

Kata Pengantar

Puji syukur, alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, karena dengan karunia-Nya penulis diberikan kekuatan dan kelancaran dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini bermaksud dan bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Strata I pada Jurusan Desain Komunikasi Visual di Fakultas Industri Kreatif Telkom University, Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun penulisan ini masih terdapat banyak kekurangan, kesulitan, dan hambatan yang membuat hasil dari penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan masukan saran dan kritik dari semua pihak yang dapat membangun moral dan kemampuan penulis untuk menjadi lebih baik.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebaikan bantuan berupa tenaga dan pikiran dari seluruh pihak yang membantu dalam menyusun penulisan dan pengkaryaan ini. Terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Segalanya di dunia dan akhirat, atas ridha, rahmat, hidayah, pertolongan, kelancaran, dan bimbingan-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan proses Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Irfandi, S.E, dan Ibu Dyah Setiani Sudjadi, S.E, yang tiada hentinya berdo'a dan memberikan semangat yang memotivasi penulis untuk terus belajar dan jangan tinggalkan ibadah sholat lima waktu.
3. Kakak Bintang Aditya Putra, yang selalu mengingatkan penulis untuk kembali ke jalan yang benar.
4. Adik Cindy Mutiara Irfandi, yang turut mendo'akan penulis untuk lulus tepat pada waktunya.
5. Bapak Didit Widiatmoko, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Telkom University.
6. Ibu Ira Wirasari, S.Sos., M.Ds, selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa tiada bosan-bosannya memberikan saran dan masukan yang sangat membangun mental penulis selama proses tugas akhir ini.

7. Para dosen penguji, Bapak Ilhamsyah, S.Sn., M.Ds, Bapak Gandara, S.Sn., dan Ibu Siti Deshinta, S.Sn., M.Sn., yang selalu memberikan saran dan masukan yang bermanfaat kepada penulis.
8. Band Bigfoot, Ario, Welby, dan Bintang, yang telah bersedia membantu dan mendukung penulis dalam proses ini.
9. Sahabat-sahabat penulis, Dhika, Uky, Falah, Nabila, Tesa, Annisa, Nobel, Givo, Karin, Niko, Mahfudh, Zaki, Vidie, Paul, Rabin, Bram, Kharisma, dan semuanya yang ikut memberikan bantuan tenaga dan pikiran serta tumpangan dalam proses tugas akhir ini.
10. Rechta Qadis Reihana, yang selalu memberikan dukungan, do'a dan semangat selama menjalani proses tugas akhir ini.
11. Seluruh rekan DKV angkatan 2010 yang sama-sama berjuang dan memberikan dukungan selama proses ini.
12. Teman-teman IMAGI.
13. Teman-teman satu bimbingan, Dhika, Tesa, Givo, dan Icha.
14. Seluruh rekan-rekan di Fakultas Industri Kreatif.
15. Seluruh pihak yang telah membantu melancarkan proses tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan memudahkan segala urusan dan kepentingan rekan-rekan semua, serta membalas kebaikan dan ketulusan rekan-rekan yang membantu penulis dalam menyelesaikan proses tugas akhir ini. Semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Amin.

Bandung, 14 Juli 2014

Mustika Ramadhan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5. Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1. Manfaat Keilmuan	4
1.5.2. Manfaat Bagi Pihak Bigfoot	4
1.5.3. Manfaat Bagi Masyarakat Umum	5
1.6. Metode Penelitian	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7. Kerangka Perancangan.....	6
1.8. Sistematika Penulisan	7
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Promosi	8
2.2 Pengertian Media	12
2.2.1. Pengertian Komunikasi	12
2.2.2. Pengertian Komunikasi Massa	13
2.2.3. Pengertian Internet.....	13
2.2.4. Pengertian Media Sosial	14

2.2.5. Pengertian Desain Komunikasi Visual	14
2.3 Pengertian Musik	22
2.3.1. Sejarah Singkat Musik Rock di Indonesia.....	22
2.3.2. Sinematografi	23
2.3.2.1. <i>Scene, Shot, & Sequence</i>	23
2.3.2.2. Sudut Pandang Kamera (<i>Kamera Angle</i>).....	24
2.3.2.3. Skenario	28
2.3.2.3.1. Elemen Skenario	28
2.3.2.3.2. <i>Setting Construction</i>	30
2.3.2.3.3. Pencahayaan	30
2.3.2.4. <i>Storyboard</i>	31
2.3.2.5. Komposisi.....	31
2.3.2.5.1. Komposisi Dinamis	31
2.3.2.5.2. Aneka Ragam Pengkomposisian	32
2.3.2.5.3. Mengkomposisi dalam Kedalaman (<i>Depth</i>)....	33
2.3.2.5.4. Kesederhanaan	34
2.3.2.6 Video Musik	35
BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data	37
3.1.1. Profil Band Bigfoot.....	37
3.1.1.1. Profile Personil Band Bigfoot.	38
3.1.1.2. Prestasi Band Bigfoot	40
3.1.1.3. Album Band Bigfoot “Amazing Surprises”	41
3.1.2. Analisis Target Audience.....	42
3.1.2.1. Komunitas Indonesian Rockz.....	42
3.1.2.2. Segmentasi.....	43
3.1.2.3. AIO	44
3.1.3. Data Proyek Sejenis	44
3.1.3.1. Video Klip Band Roxsax – Lagu Perahu	44
3.1.3.2. Video Klip Alas Roban – Berhati Dua	47
3.1.4. Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner	49
3.2 Analisis Data.....	54

3.2.1. Analisis SWOT	54
3.2.2. Analisis SWOT Bigfoot	54
3.2.3. Analisis SWOT Roxxass.....	56
3.2.4. Analisis SWOT Alas Roban	56
BAB IV. KONSEP PERANCANGAN	
4.1 Konsep	58
4.1. Konsep Pesan	58
4.1.2. Konsep Kreatif	58
4.1.2.1. Strategi Kreatif AISAS	59
4.1.3. Strategi Visual.....	60
4.1.4. Strategi Media	61
4.2 Hasil Perancangan.....	61
4.2.1. <i>Storyline</i>	61
4.2.2. <i>Storyboard</i>	62
4.2.3. Poster.....	77
4.2.4. X-Banner	78
4.2.5. Pin	79
4.2.6. T-Shirt	79
4.2.7. Gelang Karet	80
4.2.8. Sticker	81
4.2.9. Web Banner	81
4.2.10. Poster Media Sosial.....	82
4.2.11. Media Sosial Twitter.....	82
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI

Gambar 1.1.	Kerangka Perancangan	7
Gambar 2.1.	Warna Primer, Sekunder, dan Tersier	17
Gambar 3.1.	<i>Perform</i> Bigfoot.....	41
Gambar 3.2.	Logo Komunitas Indonesian Rockz	42
Gambar 3.3.	Model Laki-laki yang sedang bersiap menemui model wanita	44
Gambar 3.4.	Model laki-laki bertemu model wanita.....	45
Gambar 3.5.	Model laki-laki memberi hadiah untuk model wanita.....	45
Gambar 3.6.	Model wanita menelpon kekasihnya untuk menjemputnya	45
Gambar 3.7.	Model wanita bertemu dengan kekasihnya	46
Gambar 3.8.	Aksi Gitaris dan Basis band Roxxass.....	46
Gambar 3.9.	Aksi Vokalis dan Basis band Roxxass	46
Gambar 3.10.	Model laki-laki bermain musik bersama band Roxxass.....	47
Gambar 3.11.	Percakapan dua orang model dengan latar belakang gudang.....	48
Gambar 3.12.	Penampilan band Alas Roban dengan latar belakang gudang.....	48
Gambar 3.13.	Ekspresi marah dan gestur memaksa model pria	48
Gambar 3.14.	Ekspresi tertawa model wanita.	49
Gambar 3.15.	Ekspresi tertawa puas model wanita.....	49
Gambar 3.16.	Hasil Observasi.....	51
Gambar 3.17.	Hasil Observasi.....	51
Gambar 4.1.	<i>Storyboard</i>	62
Gambar 4.2.	Poster	77
Gambar 4.3.	X-Banner	78
Gambar 4.4.	Pin.....	79
Gambar 4.5.	T-Shirt Depan	79
Gambar 4.6.	T-Shirt Belakang	80
Gambar 4.7.	Gelang Karet.....	80
Gambar 4.8.	Sticker.....	81
Gambar 4.9.	Web Banner	81
Gambar 4.10.	Poster Media Sosial	82
Gambar 4.11.	Posting Twitter Bigfoot	82

Gambar 4.12. Retweet Indonesian Rockz atas Posting Twitter Bigfoot..... 83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Psikolgi Warna.....	17
Tabel 3.1.	Profil Personil Band Bigfoot.....	38
Tabel 3.2.	<i>Activities, Interest, and Opinion</i>	44
Tabel 3.3.	Hasil Kuesioner.....	52
Tabel 4.1.	Storyboard.....	64