie* adalah hal yang baru bagi penulis. Penulis meyakini dengan mengangkat obyek kasus ini akan memberikan banyak pengalaman dan penulis bisa lebih bebas bereksplorasi dalam membuat karya. Semua media yang akan dibuat disesuaikan dengan karakter musik indie yang secara garis besar dapat disimpulkan bersifat bebas tanpa aturan yang terlalu mengikat, sangat berbeda dari hal – hal yang bersifat biasa.

1.2 Pengertian Judul

Judul yang diangkat dalam Tugas Akhir Studio ini adalah **“Desain Media Komunikasi Visual Untuk Promosi Album *Let's turn on a fire* Band *Scared Of Bums* di Kota Denpasar “**. Judul tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

- Desain

berarti proses atau perbuatan dengan mengatur segala sesuatu sebelum bertindak atau merancang (www.ahlikesain.com 4-07-08)

Menurut Poerwadarminta W.J.S (1985: 797) , perancangan berasal dari kata “rancang” yang berarti mengatur atau merencanakan segala sesuatu lebih dulu.

Sedangkan istilah rancangan/desain (*Design*) adalah usaha deskripsi gagasan mengenai bentuk , rupa , ukuran , warna , dan tata letak beserta unsur-unsurnya yang membentuk wajah suatu benda (Nuradi, 1996: 52)

- Media

Media merupakan Perantara (informasi) ; penengah ; wahana ; wadah ; (kom) media ; sarana yang dipergunakan oleh komunikator sebagai saluran yang untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila

komunikasi jarak jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua – duanya.(
Satrio, 2005;368)

- Komunikasi

Komunikasi merupakan perhubungan ; pengkabaran ; hubungan timbale balik antara sesama manusia ; penyampaian informasi secara timbal balik. (Satrio Adi, 2005;307).

- Visual

Visual adalah mengenai penglihatan ; berdasarkan penglihatan ; dapat dilihat ; terlihat ; (kom) Visual ; sifat sesuatu yang dapat dilihat dan berkaitan dengan indera penglihatan (Satrio, 2005;597).

- Album

adalah suatu koleksi audio atau yang didistribusikan untuk publik (www.wikipedia.com)

- *Let's turn on a fire*

Bila diartikan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti ayo kobarkan api (www.googletranslate.co.id), diambil makna kiasan nya sebagai judul album yang diartikan ayo kobarkan semangatmu.

- *Band Scared Of Bums*

Salah satu nama band indie yang beraliran *melodic core* , berasal dari Denpasar Bali.

Berdasarkan uraian diatas maka judul Tugas Akhir Studio ini adalah Merencanakan sarana-sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar/foto untuk mempromosikan album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums* di kota Denpasar.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang timbul dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

1.3.1 Media apa saja yang akan dibuat untuk mempromosikan album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums* agar mampu menarik konsumen ?

1.3.2 Bagaimana mendesain media yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums* ?

1.4 Batasan desain

Agar pembahasan Tugas Akhir Studio ini tidak terlalu luas maka permasalahan yang dibahas meliputi bagaimanakah proses mendesain media komunikasi visual album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums* mulai dari proses perancangan dan perwujudannya.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan meliputi dua bagian yaitu Tujuan Umum dan Tujuan Khusus, adapun tujuan tersebut adalah :

1.5.1 Tujuan Umum

- a. Sebagai syarat kelulusan dalam menempuh ujian akhir Sarjana Seni Rupa di Jurusan Desain , Program Studi Desain Komunikasi Visual , Fakultas Seni Rupa dan Desain , Institut Seni Indonesia Denpasar.
- b. Tugas Akhir Studio ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang lain dalam mengerjakan Tugas Akhir selanjutnya.

1.5.2 Tujuan Khusus

- a. Mengetahui media-media komunikasi visual apa saja yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan Album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums*.
- b. Mampu mendesain media yang tepat untuk mempromosikan Album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums*

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diperoleh dalam pengantar karya tugas akhir ini adalah:

- 1.6.1 Melengkapi syarat kelulusan mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk mencapai gelar S1.
- 1.6.2 Diperolehnya karya perancangan studio yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa berikutnya di kelembagaan ISI Denpasar.
- 1.6.3 Terwujudnya sarana komunikasi visual yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan Album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums*.

1.6.4 Dengan adanya perancangan media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk membeli Album *let's turn on a fire Band Scared Of Bums*.

1.7 Metode Perancangan

1.7.1 Pengumpulan Data

Agar mendapatkan data yang akurat dalam Tugas Akhir ini maka digunakanlah metode-metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

1.7.1.1 Pengumpulan Data Primer

Metode Pengumpulan Data Primer adalah metode pengumpulan data yang pertama kali dilakukan pencatatan oleh peneliti. (Marzuki, 1977: 11). Adapun metode pengumpulan data primer yang digunakan penulis adalah:

a. Observasi

Observasi (Pengamatan), yaitu kegiatan mencermati langsung secara visual terhadap kondisi obyek penelitian. Observasi dilakukan setelah mencermati data sekunder serta memperoleh masukan dari berbagai narasumber. (anonim, data primer dan sekunder, 03, available (www.Depnakertrans..htm), 7-3-08)

Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai keadaan, suasana, peristiwa, dan atau tingkah laku personil, management dan penggemar *Scared of Bums*.

b. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mencari data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada nara sumber yang disebut informan. (anonim, akademik, available (www.uny.ac.id), 7-3-08)

Pada metode ini tanya jawab dilakukan secara langsung dengan manager *Scared of Bums Band*, bapak Dede sebagai pihak yang dianggap mampu memberikan informasi secara mendetail mengenai data-data yang berhubungan dengan *Scared of Bums Band*. Seperti data mengenai Biography band, Profile band, Discography, Prestasi dan event – event yang pernah dimainkan oleh *Scared of Bums*.

1.7.1.2 Pengumpulan Data Sekunder

Adalah pengumpulan data yang diperoleh dari pihak-pihak lain, artinya data tersebut tidak diusahakan sendiri pengumpulannya seperti macam-macam

publikasi , biro statistik , dan sumber bacaan lain.(Marzuki, 1977: 11). Metode pengumpulan data sekunder yang dipakai penulis antara lain :

a. Kepustakaan

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan (Moloeng , 2001: 113)

Pada metode ini mahasiswa mempelajari berbagai literatur yang ada hubungannya dengan proses perancangan dan kebun binatang perancangan media komunikasi Visual untuk mempromosikan Album ke 2 *Scared of bums* band dan data-data lain yang mendukung.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi , bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah perancangan media promosi yang nantinya akan di transfer/dicatat (Nawawi, 1998: 133)

Metode ini dilakukan untuk mewakili *Scared of bums* band dan media-media promosi yang telah dimiliki sebagai bukti yang dapat dipertanggung jawabkan.

C. Internet

Secara harfiah , internet (kependekan dari *interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian.Manakala Internet ialah sistem komputer umum, yang terhubung secara global dan menggunakan TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) sebagai protokol pertukaran paket. Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet.Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *internetworking* (<http://id.wikipedia.org/wiki> ; 25/07/2010)

Melalui metode pengumpulan data lewat internet , kita bisa mendapatkan informasi sesuai dengan kata kunci yang kita ketik di kolom searching.Jadi Internet adalah salah satu metode pengumpulan data yang sangat efektif dan sangat murah serta sudah sangat gampang diakses dimana saja.

1.7.2 Analisis Data

Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran penelitian untuk mengolah data yang berhasil dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut dari usaha untuk menguji kebenaran.

Sebagai landasan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *deskriptif*, *kuantitatif* dan *kualitatif*. *Deskriptif* yaitu penafsiran data yang dilakukan dengan penalaran, sedangkan kuantitatif yaitu menganalisa unsur-unsur desain yaitu teks, huruf, ilustrasi, dan warna dalam hubungannya dengan prinsip-prinsip desain yang baik yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), dan keserasiannya (*harmony*). *Kualitatif* yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis, kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan yang diambil dengan menggunakan cara berpikir deduktif yaitu cara berpikir yang mendasar kepada hal-hal yang bersifat umum dan kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus (anonim, metode analisis kualitatif, available (www.google.com), 07/03/08). Data yang telah diperoleh disusun menurut kelompok-kelompok data lalu dijelaskan sesuai dengan keadaan dilapangan kemudian dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh dari seluruh analisis data tersebut dapat menjadi dasar dalam perancangan. (Consuelo, 1993: 37)

1.7.3 Indikator Serta Model Perancangan Desain.

Indikator yang digunakan dalam penilaian untuk menentukan desain terpilih dengan melakukan pengukuran atau penilaian alternatif-alternatif desain menggunakan skala ordinal (skala yang menunjukkan rangking/tingkatan) Untuk menentukan desain mana yang akan di pilih, maka dilakukan penelitian terhadap alternatif-alternatif desain dengan menggunakan suatu sistem penghitungan skala ordinal. Rangking didapat setelah dilakukan penilaian berdasarkan prinsip-prinsip desain. Tingkat kualitas akan disusun berdasarkan tiga jenjang, dengan nilai tertinggi lima (5) dan nilai terendah adalah satu (1). Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut :

Nilai 5 = Sangat baik

Nilai 4 = Baik

Nilai 3 = Cukup

Nilai 2 = Kurang

Nilai 1 = Sangat kurang

(Nazir,2003 : 338)

Tingkat kualitas dianalisis berdasarkan atas kriteria dibawah ini :

- A. *Komunikatif*
- B. *Informatif*
- C. Kreatif
- D. Fungsional
- E. *Surprise*
- F. *Simplicity*
- G. *Unity*
- H. Ergonomis
- I. Etis
- J. Estetis

Dari uraian di atas , sebagai bentuk nilai berupa angka-angka dapat diuraikan berdasarkan skala likert dengan rumusan sebagai berikut :

$$R = \frac{\text{Jumlah Nilai Total} \times 100\%}{N}$$

Keterangan :

N = Jumlah nilai tertinggi x Jumlah indikator

Setelah masing-masing alternatif desain dinilai berdasarkan prinsip dan kriteria desain , maka akan terlihat suatu desain yang menduduki nilai teratas. Desain inilah yang akan menjadi desain terpilih (Nazir , 2003: 338)

1.8 Sistematika Perancangan

Untuk mengetahui gambaran umum tentang pengantar karya ini, maka dirasakan perlu sistematika yang akan dipaparkan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, menjelaskan tentang latar belakang masalah yang menyangkut hal-hal atau dasar-dasar yang diterapkan pada ide atau gagasan yang nantinya menjadi acuan dalam pembuatan desain , pengertian judul , masalah yang ada, serta rumusan masalah , batasan masalah yang merupakan gambaran umum dari sisi secara keseluruhan materi pengantar karya atau metode penelitian yang digunakan untuk mengolah data untuk menghasilkan analisis dan sintesis.

Bab II Identifikasi dan Analisis Data , menjelaskan tentang tinjauan akan berbagai data yang akan diperoleh sebagai bahan masukan bagi perancangan, baik itu secara

aktual maupun faktual yang ada di lapangan, analisis dan sintesis dari olahan data yang diperoleh.

Bab III Konsep Perancangan , menjelaskan tentang konsep dasar perancangan seabgai hasil dari proses pengolahan data, sehingga nantinya diharapkan lahir konsep dan gagasan sebagai patokan akan adanya desain-desain yang baru.Strategi pemasaran dan konsep kreatif desain yang akan dibuat.

Bab IV Lay Out atau Visualisasi Karya, menjelaskan tentang berbagai alternatif media yang akan dibuat oleh perusahaan, dari mulai berbagai elemen dasar visual baik itu ilustras, teks, warna, dan typografi. Desain yang terpilih sebagai alternatif desain terbaik yang akan dipergunakan perusahaan untuk mempromosikan nama perusahaan tersebut.

Bab V Penutup, menjelaskan tentang kesimpulan dari unsur-unsur yang berpengaruh dalam proses perancangan sehingga diketahui hal-hal yang menjadi alasan dalam menjadikan media promosi tersebut perlu untuk ditampilkan.Sedangkan saran-saran merupakan rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait.

BAB II

IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

2.1. Data Teoritis/Aktual

Identifikasi dan analisa data adalah data yang mengacu pada sumber-sumber data ilmiah yang dimanfaatkan dalam perancangan seperti yang telah disiapkan dalam metode pengumpulan data. Pada perancangan ini judul yang diangkat adalah “Desain Media Komunikasi Visual Untuk Promosi Album *Let’s turn on a fire Band Scared Of Bums* di Kota Denpasar “. Berikut penjelasan mengenai identifikasi dan analisa mengenai kasus yang diangkat.

2.1.1 Pengertian Obyek/Kasus

Obyek perancangan tugas akhir studio ini adalah *Scared Of Bums* yang merupakan salah satu band indie yang ada di Bali. Sehingga dirasa perlu menguraikan pengertian dan perkembangan musik Indie di Indonesia khususnya, untuk memperdalam pemahaman obyek/kasus.

Secara garis besar dapat diuraikan bahwa perkembangan industri di dunia dapat dibagi menjadi dua jalur, yaitu *independent* dan *mainstream*. *Independent* musik atau *indie* adalah gerakan yang berbasis dari segala yang ada pada penyanyi / musisi tersebut, Mulai dari merekam, mendistribusikan dan promosi menggunakan dana sendiri.(www.koran anak Indonesia.com/07/24/2009). Sedangkan yang dimaksud dengan *mainstream* adalah arus utama, tempat di mana *band-band* yang bernaung di bawah label besar, sebuah industri yang mapan. *Band-band* tersebut dipasarkan secara meluas yang *coverage* promosinya juga secara luas, nasional maupun internasional, dan mereka mendominasi promosi di seluruh media massa, mulai dari media cetak, media elektronik hingga multimedia dan mereka terekspose media dengan baik. Dalam perkembangannya di Indonesia, perbedaan antara musisi indie dan mainstream di zaman sekarang tidaklah signifikan. Berbeda sangat jauh dengan perkembangan di era 1980 – 1990 an, yang paling jelas terlihat adalah, *event* indonesia baik itu berskala internasional, nasional ataupun lokal, sudah sangat sering menampilkan musisi indie, bahkan ada beberapa sponsor dari perusahaan – perusahaan benefit yang secara khusus mengadakan *event* – *event* yang berkonsep indie. Ini berarti perkembangan musik indie juga memacu perkembangan desain media komunikasi visual untuk lebih bereksplorasi mengikuti *trend*

– *trend* dan konsep musisi indie yang cenderung sangat berbeda dari sesuatu yang sudah ada.

Sangat disayangkan beberapa tahun belakangan ini selera musik masyarakat Indonesia (industri musik *mainstream*) pada umumnya mulai terkesan monoton dan terlalu seragam. Industri musik kita juga terkesan jalan ditempat. Ini disebabkan oleh banyak faktor, bukan cuman dari pasar atau pembajakan saja tetapi juga oleh pelaku industri musik itu sendiri yaitu musisi dan produser atau perusahaan rekaman. Situasi seperti ini tidak berlaku di kalangan pelaku dan penikmat musik *indie*, dikarenakan perbedaan tujuan yang ingin di capai oleh musisi indie yang pada prinsipnya masih memiliki sisi idealisme dalam berkarya. Bukan berarti tidak memandang sisi komersil tetapi musisi *indie* selalu mempertahankan karakter yang mereka miliki masing – masing dan selalu mencari celah untuk mengembangkan kreatifitas yang lebih baru dari yang ada sebelumnya. Musik *indie* tumbuh secara natural di Indonesia dan tidak ada yang memungkiri kalau musik *rock n' roll* di Amerika sendiri pun tumbuh secara natural walaupun pada awalnya ditentang oleh orang tua dan pemuka agama. Musik *indie* masuk ke Indonesia kira pada awal tahun 1970an yang secara berbarengan terus mengalami perkembangan dengan musik *mainstream*. Sampai akhirnya di tahun 1990 an musik *indie* sangat populer di kalangan anak muda Indonesia ditandai dengan berhasilnya PAS Band merilis dan menjual album mereka sebanyak 5000 copy. (www.Diannebula,Blogspot.com)

Salah satu band *pioneer indie* Bali yang mampu meraih sukses dikancah nasional dan internasional adalah *Superman Is Dead* . Mereka adalah band *indie* pertama Bali yang dikontrak oleh Label rekaman ternama di Indonesia, dimana mampu mensejajarkan posisi mereka dengan Band – Band papan atas industri musik tanah air bahkan mampu menjadi salah satu ikon rock anak muda pada saat ini tidak hanya lewat musik mereka tapi dengan attitude dan segala aspek pendukungnya (www.supermanisdead.net). Hal ini tentunya menjadi inspirasi dan pemacu semangat musisi indie tidak hanya di Bali tetapi di Indonesia untuk terus berkarya dan berekspresi lewat karya – karya mereka . Selera musik anak muda Bali ternyata cukup berbeda dengan apa yang terjadi secara umum di Indonesia, hal ini dibuktikan dengan sangat maraknya event musik yang bersegment anak muda tidak hanya menampilkan band – band *mainstream* tetapi juga menampilkan band – band *indie* sebagai daya tarik utamanya. Diantara sekian banyaknya musisi dan band

indie yang tumbuh di Bali ada beberapa *band* yang sering menjadi *Line Up* utama pengisi *event – event* musik di Bali. Salah satunya adalah *Scared Of Bums*.

Scared of bums terbentuk awal Mei 2003, band ini menyebut genre music mereka dengan “ *metal melodic core* ” yang sangat terinfluence dengan *Nofx*, *Sum 41* dan *Metallica*. Nama *Scared of bums* diambil dari salah satu judul lagu *Nofx* dari album *heavy petting zoo*. Arti kata bila diartikan ke bahasa indonesia adalah takut akan gelandangan (Wojowasito . 120 : 1980). Mereka mengambil makna lain dari arti kata ini yaitu tidak ingin hidup seperti para gelandangan yang terlampau sulit untuk mereka lalui, karena para gelandangan tentunya tidak memiliki pekerjaan sebagai tumpuan hidup, dan sangat miskin akan berkarya serta tidak memiliki ketrampilan apapun. Prinsip inilah yang dipakai para personel nya untuk terus berkarya dan menunjukkan kalau mereka mampu berbicara di scene indie Bali, national ataupun international. *Scared of bums* berbasis di Jln. Kembang Matahari no .16 Denpasar Timur, beranggotakan 4 orang anak muda, dan didukung oleh management yang merupakan satu bagian *teamwork* untuk mendukung kemajuan dari band tersebut. *Scared Of Bums* sudah memiliki album perdana dan 5 album kompilasi, serta memiliki prestasi menjuarai salah satu *event indie* nasional, dan memiliki jam terbang yang cukup tinggi dari *event – event* musik berskala lokal dan nasional.



Gambar 2.1 Foto *Scared Of Bums band*

Sumber : (www.facebook.com/scaredofbums.bali@yahoo.com)

Pada awal Agustus 2011 mendatang *Scared Of Bums* akan merilis album ke 2 mereka yang bertajuk “ *let’s trun On The Fire* ”. Konsep musikal yang mereka buat pada album ke 2 ini, terkesan lebih dewasa, dalam pemilihan judul dan *Lyric* nya pun, banyak mengangkat kejadian - kejadian sosial di masyarakat. Tentunya diperlukan media promosi

yang tepat dan menarik, agar mampu mendukung penjualan dari album ini. Pemilihan konsep dan tampilan secara visual dari media – media promosi yang akan dibuat haruslah mampu menampilkan kesan pendewasaan image dari band ini, dan harus disesuaikan juga dengan karakter dari *Scared Of Bums*. Sehingga nantinya diharapkan mampu mewakili dan mempromosikan album ke 2 mereka agar tepat sasaran dan laris manis di pasaran.

2.1.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Dalam setiap desain yang baik akan memiliki unsur-unsur yang membangun sebuah desain menjadi satu kesatuan yang utuh. Adapun unsur-unsur desain komunikasi visual yang digunakan dalam proses desain tugas akhir ini adalah :

2.1.2.1 Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang dipergunakan untuk memberikan penjelasan atau maksud tujuannya secara visual (Kusrianto, 2007:140). Ilustrasi berfungsi sebagai bentuk visualisasi untuk mendukung suatu gagasan, ide, cerita, benda, dan situasi. Ilustrasi juga dapat membantu mengkomunikasikan pesan secara tepat, cepat, dan tegas serta merupakan terjemahan dari kata-kata, baik kalimat, naskah maupun judul. (Pijiriyanto, 2005: 39). Jenis ilustrasi yang digunakan dalam proses desain tugas akhir ini adalah :

a. Ilustrasi Gambar Tangan (*Hand Drawing*)

Ilustrasi gambar tangan dibuat secara keseluruhan menggunakan tangan, dengan memberikan ekspresi dan karakter tertentu untuk mendukung media komunikasi grafis yang dibuat, seperti iklan, poster, baliho dan sebagainya. (Pujiriyanto, 2005: 48). Ilustrasi *handrawing* yang dikerjakan menggunakan alat pensil untuk membuat skets dilanjutkan dengan spidol dan rapido untuk mempertegas garis pada ilustrasi.



Gambar 2.2 Contoh Ilustrasi *Hand Drawing* dengan Pensil dan rapido / spidol
(Sumber : www.eyesuckink.com : 13 oktober2009)

b. Ilustrasi Fotografi

Ilustrasi Fotografi dibuat dengan cara megambil objek gambar menggunakan teknik pemotretan yakni menggunakan media kamera , baik manual maupun digital. Objek fotografi cenderung memberi kesan lebih *realistis* , *eksklusif* dan *persuasif* (Pujirianto, 2005: 42).



Gambar 2.3 Contoh Ilustrasi fotografi
(Sumber : www.alkalinetrio.com : 5 november 2010)

Alkaline trio adalah salah satu *band gothic punk* asal chicago yang memakai teknik ilustrasi fotografi di salah satu media promonya. Dimana dalam gambar tersebut diatas menampilkan ke tiga personel dari band ini.

c. Ilustrasi Kolase

Kolase (*collage*), atau ada juga pihak yang menyebutnya dengan karya gunting tempel (*cut and paste*), dapat dipahami sebagai sebuah karya yang dibuat dengan cara memotong objek-objek, yang biasanya berupa gambar, dan kemudian menempelkan objek-objek itu dengan lem atau perekat dalam suatu bidang, sehingga ia menjadi satu-kesatuan karya. Istilah lain yang digunakan untuk merujuk pada karya rakitan ini adalah *montase* (*worppress.com* : ilhamendra).

Kolase dapat dikatakan muncul, yaitu setelah perang dunia pertama, dan pada awalnya terjadi di bidang fotografi. Kolase ini baru mulai mendapatkan perhatian yang serius bagi para seniman ketika terjadi gerakan kreativitas yang baru di Berlin, Jerman, yang dikenal dengan gerakan *Dadaisme*. Kolase yang lahir bersama dengan gerakan Dada, secara perlahan mengalami kemunduran. Setelah mengalami mati suri beberapa tahun lamanya, akhirnya kolase muncul lagi ke permukaan pada tahun 1960-an. Beberapa seniman yang berhubungan dengan gerakan *pop art* mulai menggunakan foto-foto dan tulisan majalah untuk menciptakan bentuk kolase dalam menyampaikan ide-ide mereka. Kebangkitan punk di Inggris juga ikut menyumbang kembalinya kolase ke pentas seni dunia, dan salah satu kolase *punk* yang cukup terkenal hingga detik ini dapat dilihat pada kolase “*God Save the Queen*” yang dibuat oleh *Jamie Reid* pada tahun 1977 untuk band *Sex Pistols*.

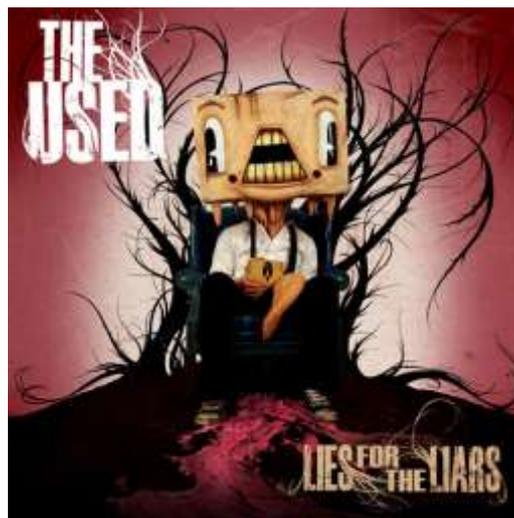


Gambar 2.4 Contoh Ilustrasi kolase
(Sumber : www.sexpistol.com : 4 february 2006)

d. Ilustrasi Teknik Gabungan

Ilustrasi Teknik Gabungan merupakan bentuk komunikasi dengan struktur visual atau rupa yang terwujud dari perpaduan antara teknik fotografi dengan *hand drawing*. Teknik ini dilakukan dengan bantuan computer yang dikenal dengan istilah computer grafis (Kusrianto Andi,2007;157)

Pada saat teknologi komputer sudah populer, goresan ilustrasi berwarna yang terutama dibuat dengan pena dan tinta hitam maupun cat air , kini digantikan dengan program – program gambar berbasis vektor dan *pixel* seperti *coreldraw* , *adobe illustrator* , *adobe photoshop* maupun *freehand*. Kemudahan gambar yang diperoleh menggunakan komputer dapat dimodifikasi dan dengan cepat, baik secara keseluruhan ataupun di bagian tertentu sehingga pembuatan efek – efek yang sama pada saat harus membuat adegan lain pada ilustrasi menjadi lebih mudah.



Gambar 2.5 Contoh Ilustrasi kolase
(Sumber : www.theused.net : 10 february 2008)

Gambar diatas adalah gambar dari salah satu sampul album dari group *band The used* yang berasal dari *California*. Sampul album ini menampilkan ilustrasi seorang tokoh yang diberi nama *Chaddam*. Ilustrasi Chaddam menggunakan teknik ilustrasi fotografi digabungkan dengan *background* akar yang menggunakan teknik ilustrasi *hand drawing*, proses pengerjaan nya menggunakan bantuan komputerisasi. Sambul album ini adalah hasil karya dari *Alex pardee* yang merupakan seorang desainer grafis.(www.eyesuckink.com 4/5/08)

2.1.2.2 Tipografi

Di dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Tipografi harus dapat berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*) dan terbaca (*legibility*) (Kusrianto, 2007:191). Huruf sebenarnya dapat di transformasikan menjadi suatu karya seni yaitu mengolah bentuk kata atau balok tulisan sesuai fungsi masing-masing sehingga kemudian tercipta suatu bertekstur yang kemudian dikomunikasikan sebagai pesan, mood, atau berupa gambar hias. Huruf yang artistik dapat memperkuat pesan dan kesan dengan segala kemungkinan pendekorasiannya. Sehingga hasil desain komunikasi grafis secara keseluruhan bisa saja menjadi tidak maksimal karena desainer yang kurang peka terhadap tipografi (Pujirianto, 2005 : 54). Dalam proses desain tugas akhir ini, menggunakan 2 macam jenis huruf yaitu :

a. Huruf Tak Berkait (*Sans Serif*)

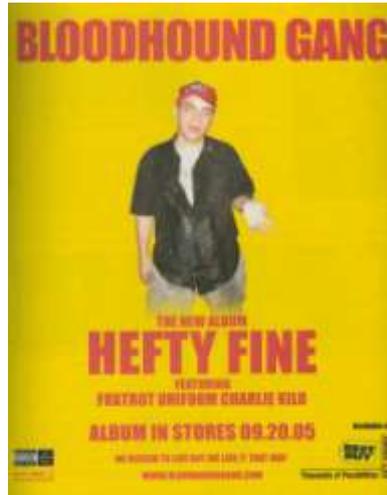
Adalah bentuk huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan lebih mudah dibaca. Ciri lain jenis huruf ini adalah tidak memiliki *stroke/ekor*. Ujungnya bisa berbentuk tumpul (*rounded corner*) atau tajam. Sifat huruf ini kurang formal, lebih hangat dan bersahabat. Sans Serif biasanya sangat cocok untuk *screen-font* (untuk tampilan di layar monitor) karena tajam dan gampang dibaca. Bentuk huruf sans serif yang paling populer adalah *arial & Helvetica*. (Pujirianto, 2005: 56)

sans SERIF

Gambar 2.6 contoh huruf sans serif

Sumber : Kusrianto Adi, 2007 : 200

Dibawah ini adalah gambar poster dari group band *Bloodhound gang*, sebuah band rock jenaka yang berasal dari Amerika Serikat. Dalam poster ini ditampilkan penggunaan huruf sans serif dalam semua text.



Gambar 2.7 contoh desain yang menggunakan huruf tak berkait
 (Sumber : *alternative press mag*, 2007 ; 56)

b. Huruf Graphic

Bentuk huruf yang dibuat untuk menentang pakem – pakem yang sudah ada. Biasanya dibuat oleh desainer amatir hanya untuk kesenangan sendiri dan umumnya diterapkan pada desain – desain yang sifatnya tidak formal. (*Attitude* desain, blogspot.com).



Gambar 2.8 Contoh beberapa gaya Huruf Graphic
 (Sumber : www.myspace.com , 3 maret 2011)

Gambar diatas adalah contoh *logotype* dari group band *Carnifex* dan *Cancerbats* Band yang menggunakan huruf *graphic*. Visualisai bentuk hurufnya biasanya mengikuti aliran musik yang dimainkan oleh setiap group band. Seperti contoh diatas *logotype Carnifex* yang beraliran *death core* dibuat lebih rumit, meruncing berkesan seram disesuaikan dengan karakter musiknya yang rumit dengan beat – beat super kencang.

Berbeda dengan dengan visualisasi *logotype Cancerbats* yang lebih terkesan kokoh, simple dan tegas sesuai dengan karakter musik *hardcore* yang mereka mainkan.

c. Teks

Teks atau *copywriting* adalah hasil kreativitas dalam mengolah kata – kata untuk menciptakan sebuah makna yang bertujuan untuk menjelaskan obyek dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti dan diterima oleh pembaca. Teks atau *copywriting* dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu :

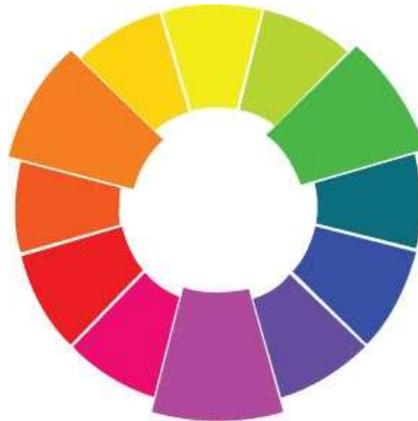
- 1) *Headline* juga disebut dengan judul atau kepala tulisan, merupakan bagian terpenting yang dapat membangkitkan keingintahuan pembaca dan mampu menarik perhatian. Sebuah judul juga harus bisa berfungsi mengkombinasikan watak sebuah tulisan. (Kusmiati. 1999 : 17).
- 2) *Sub Headline* atau sub judul merupakan pelengkap dan keterangan dari judul untuk memperjelas judul atau makna judul. *Sub Headline* menurut Bejo Riyanto dapat diklasifikasikan menjadi delapan yaitu:
 - a) *Identification Headline*: langsung menyebutkan identitas atau nama merek dari produk atau jasa yang ditawarkan.
 - b) *Advice or Benefit Headline*: memberi janji, nasehat, manfaat atau mengarahkan tentang kelebihan produk atau jasa secara langsung.
 - c) *Information or News Headline*: berisi berita atau informasi tentang produk atau jasa.
 - d) *Selective Headline*: penawaran secara langsung kepada konsumen khusus yang menjadi sasaran pesannya.
 - e) *Command Headline*: bersifat anjuran atau perintah kepada konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
 - f) *Question Headline*: dikemukakan dengan gaya bahasa bertanya.
 - g) *Curiosity or provocative Headline*: untuk membangkitkan kecemasan dan ketakutan pada pemirsa bila tidak menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
 - h) *Boast Headline*: membesar – besarkan atau lebih – lebihkan keunggulan produknya.(Riyanto, 2000:16)
- 3) *Body copy* merupakan penjelasan dan memberitahukan secara lengkap tentang produk atau jasa yang ditawarkan , di mana *body copy* merupakan penjabaran logis pada *headline*

- . *Body copy* juga dapat disebut dengan naskah , di mana naskah merupakan kalimat yang menerangkan lebih rinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan, berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir, dan bertindak lebih lanjut (Pujiriyanto, 2005:39).
- 4) *Caption* merupakan tulisan yang menerangkan gambar. *Caption* menunjukkan dan menceritakan apa yang ada dari suatu realita, yang bisa memperhatikan, menceritakan, sehingga dapat membantu pembaca agar bisa menyimpulkan objek yang dibacanya. (Kusmiati. 1999 : 23).
 - 5) Slogan, menurut Rhenald Kasali, slogan merupakan kata – kata yang pada umumnya digunakan untuk lebih meyakinkan dan memperkuat sikap calon pembeli untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan.Slogan dapat berupa kalimat sederhana dan mudah diingat.
 - 6) *Closing Word* merupakan kalimat pendek yang jelas, singkat, jujur, dan jernih yang bertujuan untuk mengarahkan pembaca dalam membuat keputusan (Pujiriyanto, 2005:41).
 - 7) *Splash* Unsur ini memperkuat sarana promosi, dengan tampilan yang menyolok dan mengejutkan.Contoh : WOW , GELEGAR, BOM , dsb. Pendekatan desain dengan unsur tersebut banyak digunakan dalam iklan-iklan yang ditujukan kepada kalangan menengah ke bawah, dimana kalangan tersebut mudah tertarik pada hal-hal yang berbau kejutan (Pujiriyanto, 2005:41).

d. Warna

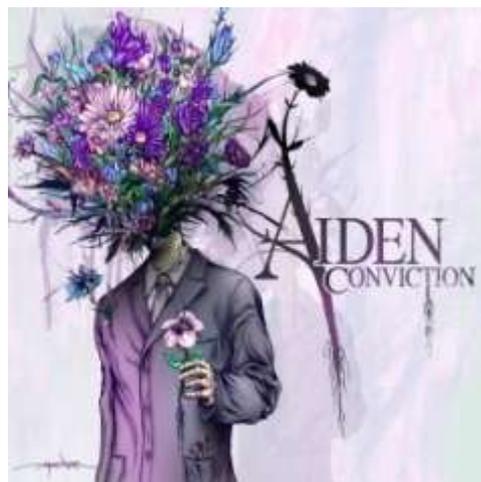
Warna adalah fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur yaitu cahaya, objek, dan observer (dapat berupa mata kita ataupun alat ukur). Di dalam ruangan yang gelap dimana tidak ada cahaya , kita tidak bisa mengenali warna. Demikian juga bila kita menutup mata, maka kita tidak dapat melihat warna suatu objek, sekaipun ada cahaya begitu juga sebaliknya (Dameria, 2007;10). Berikut adalah pembagian warna yang dipakai dalam desain tugas akhir ini :

Warna Sekunder



Gambar 2.9 Gambar Lingkaran Warna Sekunder
(Sumber : senivisual1.blogspot.com)

Menurut teori Brwester warna sekunder hasil pencampuran warna-warna primer. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning , hijau adalah campuran biru dan kuning , dan ungu adalah campuran merah dan biru.

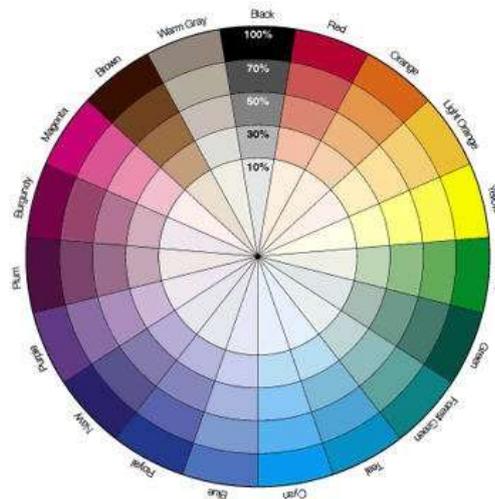


Gambar 2.10 Contoh desain yang menggunakan warna sekunder
(www.eyesuckink.com , 5 Mei 2011)

Gambar diatas adalah salah satu contoh desain sampul album dari group musik *Aiden*, yang menggunakan warna sekunder sebagai warna utama hasil karya dari *Alex pardee* seorang desainer grafis asal amerika.

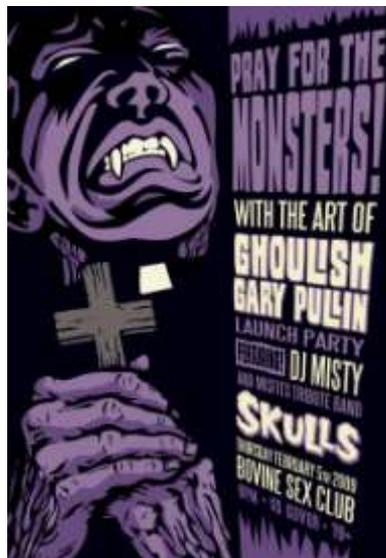
Beberapa teori untuk mengkombinasikan warna agar terlihat harmonis dan indah sangatlah penting diperhatikan dalam suatu proses mendesain. Berikut ini adalah beberapa cara pengkombinasian yang nantinya akan digunakan dalam proses mendesain :

- 1) Kombinasi Nuansa (monokromatik) , yaitu memadukan warna yang sama tetapi berbeda kemurniannya akibat pengaruh *tint* (warna tercampur putih/memucat) dan *shade* (warna tercampur hitam/mengusam). Kombinasi ini mmberi kesan selaras dan lembut tetapi monoton (Sipahelut. 1991 : 99).



Gambar 2.11 Skema keselarasan monokromatik

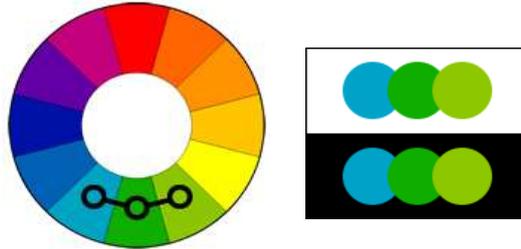
Sumber : Darmaprawira, 2002 : 71



Gambar 2.12 Contoh desain poster Dj Misty yang memakai kombinasi nuansa

(Sumber : www.gigposter.com, 7 mei 2011)

- 2) Kombinasi *Analog*, yaitu paduan warna – warna yang bersebelahan letaknya dalam lingkaran warna. Misalnya ungu dengan merah keunguan atau merah dengan kuning kemerahan.



Gambar 2.13 Warna analog

Sumber : (www.tigercolor.com)



Gambar 2.14 Contoh desain t - shirt the balck dahlia murder yang memakai kombinasi analog

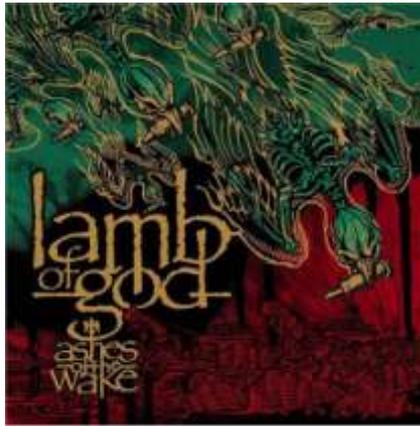
(Sumber : www.theblackdahlia Murder.com , 7 mei 2011)

- 3) Kombinasi warna kontras terpecah / *split complementary*. Misalnya kuning dengan biru ungu dan merah ungu atau kuning jingga dengan biru dan ungu. Istilah terpecah berarti sebuah warna yang dipecah atau dibagi menjadi dua komponen. Kontras dari warna kuning adalah ungu, untuk menjadi terpecah maka warna ungu dibagi menjadi biru ungu dan merah ungu (Darmaprawira, 2002 ; 74).



Gambar 2.15 Skema warna kontras terpecah

Sumber : Darmaprawira, 2002 : 7



Gambar 2.16 Desain cover album *Lamb of God* band yg menggunakan warna kontras terpecah

Sumber : (www.lambofgod.com 27/03/07)

2.1.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Untuk menghasilkan suatu desain media promosi harus mengikuti prinsip-prinsip didalam mengorganisasikan unsur-unsur desain didalam layout agar desain yang dihasilkan memiliki satu kesatuan hubungan yang harmonis dan efektif didalam menyampaikan pesan. Adapun prinsip-prinsip desain tersebut adalah :

1. Prinsip Titik Fokus

Prinsip titik fokus adalah suatu pusat perhatian yang selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian utama. Penjagaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus dilakukan dengan menjadikan segala sesuatu yang berada di sekitar fokus mendukung fokus yang telah ditentukan. Misalnya antara merek dan ilustrasi harus selaras artinya diantara keduanya diperlukan suatu pemfokusan baik dari segi ukuran atau warna yang akan dipilih, ini dilakukan agar konsumen atau khalayak yang melihatnya tidak kebingungan (Adi Kusrianto, 2007: 42).

2. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan atau *balance* merupakan suatu prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa. (Kusrianto, 2007: 38). Prinsip keseimbangan dapat dibagi menjadi :

- 1) Keseimbangan simetris, yaitu keseimbangan antara obyek – obyek yang disusun di sebelah kiri dan sebelah kanan sumbu khayal sama dalam bentuk, ukuran, bangun dan letaknya (Pujiriyanto. 2005:93).
- 2) Keseimbangan asimetris, yaitu susunan keseimbangan yang diperoleh jika bentuk, bangun, garis, ukuran dan volume diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan simetris. Keseimbangan ini banyak digunakan untuk desain modern atau kontemporer (Pujiriyanto. 2005:93).
- 3) Keseimbangan horizontal, yaitu keseimbangan yang diperoleh dengan menjaga keseimbangan antara bagian bawah dan bagian atas (Pujiriyanto. 2005:93).
- 4) Keseimbangan memusat dan menyebar, yaitu keseimbangan yang berpusat pada beberapa titik di mana benda – benda yang menjadi pusat merupakan *vocal point* dalam keseimbangan (Kusrianto, 2007:40).

Keseimbangan dapat dicapai dengan memperhatikan hal – hal sebagai berikut, yaitu:

- 1) Keseimbangan dalam bentuk dan ukuran.
- 2) Keseimbangan dalam warna.
- 3) Keseimbangan karena tekstur.
- 4) Keseimbangan yang terbentuk dari komposisi (Kusrianto. 2007:40).

3. Irama atau Ritme

Ritme (*Rhythm*) biasanya terkait dengan kesan gerak yang ditimbulkan oleh pengulangan elemen. Di dalam pengulangannya itu desainer dapat memberikan aksentuasi atau penekanan tertentu pada desain yang akan dibuatnya. Ritme yang baik dapat memberikan kesan gerakan yang lembut dan berkesinambungan. Irama mampu mengarahkan perhatian dari bagian yang satu ke bagian lainnya. Irama dapat sederhana, namun dapat juga sangat kompleks. Gradasi merupakan jenis irama yang sering digunakan dengan melakukan perubahan secara bertahap terhadap elemen, baik dari segi warna, ukuran, atau nilai, yang diberikan bersamaan dengan pengulangan yang dilakukan (Pujiriyanto, 2005 : 94).

4. Keserasian (*Harmony*)

Prinsip desain diartikan sebagai keteraturan di antara bagian – bagian sebuah karya. Keserasian adalah suatu usaha untuk menyusun berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur, dan elemen-elemen lain dalam satu komposisi yang utuh agar nikmat

dipandang. Serasi atau harmoni bias dicapai dengan kesamaan arah, kesamaan bentuk, dan bangun meskipun berbeda ukuran ataupun dengan tekstur yang bersifat sama. Keserasian dapat dicapai dengan berbagai variasi agar tidak membosankan.(Pujiriyanto, 2005 : 94).

5. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi adalah perbandingan antara satu bagian objek dengan objek lain atau dengan keseluruhannya. Proporsi berbeda dengan skala. Proporsi sangat terkait dengan objek lain yang telah diketahui sebelumnya. Misalnya, ukuran gambar yang serasi untuk *newsletter* jelas kurang proporsional untuk baliho.(Pujiriyanto, 2005 : 94).

Proporsi dapat membantu mengenal bentuk-bentuk visual yang kita lihat setiap hari, proporsi juga berkenaan dengan hal-hal non visual seperti berapa lama waktu yang digunakan untuk bekerja setiap hari. Dalam bentuk visual atau non visual proporsi dapat dibandingkan, diukur dan dianalisa.



Gambar 2.17 Contoh proporsi eksternal dan internal

(Safanayong, 2006:38)

Selain menciptakan harmoni, proporsi dapat membantu lebih mengerti tempat dalam alam semesta. Bentuk harmoni member kesan ekspresi tingkat keteraturan yang lebih tinggi atau bahwa alam semesta yang teratur. Proporsi selain mampu membuat suatu bentuk lebih menarik secara visual, juga dapat meningkatkan fungsi dan komunikasi makna dan juga dapat digunakan untuk membujuk atau menciptakan impresi tertentu.(safanayong, 2006:38-39).

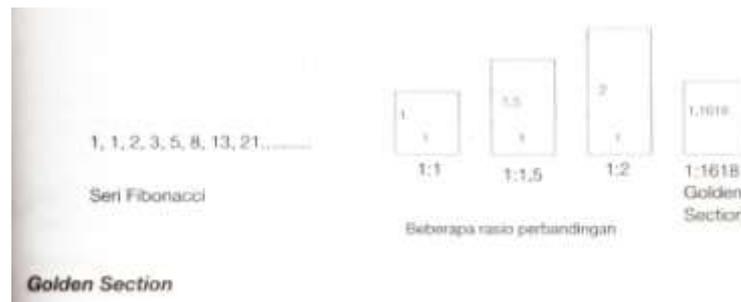
1) Geometri dan Rasio

Titik, garis dan sudut adalah unsur-unsur berguna untuk memahami struktur bentuk-bentuk alam dan buatan manusia, bentuk geometris dapat

menyederhanakan hubungan visual yang kompleks dan telah lama berguna sebagai alat deskriptif.

Melalui geometri dan rasio angka, dapat dikalkulasikan dan dipakai untuk struktur bentuk rasio yang terkenal dalam seni *Fibonacci*, kelompok angka-angka yang utuh ini diberi nama sesuai dengan yang membuktikan pertama, *Leonardo Fibonacci*, ia membuktikan bahwa ada keteraturan rasional dalam alam. Menerangkan struktur bentuk-bentuk alam, kerang nautilus. Pola-pola ini menunjukkan bahwa alam memiliki urutan angka logis dan geometris.

Dalam seri Fibonacci adalah jumlah dari dua angka sebelumnya dan dibagi oleh angka sebelumnya adalah kira-kira 1.1618. sering disebut *Golden Section* dan bentuk geometris yang digunakan dalam sejarah.

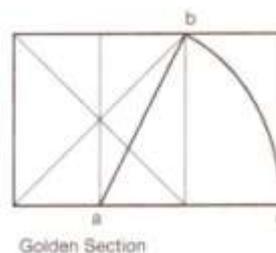


Gambar 2.18 Contoh gambar *Golden Section*

(Safanayong,2006:39)

2) *Golden Section*

Proporsi dasar ini digunakan untuk mencapai keindahan dan harmoni. Pemakaian geometri dalam desain bentuk fungsional dalam sejarah yang paling signifikan ini disebut juga sebagai *Golden Mean* atau *Golden Mean Rectangle*. Proporsional *Golden Section* secara sengaja atau tidak sengaja telah digunakan dalam desain dua dan tiga dimensi.



Gambar 2.19 Contoh persegi panjang dengan *Golden Section*

(Safanayong,2006:40)

Golden Section dapat dilihat dalam beberapa bentuk alami dan dianggap menyenangkan secara visual bagi beberapa budaya.

The Modulo, yang diciptakan *Le Corbusier* memadukan logis, fungsi dan estetis proporsi matematis dengan proporsi manusia. *The Modulo* telah mendukung desain komunikasi visual modern dalam dua hal:

- a) Dapat diaplikasikan secara langsung pada desain halaman.
- b) Dapat mengembangkan desain asimetris dari bentuk simetris dan menjadi inspirasi bagi desainer grafis untuk perancangan system grid dalam layout halaman cetak.

6. Kesatuan (*Unity*)

Prinsip kesatuan adalah prinsip bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis. Untuk mencapai kesatuan tersebut desainer harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras, nilai, format, keseimbangan, titik fokus dan ritme. (Suyanto, 2004 : 67). Sedangkan menurut *Stephen McElroy* (Pujiriyanto, 2005 : 92), kesatuan mengandung pengertian bahwa semua bagian dan unsur grafis bersatu – padu dan serasi sehingga pembaca memahaminya sebagai suatu kesatuan.

7. Prinsip Hirarki Visual

Adalah suatu prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. (Suyanto, 2004 : 64).

Tiga pernyataan penting mengenai hirarki visual yaitu:

- Mana yang anda lihat pertama?
- Mana yang anda lihat kedua?
- Mana yang anda lihat ketiga?

8. Kesederhanaan (*simplicity*)

Kesederhanaan (*simplicity*) bisa dikatakan kalau ditambah terasa menjadi ruwet dan jika dikurangi terasa ada yang hilang. Sederhana tidak berarti harus sedikit, tetapi yang lebih tepat adalah “pas”, artinya tidak lebih dan tidak kurang/proporsional (Suyanto, 2004 : 209).

9. Skala (*scale*)

Skala merupakan ukuran relative dari suatu objek yang akan terlihat setelah membandingkan dengan objek lainnya. Penggunaan skala dapat menciptakan keserasian dan kesatuan objek dalam desain. Skala biasanya dinyatakan dengan ukuran panjang dan lebar. Elemen-elemen yang digunakan memiliki hubungan dalam dalam skala secara konsisten. Penerapan skala dengan peralatan computer lebih mudah dilakukan, yaitu dengan memberikan garis bantu (*grid*). Objek maupun badan manusia dapat juga digunakan untuk skala, misalnya kaki, depa, hasta, dan lain-lain (Pujiriyanto, 2005: 94).

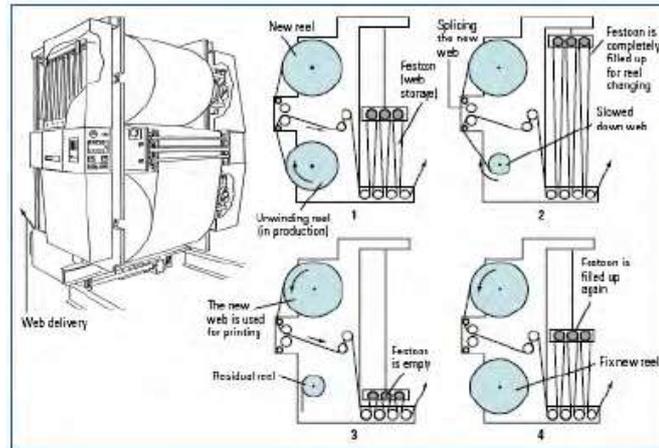
10. Kontras

Kontras bisa selalu ada di dalam komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras sebaiknya ditampilkan seperlunya saja karena bila terlalu berlebihan, akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis (Pujiriyanto, 2005: 94).

2.1.4 Aspek Teknis Perwujudan.

Desain – desain yang akan diwujudkan tentunya harus melewati sebuah proses cetak. Dalam aspek teknis perwujudan akan dijelaskan beberapa teknik cetak yang digunakan untuk mentransfer sebuah desain ke dalam satu media. Dimana proses cetak dan pemilihan teknik cetak sangatlah berpengaruh terhadap hasil desain yang telah dirancang sebelumnya. Untuk itu maka dibawah ini akan dijabarkan beberapa teknik cetak yang akan digunakan pada proses pembuatan tugas akhir ini :

- a) Teknik Cetak Datar (*offset*) : Teknik cetak datar / *offset* menggunakan metode *planographic*. Yaitu bagian yang tercetak dan tidak tercetak terletak pada satu plat dan dibedakan berdasarkan proses kimiawi (Adi Kusrianto, 2007 : 131). Perbedaan dasar antara proses offset dengan proses cetak, antara lain adalah :
 - Tinta (berbasis minyak) tidak bercampur dengan air
 - Tinta pada awalnya dipindahkan dari plat ke *blanket* (karet) dan baru dari blanket ke kertas yang akan dicetak. Proses perpindahan tinta dari plate melalui *blanket* terlebih dahulu baru ke kertas itulah yang menyebabkan proses itu dinamakan *offset*.



Gambar 7.91. Automatic reel stand zero speed dengan festoon vertikal

Gambar 2.20 Gambar Proses Mencetak dengan Mesin *Offset*.

Sumber : www.google.com 12/10/2010



Gambar 2.20 Contoh mesin cetak datar.

Sumber : www.google.com 12/10/2010

- A. Teknik cetak saring (*Screen Printing*) : adalah kegiatan cetak mencetak tanpa menggunakan tenaga mesin , tetapi tenaga manusia yang disebut pula *screen printing* yang artinya suatu kegiatan mencetak dengan menggunakan penyaring yang disebut *monyl*. (Daryanto. 1981; 13). *Screen Printing* juga dikenal sebagai silk screen karena adanya lubang-lubang halus seperti sutera (*silk*). Selain itu, screen printing secara awam juga dikenal dengan tehnik cetak sablon. Pada awalnya, proses itu dibuat secara manual dan sangat sederhana. Stainless steel atau dracon dijadikan sebuah *frame*. *Screen* lalu dipasang membentang dengan bantuan *frame*. Alat selanjutnya adalah rackel yang permukaannya terbuat dari karet berfungsi menyapukan tinta ke permukaan *screen*. Saat ini terdapat mesin cetak *screen*, baik yang flat maupun rotary. Tehnik cetak itu tidak hanya pada kertas, tetapi juga diatas

metal, plastic, kaca, kain, corrugated box, dll. Mesin itu dapat mengatur dengan tepat ketebalan cetak yang diinginkan (Adi Kusrianto, 2007: 133).



Gambar 2.21 Contoh mesin rotari cetak saring (*Rotary Silk Screen Printing Machine*)

Sumber : www.google.com 12/10/2010

- B. Teknik Cetak *Digital Printing* : Untuk teknik cetak yang cepat dan akurat atau teknik cetak dengan hasil yang memiliki presisi dan keakuratan tingkat tinggi tidak lain dilakukan dengan teknologi komputer. Teknologi teknik cetak dengan komputer memiliki jenjang proses lebih cepat daripada teknik cetak lainnya yang sudah diuraikan sebelumnya, dengan teknik cetak dengan komputer beberapa tahapan dalam proses cetak biasa dapat dikurangi sehingga proses cetak dengan komputer jauh lebih cepat prosesnya jika dibandingkan dengan teknik cetak biasa/konvensional. Ini disebabkan karena dalam teknik cetak menggunakan komputer tidak perlu lagi untuk membuat film dan plat seperti cetak *offset* dan saring. Keuntungan yang didapatkan dengan teknik cetak menggunakan komputer, tidak lain kita dapat mencetak berbagai macam media dengan alat cetak yang sama mulai dari bahan kertas (*plain paper*) sampai yang berbahan plastik (*flexy*) teknik ini mampu melebihi bahkan menggantikan teknik cetak lama seperti *offset* dan saring yang membutuhkan proses lebih lama/panjang, berbeda dengan komputer yang hanya membutuhkan waktu beberapa menit untuk mendapatkan jumlah hasil cetak yang sangat banyak (Hardiman, 2006 : 33).



Gambar 2.22 Contoh Mesin *Digital Printing*

Sumber : www.google.com 12/10/2010

2.1.4 Teori Sosial Yang Mendukung Kasus

Adapun teori yang digunakan untuk mendukung kasus adalah teori semiotika dan teori pragmatis.

a. Teori Semiotika

Kata Semiotika berasal dari kata *semeion* (bahasa Yunani), yang berarti tanda, maka semiotika berarti ilmu tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi pengguna tanda (menciptakan dan menyampaikan makna melalui tanda berkenaan dengan komunikasi).

Selalu ada yang beragam makna untuk suatu tanda. Komunikasi selalu melibatkan penafsiran. Semiotika adalah suatu cara atau teknik untuk mengetahui kemungkinan bagaimana tanda atau lambang ditafsirkan. Jika cabang semiotik lain mempelajari ilmu bahasa atau kata, desain menggunakan semiotik untuk memahami makna dalam komunikasi visual.

Semiotika terdiri dari dua aliran utama:

1. Yang bergabung dengan *Peirce* dan tidak mengambil contoh dari ilmu bahasa.
2. Yang bergabung dengan *Saussure* dan menganggap ilmu bahasa sebagai pemandu, guru / pengajar.

1. Menurut *Charles Sanders Peirce* (1839-1914)

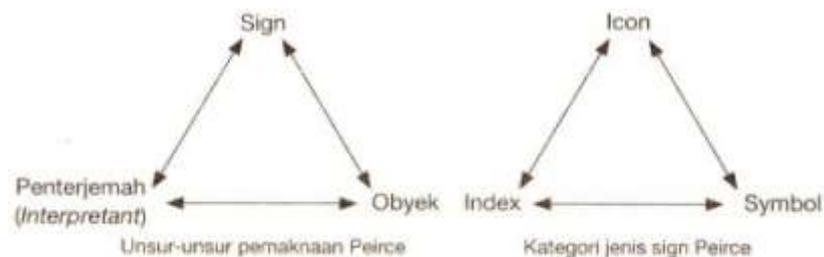
Pierce seorang filsuf yang realis, tidak membuat perbedaan antara isi kenyataan, materi atau ide, filsafatnya dikenal dengan sebuah sebutan *pragmatisme*. Menurut *Pierce*, logika mengakar pada sesuatu yang menyangkut masyarakat, ia yakin manusia berpikir dalam tanda, baginya semiotika sinonim dengan logika. Disamping itu *Pierce* melihat tanda sebagai unsur dalam komunikasi.

Peirce membagi tanda-tanda berdasarkan sifat dasarnya (*ground*):

- a. *Qualisigns* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat.
- b. *Sinsigns* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilannya dalam kenyataan.
- c. *Legisignis* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku secara umum atau kesepakatan berdasarkan konvensi, sebuah kode.

Peirce membedakan tiga macam tanda menurut sifat penghubungan tanda dan denotatum (obyek) :

- 1). *Icon* (tanda-tanda visual) : gambar, ilustrasi, foto dan film.
- 2). *Indek* (indikasi) : member sebab akibat atau koneksi lain, suatu hal yang kita pikirkan.
- 3). *Symbol* (lambang)



Gambar 2.23 Contoh pemaknaan Peirce

(Safanayong,2006:47)

2). Menurut *Ferdinand de Saussure*

Saussure mengemukakan bahwa unit dasar dari bahasa apa saja adalah sebuah *sign* atau *phoneme*. Sebuah *sign* tersusun dari sebuah *signifier* (ekspresi suatu gambar, suara atau kata) dan *signified* (ide dan pemaknaan). Hubungan antara *signifier* dan *signified* adalah berubah-ubah. *Saussure* lebih memperhatikan struktur (*langue*) daripada penggunaan bahasa (*parole*). (Safanayong,2006:48).

b. Teori Pragmatis

Pragmatis berarti bersifat praktis dan berguna secara umum. Pendekatan ini mengutamakan segi kepraktisan dan kegunaan (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 787 : 1991).

2.2 Data Lapangan/Faktual

Data lapangan/ faktual adalah mengenai data yang didapat dari hasil survey ke lokasi perusahaan. Adapun data-data yang telah didapat, dijabarkan sebagai berikut :

2.2.1 Nama Obyek

Objek yang diangkat dalam laporan ini adalah *Scared of Bums*, sebuah nama dari band indie Bali yang memiliki talenta cukup tinggi untuk bersaing di industri musik nasional ataupun internasional. *Scared of Bums* sudah memiliki jam terbang yang cukup tinggi di panggung pentas musik yang diselenggarakan di Bali, sebagian besar dari event yang diselenggarakan oleh sekolah, kampus ataupun *brand – brand* besar, band indie yang satu ini selalu menjadi guest star dalam event tersebut. Untuk skala nasional nama *Scared of Bums* juga sudah memiliki gaung yang bisa dibilang lumayan, dengan beberapa kali tampil di luar Bali dan memenangkan salah satu kompetisi band *indie* yang berskala nasional.



Gambar 2.24 Logo *Scared Of Bums*

Sumber : www.myspace.com/scaredofbumsmusic

a. Sejarah Singkat

Scared of bums terbentuk awal Mei 2003, berawal dari teman bermain musik bareng semasa SMA. Pada awalnya band ini bernama *society threat* tetapi, karena nama itu sama dengan salah satu band dari California, maka diputuskan untuk mengubah nama menjadi *Scared Of Bums*. *Scared Of Bums* sempat mengalami masa vakum dan beberapa kali pergantian personel, karena kesibukan dan ketidakcocokan satu sama lainnya. Selamanya band ini mampu bangkit dan tetap exist sampai sekarang.

b. Biography Band

Basic musik yang dimainkan *Scared Of Bums* adalah *melodic punk* ala *Nofx*, seiring dengan pergantian personel dan bertambahnya *influence* dari masing2 personel, *Scared Of Bums* merasa lebih mantap dengan menyebut *genre music* mereka dengan “*melodic core*”, yang sangat *terinfluence* dengan *sum 41* dan *metallica*. Nama *Scared of bums* diambil dari salah satu judul lagu *Nofx* dari album *heavy petting zoo*. *Nofx* bagi *Scared Of Bums* adalah legenda *melodic punk* teragah sepanjang masa, maka itu mereka memakai nama *Scared of bums* yang memiliki arti kata takut akan gelandangan. Mereka mengambil makna lain dari arti kata ini yaitu tidak ingin hidup seperti para gelandangan yang terlampaui sulit untuk mereka lalui, karena para gelandangan tentunya tidak memiliki pekerjaan sebagai tumpuan hidup, dan sangat miskin akan berkarya serta tidak memiliki ketrampilan apapun. Prinsip inilah yang dipakai para personel *Scared of bums* untuk terus berkarya dan menunjukkan kalau mereka mampu berbicara dikancah indie Bali, national ataupun international “*Never give'up , Let's turn on a fire*”. Usaha mereka tidak sia - sia akhirnya pada awal Januari 2007, *Scared of bums* berhasil merilis dan melaunching album mereka yang bertitled “*Scared Of Bums*” (*self titled*). Prestasi lain yang mampu diraih *Scared of bums* adalah perlahan tapi pasti akhirnya mampu menunjukkan sinarnya di kancah music national. Dengan menjuarai sebuah *event* berskala “*L.A Light indie fest 2007*” dan masuk dalam album kompilasi dari event ini bersama 10 band indie dari berbagai daerah di Indonesia. Undangan untuk *gigs* diluar Bali pun mulai berdatangan untuk *Scared of bums*, maka dengan prestasi ini membuat *Scared of bums* tidak pernah sepi jobs baik di Bali maupun diluar Bali. *Scared of bums* juga dipercaya untuk tampil sebagai band pembuka band - band dari luar negeri diantaranya adalah *Rufio* (USA) dalam konser terakhirnya di Bali pertengahan tahun lalu , *Simple Plan* dan *New Found Glory* (USA) dalam acara Jakarta Jam di Senayan Jakarta. *Scared Of Bums*

beranggotakan 4 orang pemuda yang kebetulan semuanya berasal dari Denpasar dan jarak rumah mereka yang berdekatan. *Band* bagi mereka berempat bukan hanya sekedar tempat untuk bermain musik saja, tetapi lebih dari itu. Mereka menganggap band itu sebagai sebuah ikatan bathin layaknya saudara. Jadi tentu saja selalu ada masalah dan perdebatan baik itu dalam bermain musik ataupun kehidupan sehari – hari tapi semua itu mereka lewati sebagai sebuah pengalaman untuk menuju yang lebih baik tanpa pernah mengesampingkan profesionalisme dalam bermain musik. Band ini sudah berusia 8 tahun, bagi sebuah Band usia ini sudah cukup dibilang mantap untuk terus exist dan berkarya. Dalam usia mereka yang cukup mantap itu, mereka sedang mempersiapkan materi album untuk album ke dua mereka, dan masih tetap mendapatkan tempat di hati para penggemarnya, ini terbukti dengan cukup padatnya jadwal manggung mereka. Ditambah lagi *progress* yang terus mereka lakukan misalnya dengan terlibat di beberapa kompilasi berskala nasional ataupun lokal sesama musisi indie di Bali . (www.musikator.com , Febuari 2011)

c. Management Band

Scared of bums memiliki sistem *management* yang bertujuan untuk mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan Band ini, mulai dari *show schedule*, promo band tour band, marketing album, akomodasi band, dan *merchandise* band. Sebagai sebuah band indie yang sangat ingin maju, *Scared of bums* membangun sistem management yang sangat simple tetapi efektif untuk *mengcover* segala kegiatan dari band ini. Berikut ini adalah struktur management yang dimiliki oleh *Scared of bums* band :

1. *Head Manager* : dikepalai oleh seorang head manager yang bertugas dan memiliki wewenang penuh dalam mengambil semua keputusan yang berhubungan dengan band ini, tentunya selalu dengan konfirmasi kepada seluruh anggota band. Mulai dari band *contact* , *sign* kontrak manggung, promo band dan memilirkan langkah – langkah ke depan untuk band ini adalah tanggung jawab utama dari seorang head manager.
2. *Admin Manager* : memiliki tugas mengatur keuangan dan administrasi yang berhubungan dengan band.
3. *Road Manager* : memiliki tugas mengatur akomodasi dan urusan teknis selama band ini mengadakan performance baik itu tour maupun event.

4. *Merchandise Manager* : memiliki tugas sebagai kepala produksi pembuatan merchandise band yang dibantu oleh *marketing free land* dan *free land graphic designer*.
5. *Head Crew / stage manager* : yang mengepalari teknisi , *sound engineer* dan crew yang bertugas untuk menyiapkan alat – alat dari masing – masing personnel dan memfasilitasi segala keperluan teknis saat band ini melakukan *performance*.

d. General Info

Nama Band	: <i>Scared of bums</i>
Genre	: <i>Metal melodic core</i>
Location	: Denpasar - Bali - Indonesia
Base Camp	: Jl. Durian no.10 Denpasar – Bali
Contact Person	: Dede Flameable (08164701490)
Website	: www.scaredofbums.com
Email	: scaredofbums.bali@yahoo.com
Facebook	: scaredofbums.bali@yahoo.com
Myspace	: www.myspace.com/scaredofbumsmusic
Head Manager	: I Gede Mahatma Dharma S.T a.k.a Dede Flameable
Band Personnel	: Eka a.k.a Bo-Care (Vocal n Rhytm Guitar) Novafuxnbumz (Drum) Aryx (Bass n Scream Vocal) Eka a.k.a Poglak (Lead Guitar)
Fan Base	: Five O Thirteen (5013) Mosphit Crew

a. Discography

- ***Rock after skool 2 compilation (2006)***



Gambar 2.25 cover album

Sumber : *Scared of bums document*

Prod : Pet loseer records

Feat : 12 Indie band from bali

With single : No place like home on the track 1

Produced by : Agung Bagus Mantra / Pregina audio recording

Mixed by : Denny Surya

- ***Scared Of Bums 1st Album , Self Titled (scared of bums) /Januari 2007***



Gambar 2.26 cover album

Sumber : *Scared of bums document*

Produced by : Studio 5 record n Scared of bumS

Mixed & Mastereed by : Dony Lesmana

Feat : 11 track metal melodic core song

All Song by : Scared of bums except Riot City by Total Chaos

Lyrics by : Scared of bums , Wahyu Jinx n Dek Lennon

- **L.A Light Indie fest compilation vol . 02 (2008)**



Gambar 2.27 cover album

Sumber : *Scared of bums document*

Produced by : Fast Forward record n Pt. Djarum Indonesia

Feat : 10 indie band perwakilan dari seluruh wilayah indonesia

With single : Boring on the track 9

Song by : Scared of bums

Lyrics by : Poglak n Wahyu Jinx

- **Flame for able people compilation (2010)**

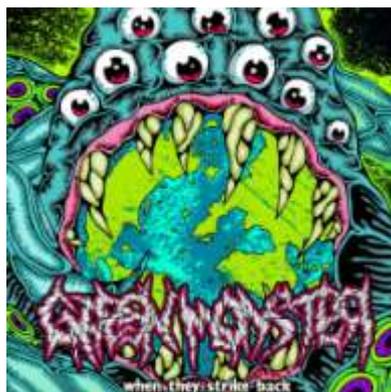
Produced by : Flameable Clothing Company

With single : Destined to live

Song by : Scared of bums

Lyrics by : Wahyu Jinx

- **Green Monster Compilation (2010)**



Gambar 2.28 cover album

Sumber : *Scared of bums document*

Produced by : All band in compilation

With single : Terlalu Serakah

Song by : Scared of bums

Lyrics by : Novafuxnbums n Scared of bums

- ***Growing In Harmony Honda Compilation (2010)***

Produced by : Astra motor Bali

With single : We never give up

Song by : Scared of bums

Lyrics by : Dek lennon

2.2.2 Sarana komunikasi visual yang ada

a. Aplikasi Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual

Untuk mempromosikan Scared of bums band, maka pihak management selama ini menggunakan media promosi berupa stiker, *t-shirt*, pamflet, media *website* n *cover album*. Dari semua media yang sudah ada tersebut menggunakan unsur-unsur visual yang hampir sama sebagai berikut:

a. Warna : Menggunakan warna hitam sebagai background dengan tulisan putih dan warna ungu sebagai identitas dari band ini.

b. Ilustrasi : Menggunakan objek logo band, disertai dengan ilustrasi foto-foto personel band dan ilustrasi *handdrawing*.

c. Teks : Berisi tentang penjelasan atau keterangan tentang profil band lokasi, no. telephone, nama band, genre dan *discography*.

d. Huruf : Menggunakan jenis huruf *arial* , *gothic* , *impact* dan *ransom note* .

e. Material dan Teknik

Material : Untuk stiker menggunakan kertas *vinyl* , untuk *T - shirt* menggunakan kain *cotton combat 32 – s* , untuk pamflet dan *cover album* menggunakan kertas *art paper 150 gr*.

Teknik : Untuk stiker dan *t – shirt* menggunakan teknik cetak *screen printing* / sablon, untuk pamflet dan *cover album* menggunakan teknik cetak *offset*.



Gambar 2.29 : Media Stiker
 Sumber : *Scared of bums document*



Gambar 2.30: Media Website
 Sumber : www.scaredofbums.com , www.myspace.com



Gambar 2.31 : media pamplet
 Sumber : *Scared of bums document*

]



Gambar 2.32 : Media T - Shirt

Sumber : *Scared of bums document*



Gambar 2.33 : Cover cd

Sumber : *Scared of bums document*

2.2.3 Potensi Kasus

Scared of bums band berdiri pada pertengahan Mei 2003, diawali dengan rasa kesamaan dalam bermain musik yang sudah dimulai dari masa sma. Band ini sempat mengalami massa – massa sulit dalam mengembangkan potensinya, mulai dari gonta – ganti personel sampai kesulitan memperoleh job manggung, tapi perlahan tapi pasti semuanya dapat dilewati dengan semangat kebersamaan yang mereka miliki. Dalam kurun waktu 4 tahun akhirnya *Scared of Bums* mampu merampungkan album pertama mereka yang bertajuk *Scared of Bums (self titled)*. Jadwal manggung dan prestasi mereka pun juga semakin menunjukkan titik cerah dan peningkatan yang sangat

signifikan , itu dikarenakan potensi dan skil bermusik dari anggota band ini mampu bersaing dan lagu – lagu mereka juga dengan mudah dapat diterima oleh kaum muda, khususnya di Bali dan Indonesia secara umumnya. Untuk menunjukkan eksistensi mereka dalam bermusik, *Scared of Bums* berencana untuk mengeluarkan album ke dua mereka pada pertengahan tahun 2011, bisa dibbilang penantian yang panjang untuk sebuah album bagi para fans mereka. Tetapi moment inilah yang akan dipakai sebagai daya tari utama dalam penjualan album mereka nantinya, dimana para fans dan penikmat musik sangat merasa penasaran dan menantikan album ke dua dari *Scared of Bums*. Tentunya selain materi album yang digarap harus lebih baik dan greget dari album pertama, media promosi juga sngat berpengaruh pada penjualan album nantinya. Oleh karena itu, promosi album ke dua *Scared of Bums* melalui media komunikasi visual menarik dan tepat guna, sangat diperlukan mengingat pentingnya media komunikasi visual sebagai penunjang penjualan album dan pembentuk image band itu sendiri .

2.2.5 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencapai target yang akan dituju. Pemasaran merupakan proses manajemen yang bertanggung jawab terhadap identifikasi,antisipasi, serta pemenuhan kebutuhan konsumen dalam waktu yang bersamaan menciptakan keuntungan perusahaan

Strategi pemasaran menurut *Philip Kotler* terdiri dari :

a. *Product*

Adalah penjelasan mengenai album musik yang ditawarkan *Scared of Bums* ini menawarkan album ke dua mereka yang bertitled “ *Let’s turn on a fire* “ , dan beberapa merchandaise pendukung lainnya dari band ini .

b. *Price*

Adalah harga yang ditawarkan *Scared of Bums* dari album musik dan *merchandaise* yang akan dipasarkan pada pertengahan 2011 .

Price list / Daftar harga :

CD album ke dua *Scared of Bums*

1 item CD : Rp. 35.000,00

T – Shirt Scared of Bums :

1 item T – shirt : Rp . 100.000,00

Poster , Stiker n Pin *Scared of Bums :*

1 pack : Rp. 30.000,00

All item include : Rp. 150.000,00

c. *Place*

Adalah mengenai dimana saja produk dari *Scared Of Bums* tersedia. Produk dari band ini bisa didapatkan melalui jejaring sosial internet yang band ini miliki (*facebook* , *my space n website*) dan juga Distro – Distro di sekitaran Denpasar sampai Kuta .

d. *Promotion*

Adalah apa saja tindakan promosi apa saja yang telah dilakukan *Scared of Bums* mempromosikan produknya. Media promosi yang telah tersedia di perusahaan ini adalah media promosi berupa stiker, *t-shirt*, pamflet, media *website* n cover album.

2.2.6 Target Segmentasi Pasar

Pada bagian ini dapat diuraikan target pasar, dari produk yang dipromosikan lewat obyek perancangan desain komunikasi visual. Hal ini dapat dibagi menjadi 4, yaitu :

Demografi

Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan/golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, besarnya keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial, peninjauan dilakukan terhadap khalayak sasaran yang akan diperuntukkan di dalam merancang media komunikasi visual.

Geografi

Berdasarkan segi geografi yang berubah berkenaan dengan daerah, besarnya kota atau era metropolitan, kepadatan dan iklim termasuk semua hal yang menyangkut geografi.

Psikografi

Psikografi adalah salah satu istilah gaya hidup-pola orang menjalani hidup dan menggunakan waktu dan uang. Psikografi merupakan gabungan antara *personality* dengan preferensi gaya hidup.

Behaviour

Behaviour berarti tingkah laku, perilaku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Dalam strategi media behaviour dari masyarakat sangat perlu diperhatikan, karena hal ini berpengaruh terhadap media yang digunakan untuk promosi. Behaviour meliputi kesenangan masyarakat dll.

Dalam upaya promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums* ini target demografi yang digunakan menasar pada semua kelas sosial dari bawah , menengah

sampai atas lebih cenderung ke kaum muda. Maka promosi lebih difokuskan pada kalangan anak muda. Pada faktor geografi, mengingat letak base camp Band ini di pinggiran kota, maka promosi difokuskan di daerah kota dan selebihnya di desa yang tidak terlalu jauh dari kota. Sehingga penempatan media promosi lebih terarah dan tepat sasaran tanpa membuang-buang biaya. *Scared of bums* jika ditinjau dari segi psikografis, media-media yang dirancang nantinya diharapkan mempengaruhi psikologis dari khalayak sasaran agar mau, membeli produk – produk dari Band ini dan menambah jadwal manggung Band ini. Maka dari itu media - media promosi nantinya dirancang memberikan kesan surprise/ berbeda dari yang sebelumnya pernah ada, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, pada *behaviour* meliputi kesenangan masyarakat, -oleh karena itu media-media yang dibuat hendaknya mampu mewakili perilaku masyarakat terhadap kebutuhan akan produk dari Scared of Bums band, baik itu album musik mereka yang terbaru ataupun merchandise pendukungnya. Maka dari itu media-media dipilih nantinya bersentuhan langsung dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh konsumen yang dalam hal ini adalah kaum muda, baik itu pelajar, musisi-musisi dan pelaku industri musik. Contoh media nya cover cd, iklan untuk majalah musik dan *web banner* untuk di situs-situs musik dan *t - shirt*.

2.3. Analisis dan Sintesis

2.3.1. Analisis

a. Analisis Teori

Proses analisis data menggunakan metode analisa *Kualitatif Komparatif* yaitu dengan membandingkan data-data aktual dengan data-data faktual atau dengan kata lain dengan memperhatikan hubungan sebab-akibat antara data aktual dengan faktual, sehingga pada nantinya bisa ditarik kesimpulan mengenai desain yang tepat digunakan dalam mempromosikan album ke dua *Scared of bums Band*.

Di bawah ini adalah substansi yang akan dianalisis :

1. Media

Merupakan alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk (Tim penyusun, 2001:726). Untuk mempromosikan bandnya Scared of Bums selama ini menggunakan hanya beberapa media promosi seperti : stiker, *t-shirt*, pamflet dan media *website*. Secara umum praktisi periklanan membagi media iklan kedalam 2 bagian, yaitu:

- Media Lini Atas (*above-the-line-media*)
Adalah kelompok media promosi yang memerlukan media luar ruang dan melalui sarana media komunikasi massa, misalnya media cetak (iklan surat kabar, iklan majalah, poster dan sebagainya), media elektronik baik media audio maupun audio visual (radio, televisi, film, video, dan sebagainya), serta media luar ruang atau *outdoor media* (*billboard*, spanduk, *neon sign*, *painted bulletin* dan sebagainya). Pada umumnya biro iklan bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut. (Rijanto, 1997:131)
- Media lini bawah (*below-the-line media*)
merupakan kelompok media promosi yang tidak memerlukan media luar ruang, artinya tidak melibatkan pemasangan iklan pada media komunikasi massa atau tidak memberikan komisi kepada perusahaan iklan. Media lini bawah sering dijadikan pilihan kegiatan berpromosi yang memerlukan gerak cepat dengan anggaran terbatas, terutama dalam menaikkan angka penjualan (*direct selling*) secara dramatik. Kelebihan promo media lini bawah adalah: efektifitas waktu dan kecepatan penyampaian informasi kepada kalayak sasaran, penguatan citra yang relatif tanggap di benak konsumen, nilai finansial yang dikeluarkan lebih ekonomis, timbal balik dan reaksi khalayak sasaran terhadap kegiatan berpromosi melalui media lini bawah cukup menjanjikan. Tenggang waktu pemanfaatan media lini bawah sangat fleksibel, terdiri dari media seperti *direct mail*, *exhibition* (pameran), kalender, agenda, *gift*/tanda mata (gantungan kunci dan lain-lain), serta *point of sale display*. (Ibid, 1997:131)

Untuk mempromosikan bandnya Scared of Bums selama ini menggunakan hanya beberapa media promosi seperti : stiker, t-shirt, pamplet dan media website. Dari segi kualitas media yang digunakan selama ini cukup baik dan sudah mampu mewakili band ini . Untuk mendukung kegiatan promosi album ke dua mereka, maka media yang telah ada perlu ditambah atau diredisain disesuaikan dengan konsep album, khalayak sasaran yang dituju dan penggunaan aspek-aspek visual Desain Komunikasi Visual seperti ilustrasi, teks, huruf, warna disesuaikan dengan *trend* yang berlaku saat ini. Untuk itu dalam mewujudkan media promosi nantinya akan dilakukan pemilihan alternatif media sehingga media promosi yang dipilih akan lebih bervariasi.

2. Ilustrasi

Dalam perkembangannya ilustrasi tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, namun juga menghiasi ruang kosong misalnya dalam majalah, koran, buku, dan lain-lain (Pujirianto, 2005: 41). Ilustrasi yang terdapat pada media yang sudah ada menggunakan ilustrasi *hand drawing* dan fotografi, kesan yang ditampilkan adalah keceriaan dan masa muda yang ekspresif. nantinya di album ke dua band ini media promosinya masih menggunakan ilustrasi *hand drawing* dan fotografi yang nantinya akan disesuaikan dengan konsep album mereka tetapi akan ditampilkan kesan pendewasaan. Fungsi ilustrasi yang digunakan dalam promosi album *Let's turn on a fire Band Scared Of Bums* nantinya adalah untuk menarik perhatian, merangsang minat pembaca terhadap keseluruhan pesan, memberikan eksplanasi atas pernyataan, menonjolkan keistimewaan daripada produk, memenangkan persaingan, menciptakan suasana khas, dramatisasi pesan, menonjolkan suatu merek atau semboyan dan mendukung judul iklan.

3. Warna

Dengan lumayan banyaknya band *indie* di kawasan Denpasar, maka *Scared of Bums* perlu memiliki desain yang memiliki ciri khas tersendiri sehingga mudah diingat sekaligus menjadi image band tersebut di masyarakat. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah melalui warna. Warna juga dapat mewakili identitas dari perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini warna yang dipilih adalah warna yang merupakan ciri khas dari *Band* ini yaitu warna ungu sebagai *head line* nya, dipadukan dengan warna yang bersebelahan dengan warna ini.

4. Teks

Teks/naskah adalah kalimat yang menerangkan lebih rinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan, berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir, dan bertindak lebih lanjut. (Pujiriyanto, 2005 : 39). Dalam perancangan media promosi *Scared of Bums*, teks hendaknya singkat padat dan jelas serta, mengandung ajakan karena berpromosi tidak diperkenankan memakai teks yang bertele-tele hal ini akan membuat khalayak sasaran malas untuk membaca informasi yang disampaikan, teks yang akan digunakan juga harus mudah diingat, serta bersifat menggambarkan apa yang ditawarkan band ini.

5. Huruf & Typografi

Menurut kamus *The New Grolier Webster International*, tipografi adalah seni mengatur (setting dan pengaturan) huruf (type) dan kemudian mencetaknya (Ibid

2006:90). Dalam perancangan media promosi Scared of Bums band salah satu unsur yang harus diperhatikan yaitu pemilihan jenis-jenis huruf yang akan dipergunakan nantinya. Mengingat huruf juga berperan sebagai identitas dari sebuah Band. Jenis huruf yang baik digunakan adalah jenis huruf yang mudah dibaca pada jarak tertentu, dan tidak bervariasi karena semakin huruf itu bervariasi orang akan sulit membaca dalam waktu singkat.

6. Ukuran dan Bahan

Berapapun ukuran iklan yang dikerjakan, tulisan serta gambar visualnya harus disusun secara proposional dengan ruang yang tersedia. Sedangkan bahan yang digunakan harus sesuai dengan media promosi yang akan digunakan. (Kusriyanto, 2004:75). Bahan yang digunakan hendaknya bahan yang sesuai dengan kebutuhan percetakan dan mempertimbangkan pada anggaran biaya yang tersedia. Bahan yang dipilih akan mempengaruhi hasil cetakan.

7. Teknik Cetak

Teknik Pembuatan benda-benda cetak meliputi berbagai variasi sebagai berikut : sistem cetak tinggi, sistem cetak datar, sistem cetak dalam, flexography, sistem cetak saringan, dan sistem cetak digital (Daryanto, 1986:2). Teknik cetak disesuaikan dengan bentuk, jenis bahan dan kebutuhan dari media yang dirancang. Dengan memperhitungkan sebaiknya mana teknik cetak yang paling sesuai dan efisien baik itu teknik cetak *offset*, sablon maupun *digital printing*.

b. Analisis Faktual

Dalam perancangan tugas akhir ini menggunakan analisis faktual yaitu data-data yang didapat untuk pembuatan tugas akhir studio di lapangan sesuai dengan sebenarnya yang ada di lapangan meliputi :

1. Media

Media informasi dan promosi yang telah ada untuk media lini bawah adalah stiker, *T – shirt*, pamflet dan cover album, sedangkan untuk media lini atas adalah *website* .

2. Ilustrasi

menggunakan ilustrasi hand drawing dan fotografi. Ilustrasi hand drawing digunakan untuk menggambarkan ikon gelandangan yang dipakai sebagai identitas band , kemudian ilustrasi tersebut diaplikasikan dalam beberapa media

. Selain itu menggunakan ilustrasi fotografi menampilkan profile dari personel band ini .

3. Huruf

Jenis huruf yang digunakan adalah dekoratif dan *sans serif* (tidak berkait). Pilihan jenis huruf divariasikan sehingga terlihat indah namun tetap mudah dibaca dan tidak mengganggu informasi yang hendak dibawakan.

4. Teks

Headlines rata-rata memakai nama band, sedangkan *body copy* memakai tentang penjelasan atau keterangan tentang semboyan, tahun berdiri dan genre dari band ini .

5. Warna

Warna yang digunakan sebagian besar memakai warna ungu, serta warna yang bersebelahan dengan warna ungu dan memakai warna netral seperti putih, dan hitam sebagai pendukung. Pemakaian warna sudah tepat karena dapat menampilkan ciri khas band ini lewat warna.

6. Ukran dan Bahan

Bahan yang digunakan berupa kertas art paper, kain cotton, plastisol ink dan perangkat lunak pada dunia maya internet. Ukuran dan bahan sudah sesuai dengan media yang sudah ada.

7. Teknik Cetak

Menggunakan teknik *offset*, *digital printing*, *screen printing* dan tehnik *editing* komputer melalui perangkat lunak. Tehnik cetak yang dipakai sudah sesuai dengan ketentuan yang ada.

c. Analisis Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mengumpulkan data yang digunakan untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui komunikasi dan tanya jawab diantara sumber informasi dengan peneliti. Wawancara dilakukan antara lain dengan manager dari *Scared Of Bums*, yaitu saudara Dede *Flameable*, pada tanggal 19 Januar 2010. Diterangkan bahwa *Scared Of Bums* adalah salah satu band indie Bali yang multi talenta, ini terbukti dengan prestasi – prestasi yang mampu diraih oleh *Scared Of Bums* baik lokal maupun nasional . *Scared Of Bums* juga masih mampu bertahan sebagai langganan *event – event* musik yang ada di Bali khususnya Denpasar dan sekitarnya tetntunya dikarenakan

kualitas dan skill musikalitas mereka yang bagus dan patut diperhitungkan . Di tengah gempuran kemunculan *band indie* yang semakin semarak dan meningkatnya permintaan fans mereka akan materi lagu yang baru , Band ini memutuskan untuk segera berproses dan merelease album mereka yang rencananya akan di launching sekitaran bulan Maret 2011. Itu adalah suatu hal yang sempat sedikit terlupakan karena lumayan padatnya jadwal manggung mereka , tapi sedikit demi sedikit materi album baru *Scared of bums* sudah mulai rampung. Lebih dewasa dalam bermusik dan juga lirik itu yang ingin ditekankan dalam album baru mereka. Album ini bertajuk *Let's turn on a fire* yang dalam makna kiasannya diartikan “ ayo kobarkan semangat mu “ , mengambil makna lain api yang diartikan sebagai semangat pantang menyerah. Untuk itu dalam mewujudkannya atau menginformasikannya memerlukan media promosi yang tepat dan bervariasi sehingga bukan hanya mampu bertahan lama tertanam dalam benak konsumen, tetapi harus mampu menggerakkan khlayak khususnya kaum muda baik itu pelajar, musisi-musisi dan pelaku industri musik lainnya untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh *Scared Of Bums*.

2.3.2 Sintesa

a. Media

Media komunikasi visual yang akan didesain untuk promosi, berdasarkan efektifitas dan fungsional serta kemampuan perusahaan antara lain untuk media lini atas adalah Poster, Iklan majalah , Baliho , *x - banner* dan, *Banner*. Sedangkan untuk media lini bawah adalah Stiker, Kemasan *Compact disc*, *T-shirt*, *Goody bag* dan Katalog.

b. Ilustrasi

Akan menggunakan hasil ilustrasi dekoratif yang menggunakan teknik gabungan fotografi dengan hand drawing. Ilustrasi-ilustrasi berupa foto dan hand drawing kemudian diolah menggunakan komputer dengan program *Adobe Photoshop* dan program *Corel Draw* untuk menghasilkan tampilan yang lebih menarik.

c. Warna

Warna-warna yang akan digunakan menggunakan tersier seperti warna identitas band yaitu ungu sebagai titik fokusnya, dengan dilengkapi warna-warna analog dan warna netral yang bersifat melengkapi dan sebagai penekanan saja, tanpa harus mengurangi fokus dari media. Warna yang dipilih memberikan kesan satu kesatuan dan memberikan image, ciri khas dari band ini .

d. Huruf

Menggunakan Jenis huruf yang digunakan adalah dekoratif dan *sans serif* (tidak berkait) Sehingga jenis huruf tersebut dapat dipadukan sesuai dengan ilustrasi yang digunakan dan dapat membawa ciri khas atau identitas perusahaan tanpa menghilangkan maksud dan pesan yang dibawakan media.

e. Teks

Pada *headline* masih menggunakan nama band, sedangkan pada *body copynya* menggunakan teks disusun berupa kata-kata/kalimat yang memberikan informasi tentang produk dan menjelaskan scared of bums band itu sendiri. Selain itu *body copy* juga akan memakai kalimat yang bersifat membujuk dan mempengaruhi sasaran yang dituju secara singkat, jelas, informatif, mudah dipahami, mudah diingat, dan profesional.

f. Ukuran dan Bahan

Ukuran dan bahan setiap media promosi berbeda sesuai dengan jenisnya masing2 :

- 1) *Banner* : *ColyBrite* (75 cm x 300 cm)
- 2) *Poster* : *Art paper* 210 gsm (42 cm x 60 cm)
- 3) *Baliho* : *Coly Brite* (3 m x 4 m)
- 4) *X - Banner* : *Coly Brite* (60 cm x 160 cm)
- 5) *Iklan Majalah* : *Art Paper* (120 gsm)
- 6) *T - Shirt* : *Kain Cotton 32' S* (all size)
- 7) *Stiker* : *Vinyl* (10 cm x 7 cm)
- 8) *Kemasan Compact Disc* : *Art Paper* 250 gsm (38 cm x 18 cm)
- 9) *Goody Bag* : *Kain Poring* (29 cm x 42 cm)
- 10) *Katalog Pameran* : *Art Paper* 210 gsm (21 cm x 29.7 cm)

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang akan digunakan disesuaikan dengan jenis media kampanye yang akan dibuat. Adapun spesifikasi pemakaian teknik cetak yang akan digunakan dalam setiap media adalah:

Teknik cetak *offset* :

- 1) *Kemasan Compact Disc*
- 2) *Poster*
- 3) *Iklan majalah*

Teknik Cetak *sablon* :

5) *T-shirt*

6) Stiker

7) *Goody Bag*

Teknik Cetak *digital* :

7) Baliho

8) *X - Banner*

9) *Banner*

10) Katalog Pameran

BAB III KONSEP DESAIN

3.1. Konsep Dasar Perancangan

Scared of Bums adalah salah satu band *indie* Bali yang bermarkas di kota Denpasar. Kiprah 4 orang anak muda energik ini di kancah musik *indie* Bali sudah tidak perlu diragukan lagi, terbukti dari sebgayaan besar *event* musik yang diselenggarakan di Bali selalu ada nama *Scared of Bums*. Prestasi mereka di kancah musik nasional juga dibilang cukup gemilang, *Band* ini pernah menjuarai salah satu event musik *indie* yang diadakan oleh merek rokok, ber skala nasional yang secara otomatis mendongkrak pamor mereka di industri musik *indie* Bali dan nasional. Setelah merilis album perdana mereka pada tahun 2003 silam dan beberapa album kompilasi, di pertengahan tahun 2011 nanti band ini akan merilis album ke dua mereka yang bertajuk "*Let's turn on a fire*".

Di album ke dua nya, band ini ingin menunjukkan pendewasaan diri mereka. Baik itu secara musikalitas, *lyrics*, *artwork* dan segala hal yang menyeluruh menyangkut pembentukan Image dari *Band* ini. Tetap di *genre* musik yang sama dengan album pertama yaitu *metal melodic core*, akan dimunculkan 10 *track* yang semuanya merupakan lagu terbaru ciptaan mereka sendiri. Dalam penyampaian *lyricnya* tidak hanya mengenai tentang kehidupan individu saja tetapi lebih meluas ke masalah – masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Kritik, kepedulian, kebersamaan dan ajakan semuanya dituangkan lewat lagu – lagu dalam album ke dua nya. Untuk mempromosikan album ke dua *scared of bums*, diperlukan media komunikasi visual yang tepat guna dan sasaran serta sesuai dengan judul abum ke dua *Scared of bums* yaitu "*Let's turn on a fire*" yang dalam pengertian kiasannya berarti ayo kobarkan semangat mu. Untuk mewakili hal tersebut maka dipilihlah konsep Propaganda.

Propaganda adalah sebuah upaya disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi alam pikiran, dan memengaruhi langsung perilaku agar memberikan respon sesuai yang dikehendaki pelaku propaganda (<http://id.wikipedia.org/wiki/Propaganda>), Dalam *Everyman's encyclopedia* disebutkan bahwa propaganda merupakan suatu seni untuk menyebarkan dan

meyakinkan suatu kepercayaan, khususnya kepercayaan agama, politik, dan kehidupan sosial. Konsep propaganda pertama kali digunakan pada tahun 1622, *Paus Gregorius XV* membentuk Kongregasi Suci Katolik Romawi untuk penyebaran keimanan, atau *Sacra Congregatio Christiano Nomini Propagando*, yang disingkat Propaganda Fid. Pada abad ke -18 dan ke-19 propaganda dipergunakan di Eropa dalam arti lebih luas. Selain berkaitan dengan penyebarluasan keyakinan politik dan agama, istilah tersebut juga banyak di pakai dalam iklan-iklan komersial. Konsep propaganda modern terbentuk pada masa PD 1, bahkan mulai dikaitkan dengan hal-hal buruk, seperti peneroran, penipuan, pembohongan, pemanipulasian, dan berbagai atribut negatif lainnya. Proses produksi propaganda juga mulai melibatkan banyak pihak antara lain pakar komunikasi, psikolog, seniman, dan desainer. Dengan kata lain, propaganda merupakan hasil dari proses komunikasi lintas disiplin dengan menggunakan teknologi cetak, fotografi, seni lukis, seni grafis, hingga media elektronik. Propaganda merupakan alat yang sangat ampuh karena khalayak sasaran sering tidak menyadari bahwa pesan yang disampaikan dirancang secara khusus untuk memanipulasi dirinya secara emosional demi kepentingan si penyebar pesan. (celoteh anak desain.blogspot.com 18/03/07). Berikut adalah contoh desain poster yang menggunakan konsep propaganda :



Gambar 3.1 Poster Komersial permen m & m
(Sumber : www.smashingmagazine.com 27/05/08)

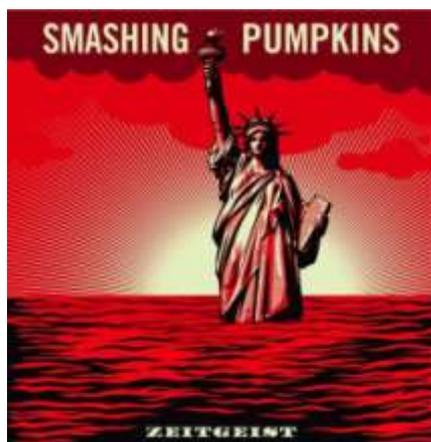
Poster diatas adalah hasil karya dari *William Orpen* , dibuat di inggris pada tahun 1917. Merupakan iklan komersial permen M & M yang menggunakan konsep propaganda. (Sumber : www.smashingmagazine.com 27/05/08). Di era 2000 an konsep propaganda semakin banyak digunakan dalam mempromosikan suatu produk tertentu dalam berbagai industri. Salah satu contohnya adalah dalam industri musik. *Shepard Fairey* adalah seorang desainer kontemporer lulusan *Rhode Island School of Design*, Amerika yang menggunakan konsep propaganda dalam desain – desain nya. Karya-karyanya kebanyakan bersifat politis dan agak ke-kiri-kiri-an alias berbau subversi dan berbumbu rebel. Selain poster, *t-shirt* dan stiker propaganda, dia juga merancang berbagai artwork musik, seperti misalnya cover album *Led Zeppelin*, *Smashing Pumpkins*, *Black Eyed Peas*, dsb.(blockfanzine.blogspot.com 25/01/09). Berikut adalah contoh karyanya :



Gambar 3.2 Poster *Dashboard Confessional*



Gambar 3.3 Poster *Led Zeppelin*



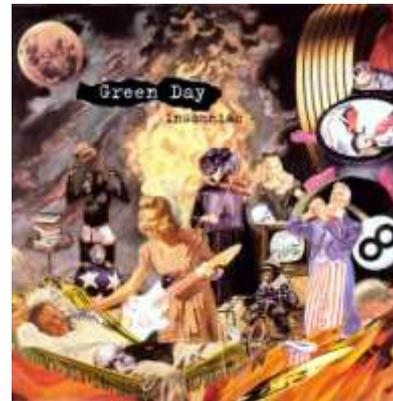
Gambar 3.3 cover album musik *Smashing Pumpkins*

(sumber : www.obeygiant.com 11/08/08)

Konsep propaganda dipilih karena sesuai dengan judul album ke dua *Scared of Bums*. Dimana dalam penyampaian pesannya nanti akan menampilkan ilustrasi yang menggambarkan suasana penuh semangat dan pantang menyerah hal ini senada dengan misi yang ingin disampaikan dalam album *Lets turn on a fire Band Scared of Bums*. Dimana dalam penyampaian pesannya nanti akan menampilkan ilustrasi yang menggambarkan suasana penuh semangat dan pantang menyerah hal ini senada dengan misi yang ingin disampaikan dalam album ke dua *Scared of Bums*. Dalam pengerjaannya ilustrasinya akan menggunakan teknik kolase yang menggabungkan antara ilustrasi *hand drawing* dengan fotografi. Teknik kolase dipilih untuk menampilkan kesan *street art* yang identik dengan musik yang *Scared of Bums* mainkan. Berikut adalah contoh media dari group band yang menggunakan teknik kolase :



Gambar 3.4 Poster *Sum 41*



Gambar 3.5 Cover Album *Green Day*

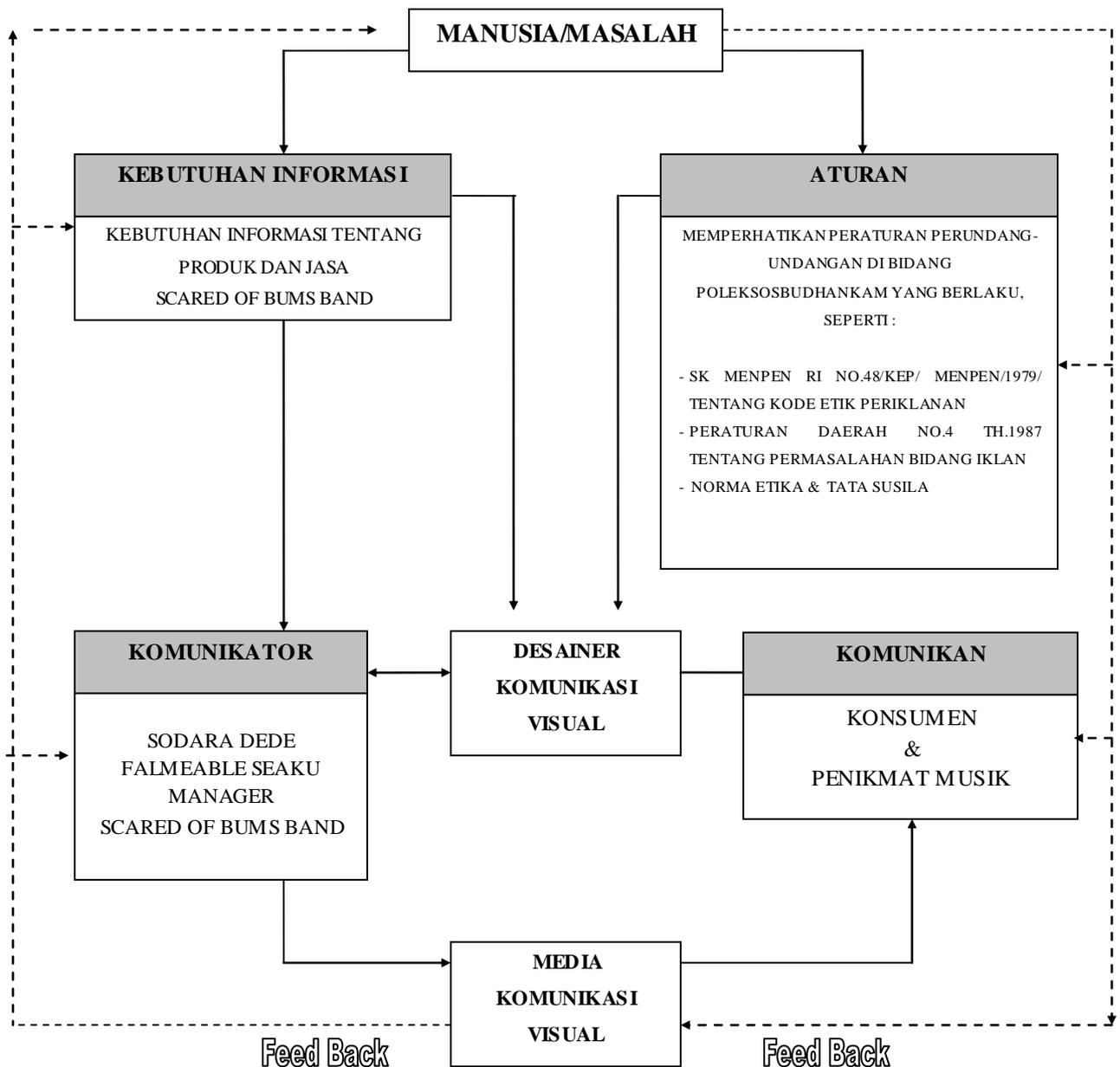
(sumber : www.smashingmagazine.com 31/03/07)

Warna yang akan ditampilkan menggunakan warna ciri khas dari band ini yaitu ungu sebagai warna pokok. Dipadukan juga dengan warna – warna analog dari ungu yaitu merah dan kuning sebagai pelengkap. Dipilih warna analog untuk menimbulkan kesan selaras pada media yang akan dibuat nantinya. Sebagai warna dasar dan penekananya tetap digunakan warna yang netral yaitu hitam dan putih. Semua aspek dari konsep yang disebutkan diatas diharapkan mampu untuk membentuk *image* dan mewakili misi yang dibawa pada album ke dua *Scared of Bums*.

3.2. Pola Pikir

Salah satu hal penting agar kegiatan promosi ini dapat difungsikan secara maksimal dan tepat sasaran adalah dengan memahami terlebih dahulu pola pikir perancangan.

Dalam hal ini manusia sebagai makhluk sosial sangat membutuhkan hal yang disebut informasi. Maka dari itu diperlukan media komunikasi visual agar informasi yang hendak disampaikan komunikator kepada masyarakat dapat menjadi informasi yang menarik dan komunikatif. Untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan perancangan media komunikasi visual yang dapat menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan rancangan yang menarik, informatif, dan komunikatif. Namun penyampaian pesan tersebut tidak terlepas dari norma-norma atau aturan yang berlaku di masyarakat. Penjelasan di atas dapat digambarkan dengan bagan skema pola pikir dibawah ini.



Keterangan :

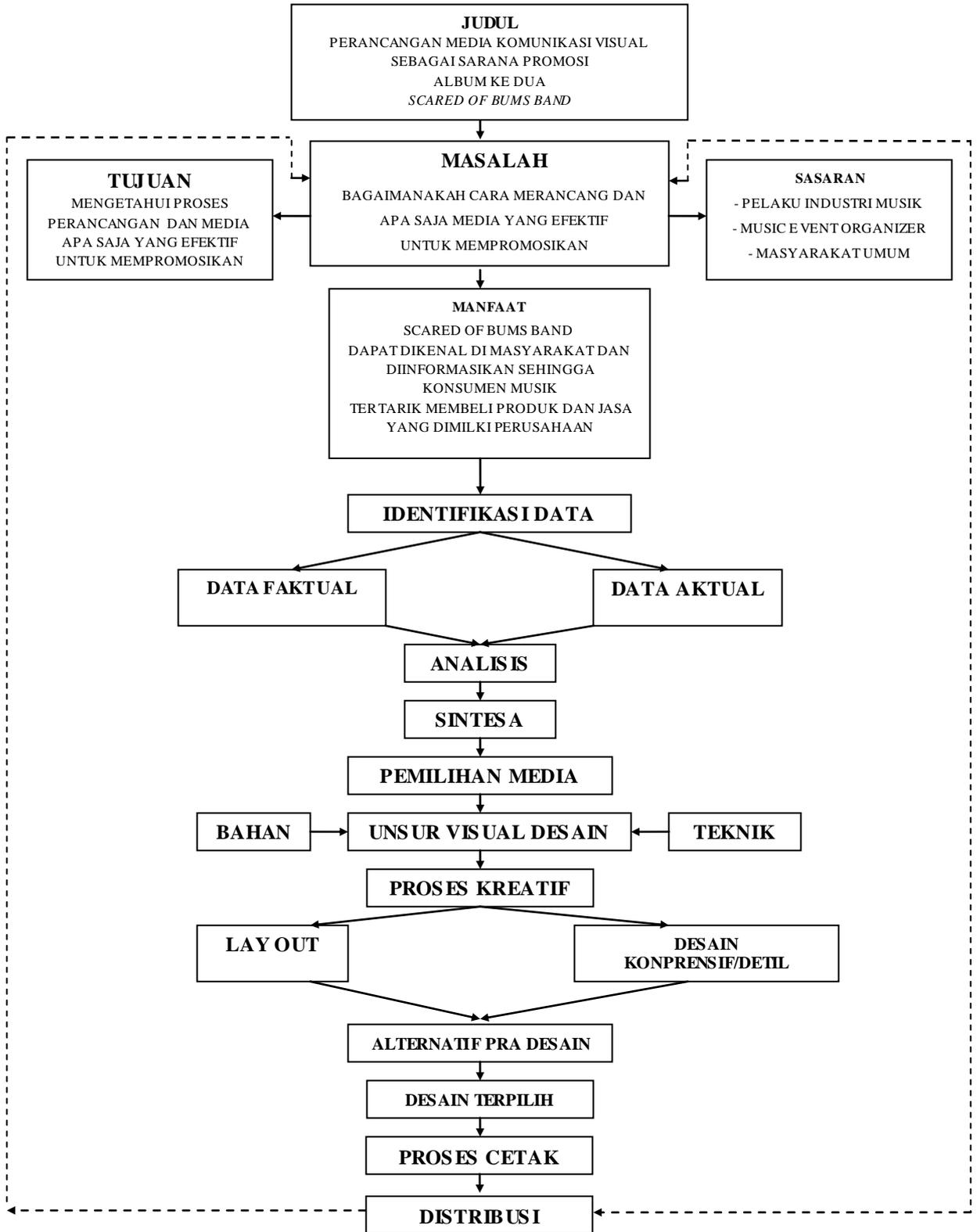
- : Berhubungan langsung
- ↔ : Saling mempengaruhi.
- - - → : Saling mempengaruhi.

Gambar 3.6 Skema pola pikir perancangan media komunikasi visual dalam promosi album ke *Let's turn on a fire Band Scared Of Bums*

Pada skema pola pikir diatas dapat dijelaskan bahwa manusia menimbulkan adanya suatu masalah dalam hal ini membutuhkan suatu informasi mengenai informasi promosi Album ke dua *Scared of Bums* yang akan dirilis

pertengahan tahun 2011 nanti. Kebutuhan manusia akan informasi ini, disampaikan oleh sodara Dede *Flameable* sekaligus sebagai pihak komunikator kepada desainer komunikasi visual. Dalam merancang media-media komunikasi visual diharapkan desainer mendengarkan masukan-masukan yang diberikan oleh pihak komunikator dan komunikan. Pihak komunikator memberikan masukan-masukan berupa jenis-jenis media yang akan dibuat sebagai media promosi album ke dua *Scared of Bums band*, sedangkan pihak komunikan memberikan masukan berupa tampilan media-media komunikasi yang sedang populer dimasyarakat. Tidak hanya hal tersebut yang mesti diperhatikan oleh desainer tapi perlu juga memperhatikan aturan dan norma dalam merancang media desain komunikasi visual diantaranya: norma tentang kode etik periklanan , norma tentang tata cara periklanan, norma etika, kesopanan dan tata susila. Media-media komunikasi visual yang dibuat berisikan informasi tentang produk berupa album musik dan jasa, serta kontak yang dapat dihubungi mengenai *Scared of Bums*. Kemudian media desain komunikasi visual yang dibuat diharapkan dapat menyampaikan informasi yang didapatkan dari komunikator kepada komunikan, desain diharapkan mempunyai nilai-nilai keindahan dalam setiap media sehingga dihasilkan desain komunikasi visual yang menarik.

3.3 Skema Proses Perancangan



Gambar 3.7 Skema Proses Perancangan

Ket :

————— = hubungan langsung

- - - - - = hubungan timbal balik/feedback

Dari bagan skema proses perancangan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut: Skema proses perancangan merupakan skema yang akan dijadikan sebagai patokan dalam membuat media rancang grafis atau media desain komunikasi visual. Dari judul, "**Desain Media Komunikasi Visual Untuk Promosi Promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared Of Bums Band* di Kota Denpasar**" ditentukan rumusan masalahnya. Dari rumusan masalah tersebut dapat ditetapkan suatu tujuan, manfaat dan sasaran yang ingin dicapai berdasarkan masalah yang ada. Tahap selanjutnya dilakukan identifikasi data melalui hal yang berkaitan dengan *Scared of Bums band*, baik yang bersumber dari data aktual maupun data faktual. Kemudian dari kedua data tersebut selanjutnya dianalisis dengan membandingkan data keduanya sehingga dapat ditarik sintesa, sintesa adalah kesimpulan mengenai data-data yang sudah melalui proses analisis. Dari proses sintesa ini akan memperoleh arah kegiatan promosi tentang *Scared of Bums* band secara tepat dengan memilih jenis media komunikasi visual yang akan dibuat serta menerapkan unsur-unsur visual pada desain tersebut, tentunya dengan menentukan bahan yang akan digunakan serta teknik apa yang nantinya dipakai. Setelah itu, dilakukan proses kreatif dengan menentukan lay out serta desain konprensi/detil. Dalam pembuatan setiap desain selalu disertai dengan alternatif desain, agar lebih memiliki variasi dalam desain yang nantinya akan ditentukan sebagai desain terpilih. Kemudian dari alternatif desain tersebut dipilih desain yang paling memenuhi syarat setelah dianalisa menurut kriteria desainnya. Desain terpilih kemudian diwujudkan melalui proses cetak sesuai dengan jenis media yang diinginkan.

3.4. Strategi Media

Sangat penting merancang media apa saja yang diperlukan , untuk itu perlu bagi seorang desainer untuk mengerti strategi apa yang perlu dikuasai. Seperti halnya proses promosi dan pemasaran lainnya, dipandu oleh tujuan dan sasaran yang spesifik. Strategi kreatif memfokuskan pada apa yang harus dikomunikasikan yang akan memandu pengembangan seluruh pesan yang digunakan dalam kampanye atau mempromosikan sebuah iklan. Strategi kreatif didasarkan pada beberapa faktor :

- identifikasi audien sasaran
- masalah dasar, isu, atau peluang periklanan
- daya tarik
- gaya eksekusi yang digunakan
- informasi pendukung yang dibutuhkan dalam membuat desain

Selain strategi diatas, penting juga untuk mengingat pemilihan media berdasarkan cara pembuatannya, lokasi penempatannya, dan berdasarkan bentuk media yang digunakan. Gagasan yang digunakan adalah agar masyarakat dapat tertarik, mengerti dan merespon media yang berhubungan dengan desain (selain keuntungan fisik yang mungkin ada).

Dalam perancangan desain komunikasi yang dibuat, penulis memperhatikan strategi media dari unsur-unsur sebagai berikut :

3.4.1. Khalayak Sasaran atau Segmentasi ditelaah dari sisi

Merupakan sasaran dari tujuan perancangan media komunikasi visual yang ingin dicapai. Sasaran *audience* ini dapat dilihat atau ditelaah dari berbagai sisi , diantaranya :

a. Demografi

Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan/golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, besarnya keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial, peninjauan dilakukan terhadap khalayak sasaran yang akan diperuntukkan di dalam merancang media komunikasi visual. Mereka yang menjadi khalayak sasaran dalam perancangan ini adalah konsumen kalangan menengah ke atas (musisi lokal maupun mancanegara , pelaku industri musik). Jika ditinjau dari segi Demografi maka media yang akan dibuat menggunakan bahasa inggris, serta penempatannya dipusatkan pada tempat-tempat yang berhubungan langsung dengan kegiatan musik maupun di perusahaan itu sendiri.

b. Geografi

Berdasarkan segi geografi yang berubah berkenaan dengan daerah, besarnya kota atau era metropolitan, kepadatan dan iklim termasuk semua hal yang menyangkut geografi. *Scared of Bums* berasal dan memiliki *base camp* wilayah kota madya Denpasar, yang berada di wilayah strategis bebas dari

kemacetan dan keramaian, yaitu pinggiran timur perkotaan, sehingga mempermudah penyebaran informasi melalui media komunikasi visual yang dirancang kepada khalayak sasaran.

c. Psikografi

Psikografi adalah salah satu istilah gaya hidup-pola orang menjalani hidup dan menggunakan waktu dan uang. Psikografi merupakan gabungan antara *personality* dengan preferensi gaya hidup. Masyarakat yang menyukai musik indie khususnya *Scared of Bums* biasanya adalah kaum anak muda dari berbagai macam kalangan memiliki latar belakang yang berbeda-beda, dari semua kalangan baik itu dari bawah, menengah dan atas. Media – media yang digunakan untuk mempromosikan album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums* band jika ditinjau dari segi psikografis hendaknya media-media yang dapat mempengaruhi *psikologis* dari khalayak sasaran agar mau membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh group band *indie* ini. Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi *psikologis* seseorang adalah dari segi warna, isi pesan, huruf, tata letak, dan ilustrasi pada media tersebut.

d. Behaviour

Behaviour berarti tingkah laku, perilaku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Dalam strategi media *behaviour* dari masyarakat sangat perlu diperhatikan, karena hal ini berpengaruh terhadap media yang digunakan untuk promosi. *Behaviour* meliputi kesenangan masyarakat, oleh karena itu media-media yang dibuat hendaknya mampu mewakili perilaku masyarakat terhadap kebutuhan akan informasi mengenai album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums* yang mempunyai misi ajakan untuk selalu bersemangat dan pantang menyerah. Maka dari itu media-media yang dibuat nantinya akan dipilih dengan yang bersentuhan langsung dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh konsumen yang dalam hal ini adalah musisi-musisi dan pelaku industri musik.

3.4.2. Panduan Media

Media yang digunakan sebagai solusi dalam mempromosikan album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums* diharapkan mampu memberikan informasi kepada khalayak sasaran tentang band ini sendiri dan album ke dua mereka yang cukup ditunggu – tunggu oleh para fans mereka, di mana nantinya media yang

digunakan harus mampu menginformasikan serta mampu membangun image positif kepada khalayak khususnya pangsa pasar yang dituju tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki dalam album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*. Selain itu media yang digunakan mampu menarik minat khalayak sasaran untuk tertarik membeli produk dan jasa ditawarkan oleh *Scared of Bums*. Adapun pilihan media yang digunakan adalah :

a. Iklan Majalah

Media komunikasi grafis yang dipasang pada majalah dan dibuat sesuai dengan kolom yang ada pada majalah tersebut. Lama penayangan relatif lama. Unsur-unsur yang dipergunakan adalah warna, teks, gambar, dengan informasi yang dibuat secara rinci (Pujiriyanto, 2005:21)

b. Poster

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar diatas kertas untuk display pada khalayak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat *trademark*. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan pendidikan, acara entertainment, even-even tertentu, maupun alat propaganda. Namun, banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun sebagai hiasan (Kusrianto, 2007:338). Beberapa jenis poster antara lain :

- Poster teks
- Poster bergambar
- Poster Propaganda
- Poster kampanye
- Poster *Wanted*
- Poster *cheseecake*
- Poster film
- Poster buku komik
- Poster *Affirmation*
- Poster riset dan kegiatan ilmiah
- Poster didalam kelas, dan
- Poster karya seni

c. *Banner*

Merupakan materi promosi berupa lembaran desain untuk menarik perhatian publik. (Hardiman, 2006: 9)

Hampir setiap kegiatan periklanan membutuhkan banner sebagai publisitas yang dipasang disekitar kegiatan atau pusat kota (Ibid, 2006: 9)

d. *T-shirt*

Asal katanya shirt yang artinya kebutuhan sandang manusia berupa pakaian yang terbuat dari bahan kaos tanpa kerah, di masyarakat lebih dikenal dengan nama kaos oblong, diberi imbuhan T karena mengambil perwakilan dari bentuk pakaian ini yang menyerupai huruf T. (www.kaosbanget.com, 22 april 2008)

T - Shirt adalah media komunikasi grafis yang dicetak di atas kain katun atau TC. Cara mencetaknya adalah menggunakan teknik cetak saring atau sablon (Pujiriyanto, 2005:28).

e. *Baliho*

Papan iklan berisikan iklan yang dicetak besar dan ditempatkan di luar ruangan. Biaya untuk baliho ditentukan dari jumlah lalu lintas yang melewati lokasinya, ukuran papan dan jarak pengelihatannya (Regina, 2008 ; 33).

f. *Stiker*

Stiker merupakan media komunikasi grafis tentang produk, jasa, atau identitas yang dapat ditempel pada berbagai tempat. Umumnya berbahan kertas *vinyl* yang mengandung perekat (Pujiriyanto, 2005:17). Stiker kerap kali digunakan sebagai salah satu dari sekian banyak media komunikasi. Ini bukan saja dilakukan oleh industri komersial (sebagai reklame produk atau *corporate*), melainkan juga organisasi non bisnis, seperti pemerintah, LSM, organisasi kecil (OSIS dll) , bahkan belakangan partai-partai memanfaatkan media ini. Pesan yang ditampilkan pun sangat beragam. Mulai dari nama produk, organisasi, sampai dengan kalimat himbauan, ajakan, petunjuk-petunjuk tertentu, dan bahkan ada yang menyertakan gambar-gambar tertentu. Kendati begitu beragam bentuk dan pesan yang muncul, setidaknya, sebagai media komunikasi stiker mempunyai fungsi atau manfaat berikut:

1. Mengkomunikasikan citra suatu organisasi (Nama, logo, atau bahkan *corporate colour*) – biasanya dalam rangka membangun citra.

2. Mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu seperti: ajakan, himbauan , perintah, penolakan, petunjuk-petunjuk, atau semboyan.
3. Mengkomunikasikan foto atau image tertentu: tokoh, binatang, buah-buahan dan lain-lain. (www.komvis.com, 09 April 2007).

g. *Goody Bag*

Goody bag adalah tas genggam simple yang multifungsi untuk membawa barang-barang, seperti buku, pakaian pantai, atau barang sehari-hari. beberapa contoh bahan *goody bag* adalah kain kanvas, *nylon*, atau *syntetis*. Fungsi lain *goody bag* selain untuk membawa barang adalah 1). sebagai media komersial untuk mempromosikan perusahaan atau produk, 2). Sebagai *merchandise* atau kenang – kenangan dalam sebuah acara, 3). Sebagai tas belanja yang dapat dipergunakan berulang – ulang dan mendukung program ramah lingkungan dengan pengurangan pemakaian tas plastik. (www.goodybag.co.id 05/09/08)

h. *Kemasan Compact disc*

Kertas yang disisipkan pada *hardcover compact disc*, dapat juga berbentuk satu lempir, dilipat, maupun dijilid seperti buku. Selain itu kemasan cd dapat juga berupa kertas stiker label yang ditempelkan pada cd. (Nuradi, 1996;44).

i. *X-Banner*

Materi promosi berupa lembaran desain untuk menarik perhatian publik. Bahannya terbuat dari sejenis plastik disebut *flexy* dan dicetak dengan *digital printing* yang memuat informasi produk atau kegiatan. *X -banner* pada bagian belakangnya terdapat tiang menyilang sebagai penyangganya.(Hardiman, 2006:09).

j. Katalog

Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar. Ukurannya bermacam-macam, mulai dari sebesar saku, sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya.(Kusrianto, 2007;331).

3.5. Program Tayangan Media

3.5.1. Kapan

a. Iklan Majalah

Iklan majalah yang dirancang akan dimuat di beberapa majalah, dan penerbitannya disesuaikan dengan waktu perilisan album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums* kira – kira satu bulan sebelumnya dan itupun menyesuaikan dengan tanggal penernitan majalah. Adapun ukurannya adalah A4, sesuai dengan ukuran majalah tersebut dan akan dilaksanakan proses penyetingan ulang disesuaikan dengan ukuran majalah yang lain.

b. Poster

Waktu pemasangan poster akan dipasang di tempat – tempat strategis yang berhubungan dengan dunia entertainment dan musik, yaitu berbarengan dengan rillisnya album *Scared of Bums* di pasaran, yaitu 2 minggu sebelum acara launching album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.

c. Banner

Waktu pemasangan *Banner* akan dipasang di tempat – tempat strategis yang berhubungan dengan dunia entertainment dan musik, yaitu berbarengan dengan rillisnya album *Scared of Bums* di pasaran, yaitu 2 minggu sebelum acara launching album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.

T-shirt

T - Shirt akan diproduksi 2 bulan sebelum album rillis, untuk kemudian mulai dipasarkan pada saat acara launching album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*. Berlanjut akan dipasarkan secara online store dan di distro – distro yang mendukung keberadaan band *indie*.

d. Kemasan compact disc (cd)

Kemasan *cd* akan di gunakan sebagai kemasan album ke dua *Scared of Bums*. Jadi pemakaian kemasan *cd* mengikuti waktu pemasaran album *Scared of Bums*. Produksinya di lakukan sebulan sebelum rillis untuk mempermudah proses pengepakan. Kemasan *cd* yang menarik secara tidak langsung dapat menarik minat konsumen untuk membeli album ini.

e. Stiker

Stiker memiliki fungsi yang sama sperti *T – shirt* yaitu sebagai *merchandise* dari band ini. Diproduksi berbarengan dengan *T – shirt* tetapi

berbeda dalam waktu penyebarannya, karena ada beberapa item yang akan dibagikan secara gratis pada *event – event* tertentu, baru kemudian dipasarkan berbarengan dengan *T – shirt*.

f. *Goody Bag*

Goody Bag memiliki fungsi yang sama seperti *T – shirt* yaitu sebagai *merchandise* dari band ini. Diproduksi berbarengan dengan *T – shirt* tetapi berbeda dalam waktu penyebarannya. Selain dijual per item nya, *Goody Bag* akan difungsikan sebagai tempat *merchandise* jika ada yang membeli satu paket *include cd, t – shirt, stiker*. Beberapa itemnya akan dibagikan secara gratis pada *event – event* tertentu.

g. *Baliho*

Baliho akan dibuat satu kali menjelang *launching* dan *rilis* nya album ke dua *Scared of bums* untuk, di produksi kembali jangka waktu yang tidak ditentukan, kecuali karena faktor-faktor tertentu di luar teknis.

h. *X - Banner*

X - Banner akan dipasang berbarengan dengan mulai *dirilis*nya album ke dua *Scared of Bums* di pasaran.

3.5.2. Dimana

a. Iklan Majalah

Iklan majalah akan dipasang di beberapa majalah yang *mensupport* dan bersedia *meriview* iklan ini, akan ditempatkan sesuai dengan toko - toko yang menjadi *sales* dari majalah tersebut, jadi sangat mudah untuk mendapatkannya.

b. Poster

Poster dipasang di tempat strategis yang tentunya terdapat keramaian dan di tempat – tempat yang identik dengan anak muda serta berhubungan dengan *entertainment* dan musik .

c. *Banner*

Banner akan dipasang di tempat strategis yang tentunya terdapat keramaian dan di tempat – tempat yang identik dengan anak muda serta berhubungan dengan *entertainment* dan musik .

d. *T-shirt*

T - Shirt akan diperjualbelikan sebagai *merchandise* resmi dari band ini . Dimana *t - shirt* merupakan produk *merchandise* utama yang pendapatannya dipakai untuk menopang segi finansial band ini. *T - Shirt* yang diproduksi dijual melalui online shop, dititipkan juga di beberapa distro dan concept store yang memang mendukung keberadaan band indie. *T - Shirt* juga akan dijual di beberapa event musik dimana *Scared of Bums* tampil.

e. Kemasan *cd*

Cover *cd* digunakan sebagai cover dari album *Let's turn on a fire* Band *Scared of Bums* jadi secara otomatis akan didapatkan pada saat konsumen membeli album tersebut, dimana penyebarannya akan dipasarkan di toko – toko kaset dan distro – distro di sekitaran Denpasar dan Bali pada umumnya. Dalam jangka waktu panjang akan memasuki pasaran daerah Jawa dan Nusa Tenggara .

f. Stiker

Beberapa item stiker akan dibagikan secara gratis, jadi di beberapa *event* tertentu stiker bisa didapatkan kemudian pemasarannya berbarengan dengan *T – shirt* .

g. *Goody Bag*

Goody bag akan dijual dan beberapa item dibagikan secara gratis, penyebarannya dititip di tempat – tempat penjualan *merchandise* dan album *Scared of Bums*, seperti distro – distro, radio – radio dan di *event – event* musik tertentu.

h. Baliho

Baliho akan dipasang di beberapa titik ruas jalan yang strategis dan vital berada di tengah – tengah kota. Di tempat berlangsungnya acara launching album ke dua *Scared of Bums*.

i. *X - Banner*

X - Banner akan ditempatkan di distro - distro, youth centre , radio – radio dan stasiun tv lokal, dan studio – studio musik yang ada di sekitaran Denpasar . *X – banner* juga akan dibawa pada waktu terdapat *event-event* kegiatan musik dan *entertainment*.

3.5.3.Frekuensi

a. Iklan Majalah

Iklan majalah akan dipasang di beberapa majalah mengikuti frekuensi produksi masing – masing majalah.

b. Poster

Poster di produksi sebanyak 2000 pcs yang akan ditempel di tempat – tempat yang telah ditentukan dan di bagikan secara gratis kepada masyarakat penikmat musik indie.

c. *Banner*

Banner akan dipasang di 10 titik persimpangan jalan yang strategis dan dekat dengan pusat keramaian yang anak muda sering kunjungi.

d. *T-shirt*

T-shirt akan diproduksi kira – kira 5 lusin untuk produksi pertama, dan akan dilakukan proses repeat nila ada penambahan pesanan.

e. Kemasan *cd*

Kemasan *cd* akan diproduksi sesuai dengan jumlah *cd* yang akan dicetak yaitu 1000 keping untuk produksi pertama. Biasanya itemnya dilebihkan sedikit untuk mengatasi bila ada Kemasan *cd* yang reject.

f. Stiker

Stiker akan di produksi sekitar 1000 pcs, setengahnya akan dibagikan secara gratis dan sisanya akan dipasarkan berbarengan dengan *T – shirt*.

g. *Goody Bag*

Goody Bag akan diproduksi sebanyak 500 pcs untuk produksi yang pertama, 100 pcsdibagikan secara gratis sebagai media promosi.

h. Baliho

Jumlah Baliho yang di produksi adalah 5 pcs dan jumlahnya dapat berubah sewaktu – waktu menyesuaikan dengan ketersediaan *space* yang ada.

i. *X Banner*

X Banner akan di produksi sebanyak 30 pcz dan akan ditempatkan di tempat – tempat yang telah ditentukan, jumlahnya pun bisa berubah mengikuti bertambahhnya *outlet* atau toko yang menjadi distributor album.

3.6. Strategi Kreatif

3.6.1. Isi Pesan

Pesan atau informasi yang akan disampaikan hendaknya memberikan informasi kepada khalayak sasaran mengenai visi dan misi yang disampaikan dalam album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*, keunggulan, jumlah track dan informasi tentang band ini juga ditampilkan dalam media yang akan dirancang. Secara umum pesan-pesan yang hendak disampaikan melalui media-media promosi yang dirancang sebagai berikut :

- Memberikan informasi kepada khalayak sasaran mengenai keberadaan *Scared of Bums*.
- Memberikan gambaran menarik yang mendeskripsikan mengenai keunggulan dan misi dari album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.
- Memberikan informasi berupa kontak dan lokasi , fasilitas , produk dan jasa dari *Scared of Bums*. Sehingga memudahkan bagi khalayak sasaran untuk berinteraksi dan tertarik untuk menggunakan apa yang ditawarkan *Scared of Bums*.
- Kalimat-kalimat yang bersifat mengajak dan menganjurkan untuk datang dan menggunakan fasilitas serta produk dan jasa dari *Scared of Bums*.

3.6.2. Bentuk Pesan

Visual (Informal), tujuannya agar lebih menarik dan mudah dimengerti. pesan disampaikan melalui kalimat-kalimat sederhana, singkat, padat dan jelas, dengan menggunakan bahasa Inggris yang merupakan bahasa internasional ataupun bahasa Indonesia, sehingga khalayak sasaran dapat dengan mudah mengerti pesan yang disampaikan. Mengandung ajakan karena berpromosi tidak diperkenankan memakai teks yang panjang hal ini akan membuat khalayak sasaran malas untuk membaca informasi yang disampaikan, teks yang akan digunakan juga harus mudah diingat, serta bersifat menggambarkan apa yang ditawarkan *Scared of Bums*.

3.6.3. Strategi Visual

Ilustrasi yang ditampilkan adalah ilustrasi yang menggambarkan semangat tinggi dan pantang menyerah terhadap sesuatu. Hal ini untuk menyampaikan misi yang tertuang dalam judul album *scared of bums* mengajak untuk selalu menyalakan semangat untuk meraih hal yang baik untuk kita semua.

penggambaran ilustrasi yang ditampilkan juga akan disesuaikan dengan genre musik dan trend yang sedang marak dikalangan anak muda dan tentunya tanpa menghilangkan identitas band. Ilustrasinya juga akan ditampilkan dengan lebih detail untuk menyampaikan kesan pendewasaan dalam diri band ini baik itu dalam cara pandang dan ataupun dalam bermusik. Hal tersebut diatas sudah sangat sesuai dengan konsep yang diangkat yaitu *burning passion*.

3.6.4. Gaya Visual

Gaya visual yang ditampilkan memakai teknik kolase yaitu penggabungan antara *hand drawing* dan fotografi agar menampilkan kesan *street art*. Hal ini disesuaikan dengan genre musik *scared of bums*. Dalam pewarnaannya lebih banyak menggunakan warna ungu sebagai nuansa yang merupakan ciri khas dari band dan warna analog dari ungu, tetap dipilih warna hitam dan putih untuk menambahkan kesan selaras dalam finishingnya.

3.6.5. Material

Bahan yang digunakan terdiri atas kertas *art paper*, kertas stiker/vynil, kertas *colybright*, dan kain *combad 32s*. Untuk perwujudan poster menggunakan kertas *art paper* 150 gram, untuk booklet dan iklan majalah menggunakan kertas *art paper* 70 gram agar mudah dilipat, cover cd menggunakan kertas *art paper* 250 gr, untuk *x banner*, *banner* dan baliho menggunakan kertas *colybright* disertai tiang aluminium berbentuk x, untuk *T-shirt* menggunakan kain *combad 32s*, stiker menggunakan kertas *vynil*.

BAB IV

VISUALISASI DESAIN

4.1 Iklan Majalah

Pada sub ini penulis akan membahas tentang visualisasi desain pembuatan media promosi Iklan majalah yang digunakan sebagai salah satu media promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.

4.1.1 Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media iklan majalah adalah persegi panjang format *potrait* dengan ukuran 20.5 cm x 27.5 cm. Dimuat pada halaman tengah sisi depan. Ukuran menyesuaikan dengan ukuran majalah yang nantinya akan memuat iklan ini .



Gambar 4.1 Bentuk fisik media Iklan Majalah

b. Ilustrasi

Desain iklan majalah menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasi berkepala kepala tangan sambil mengangkat megaphone. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums* band yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak dan ilustrasi sinar membentuk garis miring. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai

ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan *indeks* kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan kiri. Ikon api dan kepalan tangan kiri merupakan simbol semangat yang membara dan perlawanan. Berada di tengah kota dengan gedung – gedung yang menjulang tinggi. Pengemis tua ini berdiri tegak di atas rangkaian megaphone yang mengeluarkan sinar miring mengarah keatas yang diartikan sebagai sebuah pengeras seruan untuk maju menjadi lebih baik. Seruan itu diikuti oleh sosok – sosok orang berdasi di sebelah kiri dan kanan bawah yang identik dengan simbol orang berhasil dan sukses, berseru menggunakan megaphone dengan kepalan tangan sebagai kepalanya menegaskan untuk selalu mengobarkan semangat untuk membentuk pribadi yang lebih maju. Ornamen yang merupakan kombinasi dari logo dengan pola ornamen mata tombak yang dijadikan sebagai background memiliki makna semangat yang tinggi untuk terus berjuang dan memiliki jiwa kepahlawanan. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi, penikmat musik indie serta penggemar dari *scared of bums* band pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media iklan majalah antara lain teks “*Scared of bums*” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets turn on a fire*”, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. *The new album in store n online August 05 – 2011, avaible at music strore n distro in you city* sebagai *Information or News Headline* yang berfungsi menerangkan berita atau informasi tentang produk atau jasa. *Buy now before it sold out* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi.

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja. Huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact*. Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas. Tentunya

pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Bahan yang dipergunakan untuk Iklan majalah adalah kertas *artpaper* 120 gsm karena disesuaikan dengan penggunaan kertas dalam majalah – majalah secara umum.

g. Teknik Cetak

Tehnik cetak yang digunakan untuk produksi media iklan majalah adalah teknik cetak *offset*, teknik cetak *offset* dipilih karena iklan majalah ini akan dicetak dalam jumlah yang banyak.

4.1.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media Iklan Majalah dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain Iklan Majalah ini terpilih karena lebih estetis dibandingkan dengan 2 alternatif lain yang ilustrasi dan pemilihan warna nya lebih menarik dari yang lainnya. Kontras warna pada desain

terpilih terlihat dinamis, penataan ilustrasi yang serasi dan seimbang. Penempatan teks dan jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.1.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 9

Gambar 4.2 Desain Iklan Majalah

Nama media : Iklan Majalah
Ukuran : 20.5 cm x 27.5 cm
Bahan : *Art Paper* 120 gsm.
Teknik Cetak : Cetak *Offset*

Iklan majalah merupakan media yang efektif untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga desain hendaknya dibuat semenarik mungkin. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Pemilihan ilustrasi yang digunakan yaitu *hand drawing*, teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan sudah mampu memberi kesan sesuai dengan aliran musik dari *scared of bums band*. Teknik – teknik tersebut digunakan untuk mempermudah proses pengerjaan desain ini. Beberapa elemen ilustrasi yang ditampilkan di repetisi (pengulangan) sehingga menciptakan irama yang teratur (

redundan) untuk mencapai keindahan / estetika. Dalam penggunaan warna secara keseluruhan kontras nilai terlihat pada warna *background* dan ikon serta unsur - unsur desain yang lain. Kombinasi warna yang digunakan sudah memampikan keselaran yang membuat desain ini memiliki kesatuan (*unity*) . Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun proportional tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.1.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 500.000,- (harga berdasarkan jenis media , lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya pemasangan Iklan Majalah 1 halaman penuh sebesar Rp. 1.000.000,- / 1 edisi (ketentuan harga menurut majalah *Ripple*). Jadi biaya yang dikeluarkan untuk produksi 5 edisi adalah 3 x @ Rp. 5.000.000,- = Rp. 5.000.000,- (berdasarkan harga CV. Duta Grafika)

Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums* untuk menerbitkan media iklan majalah per satu edisi , setelah ditambah biaya desain adalah Rp. 1.500.000,-

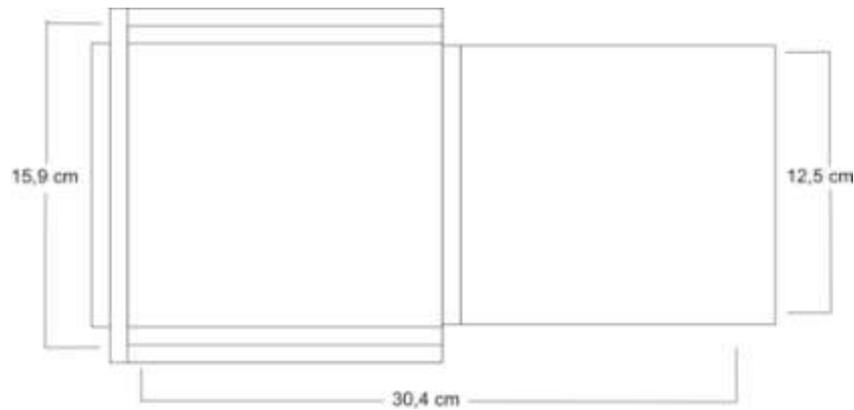
4.2 Kemasan CD

Pada sub ini akan dibahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Kemasan cd, sebagai salah satu media *Scared of Bums band*.

4.2.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media kemasan cd adalah persegi panjang format vertikal dengan ukuran 20.5 cm x 27.5 cm. Dimuat pada halaman terakhir sisi depan.



Gambar 4.3 ukuran kemasan cd



Gambar 4.4 bentuk fisik media kemasan cd

b. Ilustrasi

Desain kemasan cd dibagi menjadi 2 sisi. Pada sisi depan menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua menyemburkan api, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan orang orang berkepala kepalan tangan sambil. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums* band yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak dan ilustrasi sinar membentuk garis miring. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya berseru untuk mengobarkan semangat membara yang dijelaskan dengan ilustrasi menyemburkan api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan kiri merupakan simbol semangat yang membara dan perlawanan. Berada diantara kota dengan gedung – gedung yang menjulang tinggi dan pemukiman

kumuh. Pengemis tua ini berdiri tegak di atas sebelah megaphone yang mengeluarkan suara – suara yang dipolakan sedemikian rupa dan berisikan judul – judul lagu dari album ke dua *scared of bums* band. Orang - orang berkepalan kepalan tangan mendeskripsikan individu yang penuh semangat. Ornamen yang merupakan kombinasi dari logo dengan pola ornamen mata tombak yang dijadikan sebagai background memiliki makna semangat yang tinggi untuk terus berjuang dan memiliki jiwa kepahlawanan. Pada sisi belakang menampilkan ilustrasi yang hampir sama dengan sisi depan kemasan cd. Sosok pengemis ditampilkan dengan pose berdiri menghadap ke depan namun tetap memiliki makna yang sama. Sebagai penghias masih digunakan pola ornamen yang sama. Di sebelah kiri ditampilkan ilustrasi logo dari *scared of bums* untuk menguatkan identitas dari band ini. Sosok – sosok orang berdasar di sebelah kanan bawah yang merupakan indeks orang berhasil dan sukses, berseru menggunakan megaphone dengan kepalan tangan sebagai kepalanya menegaskan untuk selalu mengobarkan semangat untuk membentuk pribadi yang lebih maju. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi, penikmat musik *indie* serta penggemar dari *scared of bums band* pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media kemasan cd antara lain teks “*Scared of bums*” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. Pada *Bodycopy* dituliskan judul – judul lagu dari album ke dua *scared of bums* band. Di sisi belakang teks “*Lets turn on a fire*” difungsikan sebagai *splash* yang merupakan judul album ke dua *scared of bums*.

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact*. Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas. Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk media Kemasan cd ini yaitu *art paper* 250 gsm. Kertas *artpaper* dipilih karena memiliki karakter halus dan memiliki berwarna putih sehingga mudah menyerap warna .

h. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan dalam mewujudkan media kemasan cd ini yaitu menggunakan teknik cetak *offset* , karena mencetak dalam jumlah yang banyak.

4.2.3 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media Kemasan cd dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain Kemasan cd ini terpilih karena pemilihan warna yang lebih tepat dan serasi dibandingkan dengan 2 alternatif lain yang kombinasi warnanya kurang menarik. Kontras warna pada desain terpilih terlihat dinamis, penataan ilustrasi nya sudah seimbang. Penempatan teks

dan jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.2.4 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 9

Gambar 4.5 Desain kemasan *Compact Disc*

Nama media : Kemasan cd
Ukuran : 12.5 cm x 30.4cm
Bahan : *Art Paper* 250 gsm.
Teknik Cetak : Cetak *Offset*

Kemasan cd merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh dalam penjualan album *Scared of Bums*, karena secara tidak langsung visualisasi cover cd yang menarik mampu meningkatkan minat konsumen untuk membeli album tersebut. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Pemilihan ilustrasi yang digunakan yaitu *hand drawing*, teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan sudah mampu memberi kesan sesuai dengan aliran musik dari *scared of bums band*. Teknik – teknik tersebut digunakan untuk mempermudah proses pengerjaan desain ini. Beberapa elemen ilustrasi yang ditampilkan di repetisi (pengulangan) sehingga menciptakan irama yang teratur (*redundan*) untuk mencapai keindahan / estetika. Dalam

penggunaan warna secara keseluruhan kontras nilai terlihat pada warna *background* dan ikon serta unsur - unsur desain yang lain. Kombinasi warna yang digunakan sudah memampikan keselaran yang membuat desain ini memiliki kesatuan (*unity*) . Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun proportional tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.2.5 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 1.500.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan).

Biaya cetak plus laminating kemasan cd per 1000 pcs adalah : Rp. 1.800.000,- .Ongkos plong Kemasan cd per 1000 pcs adalah : Rp. 200.000 , Biaya *packing* Kemasan cd per 100 pcs adalah ; Rp. 500.000 .Biaya produksi keseluruhan Kemasan cd adalah : Rp. 1.800.000 + Rp. 200.000 + Rp. 500.000 = Rp. 2.500.000 (berdasarkan harga CV. Duta Grafika).

Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums* untuk mencetak kemasan cd ditambahkan dengan biaya desain adalah : Rp. 3.000.000.-

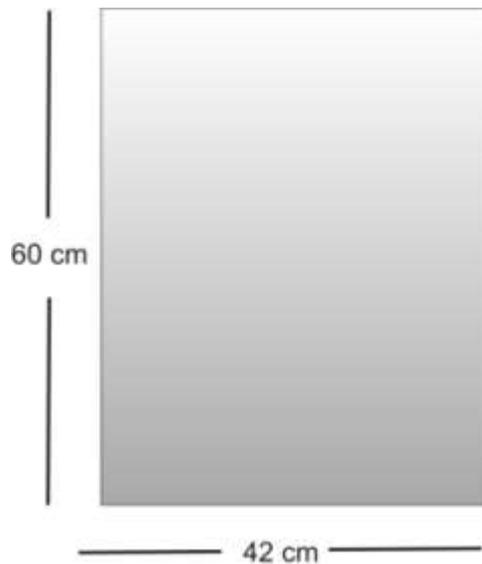
4.3 Poster

Pada sub ini penulis akan membahas tentang visualisasi desain pembuatan media promosi Poster yang digunakan sebagai salah satu media promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.

4.3.1 Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media poster adalah persegi panjang format potrait dengan ukuran 42 cm x 60 cm. Dimuat pada halaman tengah sisi depan.



Gambar 4.6 Bentuk fisik media Poster

b. Ilustrasi

menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasi berkepala kepalan tangan sambil mengangkat megaphone. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums* band yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak dan ilustrasi sinar membentuk garis miring. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan kiri merupakan simbol semangat yang membara dan perlawanan. Pengemis tua ini berdiri menghadap ke kota dengan gedung – gedung yang menjulang tinggi seolah – olah menyerukan kepada seisi kota untuk mengobarkan semangat mereka. Orang - orang berkepala kepalan tangan mendeskripsikan individu yang penuh semangat. Ornamen yang merupakan kombinasi dari logo dengan pola ornamen mata tombak yang dijadikan sebagai *background* dan penghias memiliki makna semangat yang tinggi untuk terus berjuang dan memiliki jiwa kepahlawanan. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas

diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi, penikmat musik indie serta penggemar dari *scared of bums* band pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media poster antara lain teks "*Scared of bums*" sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. "*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. The new album in store n online August 05 – 2011, *available at music store n distro in your city* sebagai *Information or News Headline* yang berfungsi menerangkan berita atau informasi tentang produk atau jasa. *Buy now before it sold out* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi.

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja. Huruf yang digunakan adalah: *Tw Cen MT Condensed & Impact*. Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas. Tentunya pemilihan jenis huruf di atas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras

terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Bahan yang dipergunakan untuk poster adalah kertas *artpaper* 150 gsm. Kertas *artpaper* dipilih karena memiliki karakter halus dan berwarna putih sehingga mudah menyerap warna .

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan untuk produksi media poster adalah teknik cetak *offset* , teknik cetak offset dipilih karena poster ini akan dicetak dalam jumlah yang banyak.

4.3.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media poster dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain poster ini terpilih karena pemilihan warna yang lebih tepat dan serasi dibandingkan dengan 2 alternatif lain yang ilustrasi dan pemilihan warna nya lebih menarik dari yang lainnya. Kontras warna pada desain terpilih terlihat dinamis , penataan ilustrasi yang seimbang dan menonjolkan satu titik fokus. Penempatan teks yang dibuat miring menampilkan kesan dinamis. Jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.3.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



skala 1 : 64

Gambar 4.7 Desain Poster

Nama media	: Poster
Ukuran	: 42 cm x 60 cm
Bahan	: <i>Art Paper</i> 150 grm.
Teknik Cetak	: Cetak <i>Offset</i>

Poster merupakan media yang efektif untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga desain hendaknya dibuat semenarik mungkin. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Pemilihan ilustrasi yang digunakan yaitu *hand drawing*, teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan sudah mampu memberi kesan sesuai dengan aliran musik dari *scared of bums band*. Teknik – teknik tersebut digunakan untuk mempermudah proses pengerjaan desain ini. Beberapa elemen ilustrasi yang ditampilkan di repetisi (pengulangan) sehingga menciptakan irama yang teratur (*redundan*) untuk mencapai keindahan / estetika. Dalam penggunaan warna secara keseluruhan kontras nilai terlihat pada warna *background* dan ikon serta unsur - unsur desain

yang lain. Kombinasi warna yang digunakan sudah memampikan keselaran yang membuat desain ini memiliki kesatuan (*unity*) . Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun proportional tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.3.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 500.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya cetak poster untuk per 1000 pcs adalah : Rp. 1.800.000 (berdasarkan harga CV. Grafika). Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums band* setelah ditambahkan biaya desain untuk mencetak media poster adalah : Rp. 1.800.000 + Rp. 500.000 = Rp. 2.300.000

4.4. Stiker

4.4.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Bentuk fisik media stiker adalah *persegi* (memanjang) dengan ukuran 12 cm x 6,5 cm.



Gambar 4.8 Bentuk fisik media Stiker

b. Ilustrasi

Desain media stiker menampilkan logotype dari *scared of bums band* dan *contour* yang dibuat mengikuti teks sebagai ilustrasinya. Pemilihan ilustrasi ini bertujuan untuk memberi informasi secara singkat, padat dan jelas melalui teks yang ditampilkan.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media stiker antara lain teks “*Scared of bums*” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets*

turn on a fire, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. *Out now August 05 2011* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi .

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact* . Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas . Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan pada media stiker yaitu warna hitam dan putih . Warna hitam sangat identik dengan *genre music* yang *Scared of Bums band* dan menampilkan kesan kuat , kokoh dan tegas. Warna putih digunakan untuk memberi nilai kontras pada desain ini .

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk mewujudkan media stiker ini yaitu *vinyl paper* (kertas perekat) dan *epi ink*. Bahan ini memiliki karakter halus dan *glossy* serta mudah menyerap warna karena berwarna putih. Tinta yang digunakan adalah *rubber ink* yang memiliki karakter warna yang pekat.

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan dalam mewujudkan media stiker ini yaitu menggunakan teknik cetak *screen printing*.

4.4.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media stiker dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain stiker ini terpilih karena penempatan dan penataan teks dan ilustrasi nya terlihat lebih *estetis* dari desain yang lain.

4.4.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 2 : 1

Gambar 4.9 Desain Stiker

Nama media	: Stiker
Ukuran	: 12 cm x 6,5 cm
Bahan	: Stiker <i>paper</i> (vinyl) , <i>Epi ink</i>
Teknik	: <i>Screen print</i>

Desain stiker selain berfungsi sebagai media promosi juga memiliki fungsi sebagai *merchandise* band. Desain stiker memiliki lay out persegi panjang yang nantinya dalam perwujudannya akan di plong mengikuti bentuk teks dan ilustrasinya. Pada desain stiker ini menonjolkan Teks sebagai titik fokusnya dipolakan sedemikian rupa agar terlihat estetik. Teks *Scared of Bums* dimuat menurun ke bawah ukuran stiker tidak terlalu panjang dan ramping. Nantinya jika stiker tersebut ditempel akan terlihat lebih jelas.

4.4.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 200.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya produksi pembuatan stiker per seribu pcs nya adalah : Rp. 500.000. Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums* band untuk mencetak media stiker setelah ditambahkan biaya desain adalah : Rp. 500.000 + Rp. 200.000 = Rp. 700.000. (berdasarkan harga Dc2 printing)

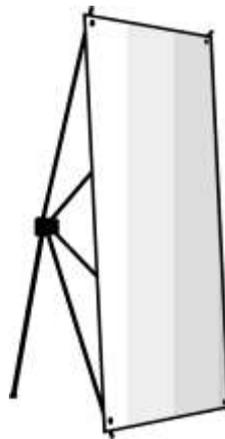
4.5 X-Banner

Pada sub ini penulis akan membahas tentang visualisasi desain pembuatan media promosi X - Banner yang digunakan sebagai salah satu media promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.

4.5.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media *x-banner* adalah persegi panjang format vertikal dengan ukuran 60 cm x 160 cm dengan penyangga besi di belakangnya.



Gambar 4.10 Bentuk fisik media *x-banner*

b. Ilustrasi

Desain *X - Banner* menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi handrawing menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasar berkepala kepalan tangan sambil mengangkat megaphone. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums* band yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak dan ilustrasi sinar membentuk garis miring. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan merupakan simbol semangat yang

membara. Pengemis tua ini berdiri tegak di atas rangkaian megaphone yang mengeluarkan gelombang suara yang semakin jauh semakin membesar di dalamnya terdapat teks bertuliskan kata – kata untuk promosi. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi,penikmat musik indie serta penggemar dari *scared of bums band* pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media *x - banner* antara lain teks “*Scared of bums*” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. *The new album in store n online August 05 – 2011, avaible at music strore n distro in you city* sebagai *Information or News Headline* yang berfungsi menerangkan berita atau informasi tentang produk atau jasa. *Buy now before it sold out* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi .

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact* . Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas . Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada

pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk mewujudkan media *x-banner* ini yaitu *coli brite / flexi backlite high res*. Dengan penyangga bentuk X berbahan besi. Bahan ini memiliki tekstur kotak – kotak, mudah menyerap warna karena berwarna putih dan memiliki daya tahan yang sangat kuat serta tidak cepat pudar.

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan dalam mewujudkan media *x-banner* ini yaitu menggunakan teknik cetak *digital printing* karena memiliki efisiensi waktu serta kualitas warna yang tidak kalah dengan cetak offset. Warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

4.5.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media *x - banner* dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain *x - banner* ini terpilih karena penataan ilustrasi dan teks yang seimbang dan menonjolkan satu titik fokus . Penempatan teks yang dibuat miring menampilkan kesan dinamis. Jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.5.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 15

Gambar 4.11 Desain *X-banner*

- Nama media : *X-banner*
- Ukuran : 60 cm x 160 cm
- Bahan : *Coly brite / Flexi Backlite High Res.*
- Teknik : *Digital printing*

X – Banner memiliki bentuk potrait memanjang. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Pemilihan ilustrasi yang digunakan yaitu hand darawing , teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan. Beberapa elemen ilustrasi yang ditampilkan di repetisi (pengulangan) sehingga menciptakan irama yang teratur (*redundan*) untuk mencapai keindahan / estetika. Dalam penggunaan warna secara keseluruhan kontras nilai terlihat pada warna *background* dan ikon serta unsur - unsur desain yang lain. Kombinasi warna yang digunakan sudah memampikan keselaran yang

membuat desain ini memiliki kesatuan (unity) . Kombinasi warna yang digunakan sudah disesuaikan dengan teori , konsep dan ciri khas dari band ini. Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun proportional tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.5.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 350.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya produksi pembuatan *x-banner* dengan ukuran 60 cm x 160 cm dengan teknik cetak *digital printing* untuk 1 pcs @ Rp 175.000,- Dengan jumlah *x-banner* yang di buat 10 pcs. Jadi biaya yang dikeluarkan untuk produksi 10 pcs *x-banner* adalah $10 \times \text{Rp. } 175.000,- = \text{Rp. } 1.750.000,-$ (berdasarkan harga CV. Sylvia *Printing*)

Jadi biaya yang dikeluarkan pihak Museum Bali untuk mencetak media *x-banner* setelah ditambah biaya desain adalah $\text{Rp. } 1.750.000 + \text{Rp. } 350.000 = \text{Rp. } 2.100.000$.

4.6 Baliho

Pada sub ini penulis akan membahas tentang visualisasi desain pembuatan media promosi Baliho yang digunakan sebagai salah satu media promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums.*

4.6.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media Baliho adalah persegi panjang format vertikal dengan ukuran 3 m x 4



Gambar 4.12 Bentuk fisik media *Baliho*

b. Ilustrasi

Desain Baliho menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu ilustrasi yaitu ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasi berkepala kepalan tangan sambil mengangkat megaphone. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan merupakan simbol semangat yang membara. Pengemis tua ini berdiri tegak memberi seruan kepada seisi kota untuk membangkitkan semangat. Seruan itu diikuti oleh sosok – sosok orang berdasi di sebelah kiri dan kanan bawah yang merupakan indeks orang berhasil dan sukses , berseru menggunakan megaphone dengan kepalan tangan sebagai kepalanya menegaskan untuk selalu mengobarkan semangat untuk membentuk pribadi yang lebih maju. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi, penikmat musik indie serta penggemar dari scared of bums band pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media baliho antara lain teks “*Scared of bums*” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. *The new album in store n online August 05 – 2011, avaible at music strore n distro in you city* sebagai *Information or News Headline* yang berfungsi menerangkan berita atau informasi tentang produk atau jasa. *Buy now before it sold out* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi .

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact* . Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas. Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang

saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Bahan yang dipergunakan untuk mencetak baliho adalah coly brite / *flexi backlite high res*. Bahan ini memiliki tekstur kotak – kotak, mudah menyerap warna karena berwarna putih dan memiliki daya tahan yang sangat kuat serta tidak cepat pudar.

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang yang digunakan dalam mewujudkan media baliho ini yaitu menggunakan teknik cetak *digital printing* karena memiliki efisiensi waktu serta kualitas warna yang tidak kalah dengan cetak offset.

4.6.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media baliho dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain baliho ini terpilih karena lebih estetik dibandingkan dengan 2 alternatif lain yang ilustrasi dan pemilihan warna nya lebih menarik dari yang lainnya. Kontras warna pada desain terpilih terlihat selaras, penataan ilustrasi yang serasi dan seimbang. Penempatan teks dibuat lurus dan miring untuk memberi kesan dinamis. Jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.6.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 42

Gambar 4.13 Desain baliho

- Nama media : Baliho
- Ukuran : 300 cm x 400cm
- Bahan : *Coly brite / Flexi Backlite High Res.*
- Teknik : *Digital printing*

Baliho merupakan media yang efektif untuk mempromosikan barang atau jasa karena memiliki ukuran yang besar jadi semua unsur visual dapat ditampilkan dengan jelas dan detail. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Pemelihan ilustrasi yang digunakan yaitu *hand drawing*, teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan sudah mampu memberi kesan sesuai dengan aliran musik dari *scared of bums band*. Dalam penggunaan warna secara keseluruhan kontras nilai terlihat pada warna *background* dan ikon serta unsur - unsur desain yang lain. Kombinasi warna yang

digunakan sudah disesuaikan dengan teori , konsep dan ciri khas dari band ini. Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun proportional tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.6.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 750.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya produksi pembuatan Baliho dengan ukuran 300 cm x 400 cm dengan teknik cetak *digital printing* per meternya Rp. 40.000 , jadi untuk baliho ukuran 300 cm x 400 cm adalah : Rp. 480.000 . Dengan jumlah *baliho* yang di buat 5 pcs. Jadi biaya yang dikeluarkan untuk produksi 5 pcs *x-banner* adalah 5 x Rp. 480.000 = Rp. 2.400.000,- . Pajak pemasangan baliho per tahun adalah : Rp. 30.000.000 , jangka waktu pemasangan baliho yaitu 2 bulan, jadi biyaya 2 bulan nya adalah : Rp. 5.000.000. Total biyaya produksi adalah : Rp. 2.400.000 + Rp. 5.000.000 = Rp. 7.400.000 (berdasarkan harga CV. Sylvia Printing)

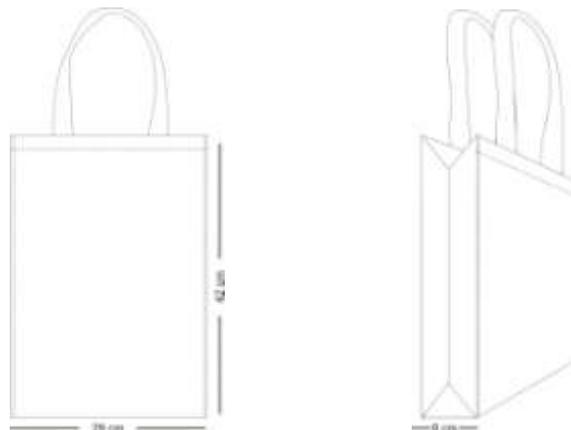
Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums Band* untuk mencetak dan memasang media baliho setelah ditambah biaya desain adalah Rp. 750.000 + Rp. 7.400.000 = Rp. 8.150.000 .

4.7. Goody bag

4.7.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Bentuk fisik media *goody bag* memiliki ukuran P : 42 cm x L : 29 cm .



Skala 1 : 15

Gambar 4.14 Bentuk fisik media *Goody Bag*

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada media *goody bag* pada sisi depan yaitu berupa logotype dari *scared of bums band* dan *contour* yang dibuat mengikuti teks. Sisi belakang menampilkan Ilustrasi *handrawing* yang menggambarkan sosok seorang pengemis tua menyemburkan api. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya berseru untuk mengobarkan semangat membara yang dijelaskan dengan ilustrasi menyemburkan api dan kepalan tangan. Ikon kepalan tangan dan api merupakan simbol semangat yang membara.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media *goody bag* antara lain teks "*Scared of bums*" sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. "*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. *Out now August 05 2011* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja. Huruf yang digunakan adalah: *Tw Cen MT Condensed & Impact*. Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas. Tentunya pemilihan jenis huruf di atas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan pada media *goody bag* yaitu warna hitam dan putih. Warna hitam sangat identik dengan *genre music* yang *Scared of Bums band* dan menampilkan kesan kuat, kokoh dan tegas. Warna putih digunakan untuk memberi nilai kontras pada desain ini.

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk mewujudkan media *goody bag* ini yaitu kain poring dan tinta *rubber white*. Kain poring memiliki karakter berserat, elastis dan tahan air.

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang yang digunakan dalam mewujudkan media *goody bag* ini yaitu menggunakan teknik cetak *screen printing*.

4.7.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media *goody bag* dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain stiker ini terpilih karena penempatan dan penataan teks dan ilustrasi nya terlihat lebih dinamis karena tidak berada diposisikan di tengah - tengah .

4.7.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 14

Gambar 4.15 Desain *Goody Bag*

Nama media	: <i>Goody Bag</i>
Ukuran	: 42 cm x 29 cm
Bahan	: Kain <i>Poring</i> dan tinta <i>rubber white</i>
Teknik	: <i>Screen print</i>

Desain *goody bag* selain berfungsi sebagai media promosi juga memiliki fungsi sebagai *merchandise band*. Pada desain *Goody bag* ini menonjolkan ilustrasi yang simple, hanya menampilkan ilustrasi ikon pengemis tua dan sebagai titik fokusnya. Teks yang digunakan dibuat lebih singkat tetapi padat informasinya.

4.7.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 300.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya produksi pembuatan *goody bag* per pcs nya adalah : Rp. 7000. jumlah produksi *goody bag* adalah 500 pcs, jadi total biaya produksi adalah : Rp. 3.500.000. (berdasarkan harga CV. *Dc2 Printing*)

Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums band* untuk mencetak *goody bag* setelah ditambahkan biaya desain adalah : Rp. 300.000 + Rp. 3.500.000 = Rp. 3.800.000.

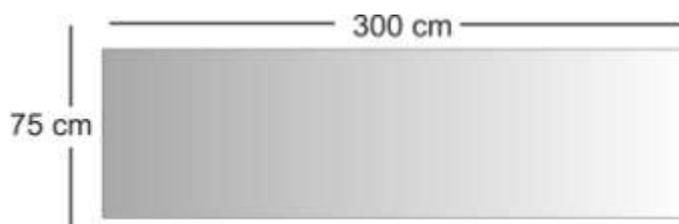
4.8 Banner (spanduk)

Pada sub ini penulis akan membahas tentang visualisasi desain pembuatan media promosi *banner* yang digunakan sebagai salah satu media promosi Album *Let's turn on a fire Band Scared of Bums*.

4.8.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media *banner* adalah persegi panjang format vertikal dengan ukuran 75cm x 300cm.



Gambar 4.16 Bentuk fisik media *banner*

b. Ilustrasi

Desain *banner* menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu ilustrasi yaitu :

1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasi berkepala kepalan tangan sambil mengangkat megaphone. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums* band yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak dan ilustrasi sinar membentuk garis miring. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan merupakan simbol semangat yang membara. Pengemis tua ini berdiri tegak di atas rangkaian megaphone yang mengeluarkan gelombang suara yang semakin jauh semakin membesar di dalamnya terdapat teks bertuliskan kata – kata untuk promosi. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi,penikmat musik indie serta penggemar dari *scared of bums* band pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media *banner* antara lain teks “*Scared of bums*” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah *headline*. *The new album in store n online August 05 – 2011, avaible at music strore n distro in*

you city sebagai *Information or News Headline* yang berfungsi menerangkan berita atau informasi tentang produk atau jasa. *Buy now before it sold out* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi .

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact* . Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas . Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk mewujudkan media *banner* ini yaitu *coly brite / flexi backlite high res*. Bahan ini memiliki tekstur kotak – kotak,

mudah menyerap warna karena berwarna putih dan memiliki daya tahan yang sangat kuat serta tidak cepat pudar.

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang yang digunakan dalam mewujudkan media *banner* ini yaitu menggunakan teknik cetak *digital printing* karena memiliki efisiensi waktu serta kualitas warna yang tidak kalah dengan cetak offset. Warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

4.8.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media *banner* dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain *banner* ini terpilih karena penataan ilustrasi dan teks yang seimbang dan menonjolkan satu titik fokus . Penempatan teks yang dibuat miring menampilkan kesan dinamis. Jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.8.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 30

Gambar 4.17 Desain *banner*

Nama media	: <i>banner</i>
Ukuran	: 75 cm x 300 cm
Bahan	: <i>Coly brite / Flexi Backlite High Res.</i>
Teknik	: <i>Digital printing</i>

Banner memiliki bentuk *landscape* memanjang. Ilustrasi yang digunakan sudah sesuai dengan konsep desain dan tema album. Pemilihan ilustrasi yang digunakan yaitu *hand drawing*, teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan. Beberapa elemen ilustrasi yang ditampilkan di repetisi (pengulangan) sehingga menciptakan irama yang teratur (*redundan*) untuk mencapai keindahan / estetika. Dalam penggunaan warna secara keseluruhan kontras nilai terlihat pada warna *background* dan ikon serta unsur - unsur desain yang lain. Kombinasi warna yang digunakan sudah memampikan keselaran yang membuat desain ini memiliki kesatuan (*unity*) . Kombinasi warna yang digunakan sudah disesuaikan dengan teori , konsep dan ciri khas dari band ini. Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun *proportional* tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.8.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 450.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya produksi pembuatan *banner* dengan ukuran 75 cm x 300 cm dengan teknik cetak *digital printing* untuk 1 pcs @ Rp 105.000,- Dengan jumlah *banner* yang di buat 10 pcs. Jadi biaya yang dikeluarkan untuk produksi 10 pcs *banner* adalah $10 \times \text{Rp. } 105.000,- = \text{Rp. } 1.050.000,-$ (berdasarkan harga CV. Sylvia *Printing*)

Jadi biaya yang dikeluarkan pihak Museum Bali untuk mencetak media *banner* setelah ditambah biaya desain adalah $\text{Rp. } 1.050.000 + \text{Rp. } 450.000 = \text{Rp. } 1.500.000.$

4.9. T - Shirt

4.9.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Bentuk fisik

Bentuk fisik media *t - shirt* memiliki ukuran P : 70 cm x L : 75 cm .



Gambar 4.18 Bentuk fisik media *T - Shirt*

b. Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada *t - shirt* bagian pada sisi depan yaitu berupa logotype dari *scared of bums band* dan contour yang dibuat mengikuti teks. Sisi belakang menampilkan beberapa jenis ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasi berkepala kepalan tangan sambil mengangkat megaphone. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums band* yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan kiri merupakan simbol semangat yang membara dan perlawanan. Pengemis tua ini berdiri tegak di atas rangkaian megaphone yang mengeluarkan gelombang suara yang semakin jauh semakin membesar di dalamnya terdapat teks bertuliskan kata – kata untuk promosi. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi, penikmat musik indie serta penggemar dari *scared of bums band* pada khususnya. Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media *t - shirt* antara lain teks “Scared of bums” sebagai *headline* yang merupakan nama objek kasus yang dipromosikan. “*Lets turn on a fire*, sebagai slogan yang ditempatkan di bawah ilustrasi. *Fight for your right, reached you delight, fight back against the wall* sebagai *splash* yang berfungsi memperkuat sarana promosi.

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact* . Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas . Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan pada media *t – shirt* yaitu warna hitam dan putih . Warna hitam sangat identik dengan *genre music* yang *Scared of Bums band* dan menampilkan kesan kuat , kokoh dan tegas . Warna putih digunakan untuk memberi nilai kontras pada desain ini .

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk mewujudkan media *t - shirt* ini yaitu kain *cotton combad 32 s* dan tinta *plastisol white*. Kain *cotton combad 32 s* memiliki karakter halus dan menyerap keringat. *Plastisol white* memiliki keunggulan awet dan tahan lama , serta berstekstur kasar.

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang yang digunakan dalam mewujudkan media stiker ini yaitu menggunakan teknik cetak *screen printing*.

4.9.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media *t - shirt* dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain stiker ini terpilih karena penempatan dan penataan teks dan ilustrasi nya terlihat lebih estetis.

4.9.3Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 15

Gambar 4.19 Desain *T - Shirt*

Nama media : *T - Shirt*

Ukuran : 70cm x 75 cm

Bahan : Kain *Cotton Combad 30 s* dan tinta *Plastisol white*

Teknik : *Screen print*

Desain *t - shirt* selain berfungsi sebagai media promosi juga memiliki fungsi sebagai *merchandise band*. Pada desain *t - shirt* ini menonjolkan Ilustrasi dengan warna yang *simple*, hanya menggunakan warna putih sebagai warna kontras dari dasar kain.

4.9.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya desain adalah Rp. 300.000,- (harga berdasarkan jenis media, lamanya proses pengerjaan desain).

Biaya produksi pembuatan *t - shirt* per pcs nya adalah : Rp. 70.000. jumlah produksi *t - shirt* adalah 60 pcs , jadi total biaya produksi adalah : Rp. 4.200.000 . (berdasarkan harga CV. Dc2 *Printing*)

Jadi biaya yang dikeluarkan pihak *Scared of Bums band* untuk mencetak *t - shirt* setelah ditambahkan biaya desain adalah : Rp. 300.000 + Rp. 4.200.000 = Rp. 4.500.000 .

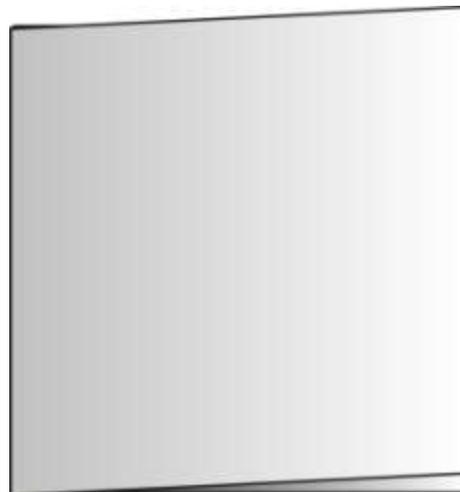
4.10 Katalog

Pada sub ini penulis akan membahas tentang visualisasi desain pembuatan media katalog yang digunakan sebagai salah satu media komunikasi visual yang digunakan pada saat ujian tugas akhir.

4.10.1 Unsur-Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media katalog adalah persegi panjang format vertikal dengan ukuran 12,5 cm x 13 cm.



Gambar 4.20 Bentuk fisik media katalog

b. Ilustrasi

Cover desain katalog menggunakan beberapa jenis ilustrasi yaitu ilustrasi yaitu : 1). Ilustrasi *handrawing* menampilkan sosok seorang pengemis tua, 2). ilustrasi fotografi yang menampilkan gedung – gedung perkotaan dan

megaphone, 3). ilustrasi teknik kolase yang menampilkan beberapa orang berdasi berkepala kepalan tangan sambil mengangkat megaphone. Ditampilkan pula ilustrasi logo dari *scared of bums* band yang dirangkaikan dengan ornamen mata tombak dan ilustrasi sinar membentuk garis miring. Secara keseluruhan dapat disebut sebagai ilustrasi teknik gabungan. Maksud yang ingin disampaikan dari ilustrasi tersebut adalah seseorang pengemis tua yang merupakan indeks kemiskinan dan kemalasan mulai bangkit dari keterpurukannya, berseru untuk mengobarkan semangat membara yang ditegaskan dengan ilustrasi api dan kepalan tangan. Ikon api dan kepalan tangan merupakan simbol semangat yang membara. Pengemis tua ini berdiri tegak di atas rangkaian megaphone yang mengeluarkan gelombang suara yang semakin jauh semakin membesar di dalamnya terdapat teks bertuliskan kata – kata untuk promosi. Jadi lewat ilustrasi tersebut diatas diharapkan untuk mampu menjadi doktrin positif kepada masyarakat secara umum dan tentunya kalangan musisi,penikmat musik indie serta penggemar dari *scared of bums* band pada khususnya.Hal ini sangat sesuai dengan konsep propaganda yang digunakan dalam karya ini. Bagian isinya berisikan visualisasi semua media yang dibuat pada tugas akhir ini.

c. Teks

Teks yang digunakan pada media katalog antara lain teks “ Desain media Komunikasi Visual untuk Promosi Album ke Dua *Scared of bums Band* di Kota Denpasar sebagai *headline* yang merupakan judul kasus yang diangkat. Teks nama identitas penulis dan universitas berperan sebagai *sub headline*. Pada bagian isi, keterangan mengenai media berperan sebagai *bodytext* yang menjelaskan tentang media secara rinci .

d. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam desain ini adalah huruf *sans serif* (huruf tidak berkait) untuk menampilkan kesan tidak formal dan lebih bersahaja . huruf yang digunakan adalah : *Tw Cen MT Condensed & Impact* . Digunakan juga huruf *graphic* yang memberi kesan lebih *ekspresif* dan lebih bebas . Tentunya pemilihan jenis huruf diatas sudah sangat sesuai dengan tema dan konsep dari kasus ini.

e. Warna

Warna yang digunakan dalam desain ini adalah warna sekunder yaitu ungu sebagai warna utama karena warna ungu merupakan warna identitas dari *scared of bums* band dan warna tersier coklat kekuningan. Untuk memberi penekanan dalam desain ini digunakan warna dasar yaitu warna hitam dan putih. Warna yang variatif tentunya dapat menarik perhatian orang terhadap, maka dalam desain ini digunakan beberapa kombinasi warna untuk membuat warna terlihat lebih variatif namun tetap memiliki nilai kesatuan (*unity*) seperti kombinasi nuansa / monokromatik yang menghasilkan warna yang sama namun beda kemurniannya dan memberi kesan selaras. Sebagian besar ilustrasi yang ada pada desain ini menggunakan warna – warna monokromatik. Untuk menghindari kesan monoton yang ditimbulkan oleh warna monokromatik dipilihlah warna – warna pendukung, dengan kombinasi warna analog dan kombinasi warna kontras terpecah. Kombinasi warna analog menggunakan warna yang saling bersebelahan dalam lingkaran warna, yaitu warna merah dan orange dalam pewarnaan ilustrasi api. Kombinasi warna kontras terpecah digunakan untuk menimbulkan kontras nilai dalam desain ini karena menggunakan warna yang saling berseberangan dalam lingkaran warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

f. Bahan

Aplikasi bahan yang digunakan untuk mewujudkan media katalog ini yaitu *art paper* 250 gram untuk cover dan 150 gram untuk bagian isinya. Kertas *artpaper* dipilih karena memiliki karakter halus dan memiliki berwarna putih sehingga mudah menyerap warna .

g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan dalam mewujudkan media katalog ini yaitu menggunakan teknik cetak *digital printing* karena memiliki efisiensi waktu serta kualitas warna yang tidak kalah dengan cetak *offset*. Warna dan digunakan dalam pemilihan warna secara menyeluruh.

4.10.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain media katalog dibuat 3 alternatif desain yang selanjutnya dipilih salah satu sebagai desain terpilih. Desain katalog ini terpilih

karena penataan ilustrasi dan teks yang seimbang dan menonjolkan satu titik fokus . Penempatan teks yang dibuat miring menampilkan kesan dinamis . Pemilihan warna terlihat selaras dan lebih estetik. Jenis huruf yang dipilih pun sudah sangat jelas mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

4.10.3 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Skala 1 : 6

Gambar 4.21 Desain katalog

Nama media : katalog
Ukuran : Cover : 12,5 cm x 13 cm , Isi : 24 cm x 36 cm
Bahan : *Art Paper* 250 gsm & 150 gsm
Teknik : *Digital printing*

Katalog sangat membantu proses ujian akhir. Pemilihan ilustrasi yang digunakan yaitu *hand drawing* , teknik fotografi dan teknik kolase digabung menjadi teknik ilustrasi gabungan. Kombinasi warna yang digunakan sudah menampilkan keselaran yang membuat desain ini memiliki kesatuan (*unity*) . Kombinasi warna yang digunakan sudah disesuaikan dengan teori , konsep dan ciri khas dari band ini. Komposisi keseluruhan dari unsur – unsur desain disusun proportional tanpa meninggalkan kesan dinamis.

4.10.4 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan katalog dengan teknik cetak *digital printing* untuk 1 pcs @ Rp 35.000,- Dengan jumlah katalog yang di buat 6 pcs. Jadi biaya yang dikeluarkan untuk produksi 6 pcs katalog adalah 6 x Rp. 35.000,- = Rp. 210.000,- (berdasarkan harga CV. *Sylvia Printing*)

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 5.1.1 Melalui desain media komunikasi visual untuk promosi album ke dua *Scared of bums* band di kota Denpasar ditentukan media yang tepat dan sesuai berdasarkan analisis data secara aktual dan faktual serta analisis wawancara. Media-media tersebut terdiri dari media lini atas seperti iklan majalah, baliho, banner. Serta media lini bawah seperti poster, kemasan cd, *x-banner*, stiker, *goody bag*, *t – shirt*, dan katalog.
- 5.1.2 Proses merancang media komunikasi visual dalam menentukan media yang efektif sebagai upaya mempromosikan album ke dua *Scared of Bums band*, dilalui dengan proses alternatif desain kemudian menghasilkan desain terpilih sesuai dengan konsep dasar perancangan, penggunaan ilustrasi, teks/tipografi, warna serta berdasarkan kriteria desain. Adapun konsep dasar perancangan yang digunakan adalah propaganda. Propaganda adalah sebuah upaya disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi alam pikiran, dan memengaruhi langsung perilaku agar memberikan respon sesuai yang dikehendaki pelaku propaganda.

Unsur-unsur desain seperti ilustrasi menampilkan ilustrasi handrawing dipadukan dengan teknik fotografi yang di olah menggunakan teknik kolase. Secara keseluruhan disebut dengan teknik ilustrasi gabungan. Penggunaan warna yang dominan menggunakan warna identitas dari *Scared of Bums* band yaitu warna ungu. Tipografi menggunakan jenis – jenis huruf *sans serif* yang memberi kesan non formal, mudah dibaca bersifat hangat dan bersahabat. Kemudian teks menginformasikan tentang kata – kata promosi yang singkat dan jelas.

Semuanya tetap mengacu kepada konsep dasar perancangan dan kriteria desain, sehingga media yang dirancang, nantinya mampu mendukung penjualan album ke dua *Scared of Bums* Band .

5.2 Saran

Adapun saran-saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan studi penelitian ini, antara lain:

5.2.1 Dalam merancang media komunikasi visual yang digunakan sebagai sarana promosi terhadap *Scared of Bums* band, hendaknya pihak management *Scared of bums* band mengadakan kerjasama dengan desainer komunikasi visual. Melalui kerja sama tersebut diharapkan menghasilkan media komunikasi visual yang efektif dan efisien, yang sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki desainer tersebut. Selain itu perlu adanya kerjasama dengan pelaku industri musik dan pendukungnya seperti musisi – musisi, distro, toko kaset, media massa dan penggemar serta penikmat musik indie.

Media komunikasi visual yang dibuat sebagai sarana informasi disesuaikan juga dengan kemampuan *Scared of Bums* band. Hal ini dilakukan untuk memudahkan dalam menentukan media-media yang tepat digunakan sehingga hasil yang diperoleh nantinya dapat maksimal. Melalui media-media tersebut diharapkan pula dapat mendukung penjualan album ke dua *Scared of Bums* band.

5.2.2 Saran penulis untuk perkembangan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual adalah hendaknya mahasiswa mengkhususkan keahliannya di salah satu cabang dari Desain Komunikasi Visual seperti dalam bidang *advertising*, multimedia, *artwork*, web desain, dll. Hal dikarenakan begitu banyaknya cabang-cabang dari disiplin ilmu desain komunikasi visual ini dan untuk lebih meningkatkan profesional mahasiswa sebagai tenaga kerja di dunia kerja nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alwi, Hasan. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: P.N. Balai Pustaka.
- Ananda, Maya. 1978. *Seluk Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*. Jakarta: Mutiara.
- Arikunto, Prof. Dr. Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna, Teori Dan kreativitas Penggunaannya*. Bandung: ITB.
- Daryanto. 1998. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Apollo.
- Ensiklopedi Nasional Indonesia*. 2004. Jakarta: PT Delta Pamungkas.
- Hidayat, T. Dkk. 2006. *Grafika dan Teknologi Cetak Offset Lithography*. Surabaya: JP BOOKS.
- Kusmiarti, Artini et al. 1999. *Teori Dasar Disain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Marzuki, Drs. 1977. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPEFE-UII.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Nazir, 2003. *Metode Penelitian*. Erlangga: Jakarta
- Nuradi, Dkk. 1996. *Kamus Istilah Periklanan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Poerwodarminta, W.J.S. 1987. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pujirianto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Andi.
- Sachari, Agus. 1986. *Desain Gaya dan Realitas*. Bandung: CV Rajawali.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2005. *Dasar-dasar Tata Rupa & Desain (Nirmana)*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

Suyanto, M. 2004. *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*.

Yogyakarta: Andi.

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*

Damera, Anne. 2007, *Color Basic*

Sumber Internet :

<http://desaingrafisonline.blogspot.com>. *Hirarki Visual*. Diakses tgl.10 Mei 2010.

<http://desaingrafisonline.blogspot.com>. *Keseimbangan Simetris*. Diakses tgl.10 Mei 2010.

<http://desaingrafisonline.blogspot.com>. *Prinsip Kesatuan*. Diakses tgl.10 Mei 2010.

<http://desaingrafisonline.blogspot.com>. *Titik Fokus*. Diakses tgl.10 Mei 2010.

<http://gogle.com>. *Warna*. Diakses tgl 15 mei 2010

<http://google.com>. *DigitalPrinting*. Diakses tgl. 12 Mei 2010.

<http://google.com>. *Flekso*. Diakses tgl. 12 Mei 2010.

<http://google.com>. *Gravure*. Diakses tgl. 12 Mei 2010.

<http://google.com>. *Letterpress*. Diakses tgl. 12 Mei 2010.

<http://google.com>. *Offset*. Diakses tgl. 12 Mei 2010.

<http://google.com>. *Rotary Silk Screen Printing Machine*. Diakses tgl. 12 Mei 2010.

<http://museum-indonesia.net>. *Pengertian Museum*. Diakses tgl. 25 maret 2010.

<http://paintcharlestdaily.blogspot.com>. *Ilustrasi Teknik Woodcut*. Diakses tgl. 8 Mei 2010.

<http://pusatbahasa.diknas.go.id>. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Diakses tgl 12 Mei 2010.

http://sakuku.com/images/pic_iklan_baris.jpg. Diakses tgl. 14 Mei 2009.

<http://sumbo.wordpress.com>. *Semiotika Iklan Sosial*. Diakses tgl. 4 April 2009.

<http://www.2.bp.blogspot.com>. *Iklan Asli Iwan Sasirangan*. Diakses tgl. 14 Mei 2009.

<http://www.abz.wordpress.com>. *Open Suse Logo*. Diakses tgl. 14 Mei 2009.

<http://www.alaunbydesign.com>. *Script MT Bold*. Diakses tgl. 7 Mei 2010.

<http://www.askthecssguy.com>. *Font Arial*. Diakses tgl. 2 Mei 2010.

http://www.brooxpulford.com/.../autumn_fest_08_web.jpg. Diakses tgl. 7 September 2009.

<http://www.css-zibaldone.com>. *AGC JPEG*. Diakses 7 September 2009.

<http://www.doyoupop.com>. *Fonts Times New Roman*. Diakses tgl. 7 Mei 2010.

<http://www.eyesukink.com>. *image*, Diakses tgl 25 mei 2010

<http://www.graphicdesainblog.com>, Diakses tgl 25 mei 2010

<http://www.j-intel.com/graphicdesain.htm>. Diakses tgl. 7 September 2009.

<http://www.kylelmartin.com/.../07/kellyad-mayjune2008.jpg>. Diakses tgl. 7 September 2009.

http://www.matthewallison.com/.../2008/11/dixie_flyer.png. Diakses tgl. 7 September 2009.

<http://www.wyckoff.com>. *Stick With Us*. Diakses 7 September 2009.

<http://www.alkalinetrio.com/2007> Diakses tgl. 14 Januari 2011

<http://www.theblackdahliamurder.com/2007> Diakses tgl. 25 Februari 2011

<http://www.gigposterr.com/2009> Diakses tgl. 25 Februari 2011

<http://www.smashingmag.com/2006> Diakses tgl 28 Februari 2011

<http://www.alternativepress.com/2007> Diakses tgl. 2 Mei 2011

<http://www.obeygiant.com/2007> Diakses tgl. 2 Mei 2011

<http://id.wikipedia.org/wiki/Propaganda> Diakses tgl. 2 Mei 2011

