

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERILISAN
SINGLE BARU AVHATH

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Erhan Achmad Hawali

NIM 42317010057

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Dosen pembimbing:


Diean Arjuna D, S.Ds, M.Sn

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

	<p>LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL</p> <p>FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA</p>	<p>Q</p>
---	---	-----------------

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erhan Achmad Hawali
 Nomor Induk Mahasiswa : 42317010057
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2021

Yang memberikan pernyataan,



Erhan Achmad Hawali

	LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	----------

Semester: Ganjil / Genap

Tahun Akademik: 2020/ 2021

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
PERILISAN SINGLE BARU AVHATH

Disusun Oleh,

Nama : Erhan Achmad Hawali

Nomor Induk Mahasiswa : 42317010057

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan LULUS pada Sidang Sarjana Tanggal 21 Juli 2021__

Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Diean Arjuna D, S.Ds,

M.Sn Jakarta, 14 Juli 2021

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir ,



Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

Ketua Program Studi,



Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERILISAN SINGLE
BARU AVHATH**

Erhan Achmad Hawali

NIM 42317010057

ABSTRACT

Avhath is a black metal band from Jakarta that was formed in 2012. Avhath has released dozens of singles and EPs from 2013. Their most recent release is called Felo De Se/Hallowed Ground which was released in February 2021. The year 2021 is also a year where COVID-19 virus is still high, increasing even. The COVID-19 pandemic has forced the government to set up a new regulation called PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) to restrict social activity, resulting in many live event, including music concert, to be canceled. Which is unfortunate since concert or live event is one of the best methods to promote a new single or album. In this thesis, using social media as an alternative to live concert or even is the appropriate method to use. Using merchandise bundle as the main media, and using a promotion video and social media platform as the secondary media. The strategy that is used in this promotion/marketing and social media content is called the ABCD (attracting, believing, connecting, and doing) method, in an effort to boost the effectivity of the advertising.

Kata Kunci: *media promotion, merchandise, advertisement, music*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PERILISAN SINGLE
BARU AVHATH**

Erhan Achmad Hawali

NIM 42317010057

ABSTRAK

Avhath merupakan band *black metal* asal Jakarta yang dibentuk pada tahun 2012. Avhath sudah merilis banyak single dan mini album dari tahun 2013. Single terbaru nya adalah Felo De Se/Hallowed Ground yang dirilis pada Februari 2021. Tahun 2021 juga merupakan tahun dimana virus COVID-19 masih tinggi, bahkan meningkat. Adanya pandemi COVID-19 memaksa pemerintah untuk melakukan PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, mengakibatkan banyak *event* yang tidak bisa digelar, termasuk acara konser musik. Padahal, konser atau *live event* merupakan salah satu metode paling ampuh dalam mempromosikan rilisan terbaru. Pada Tugas Akhir ini, Metode promosi melalui sosial media sebagai alternatif dari konser musik merupakan metode yang tepat untuk digunakan. Menggunakan bundle merchandise sebagai media utama, lalu untuk media pendukung, video promosi dan juga sosial media merupakan *platform* yang digunakan. Strategi iklan yang digunakan adalah iklan taktis serta menggunakan metode ABCD (*attracting, believing, connecting* dan *doing*) untuk konten sosial media, sebagai upaya dalam memaksimalkan efektifitas promosi.

Kata Kunci: *media promosi, merchandise, iklan, musik*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas rezeki, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan kewajiban merancang Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Media Promosi Untuk Perilisan Single Baru Avhath”. Selanjutnya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan tugas akhir ini, yaitu:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis.
2. Bapak Diean Arjuna D, S.Ds, M.Sn, selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu dan memberi dukungan selama pembuatan tugas akhir ini.
3. Rezky Prathama atau EKRIKIG selaku vokalis Avhath dan seluruh anggota Avhath, yang bersedia membantu dan meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber tugas akhir ini.
4. Ibu Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn selaku Kaprodi dan koordinator tugas akhir.
5. Teman-teman grup Tugas Akhir Terbaik, Eruptor, IPK 4 dan Anak-Anak Terlambat sebagai penghibur dan pendukung selama pengerjaan tugas akhir ini.
6. Seluruh teman-teman Desain Komunikasi Visual angkatan 2017, serta dosen FDSK atas semua dukungan baik langsung maupun tidak langsung sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Semoga laporan ini dapat menjadi manfaat bagi pembaca. Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih belum sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati.

Jakarta, 17 Juli 2021

Penulis,



Erhan Achmad Hawali

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Tujuan Perancangan	2
C. Manfaat Perancangan	2
II. METODE PERANCANGAN	4
A. Orisinalitas	4
B. Target/Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)	7
C. Relevansi dan Konsekuensi	7
D. Skema Proses Desain	10
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	11
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancang	11
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	14
C. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan	15
IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	28
A. Tataran Lingkungan / Komunitas (Community Level)	28

B. Tataran Sistem (System Level)	28
C. Tataran Produk (Products Level)	29
D. Tataran Komponen (Components Level)	45
V. UJI DESAIN	53
A. Deskripsi Karya	53
B. Kegiatan Uji Desain	53
C. Hasil Uji Desain	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN – LAMPIRAN	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Karya TA Karina Rahma Putri	4
Gambar 2 Karya TA Muhammad Imam Zahrowi	5
Gambar 3 Karya TA Muhammad Rafi Agustin	6
Gambar 4 Insight Instagram Avhath 1	11
Gambar 5 Insight Instagram Avhath 2	11
Gambar 6 Insight Twitter Avhath 1	12
Gambar 7 Insight Twitter Avhath 2	12
Gambar 8 Insight Facebook Avhath	13
Gambar 9 contoh typeface Old Style Serif	15
Gambar 10 contoh typeface Transitional Serif	15
Gambar 11 contoh typeface Modern Serif	16
Gambar 12 contoh typeface Grotesque	16
Gambar 13 contoh typeface Neo-Grotesque	17
Gambar 14 contoh typeface Geometric Sans Serif	17
Gambar 15 contoh typeface Format script	18
Gambar 16 contoh typeface Blackletter	18
Gambar 17 contoh typeface Handwriting Script	18
Gambar 18 contoh typeface Monospace	19
Gambar 19 contoh typeface Display	19
Gambar 20 Grid	23
Gambar 21 emphasis and scale	24
Gambar 22 White space	24
Gambar 23 pengaplikasian rule of thirds	25
Gambar 24 logo menggunakan rule of odds	25
Gambar 25 Artwork/cover	26
Gambar 26 Poster	29
Gambar 27 Leaflet 1	30
Gambar 28 Leaflet 2	31
Gambar 29 Kaos	31
Gambar 30 Kaset	32
Gambar 31 Leaflet	33
Gambar 32 Poster	33
Gambar 33 Screenshot video promosi	34
Gambar 34 Instagram story (sponsored ads dan games)	35
Gambar 35 Gambar 35 Instagram post, Tutorial membeli	35
Gambar 36 Youtube Banner	36
Gambar 37 Spotify Home Ads Banner	37
Gambar 38 Gambar 38 Facebook ads	37
Gambar 39 Twitter ads	38

Gambar 40 Packaging	40
Gambar 41 Artwork layout	41
Gambar 42 Poster layout	41
Gambar 43 Video Promosi	41
Gambar 44 How to order	43
Gambar 45 facebook dan twitter ads	44
Gambar 46 Palet Warna	45
Gambar 47 EB Garamond	46
Gambar 48 Contoh pengaplikasian EB Garamond	46
Gambar 49 Design final EB Garamond setelah di edit di Photoshop	47
Gambar 50 proses pembuatan logo text di Photoshop	47
Gambar 51 proses pembuatan artwork di Photoshop	49
Gambar 52 Koleksi foto yang digunakan penulis dalam perancangan ini	51
Gambar 53 Poster Layar Karya	54
Gambar 54 acara Layar Karya	55
Gambar 55 Tampilan Galeri FDSK	55
Gambar 56 Profil penulis	56
Gambar 57 Display 1	56
Gambar 58 Display 2	57
Gambar 59 Display 3	58
Gambar 60 Display 4	58
Gambar 61 Display 5	59
Gambar 62 Display 6	60
Gambar 63 Display 7	61
Gambar 64 Kritik dan Saran	62



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Tujuan Perancangan	2
C. Manfaat Perancangan	2
II. METODE PERANCANGAN	4
A. Orisinalitas	4
B. Target/Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)	7
C. Relevansi dan Konsekuensi	7
D. Skema Proses Desain	10
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	11
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancang	11
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	14
C. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan	15
IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	28
A. Tataran Lingkungan / Komunitas (Community Level)	28

B. Tataran Sistem (System Level)	28
C. Tataran Produk (Products Level)	29
D. Tataran Komponen (Components Level)	45
V. UJI DESAIN	53
A. Deskripsi Karya	53
B. Kegiatan Uji Desain	53
C. Hasil Uji Desain	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN – LAMPIRAN	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Karya TA Karina Rahma Putri	4
Gambar 2 Karya TA Muhammad Imam Zahrowi	5
Gambar 3 Karya TA Muhammad Rafi Agustin	6
Gambar 4 Insight Instagram Avhath 1	11
Gambar 5 Insight Instagram Avhath 2	11
Gambar 6 Insight Twitter Avhath 1	12
Gambar 7 Insight Twitter Avhath 2	12
Gambar 8 Insight Facebook Avhath	13
Gambar 9 contoh typeface Old Style Serif	15
Gambar 10 contoh typeface Transitional Serif	15
Gambar 11 contoh typeface Modern Serif	16
Gambar 12 contoh typeface Grotesque	16
Gambar 13 contoh typeface Neo-Grotesque	17
Gambar 14 contoh typeface Geometric Sans Serif	17
Gambar 15 contoh typeface Format script	18
Gambar 16 contoh typeface Blackletter	18
Gambar 17 contoh typeface Handwriting Script	18
Gambar 18 contoh typeface Monospace	19
Gambar 19 contoh typeface Display	19
Gambar 20 Grid	23
Gambar 21 emphasis and scale	24
Gambar 22 White space	24
Gambar 23 pengaplikasian rule of thirds	25
Gambar 24 logo menggunakan rule of odds	25
Gambar 25 Artwork/cover	26
Gambar 26 Poster	29
Gambar 27 Leaflet 1	30
Gambar 28 Leaflet 2	31
Gambar 29 Kaos	31
Gambar 30 Kaset	32
Gambar 31 Leaflet	33
Gambar 32 Poster	33
Gambar 33 Screenshot video promosi	34
Gambar 34 Instagram story (sponsored ads dan games)	35
Gambar 35 Gambar 35 Instagram post, Tutorial membeli	35
Gambar 36 Youtube Banner	36
Gambar 37 Spotify Home Ads Banner	37
Gambar 38 Gambar 38 Facebook ads	37
Gambar 39 Twitter ads	38

Gambar 40 Packaging	40
Gambar 41 Artwork layout	41
Gambar 42 Poster layout	41
Gambar 43 Video Promosi	41
Gambar 44 How to order	43
Gambar 45 facebook dan twitter ads	44
Gambar 46 Palet Warna	45
Gambar 47 EB Garamond	46
Gambar 48 Contoh pengaplikasian EB Garamond	46
Gambar 49 Design final EB Garamond setelah di edit di Photoshop	47
Gambar 50 proses pembuatan logo text di Photoshop	47
Gambar 51 proses pembuatan artwork di Photoshop	49
Gambar 52 Koleksi foto yang digunakan penulis dalam perancangan ini	51
Gambar 53 Poster Layar Karya	54
Gambar 54 acara Layar Karya	55
Gambar 55 Tampilan Galeri FDSK	55
Gambar 56 Profil penulis	56
Gambar 57 Display 1	56
Gambar 58 Display 2	57
Gambar 59 Display 3	58
Gambar 60 Display 4	58
Gambar 61 Display 5	59
Gambar 62 Display 6	60
Gambar 63 Display 7	61
Gambar 64 Kritik dan Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1	7
Tabel 2	32



DAFTAR LAMPIRAN

Asistensi	64
Dokumentasi Kegiatan Uji Desain	64
Wawancara dengan Ekrig	64

