Laporan Pengantar Proyek Tugas Akhir

PROMOSI ALBUM BAND TEKNO BOTTLESMOKER

DK 38315 Tugas Akhir

Semester II 2007/2008

Oleh :

Didit Adhitya Anuraga

NIM :

51903126

Program Studi Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS DESAIN

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2008

Lembar Pengesahan

PROMOSI ALBUM BAND TEKNO BOTTLESMOKER

DK 38315 Tugas Akhir

Oleh :

Didit Adhitya Anuraga

NIM :

51903126

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing :

Irwan Tarmawan, S.Sn

Koordinator TA :

Ambarsih Ekawardhani, M.Sn

KATA PENGANTAR

Bismillaahirraahmaanirraahiim
Assalaammualaaikum wr, wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, yang telah memberikan karunia dan hidayahnya baik berupa kekuatan, semangat dan perlindungan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul **"PROMOSI ALBUM BAND TEKNO BOTTLESMOKER "** dengan baik.

Laporan Tugas Akhir ini disusun melalui suatu proses kerja yang cukup panjang serta mengalami berbagai rintangan, tantangan dan hambatan. Namun penulis akhirnya dapat melalui itu semua, sehingga penulis dapat menyelesaikannya. ini semua dapat dilakukan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak.

Penulis menyadari bahwa Laporan ini masih banyak kekuranganya baik dari segi materi serta visual yang ditampilkan, untuk itu penulis sangat berterima kasih kepada pembaca jika sudi kiranya memberikan kritik serta saran atas Laporan Tugas Akhir ini.

Amin
Wassalaammualaaikum wr, wb

Bandung, Juli 2008

Penyusun

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan
Kata Pengantar i
Daftar Isi ii
Daftar Tabel iv
Daftar Gambar v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 2
1.3 Fokus Permasalahan 3
1.4 Tujuan Perancangan 4
1.5 Kata Kunci 4

BAB II PROMOSI ALBUM BAND TEKNO BOTTLESMOKER

2.1 Promosi Album Band Tekno Bottlesmoker 6
2.1.1 Target Audiens 10
2.2 Objek Permasalahan 11
2.3 Analisis SWOT 11
2.4 Positioning 13
2.5 Pemecahan Masalah 13

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi 15
3.1.1 Tujuan Komunikasi 15
3.2 Strategi Kreatif 15
3.3 Strategi Media 17
3.3.1 Pemilihan Media 17

3.4 Strategi Distribusi.....22
3.5 Konsep Visual 22
3.5.1 Tema Visual 22
3.5.2 Gaya dan Kesan 22
3.5.3 Tipografi 23
3.5.4 Warna 24
3.5.5 Ilustrasi dan Animasi 25
3.6 Konsep Teknis..... 26
3.6.1 Site Map 26
3.6.2 Studi Ikon 27
3.6.3 Software 31

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1 Teknis Media 32
4.2 Teknis Produksi..... 32
4.3 Aplikasi Media 35
4.3.1 CD Interaktif 35
4.3.2 Media Pendukung 42
4.3.3 Media Gimmick 47

KOSA KATA 49
DAFTAR PUSTAKA..... 51
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Analisa SWOT 11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kombinasi antara air terjun dan pelangi	16
Gambar 2	Capture interface home CD interaktif	18
Gambar 3	CD album dan cover	19
Gambar 4	Poster	20
Gambar 5	Stiker	20
Gambar 6	x - benner	21
Gambar 7	Gimmick	21
Gambar 8	contoh ilustrasi manual dan vektor	23
Gambar 9	Skema warna	24
Gambar 10	Animasi intro CD interaktif	25
Gambar 11	Site map CD interaktif	26
Gambar 12	Ikon yang dipakai dlam CD interaktif	27
Gambar 13	Ikon home	27
Gambar 14	Ikon band	28
Gambar 15	Ikon profil dan sejarah band	28
Gambar 16	Ikon profil personil	29
Gambar 17	Ikon event	29
Gambar 18	ikon untuk kontak	30
Gambar 19	Ikon sample lagu	30
Gambar 20	Ikon untuk mengakhiri aplikasi	31

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya laju perkembangan musik saat ini, menjadikan persaingan dalam industri sebagai hal yang tak terelakkan lagi. Banyak munculnya musisi/band baru menjadi salah satu faktor penentu terciptanya kondisi ini. Selain diakibatkan muncul dan berkembangnya genre/aliran baru dalam musik. Salah satu genre yang berkembang sangat pesat saat ini adalah tekno yang lebih popular disebut digital atau dance musik. Musisi yang memainkan aliran musik tekno disebut DJ *(Disk Jokey).*

Pada awalnya musik jenis ini muncul di Eropa Barat di tahun 1970an. Setelah perang dunia kedua selesai musik tekno berkembang di Amerika terutama di Detroit dan Michigan, bahkan musik tekno di kolaborasikan dengan musik yang ada atau musik daerah sehingga terbagi menjadi beberapa jenis lagi. Dipengaruhi oleh jenis musik *funk, new wave, house music,* dan *futuristik*, musik tekno mulai berkembang di tahun 1990an.

Musik tekno bisa juga disebut *dance* musik sudah masuk dan dikenal di Indonesia pada sekitar tahun 80an bersamaan dengan berkembangnya gaya retro di kalangan remaja pada saat itu. Hampir di setiap acara pesta baik umum maupun sekolah, *dance* musik selalu menjadi musik yang disukai. Akan tetapi pada saat itu artis - artis atau para DJ asal Indonesia belum ada karena musik - musik tekno yang mereka nikmati berasal dari luar. Selain kurangnya perangkat yang

bisa digunakan untuk membuat sebuah aransemen musik, profesi sebagai seorang DJ pada saat itu kurang menjanjikan.

Secara spesifik masuknya musik tekno Bandung masih belum diketahui karena seperti jenis musik lain musik tekno masuk secara tidak disadari dan yang pertama menerima jenis musik ini adalah para remaja terutama mahasiswa karena sebagian besar para musisinya berstatus sebagai mahasiswa.

Pada umumnya para musisinya bergerak sendiri atau bisa disebut indi label, tapi bukan berarti mereka tidak menutup diri pada mayor label. Beberapa band tekno yang sekarang telah di kontrak major label adalah Goodnight Electric dan Homogenic yang pada awalnya juga bergerak di indi label. Bottle Smoker adalah salah satu band tekno di Bandung yang berusaha mendapat perhatian dari para penikmat musik di Indonesia. Mereka telah mengeluarkan 3 album dan bergerak di indi label.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survei serta wawancara dengan narasumber, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembang serta tingkat penjualan album Bottlesmoker sebagai salah satu band yang mengusung aliran tekno di Bandung. Hal tersebut antara lain :

- Masyarakat Indonesia pada umumnya lebih menyukai musik yang mudah di didengar dan dimengerti. Contohnya musik pop, itu terbukti dengan banyak bermunculannya band - band yang beraliran pop dengan mudah meraih popularitas dan tingkat penjualan album mereka terbilang cepat dan laris di pasar. Penghargaan platinum

berdasarkan penjualan kaset maupun CD album band atau musisi musik pop menjadi tolak ukurnya.

- Kurangnya media publikasi seperti tempat maupun acara bagi musisi yang mengusung aliran musik tekno untuk mengapresiasikan karyanya, dengan demikian para musisinya sendiri cenderung lebih memilih memakai jalur indi lebel untuk memasarkan karyanya.

- Masyarakat belum menyadari bahwa ada manfaat psikologis yang dihasilkan secara tidak langsung bagi orang yang mendengarkan musik tekno, yaitu ketenangan dalam memutuskan suatu masalah dan meningkatkan konsentrasi.

- Proses promosi sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah penjualan album tidak berjalan dengan baik. Hal tersebut bisa dilihat dari angka penjualan yang tidak sesuai dengan harapan, bahkan lagu – lagu yang terdapat dalam album tersebut akhirnya di *upload* di situs mereka dan bisa di *download* secara gratis.

1.3 Fokus Masalah

Dari identifikasi masalah dapat di tarik sebuah fokus masalah yang diangkat yaitu kurang efektifnya proses promosi yang dilakukan oleh Bottlesmoker. Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan sebuah tindakan untuk menentukan langkah - langkah apa saja dan strategi kreatif apa yang akan dilakukan untuk mendukung proses promosi album Bottlesmoker agar berjalan dengan baik dan bisa diterima masyarakat.

1.4 Tujuan Perancangan

Dapat meningkatkan angka penjualan album yang akan dikeluarkan dibandingkan album – album sebelumnya. Menganalisa seberapa besar pengaruhnya sebuah proses promosi bagi sebuah band tekno dalam memperkenalkan band itu sendiri maupun aliran musik yang mereka angkat, agar dapat diterima masyarakat sekaligus meningkatkan popularitas band itu sendiri. Selain itu secara tidak lansung diharapkan dapat memberikan solusi bagi para musisi dalam hal mengembangkan komunitas dan menjaga eksistensinya.

1.5 Kata Kunci

Promosi meliputi semua alat-slat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. (Philip Kotler e-USU Repository © 2004 Universitas Sumatera Utara).

Media adalah alat komunikasi seperti koran, majalah, film, poster dan lain-lain. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1988).

Musik menurut buku **”Menuju Apresiasi Musik”** karangan Remy Sylado adalah sebagai berikut: ”musik adalah seni bunyi-bunyian karena didalam bunyi dan suara ada tata tertib mewujudkannya menjadi indah, baik dan betul yaitu unsur nada lajim disebut melodi,unsur irama disebut ritem,dan unsur keselarasan lajim disebut harmoni”(1986 : 72)

Tekno adalah istilah untuk *electronik dance music* atau lebih populer disebut musik digital.

Musik digital menurut Didat dalam situs pelopor (2007) adalah musik yang diolah secara digital. Musik ini dihasilkan oleh alat musik asli, kemudian diolah secara digital. Misalnya, dalam sebuah lagu terdiri dari gitar akustik, bas, piano, dan drum. Lagu yang dimainkan oleh

masing-masing alat musik direkam secara terpisah dan tidak bersamaan. Kemudian, dengan menggunakan perangkat tertentu, suara-suara tersebut dipadukan serta diedit dan disempurnakan.

BAB II
PROMOSI ALBUM BAND TEKNO BOTTLESMOKER

2.1 Promosi Band Tekno Bottlesmoker

Pada awalnya Bottlesmoker adalah sebuah proyek musik yang bersifat eksperimental. Tahun 2003, Angkuy yang merupakan salah satu mahasiswa sebuah perguruan tinggi negeri di Bandung mencoba mengekspresikan kreatifitasnya lewat musik dan perangkat komputer seadanya. Berbekal prossesor Intel Pentium II 350Mhz dan softwere program *Fruity Loops* Ankuy coba mengaransemen sebuah musik dengan memadukan suara – suara yang terdapat dalam softwere program tersebut. Setelah mempunyai beberapa buah aransemen ia mencoba menyusunnya menjadi sebuah album. Berawal dengan cara menyebarkan lagu dari komputer ke komputer teman-temannya, yang ternyata lagu-lagu yang ditulis mendapat respon positif dan membuat Angkuy lebih bersemangat untuk terus menulis lagu dan menyebarkannya. Tahun 2004, Bottlesmoker mengisi sebuah festival loop yang diadakan di IF Venue, yaitu “Friday I’m In Loops”. Sebuah festival yang menjadi titik awal bagi Angkuy untuk lebih serius dalam penggarapan project musiknya. Tidak hanya itu, tahun 2005 Angkuy mengajak Nobie untuk bergabung dengan Bottlesmoker mengambil posisi sebagai programer.

Sebuah konsep yang diambil adalah musik kamar. Sebuah musik yang diproduksi di kamar sendiri dan cocok didengarkan di kamar. Dengan musik yang instrumentally, Bottlesmoker memiliki beat yang teratur dan jernih, karena asli menggunakan suara dari softwere program komputer. Dalam mengaransemen lagunya Angkuy dan

Nobie sangat tergantung kepada computer, hal tersebut menjadi inspirasi dalam membuat EP tahun 2004 dan diberi judul ”Computer Is My Wife” yang membawa Bottlesmoker mengisi acara “Beatles Nite 2” di Batu Api. Dalam acara itu Bottlesmoker mengaransemen lagu “Let it Be” The Beatles.

Beberapa musisi yang berpengaruh terhadap musik BottleSmoker adalah The Beatles, Mum, Manitoba, Telefon Tel Aviv, Flaming Lips dan Fisherspooner. Selain itu mereka juga terpengaruh artis-artis netlabel seperti observatoryonline.com dan midnetterecord.

Melalui jaringan internet Bottlesmoker coba menyebarkan lagunya dengan cara menjadi *member* di *myspace.com*. Pengunjung BottleSmoker di *myspace.com* bisa *mendownload* gratis atau mengirimkan CD kosong ke alamat Bottlesmoker dan mereka akan membuatkan CD musiknya tersebut dengan isi lagu-lagu plus cover album. Melalui jaringan internet ini pun, Angkuy sebagai arranger dan penulis lagu banyak diajak untuk berkolaborasi dengan musisi komputer lainnya khususnya dari luar . Hasil kolaborasinya dengan musisi luar membuat nama Bottlesmoker dan musisi komputer Indonesia terangkat, musisi Filipina Mark Redito telah berhasil berkolaborasi melalui lagu ”Mini Family” kemudian lagu ”Come Back To The Light” yang berada di album instant version “Before Circus Is Over” dan telah di remixed oleh BleedingBoy (Filipina). Selain itu, Angkuy sekarang sedang mencoba berkollaborasi dengan Stereo Coach.

Dengan musik kamarnya itu mereka tetap berada di jalur musik yang mereka sebut netlabel karena penyebaran albumnya sebagian besar dilakukan melalui fasilitas internet. Dua album dua EP yang telah

dihasilkannya pun disebarkan dengan prinsip SASE (*Send Adress Self Envelope*) selain itu album mereka juga disebarkan secara langsung di warnet atau dari tangan ke tangan dalam bentuk Data Disc, maka dengan demikian orang-orang bisa mendapatkan lagu-lagunya secara cuma - cuma. WastedRockers salah satu perusahaan rekaman yang peduli terhadap musisi yang bergerak di netlabel membawa Bottlesmoker dalam sebuah proyek album kompilasi yang diberi judul WastedRockers Vol. 1 Compilation.

Setelah Lama dalam net lebel dan menyebarkan musiknya secara gratis Bottle Smoker menyadari pentingnya arti promosi karena mereka ingin lebih menjangkau target audience yang lebih besar. Selain itu mereka coba mencari keuntungan dalam setiap penjualan albumnya maupun dalam mendownload setiap singlenya. Beberapa kegiatan promosi yang telah mereka lakukan sebelumnya akan dirubah sehingga dapat mencapai target penjualan pertamanya.

Menurut Philip Kotler dalam situs Wikipedia (2008) promosi adalah *"Promotion encompasses all the tools in the marketing mix whose mayor is persuasive communication".* Yang artinya adalah promosi meliputi semua alat-alat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk.

Menurut Didat Triadi dalam situs didats (2008) promosi merupakan sebuah aktifitas menawarkan produk atau jasa yang bertujuan menarik orang lain untuk membeli, menggunakan atau bahkan hanya melirik produk atau jasa yang ditawarkan.
Tujuan promosi merupakan dasar dalam membuat keseluruhan program promosi yang akan dijalankan oleh seseorang atau sebuah

perusahaan dalam rangka mencapai apa yang diinginkannya, kemudian akan menyusul langkah-langkah selanjutnya. Adapun beberapa tujuan promosi menurut Marc Gobe (2005 : 20) dalam bukunya *"Emotional Branding"* adalah :

- Mencari pelanggan baru
  Sebuah produk yang sudah ada ingin memperluas target pasarnya sehingga seorang produsen melakukan promosi dengan segmentasi yang lebih luas.
- Merubah target pasar
  Sebuah produk yang ingin merubah segmentasi penjualannya, sehingga produk tersebut dapat bersaing dengan produk yang telah ada sebelumnya.
- Mempertahankan pelanggan yang ada
  Sebuah proses promosi yang dilakukan untuk lebih mempertegas keberadaan produk di pasar sehingga konsumen yang sudah memakai atau menikmati produk tersebut akan tetap memakainya.
- Memperkenalkan produk baru
  Produk baru yang akan dipasarkan perlu sertai proses promosi yang baik dan efektif agar produk tersebut dapat di terima di pasar.

Berdasarkan tujuan promosi diatas, maka tujuan yang relevan bagi masalah yang dihadapi oleh Bottlesmoker adalah untuk memperkenalkan produk baru, mengingat Bottlesmoker merupakan band yang baru. Walaupun mereka sudah melakukan kegiatan promosi sebelumnya secara tidak disadari, akan tetapi hal tersebut kurang maksimal selain itu sekarang mereka ingin merubah visi misinya dan berusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Sebagai salah satu tolak ukur atau studi perbandingan adalah Homogenic yang merupakan band pop tekno yang angka penjualan CD nya dapat bersaing di pasar.

2.1.1 Target Audiens

Segmentasi dan target sasaran yang diharapkan dari Perancangan media promosi album Bottlesmoker ini disesuaikan dengan target pasar. Berikut ini adalah penjabaran dari target sasarannya :

- Demografi

  Pengelompokan target pasar berdasarkan usia rata - rata, jenis kelamin dan tingkat sosial ekonominya

  Usia : 17 sampai 25 tahun
  Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
  Status ekonomi : menengah ke atas
  Status pendidikan : SMA ke atas

- Geografis

  Menurut hasil survey yang dilakukan secara keseluruhan rata - rata masyarakat yang menyukai musik tekno berada di perkotaan. Itu disebabkan karena masyarakat sifatnya heterogen dan mudah menerima sesuatu yang baru termasuk musik.

- Psikografi

  Setelah dilakukan survey terhadap beberapa orang dengan latar belakang profesi berbeda ternyata, orang yang menyukai musik tekno adalah orang yang berkarakter energik dan yang menyukai teknologi. Yang intinya adalah orang yang suka hal baru khususnya di dunia musik.

2.2 Objek Permasalahan

Dilihat dari tinjauan permasalahannya maka dapat ditarik kesimpulan beberapa pokok-pokok masalah yang menjadi objek permasalahan pada Media Promosi Abum Bottlesmoker di Bandung diantaranya:

- Bandung sebagai kota yang masyarakatnya sangat apresiatif terhadap hal - hal yang baru khususnya di dunia musik menjadi hal yang tidak ada pengaruhnya apabila proses promosi yang dilakukan tidak dilakukan secara maksimal.
- Di perlukannya media pendukung agar proses promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan efekif.
- Proses promosi yang telah dilakukan sebelumnya terbukti kurang efektif dalam meningkatkan nilai penjualan album dan popularitas Bottlesmoker di masyarakat.

2.3. Analisa SWOT

Strong / Kekuatan	**Weakness** / Kelemahan
➢ Memiliki keunikan dari sisi musikalitas dan aransemen musik yang dihasilkan. ➢ Sudah memiliki komunitas untuk mendukung distribusi penjualan album ➢ Pernah melakukan kolaborasi dengan beberapa musisi dari luar negeri hal tersebut menjadi salah satu batu loncatan untuk *go internasional*	➢ Rasa idealis yang tinggi dapat membuat karyanya hanya bisa dinikmati sendiri. ➢ Hanya komputer dengan fasilitas internet sebagai media promosi tidak bisa menjangkau masyarakat luas. ➢ Adanya perbedaan visi misi antar personil. ➢ Kurangnya media untuk mempromosikan album.

➢ Solidaritas yang kuat dalam komunitas	➢ Harga yang ditawarkan terlalu tinggi. ➢ Budget minimal karena di produksi sendiri. ➢ Beberapa aransemen dalam setiap lagu diulang – ulang kadang membuat jenuh. ➢ Aliran musik baru
Opportunity / Peluang	**Treatment** / Ancaman
➢ Jumlah permintaan *download* dalam situsnya terus meningkat. ➢ Menjadi pelopor musisi yang berasal dari netlabel yang bersaing secara langsung di industri musik Bandung. ➢ Memiliki jaringan komunitas yang cukup luas. ➢ Bandung memilki potensi yang baik untuk bermusik karena di sini banyak lahir aliran – aliran musik baru.	➢ Sulit mengubah selera pasar ➢ Banyaknya band tekno yang sudah mulai masuk ke mayor label ➢ Berkurangnya permintaan download maupun CD. ➢ Inkonsistensi dalam berkarya. ➢ Banyak bermunculan band dan musisi baru khususnya yang beraliran tekno

Tabel 2.3 Analisa SWOT

Dari analisa diatas dapat disimpulkan bahwa Bottlesmoker sebagai sebuah band baru yang beraliran tekno memiliki keunggulan dan keunikan dari band - band lain khususnya yang beraliran tekno. Tetapi kurangnya media untuk mempromosikan musiknya masih kurang. Dengan melakukan proses promosi yang tepat dan efektif diharapkan album yang akan mereka rilis dapat bersaing dipasar, selain itu secara otomatis tingkat popularitas Bottle Smoker lebih meningkat lagi sebagai band yang beraliran tekno di Bandung.

2.3 Positioning

Bottlesmoker sebagai sebuah band baru yang memiliki keunikan dalam bermusik serta memiliki konsep yang lain dari band tekno yang lain. Positioning Bottlesmoker adalah sebagai sebuah band tekno yang seluruh aransemen dalam setiap lagunya dihasilkan asli dari suara - suara yang tersedia dalam software fruity loop, dan tidak menggunakan alat musik konvensional. Musik yang dimainkan memiliki konsep musik kamar yang berarti musik yang dapat membawa pendengarnya merasa tenang seperti di kamar sendiri.

2.4 Pemecahan masalah

Solusi yang tepat untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan membuat sarana atau media promosi yang sesuai dengan terget audiens dan efisien. Media promosi harus dapat dengan cepat diterima oleh masyarakat dengan cara lebih memperbanyak *direct selling*. CD interaktif adalah media yang dipilih karena selain bersifat lebih personal, didalam CD interaktif dapat menampilkan segala sesuatu yang berkaitan dengan Bottlesmoker. CD interaktif bisa didapatkan bersama CD album di toko kaset, di beberapa distro yang ada di Bandung, serta di bagikan pada saat Bottlesmoker melakukan launching album maupun di setiap event yang di ikuti oleh Bottlesmoker.

Setelah dilakukan analisa diatas maka penulis melakukan perancangan dan pemilihan media untuk Media promosi album Bottlesmoker berdasarkan teori-teori yang akan digunakan. Sebelumnya penulis ingin menguraikan secara detail mengenai strategi yang akan dipakai dalam masalah ini.

Strategi yang diperlukan dalam upaya proses menyampaikan informasi secara efektif dan efisien. Cara yang biasa dipergunakan yaitu :

1. Merancang Strategi Komunikasi, yaitu pemahaman tentang album Bottlesmoker yang akan dikomunikasikan, memahami isi dari album dan visi misi yang terdapat didalamnya, menguasai pemasaran serta ketajaman sasaran, sehingga dapat disimpulkan bentuk pendekatan yang mudah dipahami dan komunikatif.
2. Menyusun Strategi Kreatif, yaitu untuk mengoptimalisasi dan memaksimalisasi sebuah promosi yang akan dilakukan, membuat ikon unuk lebih memperkuat objek promosi, menyusun proses perancangan / kreatif dengan mempertimbangkan visi misi yang terdapat dalam album Bottlesmoker "*Before Circus Is Over*", sehingga proses promosi lebih kreatif, dan efektif.
3. Menguasai Strategi media, sehingga pesan dan gagasan dapat langsung diterima melalui medium yang tepat sesuai dengan target audien.

BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Komunikasi

Dalam perancangan media promosi yang akan dilakukan strategi komunikasi mempunyai peranan penting agar pesan dan kesan yang menjadi informasi dapat disampaikan kepada target audiens dapat diterima dan dimengerti dengan baik serta memiliki kesan ketertarikan untuk membeli album yang di rilis. Komunikasi dilakukan melalui pendekatan secara langsung dan bersifat personal dan non formal kepada target audiens dengan menggunakan bahasa sehari - hari.

Perancangan media promosi album Bottlesmoker dikemas dengan menampilkan profil dari para personilnya, lagu dari album Before Circus Is Offer dan alamat lengkap dari Bottlesmoker. Dengan menambahkan tema dari promosi yang bersifat persuasif.

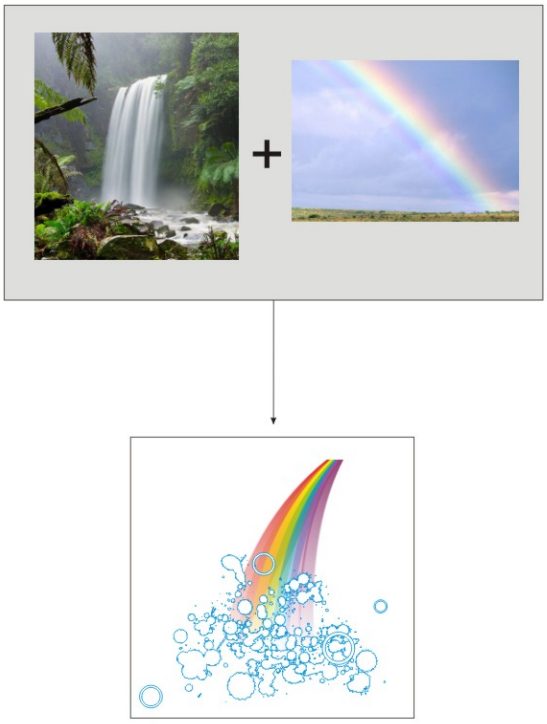
3.1.1 Tujuan Komunikasi

Dari strategi komunikasi yang sudah di buat diharapkan promosi yang dilakukan dapat sampai dan diterima dengan baik oleh target audiens, sehingga tujuan komunikasi dapat selaras dengan tujuan promosi yaitu mengangkat popularitas Bottlesmoker dan meningkatkan penjualan album.

3.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan untuk mendukung promosi adalah membuat sebuah tema promosi. Tema yang diambil adalah "*refresh your*

mind" yang artinya segarkan kembali pikiranmu. Kalimat tersebut digunakan karena selain Bottlesmoker band baru, lagu - lagu yang ada dalam album yang akan di promosikan diharapkan dapat menenangkan pikiran dan membawa perubahan secara positif bagi orang yang mendengarkan. Kesan segar selalu muncul dalam setiap media promosi yang akan di buat. Hal tersebut dapat terlihat dalam pemilihan warna - warna yang cerah. Dalam media utama yaitu CD interaktif dibuat ilustrasi (full color) dan animasi menyesuaikan dengan konsep album yaitu kembali ke masa anak - anak.



Gambar 1 : kombinasi antara air terjun dan pelangi

3.3 Strategi Media

Strategi media yang akan digunakan dalam perancangan media promosi album Bottlesmoker di Bandung adalah dengan membuat media interaktif atau CD interaktif yang memudahkan bagi para penggemar atau klien untuk menghubungi. Dalam prakteknya di lapangan, media promosi terbagi menjadi media primer dan media sekunder. Media primer adalah media yang memimpin atau diutamakan dalam sebuah promosi iklan, sedangkan media sekunder adalah media-media yang bersifat menunjang atau melengkapi.

3.3.1 Pemilihan Media

Media yang digunakan dalam penyampaian informasi mengenai album Bottlesmoker ini adalah :

Media utama

Media utama dalam promosi album Bottlesmoker ini adalah CD interaktif. Tampilan atau layout dari CD interaktif ini adalah memadukan antara tema promosi, konsep album yang akan dipromosikan dan konsep musik dari Bottlesmoker. Terlihat dari pemilihan warna - warna yang cerah mewakili tema promosi yaitu *refresh your mind* dengan animasi dan gaya ilustrasi vektor didasari konsep album yang mengajak audiens untuk kembali kemasa anak - anak serta tampilan halaman secara keseluruhan yang mengambil setting didalam kamar yang mencerminkan konsep musik Bottlesmoker yaitu musik kamar.



Gambar 2 : capture interface home CD interaktif

Ikon yang terdapat didalam tampilan berupa image yang disesuaikan dan berhubungan langsung dengan layout halaman. Hal tersebut bertujuan untuk memudahkan audiens dalam menggunakan atau mencari sesuatu tentang Bottlesmoker yang terdapat dalam CD interaktif ini.

Media pendukung antara lain :

1. CD album



Gambar 3 : CD album dan cover

2. Poster



Gambar 4 : poster

3. Stiker



Gambar 5 : stiker

4. X – benner



Gambar 6 : x - benner

5. Gimmick



Gambar 7 : aplikasi media pendukung

6. Event.

   Di acara launching album atau event yang diikuti, Bottlesmoker membagikan CD interaktif dan merchendise untuk menarik minat penonton agar lebih apresiatif.

3.4 Strategi Distribusi

Media utama yaitu CD interaktif profil band didistribusikan melalui distro yang mengendorse band Bottlesmoker. Audiens bisa mendapatkan CD tersebut secara Cuma - cuma apabila berbelanja minimal seratus ribu rupiah di distro tersebut. Sedangkan media pendukung seperti gimick dibagikan disetiap acara yang diikuti Bottlesmoker khususnya pada acara launching album.

3.5 Konsep Visual

3.5.1 Tema Visual

Tema visual yang diangkat adalah *refresh your mind* yang berarti segarkan kembali pikiranmu. Hal tersebut diambil karena lagu - lagu yang terdapat dalam album Bottlesmoker diharapkan dapat memberikan kesan yang positif bagi pendengarnya dan menyegarkan pikiran.

3.5.2 Gaya dan kesan

Gaya desain yang digunakan dalam perancangan media promosi adalah perpaduan antara vektor art yaitu sebuah gaya desain yang lebih menonjolkan bentuk dan garis yang tegas dipadukan dengan ilustrasi manual.



Gambar 8 : contoh ilustrasi manual dan vektor

3.5.3 Tipografi

Beberapa jenis huruf *(font)* yang digunakan dalam pembuatan promosi ini disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung pencitraan dan maksud yang diinginkan.

1. Arial Rounded MT Bold

bottlesmoker

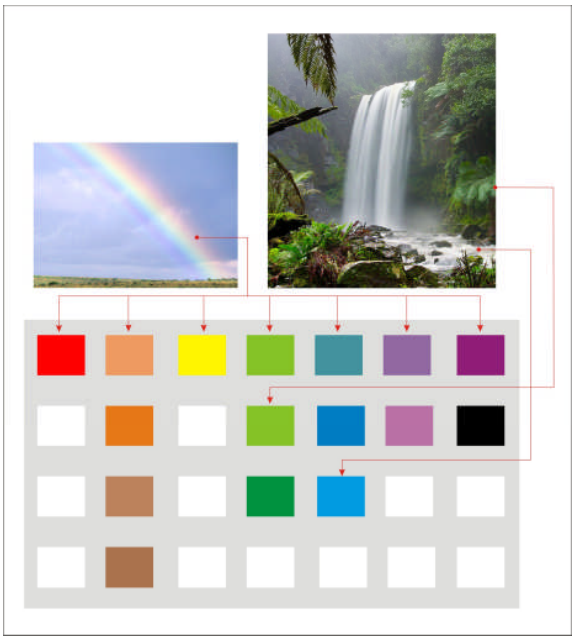
2. Courier New

Ankuy

Arial rounded MT bold dipilih selain merupakan logo type dari Bottlesmoker, juga memiliki struktur hurup yang memiliki kesan lucu. Hal tersebut masuk kedalam konsep album “before circus is over”. Sedangkan font Courier New memiliki kesan moderen dan elektronik yang menggambarkan aliran musik yang di bawakan Bottlesmoker yaitu musik tekno.

3.5.4 Warna

Warna - warna yang di pakai dalam membuat CD profil ini disesuaikan dengan studi icon dan tema dari promosi yang akan dilakukan yaitu *“Refresh Your Mind”.* Didasari atas alasan tersebut maka warna yang muncul adalah warna - warna yang cerah yang dapat menarik perhatian dan terlihat segar yaitu merah, kuning, biru, dan hijau.



Gambar 9 : skema warna

3.5.5 Ilustrasi dan animasi

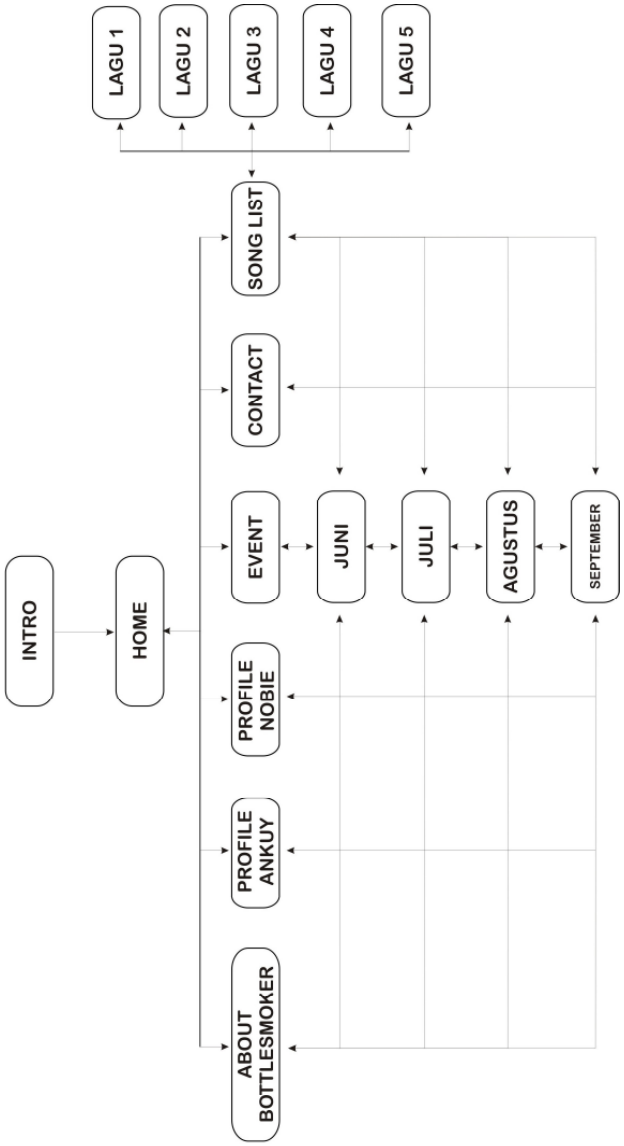
Ilustrasi yang ditampilkan disesuaikan dengan tema promosi dan tema album. Perpaduan antara vektor art dan ilustrasi manual. Objek yang diambil adalah pelangi, maskot band, dan dilatarbekangi siluet gedung sate. Hal tersebut mewakili kesan segar dan menerangkan asal kota tempat band berdiri. Ilustrasi berupa gambar manual dengan gaya gambar vektor, merupakan tema dari album yang akan dirilis, yaitu kembali ke masa kecil. Logo gram atau ikon dari band turut juga dimasukan untuk lebih menunjukan karakter dari band.



Gambar 10 : animasi intro CD interaktif

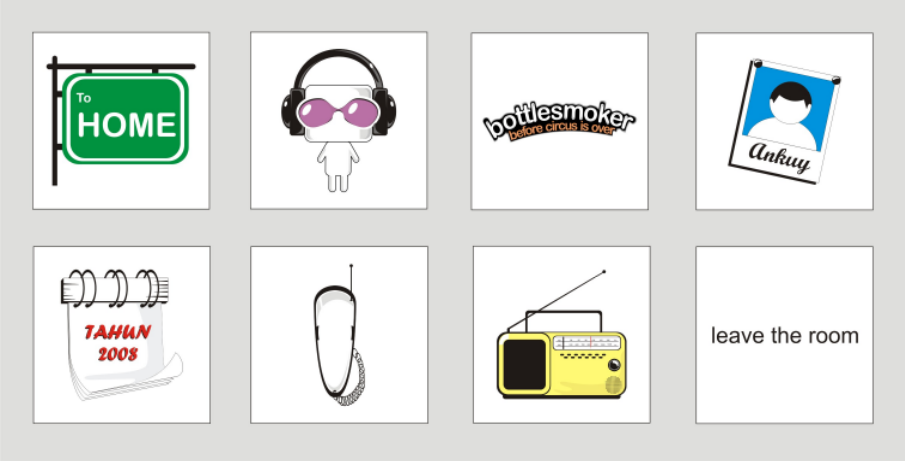
3.6 Konsep Teknis

3.6.1 Site Map



Gambar 11 : site map CD interaktif

3.6.2 Studi Ikon



Gambar 12 : ikon yang dipakai dlam CD interaktif

Ikon yang terdapat dalam CD interaktif promosi band Bottlesmoker adalah perpaduan antara objek berupa image atau gambar dengan kata - kata. Hal tersebut untuk memudahkan audiens dalam mencari keterangan seputar Bottlesmoker didalamnya.

A. Ikon Home.



Gambar 13 : ikon home

Menggunakan tulisan home secara langsung untuh lebih memudahkan audiens. Ikon ini menghubungkan antara intro

menuju home atau menu utama. Kata home di tulis diatas sign board jalan.

B. Ikon band



Gambar 14 : ikon band

Ikon band adalah “eno”, merupakan penyederhanaan bentuk dari orang yang sedang memakai *headset* dengan gaya gambar vektor. Eno adalah maskot atau logo gram dari Bottlesmoker. Dalam setiap halaman eno selalu ada baik berupa gambar grafik maupun animasi.

C. Ikon profil dan sejarah band



Gambar 15 : ikon profil dan sejarah band

Profil band dan sejarahnya terdapat di halaman sejarah. Ikon yang menunjukan halaman ini adalah berupa logo type band

yang telah dibuat sama dengan yang terdapat dalam media pendukung promosi.

D. Ikon profil personil



Gambar 16 : ikon profil personil

Profil personil ditunjukan dengan ikon berupa foto personilnya dengan gaya visual vektor dilingkapi keterangan nama di bawahnya.

E. Ikon event.



Gambar 17 : ikon event

Untuk event maupun launching album yang akan dikuti atau diselenggarakan oleh Bottlesmoker dapat dilihat di halaman ikon yang ditunjukan dengan gambar kalender.

F. Ikon untuk kontak



Gambar 18 : ikon untuk kontak

Ikon yang dipakai untuk menunjukan alamat email maupun telepon untuk menghubungi Bottlesmoker adalah sebuah telepon yang di tempel di tembok. Telepon image yang dipilih karena fungsi telepon sendiri adalah sebuah alat komunikasi.

G. Ikon sample lagu



Gambar 19 : ikon sample lagu

Gambar radio dipilih menjadi ikon untuk menunjukan sample lagu yang terdapat dalam album yang akan di promosikan. Hal tersebut dikarenakan radio adalah suatu alat yang paling tepat untuk mendengarkan musik.

H. Ikon untuk keluar



Gambar 20 : ikon untuk mengakhiri aplikasi

Ikon untuk mengakhiri aplikasi CD interaktif adalah berupa kata *"leave the room"* yang terdapat di pojok kanan bawah, tepat di samping laci meja.

3.6.3 Software

Software yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah CorelDraw untuk membuat objek-objek yang akan digunakan, Adobe Photoshop untuk pengolahan bitmap dikarenakan kelengkapan tool yang didukung dengan plug-in lainnya dan juga kemudahan dalam pengoperasiannya, dan Macromedia Flash digunakan untuk membuat animasi dan tampilan multimedia interaktif.

BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1 Teknis Produksi

Sistem kerja media CD interaktif ini adalah dengan autorun dan loading. Tampilan interaktif langsung bisa dijalankan saat CD sudah dimasukan tanpa harus membuka data yang ada dalam CD. Dengan demikian audiens dapat dengan mudah dalam mencari atau melihat profil di dalam CD interaktif. File - file dikerjakan dalam satu proyek, hal ini ditujukan untuk lebih mempercepat akses perpindahan dari setiap tampilan. Halaman utama atau menu utama tidak mengalami pergantian. Pergantian hanya terjadi pada ikon tertentu sesuai dengan profil atau hal yang ingin di lihat oleh audiens. Terjadi penekanan visual dengan cara diperbesar (zoom in) pada saat menekan tombol *sample* lagu, hal tersebut untuk lebih mempermudah audiens untuk memilih *sample* lagu yang terdapat dalam CD interaktif.

4.2 Teknis Media

1. Pra Produksi
    1) Materi CD interaktif

       Materi dari CD interaktif ini diambil secara langsung dari narasumber Bottlesmoker yaitu para personilnya. Segala yang berkaitan dengan Bottlesmoker dari perjalanan karir, profil setiap personil, alamat, *sample* lagu sampai acara atau event yang akan diikuti ditampilkan lengkap dan jelas dengan ditambah animasi yang berkaitan dengan tema promosi.

2) Rancangan Visual

Yang pertama dibuat dalam perancangan CD interaktif promosi album Bottlesmoker adalah membuat site map yang sesederhana mungkin agar mudah dalam cara pemakainnya. Setelah itu membuat layout yang disesuaikan dengan konsep album dan tema promosi yang akan dilaksanakan dan menambahkan komposisi elemen-elemen desain, dan tombol serta ilustrasi yang akan dipergunakan dalam CD interaktif ini.

2. Produksi

Proses produksi merupakan proses pengerjaan langsung pada aplikasi program Adobe Photoshop CS, Macromedia Flash 8 dan Corel Draw 12. Pada perancangan CD interaktif promosi album band Bottlesmoker ini menggunakan ukuran interface 1024 x 768 pixel. Dalam proses produksi melewati beberapa tahap pengerjaan, yaitu:

1) Proses perancangan visual

Proses ini merupakan penggabungan elemen-elemen yang akan dipergunakan dalam perancangan CD interaktif promosi album Bottlesmoker. Susunan disesuaikan dengan site map dan konsep album dan tema promosi. Proses yang dilakukan adalah :

- Membuat tampilan halaman utama dengan Adobe Photoshop CS dan Corel Draw 12 untuk layout interface perhalaman, editing image/gambar, penambahan efek-efek, pengaturan layout, dan pemilihan warna yang sudah ditetapkan.

- Pada pemakaian software Macromedia Flash 8, gambar yang telah di kompres di import per layer kedalam Flash 8 untuk dianimasikan.
- Pemberian tombol aktif serta *link* menuju file-file yang berurutan sesuai site map.

2) Pengaplikasian Bahasa Pemprograman Flash (*action script*)

Ini merupakan proses akhir dari pembuatan CD interaktif promosi album band Bottlesmoker ini, action script merupakan bahasa pemprograman yang digunakan dalam Macromedia 8, yang hampir mirip dengan bahasa pemprograman *Java Script*. Pada proses pengaplikasiannya *action* yang dibuat diberi layer tersendiri, untuk memudahkan jika ada kesalahan penggunaan *action script*. Membuat autorun dengan cara mencopy autorun yang telah ada dan mengganti *action script* nya agar dapat dioprasikan dalam CD interaktif.

3) Pengecekan Final

Proses ini merupakan pengecekan terhadap hasil yang telah dibuat sesuai atau tidak dengan apa yang diharapkan. Alur site map telah sesuai atau tidak, serta pengecekan keseluruhan baik huruf yang digunakan maupun pemakaian warna yang sesuai dengan konsep.

3. Pasca Produksi

Setelah proses produksi selesai maka hal yang dilakukan adalah *membackup* file yang telah jadi kedalam CD dan dilakukan secara masal.

4.3 Aplikasi Media

4.3.1 CD interaktif

1. Interface intro



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan intro CD interaktif ini adalah lebih menekankan kepada asal kota dari band Bottlesmoker itu sendiri. Dengan menambahkan animasi didalamnya yang disesuaikan dengan tema promosi dan konsep album. Warna - warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi.

2. Interface home



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan halaman utama atau home dalam CD interaktif ini adalah lebih menekankan kepada konsep musik dari band Bottlesmoker itu sendiri yaitu musik kamar. Dengan menambahkan animasi didalamnya yang disesuaikan dengan tema promosi dan konsep album. Warna – warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi.

3. Interface sejarah band



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan halaman sejarah band Bottlesmoker dalam CD interaktif ini adalah lebih menekankan kepada konsep musik dari band Bottlesmoker itu sendiri yaitu musik kamar. Dengan menambahkan animasi didalamnya yang disesuaikan dengan tema promosi dan konsep album. Warna – warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi. Sejarah tentang band Bottlesmoker tampil tepat di tengah mengisi tampilan poster.

4. Interface profil personil



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan halaman profil personil band dalam CD interaktif ini adalah lebih menekankan kepada konsep musik dari band Bottlesmoker itu sendiri yaitu musik kamar. Dengan menambahkan animasi didalamnya yang disesuaikan dengan tema promosi dan konsep album. Warna – warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi. Profil personil band Bottlesmoker tampil tepat di tengah mengisi tampilan poster.

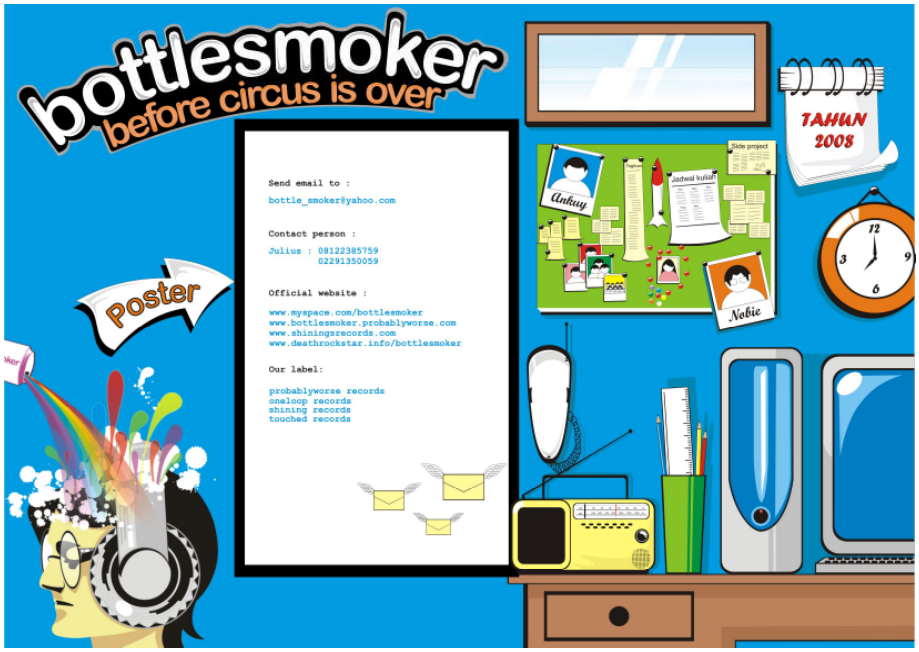
5. Interface event



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan halaman event dalam CD interaktif ini adalah lebih menekankan kepada konsep musik dari band Bottlesmoker itu sendiri yaitu musik kamar. Dengan menambahkan animasi didalamnya yang disesuaikan dengan tema promosi dan konsep album. Warna – warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi. Jadwal event yang akan diikuti band Bottlesmoker tampil tepat di tengah mengisi tampilan poster.

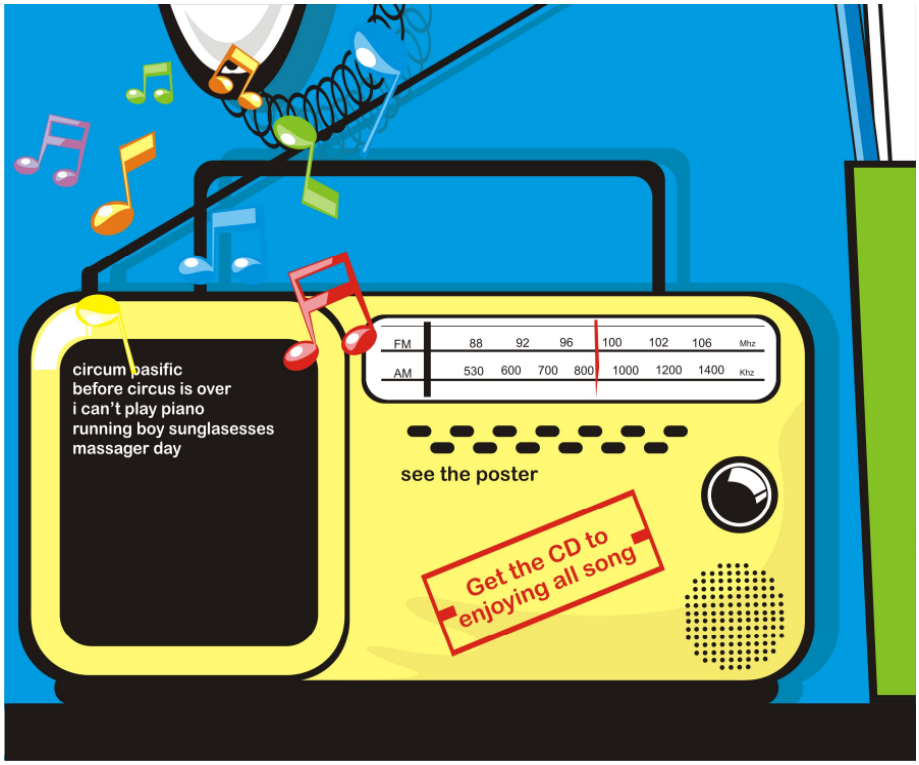
6. Interface kontak



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan halaman kontak dalam CD interaktif ini adalah lebih menekankan kepada konsep musik dari band Bottlesmoker itu sendiri yaitu musik kamar. Dengan menambahkan animasi didalamnya yang disesuaikan dengan tema promosi dan konsep album. Warna – warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi. Alamat website maupun nomer telepon untuk menghubungi band Bottlesmoker tampil tepat di tengah mengisi tampilan poster.

7. Interface sample lagu



Ukuran : 1024 x 768 pixel

Konsep : Konsep yang digunakan dalam perancangan halaman sample lagu CD interaktif ini adalah dengan teknik *zoom in* tampilan kearah radio agar audiens dapat dengan mudah membaca daftar sample lagu yang ingin dimainkan. Animasi berupa not balok menambah kesan dinamis. Warna – warna yang cerah di tampilkan seperti merah, hijau, biru, dan kuning untuk lebih menambah kesan segar sesuai dengan tema promosi. Judul lagu terdapat tepat di speaker dari tape.

4.3.2 Media Pendukung

1. Poster



Ukuran : 42 x 60 cm

Material : Art paper

Teknik Produksi : Cetak sparasi / offset full color

Konsep : Dalam media outdoor ini yang ditampilkan adalah berupa poster event yang akan diikuti Bottlesmoker lengkap dengan tanggal dan tempat pelaksanaan event tersebut. Didalamnya di cantumkan sponsor - sponsor baik sponsor dari Bottlesmoker maupun sponsor dari event itu sendiri.

2. CD album



Ukuran : 12 x 27 cm

Material : Inkjet paper

Teknik Produksi : Cetak sparasi / offset full color

Konsep : Dalam cover CD album Bottlesmoker dicantumkan judul – judul lagu yang terdapat dalam album itu sendiri, sedangkan dibelakang cover dicantumkan beberapa sponsor.yang ikut terlibat.

3. Stiker 1



Ukuran : 8 x 10 cm

Material : Stiker paper

Teknik Produksi : Print

Konsep : Dalam media stiker ini yang ditampilkan adalah berupa Logo type dan maskot dari Bottlesmoker. Stiker dibagikan pada setiap Bottlesmoker tampil dalam sebuah event. Stiker juga dapat didapatkan didalam CD album Bottlesmoker “before circus ic over”.

Stiker 2



Ukuran : 3 x 10 cm

Material : Stiker paper

Teknik Produksi : Print

Konsep : Dalam media stiker ini yang ditampilkan adalah berupa Logo type dan maskot dari Bottlesmoker. Stiker dibagikan pada setiap Bottlesmoker tampil dalam sebuah event. Stiker juga dapat didapatkan didalam CD album Bottlesmoker “before circus ic over”.

4. X – benner Outdoor



Ukuran : 60 x 160 cm

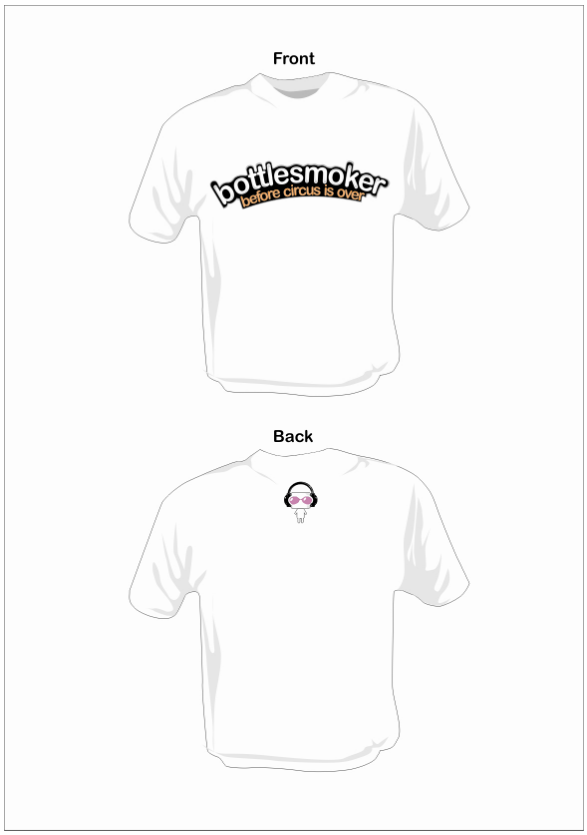
Material : Flexi

Teknik Produksi : Print

Konsep : Media x - benner ini yang disimpan diluar distro yang menjadi sponsor maupun yang telah bekerjasama dengan Bottlesmoker. Disetiap pembelian melebihi Rp.100.000,- maka pembeli akan mendapatkan CD interaktif ditambah *merchandise* menarik. Hal ini juga bertujuan untuk menarik para pengunjung agar membeli barang dari distro tersebut untuk mendapatkan CD interaktif dari Bottlesmoker.

4.3.3 Gimmick

1. T-shirt



Ukuran : All size

Material : Cotton Combat

Teknik Produksi : Sablon

Konsep : T-shirt dugunakan untuk seragam saat Bottlesmoker bermain. Selain itu juga dibagikan kepada audiens saat event berlangsung. T-shirt ini juga digunakan untuk para crew Bottlesmoker.

2. Gantungan kunci



Ukuran : 5 x 3 cm

Material : karet

Teknik Produksi : Cetak matres

Konsep : Gantungan kunci ini merupakan maskot dari Bottlesmoker dan didadanya tertulis nama band. Gantungan kunci merupakan *merchandise* yang disertakan dalam CD interaktif yang di promosikan di distro.

KOSA KATA

Tekno : adalah istilah untuk *electronik dance music* atau lebih populer disebut musik digital.

Musik digital adalah musik yang diolah secara digital. Musik ini dihasilkan oleh alat musik asli, kemudian diolah secara digital. Misalnya, dalam sebuah lagu terdiri dari gitar akustik, bas, piano, dan drum. Lagu yang dimainkan oleh masing-masing alat musik direkam secara terpisah dan tidak bersamaan. Kemudian, dengan menggunakan perangkat tertentu, suara-suara tersebut dipadukan serta diedit dan disempurnakan.

Promosi : meliputi semua alat-slat dalam kombinasi pemasaran yang peranan utamanya adalah untuk mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk.

ikon : Merupakan tanda yang bisa menggambarkan ciri utama sesuatu meskipun objek tersebut tidak hadir. Ikon merupakan representasi dari suatu benda fisik yang mempunyai sifat menyerupai.

Dj : Disck jokey, musisi atau artis yang memainkan aliran musik tekno.

Media : Adalah alat komunikasi seperti koran, majalah, film, poster, dan lain-lain.

Multimedia : Adalah pemanfaatan alat elektronik untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, dan gambar bergerak

(video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tools yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi.

Download : Suatu cara pengambilan data dari internet yang bisa dilakukan dengan bantuan softwere tertentu maupun diambil secara langsung.

Stilasi : Merupakan cara penggambaran untuk mencapai bentuk keindahan dengan cara menggayakan objek dan atau benda yang digambar, yaitu dengan cara menggayakan setiap kontur pada objek atau pada benda tersebut.

Zoom in : suatu teknik pengambilan gambar dengan cara diperbesar untuk memperjelas objek yang ingin dilihat.

Merchandise : Barang - barang dagangan yang menarik dan unik.

Daftar Pustaka

Sylado, Remy. 1986, Menuju Apresiasi Musik, Bandung, penerbit : Angkasa.

Gobe, Marc. 2005, Emotional Branding, Jakarta, penerbit : Erlangga.

Apriana, 2007, Promosi Album Band Underground Pitfall, Bandung, Unikom.

About Bottlesmoker. Tersedia di: http://www.deathrockstar.info/bottlesmoker [10 Mei 2008]

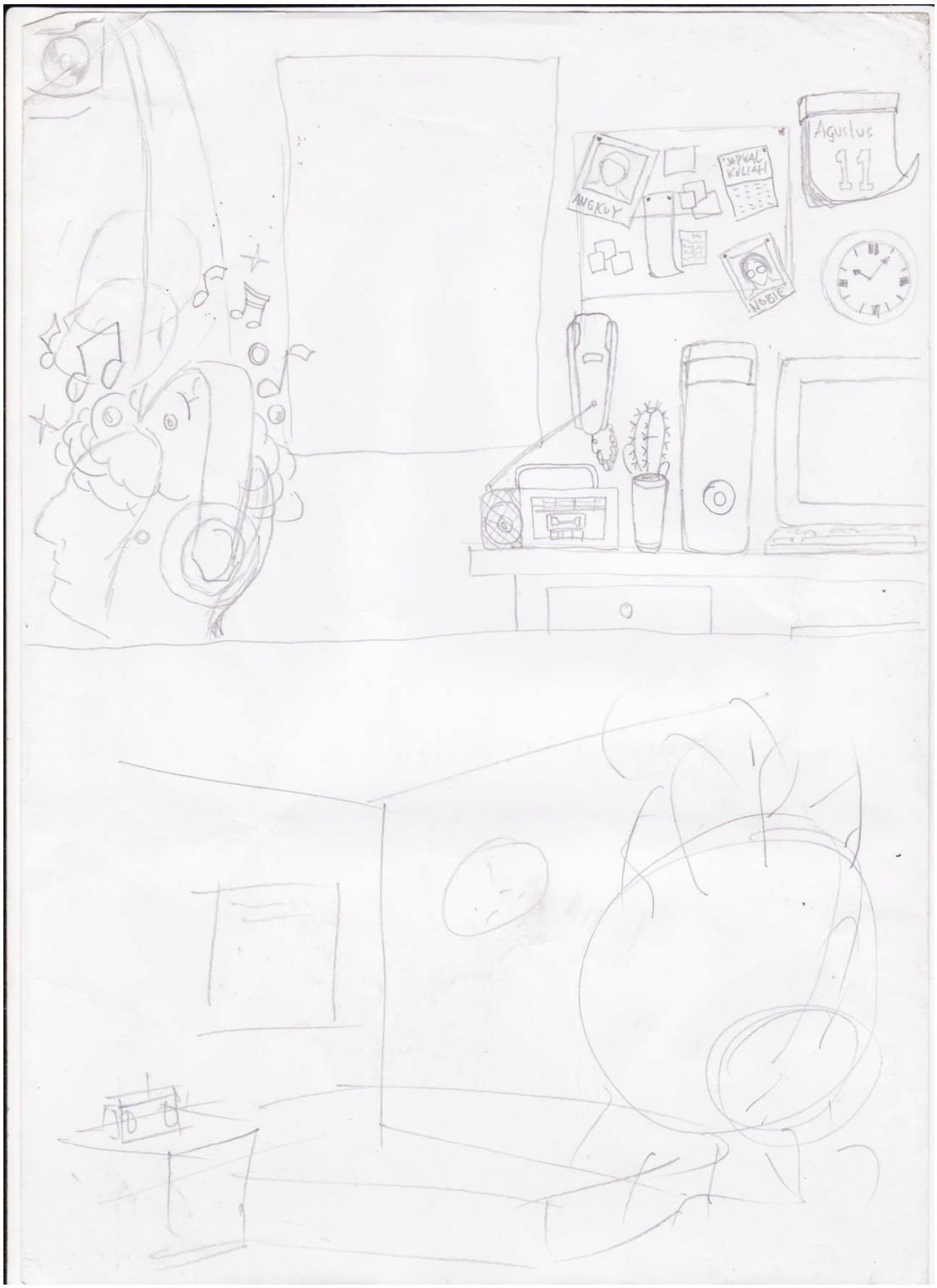
Ankuy. 2008 (22 Februari). Download album Bottlesmoker. Tersedia di: http//www.bottlesmoker.probablyworse.com [19 Mei 2008]

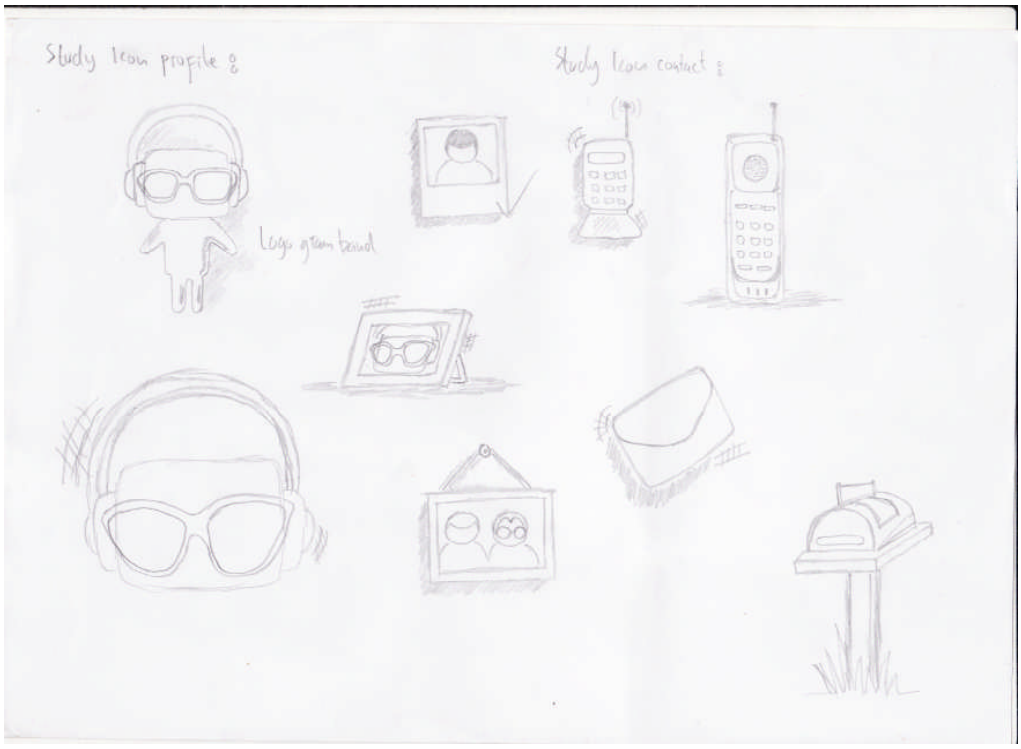
Indonesian Techno. Tersedia di: http//www.beyondthebeyond.wired_com.htm [5 Januari 2008]

About Homogenic. Tersedia di: http//www.homogenicworld.com [10 Januari 2008]

Triadi D. 2007 (14 Desember). Inovasi Baru Menguasai Musik Dengan Teknologi. Tersedia di: http//www.pelopor.com [15 Desember 2008]

Triadi D. 2008 (9 Januari). Musik Digital. Tersedia di: http://www.didats.net, [20 Januari 2008]


Agustus
11
ANGKUY
MOBIE


Study team profile :
Study team contact :
Logo team brand



LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	17-03-2008	- Definisi Promosi - Pemetaan Masalah		
	12/4 2008	- Identifikasi Masalah - Fokus Masalah		
	19/4 2008	- Bab II - Teori yang dipakai - Analisa yg dipakai - Positioning		

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	25/09	- Metode penelitian/analisa Lanjut Bab.		
	30/4 2008			
	3/5 2008			