# BAB III

# PERANCANGAN CD INTERAKTIF PROFIL AHMAD DHANI SEBAGAI MUSISI DI INDONESIA

## III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan media tentang musisi Ahmad Dhani ditinjau dari informasi yang berhubungan dengan Ahmad Dhani melalui konsep desain yang menarik perhatian masyarakat, terutama masyarakat yang berhubungan langsung dengan dunia entertain agar bisa memberikan motivasi kepada penggemar Ahmad Dhani di Indonesia

### III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Strategi komunikasi dalam promosi Cd Interaktif Profil Ahmad Dhani ini dibuat dengan komunikasi yang mudah dimengerti oleh *penggemar*. Komunikasi tersebut diolah menggunakan bahasa-bahasa visual.

Perancangan komunikasi visual kali ini menyampaikan suatu informasi tentang karya-karya Ahmad Dhani melalui konsep desain yang menarik perhatian masyarakat, terutama masyarakat yang berhubungan dengan dunia entertain agar bisa memberikan motivasi kepada penggemar Ahmad Dhani di Indonesia yang ingin berkembang. Untuk menciptakan desain yang informatif dan komunikatif, tipografi, ilustrasi dan warna merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan dari element desain. Dalam perancangan suatu karya desain pemilihan elemen tipografi, ilustrasi dan warna sangatlah penting kedudukannya sehingga harus dipikirkan dan direncanakan dengan sangat baik karena dapat mempengaruhi karya desain tersebut.

Strategi komunikasi yang dilakukan, yaitu:

1. Memperkenalkan kembali karya-karya Ahmad Dhani kepada penggemar agar karya-karya yang telah dibuat Ahmad Dhani agar tidak dilupakan.

2. Memperkenalkan kembali karya-karya yang telah dibuat sebagai pemberi motivasi karya musik Indonesia

3. Menggunakan bahasa yang jelas dan tidak formal agar mudah dipahami oleh *target market*

### III.1.2 Strategi Kreatif

Seorang pelaku yang dimaksud tentu saja tidak mempunyai rekaman negatif dalam aktifitas kesehariannya. Dari satu sisi yang paling penting, seorang pelaku harus memiliki gagasan yang baru dan orisinil. Sosok Ahmad Dhani semestinya diapresiasi lewat cd interaktif, dikarenakan Ahmad Dhani memiliki banyak sejarah yang telah dibuat dari tahun ketahun yang terus berkembang dari karya-karyanya.

### III.1.3 Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah merancang strategi media. Media merupakan alat penghubung, perantara, sasaran dan saluran komunikasi untuk menyampaian pesan kepada khalayak sasaran dengan perencanaan yang sistematika dan berharap mendapat tanggapan dari penerima pesan.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah media informasi berupa *cd interaktif*. Media *cd interaktif* merupakan media yang lebih efisien dan menarik untuk dijadikan media informasi untuk saat ini. Dengan memberikan konten-konten didalamnya berupa profil, yang menjelaskan biografi dari Ahmad Dhani. Dan menambahkan konten karya-karya yang beliau kerjakan selama beliau menjadi musisi di Indonesia.

Penulis berharap dengan memberikan media informasi dalam bentuk *cd interaktif,* karya-karya yang dibuat oleh Ahmad Dhani dapat menjadikan wadah yang positif untuk mengenalkan lagi secara luas karya-karya yang beliau buat.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media pendukung yang digunakan adalah :

- Media Poster

  Poster dipandang sebagai media efektif karena dapat di tempel dimana saja dan poster lebih bisa menjangkau target sasaran lebih banyak sehingga pesan dapat tersampaikan,

- Media Video Iklan

  Media iklan tv ini ditayangkan di bioskop-bioskop seluruh Indonesia agar para penggemar dapat mengetahui bahwa ada cd interaktif yang dijual pada Gramedia dan Toko Gunung Agung.

- Stiker

  Media ini bertujuan untuk mengingatkan dalam bentuk verbal atau tulisan, yang bisa ditempel dibelakang kaca mobil, atau diberbagai tempat yang sering dikunjungi khalayak orang banyak, seperti sekolah, *mall*, jalam raya dan lain sebagainya.

- Mini X Banner

  X Banner difungsikan untuk menginforamsikan peluncuran cd interaktif. Dan media ini disimpan di depan stand penjualan buku musik Ahmad Dhani.

- Brosur

  Brosur ini dibagikan pada tempat-tempat yang strategis seperti studio music, took music dan tempat bagi para penggemar-penggemar dari Ahmad Dhani.

***Gimmick* (*marchandise*)**

*Gimmick* menurut kamus bahasa Inggris adalah tipu muslihat atau alat, tetapi menurut kamus istilah periklanan Indonesia *Gimmick* adalah usaha untuk menarik perhatian khalayak melalui objek atau cara yang dianggap sebagai hal baru dan luar biasa sehingga menimbulkan minat untuk membeli produk tersebut. Selain itu, *Gimmick* juga dibuat atas dasar sebagai media pengingat setelah menggunakan media utama. Adapun *Gimmick* yang diberikan adalah:

- Pin

  Pin merupakan media pendukung yang efektif karena media ini secara tidak langsung akan mengingatkan kita terhadap Ahmad Dhani.

- Mouse Pad

  Media ini secara langsung akan mudah terlihat bagi seseorang yang sedang berhahadapan dengan computer maupun laptop.

- *T-shirt* / kaos

  *T-shirt* dalam penyampaian informasinya dapat mencakup banyak target sasaran karena dapat dilihat oleh masyarakat luas.

- Kalender

  Merupakan media yang efektif karena dapat digunakan dengan jangka waktu yang panjang.

## III.2 Strategi Distribusi

Media utama yang berupa *cd interaktif* akan dipromosikan lewat media-media yang bisa dijangkau oleh *audiens.* Terutama menggunakan media sosial, yang penggunannya bisa dimana saja dan kapan saja. Berikut table dari penyebaran media.




Gambar III.1 Jadwal Penyebaran Media

### III.2.1 Tempat Penyebaran Media

Media-media tersebut akan disebarkan ditempat-tempat keramaian seperti mall, disekolah-sekolah SMA, di universitas, studio music, toko msuik dan ditempat nongkrong anak muda dan penggemar Ahmad Dhani, karena menyesuaikan dengan target sasaran.

### III.2.2 Konsep Visual

Konsep visual merupakan konsep yang menerjemahkan pesan yang ingin disampaikan ke dalam bahasa visual melalui media penghubung. Konsep visual sangatlah penting dalam perancangan media informasi ini, karena pesan yang disampaikan akan terlihat jelas.