

### 3. KONSEP PERANCANGAN

#### 3.1. Konsep Media

##### 3.1.1. Tujuan Media

Musik jazz merupakan musik yang belum populer di kalangan masyarakat Indonesia. Media yang dirancang dimaksudkan untuk mempublikasikan *event* yang akan digelar demi meningkatkan apresiasi masyarakat Surabaya terhadap musik jazz. Melihat latar belakang musik jazz yang diperkenalkan di Indonesia sebagai musik yang elit dan eksklusif, dan sudah mendapat tempat di hati masyarakat kalangan tertentu, maka media yang digunakan adalah media yang sesuai dengan penikmat musik jazz yang sudah ada saat ini. Tujuannya ialah agar *event* yang akan digelar mendapatkan respon yang positif dari para penikmat jazz yang kesinambungannya adalah untuk meningkatkan intensitas kegiatan musik jazz sehingga dapat menarik perhatian masyarakat yang belum menyukai ataupun mengenal musik jazz.

Disamping media untuk kepentingan *event*, juga disediakan media yang nantinya digunakan sebagai media peningkat dan pengingat dari apresiasi yang didapat pada *event* musik jazz yang diadakan dan pasca *event* diadakan. Media tersebut ditujukan untuk mempertahankan apresiasi masyarakat yang sudah dibentuk dari *event* yang diadakan sehingga dari hal tersebut diharapkan dapat memperluas apresiasi yang didapat.

Dalam media yang dibuat didalamnya terdapat beberapa aspek yang perlu dijabarkan untuk menyukseskan jalannya tujuan media tersebut. Beberapa aspek tersebut adalah jangkauan (*reach*), frekuensi (*frequency*) dan kesinambungan (*continuity*). Jangkauan biasanya dinyatakan dalam persen (%) yang isinya menjelaskan tentang hasil yang diharapkan dari pengadaan media. Frekuensi biasanya dinyatakan dalam bentuk desimal satu angka yang isinya menjelaskan tentang masa pengadaan kampanye. Sedangkan kesinambungan biasanya dinyatakan dalam bentuk minggu atau kelipatannya yang isinya menjelaskan kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan untuk menyukseskan tujuan media tersebut.

### **3.1.1.1. Jangkauan**

Kampanye yang dilakukan setidaknya menjangkau 80% penikmat musik jazz yang sudah ada di Surabaya. Sedangkan untuk masyarakat yang belum mengenal musik jazz, jangkauan informasi yang diharapkan setidaknya 50% dari masyarakat Surabaya mengetahui akan adanya *event* yang digelar dan info-info pasca *event*. Mengingat masyarakat Surabaya terdiri dari berbagai macam kalangan latar belakang dan sosial, sehingga dalam pelaksanaannya tidak mungkin untuk menjangkau segala lapisan masyarakat Surabaya.

### **3.1.1.2. Frekuensi**

Frekuensi pengadaan media dilakukan sekali dalam seminggu pada waktu masa kampanye *event* musik jazz yang akan digelar di Surabaya. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat Surabaya akan adanya *event* tersebut sehingga pada pelaksanaannya para pecinta, penikmat dan calon-calon pelaku musik jazz dapat menghadiri *event* tersebut yang mana tujuan *event* adalah untuk memperkenalkan sekaligus meningkatkan apresiasi masyarakat Surabaya akan musik jazz.

### **3.1.1.3. Kesenambungan**

Kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan peningkatan *awareness* dari *event* musik jazz yang akan diadakan, diluncurkan intensif selama 15 minggu untuk masa kampanye dan 10 minggu untuk masa pasca *event*. Pelaksanaan kampanye diadakan mulai bulan Oktober 2009 s/d Desember 2009, *event* diadakan pada bulan Desember sebelum perayaan natal dan tahun baru. Hal ini dilakukan untuk menghindari bentrohnya *event* dengan acara-acara besar pada bulan Desember. Pelaksanaan program pasca *event* dilakukan pada bulan Januari 2010 s/d Februari 2010, karena masa selama 2 bulan setelah pelaksanaan *event* adalah masa-masa dimana *event* tersebut masih hangat dalam pembicaraan masyarakat.

### **3.1.2. Strategi Media**

Media-media yang dipilih adalah media yang bisa sampai kepada publik yang sesuai dengan *target audience* yang dituju. Dengan penggunaan media leaflet, poster, spanduk, billboard, iklan koran, iklan majalah, iklan singkat di televisi lokal, pertunjukan *live jazz*, maka media-media tersebut dapat berguna

sebagaimana fungsinya masing-masing. Misalnya saja untuk leaflet, pembagiannya dilaksanakan pada saat *event live jazz* yang akan diselenggarakan di kampus-kampus dan kafe-kafe di Surabaya. Hal tersebut adalah suatu kegiatan promosi yang ditujukan untuk menarik perhatian khususnya anak muda yang sering meluangkan waktunya bersama-sama untuk hanya sekedar ‘nongkrong’ ataupun bertemu sapa dengan teman-teman ‘geng’nya. Dengan pertunjukan *live jazz* yang dilakukan untuk meningkatkan *awareness event jazz* yang akan berlangsung nantinya, secara promosi tentunya akan lebih menarik perhatian daripada hanya membagi-bagikan brosur. Pertunjukan ini adalah alternatif dimana menjadi media atraktif yang diharapkan lebih dapat menarik perhatian dan respon yang baik dari masyarakat Surabaya.

Sedangkan media yang dipergunakan untuk *event* berupa; logo *event*, buku profil singkat musik jazz, litelatur acara *event* dan sponsor (*booklet*), kumpulan lagu musik jazz dari lembaga musik atau klub jazz, *packaging cd*, kantong *merchandise*, *merchandise* kaos (*T-shirt*), seragam *crew*, *x-banner*, spanduk, adalah media pendukung berjalannya *event jazz* yang diadakan. Logo dipergunakan sebagai ikon dari pengadaan *event jazz* tersebut. Buku profil singkat musik jazz dan litelatur acara *event* dan sponsor ditujukan kepada para pengunjung agar lebih mengerti apa itu musik jazz dan apa saja yang sedang diadakan beserta siapa saja yang menjadi sponsor pada acara tersebut. Kumpulan lagu jazz dalam cd yang diatasnamakan lembaga yang bersangkutan ditujukan agar setidaknya para pengunjung dapat mendengarkan musik jazz di waktu senggangnya. *Packaging cd*, kantong *merchandise*, *merchandise* kaos (*T-shirt*) adalah serangkaian bingkisan yang diberikan kepada pengunjung *event* tersebut. Seragam *crew*, *x-banner*, spanduk, dan tiket digunakan dalam pelaksanaan *event jazz*.

### **3.1.3. Pemilihan Media**

#### **3.1.3.1. Khalayak Sasaran**

##### **A. Dilihat Dari Segi Geografis**

Daerah yang dituju adalah daerah Surabaya. Surabaya dipilih karena merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang mana kehidupan masyarakat di dalamnya lebih maju dibandingkan kota-kota lain khususnya di Jawa Timur.

Selain itu Surabaya sudah memiliki beberapa *spot* yang menampilkan pertunjukan musik jazz, *live jazz*, dan klub jazz, sehingga dalam pengaplikasiannya hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung perancangan ini. Surabaya juga merupakan kota yang cukup berpengaruh bagi perkembangan kota-kota lain di Jawa Timur, disamping itu kota Surabaya dan sekitarnya merupakan pusat perdagangan yang mana banyak penduduk dari kota-kota lain berdatangan ke Surabaya secara berkala. Bertadangnya penduduk kota lain ke Surabaya diharapkan juga menjadi kunci dimana nantinya jika musik jazz sudah berkembang di daerah Surabaya, maka kota-kota lain akan mengikuti jejak kota pahlawan ini. Dengan demikian musik jazz akan semakin meluas dimulai dari kota Surabaya.

### **B. Dilihat Dari Segi Demografis**

Sedangkan *target market* yang dituju adalah kalangan menengah dan menengah keatas, hal ini disebabkan pamor musik jazz yang sudah terlanjur menjadi musik yang eksklusif dan elit. Karena untuk mengubah citra sesuatu hal sangatlah sulit, sehingga untuk perancangan ini hal tersebut belum dapat dilakukan. Contohnya saja untuk mengubah musik dangdut menjadi musik kalangan elit adalah hal yang sangat sulit untuk dilakukan, bukannya tidak mungkin tetapi kultur yang terbentuk sudah kuat dan dibutuhkan usaha dan tenaga yang sangat besar untuk mengubah citra tersebut. Untuk mengatasi hal diatas maka target yang dituju adalah anak-anak muda yang mana diharapkan dalam masanya yang mendatang musik jazz bisa menjadi musik semua kalangan dan lapisan masyarakat Indonesia. Kalangan menengah dan menengah keatas menjalani kesehariannya dengan berbagai macam kegiatan khususnya kegiatan sekunder setelah aktivitas kerja, kebiasaan yang mereka lakukan itulah adalah celah dimana musik jazz dapat masuk di dalamnya. Dari pengamatan yang dilakukan masyarakat menengah dan menengah keatas khususnya kalangan muda sering melakukan aktivitas seperti jalan-jalan di mal, nongkrong di kafe, nongkrong di *pub*, bermain biliar, dugem, menonton *live music*, dan sebagainya. Kebiasaan tersebut juga dapat digunakan sebagai alternatif untuk memperkenalkan musik jazz melalui tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh generasi muda. Hal yang ingin disampaikan dari penjelasan diatas ialah, bahwa

kebiasaan yang mereka lakukan adalah dekat hubungannya dengan musik jazz atau bisa dihubungkan dengan musik jazz, maka dari itu generasi muda adalah sasaran yang tepat untuk memperkenalkan musik jazz pada masyarakat Indonesia.

### **C. Dilihat Dari Segi Psikografis dan Behaviour**

Sasaran yang dituju adalah kalangan muda pria dan wanita berusia 18-25 tahun. Kalangan muda merupakan generasi yang rajin untuk mengikuti *trend* dan generasi yang menjadi kunci masa depan. Apa yang dilakukan dan disukai generasi muda maka nantinya yang akan menjadi kelanjutan kelangsungan bangsa ini. Dengan menggandeng *trend* yang ada pada lingkungan anak muda saat ini yaitu seputar *fashion* dan *dance*, diharapkan generasi muda akan tertarik dan menjadikan *fashion* dan *dance* yang bertemakan jazz menjadi *trend* yang mampu membawa musik jazz sebagai salah satu ikon generasi muda di masa yang akan datang.

#### **3.1.3.2. Panduan Media**

##### **A. Media Utama**

Media utama yang digunakan adalah *event jazz* yang akan digelar pada bulan Desember 2009. *Event* tersebut merupakan puncak dimana segala persiapan dan perancangan dipersatukan untuk mendobrak masyarakat Surabaya akan peningkatan apresiasi musik jazz. Media utama adalah pengadaan *event* berupa “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” media tersebut dipilih karena penikmat musik jazz masih terbatas sehingga dalam pengaplikasiannya perlu adanya media lain yang menarik perhatian masyarakat secara luas. Secara data pun perancangan tersebut disimpulkan sebagai *event* yang menarik oleh kelompok Jazz *CTwoSix* dan layak untuk dilaksanakan. (Komunikasi personal, 9 Mei 2009). Penjabarannya ialah *event* yang diadakan merupakan suatu kegiatan yang diharapkan dapat menjadi *trend* baru sehingga memancing animo masyarakat untuk lebih ingin mengetahui dan mendalami musik jazz. *Trend* tersebut adalah penggabungan antara musik jazz dengan *fashion*. Mengapa dipilih *fashion*? Hal ini disebabkan *fashion* adalah *trend* yang saat ini sedang berjalan dan bisa menarik perhatian yang cukup besar. Dengan mengandalkan kepopuleran tersebutlah diharapkan musik jazz dapat masuk ke masyarakat Surabaya. Disamping itu penggabungan musik jazz dengan *fashion* adalah hal yang baru dan unik sehingga pada

pelaksanaannya akan menarik perhatian dari berbagai kalangan, mulai dari pengamat musik, pengamat *fashion* sampai pada wartawan yang selalu mencari berita baru. Dengan adanya kalangan tersebut merupakan keuntungan bagi pengadaan *event* ini, berita yang akan hadir mampu membawa *event* ini kepada masyarakat yang lebih luas lagi.

## **B. Media Penunjang**

Selain media utama *event jazz*, media lain yang tidak kalah pentingnya adalah media-media promosi yang menentukan tingkat *awareness* masyarakat akan *event* yang akan diadakan. Bila media penunjang yang dibuat tidak menarik maka respon yang didapatpun tidak banyak, dan hasilnya akan berdampak pada tingkat kesuksesan *event* yang diadakan. Oleh sebab itu media penunjang juga harus diperhatikan dengan seksama dan dimaksimalkan dalam pembuatannya.

Disamping promosi yang dilakukan kegiatan penunjang lainnya adalah berita *pasca event*. Berita ini juga tidak kalah pentingnya, karena jika tidak ada tindak lanjut dari animo yang sudah diusahakan dari pengadaan *event jazz*, maka hasilnya animo itu akan hilang dengan sendirinya. Penyaluran apresiasi adalah langkah awal yang sangat penting yang akan menarik banyak perhatian dari kalangan masyarakat luas. Dengan berjalannya kegiatan dan penanganan apresiasi secara tepat seperti yang diharapkan, maka untuk kegiatan seputar musik jazz selanjutnya akan mendapat respon yang baik dari masyarakat. Kesimpulannya adalah semua media saling mendukung dan sama pentingnya, dengan demikian kesadaran akan segala sesuatunya secara terperinci sangatlah menentukan arah perkembangan musik jazz ini.

## **C. Strategi Media (Media Mix)**

### **C.1. Leaflet**

Leaflet sebagai media promosi, pengaplikasiannya digunakan sewaktu *event 'live jazz trip'* di kampus-kampus dan kafe-kafe. Hal tersebut ditujukan agar pembagian *leaflet* tidak terkesan 'gampang' sehingga dapat menurunkan pamor *event* yang akan digelar nantinya. Dengan pembagian melalui *event 'live jazz trip'*, maka pembagian *leaflet* lebih tepat pada sasaran karena pembagian dilakukan pada saat *target audience* sedang berada pada *event* tersebut.

### **C.2. Poster**

Poster digunakan sebagai media pelengkap. Poster dibuat bertujuan untuk meningkatkan *awareness target audience* pada *event* yang akan diadakan. Pengaplikasiannya digunakan pada saat *event 'live jazz trip'* dan pada saat *event "Jazz In Fashion as Jazz Invasion"*. Pengaplikasian tersebut bertujuan agar para target audience yang berada dalam *event 'live jazz trip'* sesekali melihat poster dan sadar akan *event* besar yang akan diadakan nantinya.

### **C.3. Spanduk**

Media promosi spanduk digunakan sebagai media pelengkap, media spanduk akan menarik perhatian khalayak secara lebih banyak. Dengan ukuran yang besar maka target audience menjadi lebih sadar akan keberadaan *event 'live jazz trip'* yang sedang diadakan di lingkungan tersebut dan isi spanduknya juga menyampaikan akan keberadaan *event "Jazz In Fashion as Jazz Invasion"* yang akan datang.

### **C.4. Billboard**

Media promosi *billboard* ditujukan untuk menarik perhatian masyarakat secara umum. Pengaplikasiannya di tempat yang strategis dapat meningkatkan *awareness target audience* secara lebih luas lagi. Tempat pemasangannya ditujukan untuk dapat menarik perhatian para eksekutif muda yang lebih sering menghabiskan waktunya di perjalanan.

### **C.5. Koran**

Media promosi koran adalah media yang sangat efektif mengingat pembacanya berasal dari berbagai kalangan usia dan golongan. Dari survei yang dilakukan, masyarakat sering mengetahui sebuah *event* dari koran. Hal itulah yang menjadi dasar memilih koran sebagai media promosi.

### **C.6. Majalah**

Majalah ditujukan untuk menarik perhatian para pemuda yang khususnya tertarik akan fashion. Pemilihan majalah dijumpukan pada '*seventeen*' yang merupakan majalah kalangan muda dan peletakannya pada rubrik *fashion*. Hal tersebut berhubungan dengan *event* yang akan berlangsung yang mengusung *fashion* sebagai penarik perhatian kalangan muda.

### **C.7. Iklan TV lokal**

Iklan TV lokal di Surabaya merupakan salah satu media yang cukup efektif untuk menyampaikan berita secara berkala. Dengan atensi yang baik dari masyarakat Surabaya serta varian acara dari televisi lokal tersebut yang mayoritasnya merupakan acara anak muda, pembuatan media promosi melalui TV lokal menjadi media yang banyak menarik perhatian *target audience*.

### 3.1.3.3. Program Media

Media	Oktober 2009					November 2009					Desember 2009					Januari 2010					Februari 2010					Maret 2010				
	Minggu					Minggu					Minggu					Minggu					Minggu					Minggu				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Leaflet	■					■					■																			
Poster	■					■					■																			
Spanduk	■					■					■																			
Billboard											■																			
Koran											■																			
Majalah											■																			
TV											■																			
Live Jazz Trip	■					■					■																			
Even																■														

### 3.1.3.4. Biaya Media

#### a. Leaflet

Ukuran : 19cm x 13cm

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Kertas : Art Papper 125gram

Printing : Cetak Offset

Cetak : 1500 lbr

Biaya :

- Separasi warna desain

Ukuran 19cm x 13cm = 247 cm<sup>2</sup> x Rp. 300,- Rp 74.100,-

Proof art paper 247 cm <sup>2</sup> x Rp. 200,-	Rp	49.400,-
- Biaya cetak glossy + laminasi : 1500 lbr x 2500	Rp	3.750.000,-
		_____+
Sub Total	Rp	3.873.500,-
PPN 10%	Rp	387.350,-
		_____+
Total	Rp	4.260.850,-

#### **b. Poster**

Ukuran : 60cm x 42cm

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Kertas : Art Papper 150gram

Printing : Cetak Offset

Cetak : 65 lbr

Biaya :

- Separasi warna desain

Ukuran 60cm x 42cm = 2520 cm<sup>2</sup> x Rp. 300,- Rp 756.000,-

Proof art paper 2520 cm<sup>2</sup> x Rp. 200,- Rp 504.000,-

- Biaya cetak glossy + laminasi : 65 lbr x 20000 Rp 1.300.000,-

\_\_\_\_\_+

Sub Total Rp 2.560.000,-

PPN 10% Rp 256.000,-

\_\_\_\_\_+

Total Rp 2.816.000,-

#### **c. Spanduk**

Ukuran : 100cm x 600cm

Posisi : Horisontal

Warna : RGB

Kertas : Fannel

Printing : Cetak Offset

Cetak : 10 pcs

Biaya :

- Biaya produksi 10pcs x (1m x 6m) x Rp 30.000,-	Rp 1.800.000,-
- Pajak Pemda 10pcs x 6m <sup>2</sup> x 14 hari x Rp 5000,- (Pemasangan di Jalan 14 hari sebelum even)	Rp 4.200.000,- _____+
Sub Total	Rp 6.000.000,-
PPN 10%	Rp 600.000,- _____+
Total	Rp 6.600.000,-

#### d. Billboard

Ukuran : 300cm x 200cm

Posisi : Horisontal

Warna : RGB

Kertas : Polibanner

Printing : Cetak Offset

Cetak : 1plat

Biaya :

- Biaya produksi 2m x 3m x 1plat = 6m <sup>2</sup> x Rp. 2000.000,- 12.000.000,-	Rp.
- Konstruksi Rp. 250.000,- / m <sup>2</sup> x 6m <sup>2</sup>	Rp 1.500.000,-
- Pajak Pemda Rp. 288.000,- / m <sup>2</sup> x 6m <sup>2</sup>	Rp 1.728.000,-
- Biaya tambahan Rp. 100.000.000,- (Ijin pemasangan reklame, administrasi biaya biaya pemakaian tower listrik PLN, rekening listrik PLN, biaya ijin ke instansi yang terkait, biaya penerangan, biaya pemeliharaan dsb selama setahun) pemakaian 1bulan (100:12) =	Rp 8.333.333,- _____+
Sub total	Rp 23.561.000,-
PPN 10%	Rp 2.356.100,- _____+
Total	Rp 25.917.100,-

#### e. Iklan koran

Ukuran	: 32cm x 9cm = (2x 1,5kol x 170mm)	
Posisi	: Horisontal	
Warna	: RGB	
Kertas	: CD	
Printing	: Cetak Offset	
Cetak	: 1 lbr	
Biaya	:	
- Biaya produksi etalase bawah (2x) Minggu	Rp 9.100.000,-	
- Biaya produksi etalase bawah (2x) Senin-Kamis	Rp 10.600.000,-	
- Biaya produksi etalase bawah (2x) Jumat-Sabtu	Rp 12.700.000,-	
- Bulan Desember minggu 1		
Hari Sabtu, 5 Desember 2009		Rp 12.700.000,-
- Bulan Desember minggu 2		
Hari Sabtu, 12 Desember 2009		Rp 12.700.000,-
- Bulan Desember minggu 3		
Hari Kamis 17 Desember 2009		Rp 10.600.000,
		_____+
	Total	Rp 35.400.000,-
- Biaya Agensi pada netto 10%		Rp 3.540.000,-
		_____+
	Total 2	Rp 38.940.000,-
	PPN 10%	Rp 3.894.000,-
- Pajak Reklame		Rp 50.000,-
		_____+
	Total 3	Rp 42.884.000,-

#### **f. Iklan majalah**

Ukuran	: 28cm x 20cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: RGB
Kertas	: Art Papper
Printing	: Cetak Offset
Cetak	: 1lbr

Biaya	:		
- Biaya produksi half page colour 20,5cm x 28,5cm	=	Rp 1.750.000,-	
- Bulan November minggu 5		Rp 1.750.000,-	
- Bulan Desember minggu 1		Rp 1.750.000,-	
- Bulan Desember minggu 2		Rp 1.750.000,-	
- Bulan Desember minggu 3		Rp 1.750.000,-	
			_____+
	Total	Rp 7.000.000,-	
- Biaya Agensi pada netto 10%		Rp 700.000,-	
			_____+
	Total 2	Rp 7.700.000,-	
	PPN 10%	Rp. 770.000,-	
- Pajak Reklame		Rp. 50.000,-	
			_____+
	Total 3	Rp 8.520.000,-	

**g. Iklan singkat di televisi lokal**

Durasi : 30 detik  
 Posisi : Vertikal  
 Warna : RGB  
 Metode : soft copy  
 Tayang : 2 x 1 minggu selama 1 bulan  
 Biaya :

- Biaya tayang pagi per 30 detik primetime	=	Rp 3.000.000,-	
- Per minggu diputar 2 kali selama 1 bulan			
Rp 3.000.000 X 8 =		Rp 21.000.000,-	
	PPN 10%	Rp. 2.100.000,-	
			_____+
	Total	Rp 23.100.000,-	

**h. Booklet**

Ukuran : 20 cm x 9cm (x8 halaman)  
 Posisi : Vertikal  
 Warna : RGB

Kertas	: Art Papper		
Printing	: Cetak Offset		
Cetak	: 1eks		
Biaya	:		
-	Separasi warna desain		
	Ukuran 20cm x 9cm = 180cm <sup>2</sup> x 8 x Rp 300,-	Rp	432.000,-
	Proof art paper 180cm <sup>2</sup> x 8 x Rp 200,-	Rp	288.000,-
-	Biaya cetak glossy + laminasi : 250 x 8 x 1500	Rp	3.000.000,-
			_____+
	Sub Total	Rp	3.720.000,-
	PPN 10%	Rp	372.000,-
			_____+
		Rp	4.092.000,-

**i. Kumpulan Musik jazz dalam cd**

Ukuran	: 10 lagu jazz		
Posisi	: Vertikal		
Warna	: RGB		
Metode	: soft copy		
Cetak	: 250 pcs		
Biaya	:		
-	Biaya cd – r 250 x Rp 2000	Rp	500.000,-
	Biaya agency pada netto 10%	Rp	50.000,-
			_____+
	Sub Total	Rp	550.000,-
	PPN 10%	Rp	55.000,-
			_____+
		Rp	605.000,-

**j. Packaging cd**

Ukuran	: 20cm x 60cm + 20cm x 2cm = 1240cm <sup>2</sup>
Posisi	: Vertikal
Warna	: RGB
Kertas	: Art Papper

Printing	: Cetak Offset		
Cetak	: 250 lbr		
Biaya	:		
-	Separasi warna desain		
	Ukuran 1240cm <sup>2</sup> x Rp 300,-	Rp	372.000,-
	Proof art paper 1240cm <sup>2</sup> x Rp 200,-	Rp	248.000,-
-	Biaya cetak glossy + laminasi : 250 x 5000	Rp	1.250.000,-
			_____+
	Sub Total	Rp	1.870.000,-
	PPN 10%	Rp	187.000,-
			_____+
		Rp	2.057.000,-

**k. Kantong *merchandise***

Ukuran	: 65cm x 32cm = 2080cm <sup>2</sup>		
Posisi	: Vertikal		
Warna	: RGB		
Kertas	: Art Papper		
Printing	: Cetak Offset		
Cetak	: 250 lbr		
Biaya	:		
-	Separasi warna desain		
	Ukuran 2080cm <sup>2</sup> x Rp 300,-	Rp	624.000,-
	Proof art paper 2080cm <sup>2</sup> x Rp 200,-	Rp	416.000,-
-	Biaya cetak glossy + laminasi = (250:2) x 40000	Rp	5.000.000,-
			_____+
	Sub Total	Rp	6.040.000,-
	PPN 10%	Rp	604.000,-
			_____+
		Rp	6.644.000,-

**l. *Merchandise* kaos (*T-shirt*)**

Ukuran sablon : 20cm x 20cm = 400cm<sup>2</sup>  
 Posisi : Vertikal

Warna	: RGB	
Cetak	: Offset - sablon	
Biaya	:	
-	Biaya sablon 250 x 40000 (termasuk kaos)	Rp 10.000.000,-
	Biaya agency pada netto 10%	Rp 1.000.000,-
		_____+
	Sub Total	Rp 11.000.000,-
	PPN 10%	Rp 1.100.000,-
		_____+
		Rp 12.100.000,-

**m. Seragam crew**

Ukuran sablon	: 8cm x 8cm = 64cm <sup>2</sup>	
Posisi	: Vertikal	
Warna	: RGB	
Cetak	: Offset - sablon	
Biaya	:	
-	Biaya sablon 50 x 50000 (termasuk kemeja)	Rp 2.500.000,-
	Biaya agency pada netto 10%	Rp 1.000.000,-
		_____+
	Sub Total	Rp 3.500.000,-
	PPN 10%	Rp 350.000,-
		_____+
		Rp 3.850.000,-

**n. X-banner**

Ukuran	: 75cm x 120cm = 9000cm <sup>2</sup>	
Posisi	: Vertikal	
Warna	: RGB	
Kertas	: kertas <i>Albatros</i>	
Printing	: Cetak Offset	
Cetak	: 10 pcs	
Biaya	:	
-	Biaya produksi cetak 10pcs x Rp. 95.000,-	Rp. 950.000,-

- Diskon Agensi 10%	Rp.	95.000,-
		_____ -
	Total	Rp. 855.000,-

**o. Name tag *event***

Ukuran : 8,5cm x 5,5cm = 46,75cm<sup>2</sup> x 2 = 93,5cm<sup>2</sup>

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Kertas : Hard papper

Printing : Cetak Offset

Cetak : 50 pcs

Biaya :

- Separasi warna desain		
Ukuran 93,5cm <sup>2</sup> x Rp 300,-	Rp	28.050,-
Proof art paper 93,5cm <sup>2</sup> x Rp 200,-	Rp	18.700,-
- Biaya cetak = (250x2) x Rp5000 =	Rp	2.500.000,-
		_____ +
	Sub Total	Rp 2.546.750,-
	PPN 10%	Rp 254.675,-
		_____ +
		Rp 2.801.425,-

**p. Pertunjukan *live jazz***

Durasi : 1 x 1 minggu selama 12 minggu

Biaya :

- Transport Rp 50.000,- x 3 mobil = Rp 150.000		
12 x Rp 150.000,-	Rp	1.800.000,-
- Makan Rp 10.000,- x 20 orang = Rp 200.000		
12 x Rp 200.000,-	Rp	2.400.000,-
		_____ +
	Sub Total	Rp 4.200.000,-

**Total Estimasi Biaya Keseluruhan**

1. Leaflet	Rp	4.260.850,-
2. Poster	Rp	2.816.000,-

3. Spanduk	Rp 6.600.000,-
4. Billboard	Rp 25.917.100,-
5. Iklan Koran	Rp 42.884.000,-
6. Iklan Majalah	Rp 8.520.000,-
7. Iklan TV lokal	Rp 23.100.000,-
8. Booklet <i>Event</i>	Rp 4.092.000,-
9. Kompilasi Lagu	Rp 605.000,-
10. Cover CD	Rp 2.057.000,-
11. Handbag Merchandise	Rp 6.644.000,-
12. T-Shirt Merchandise	Rp 12.100.000,-
13. Seragam Crew	Rp 3.850.000,-
14. X-Banner	Rp 855.000,-
15. Name Tag <i>Event</i>	Rp 2.801.425,-
16. Live Jazz <i>Event</i>	Rp 4.200.000,-
	_____+
Total	Rp 151.302.375,-

### 3.2. Konsep Kreatif

#### 3.2.1. Tujuan Kreatif

Tujuan yang diharapkan dilakukan dengan pendekatan melalui kegiatan atau *event* yang menggabungkan antara *trend* masa kini dengan musik jazz. Musik jazz itu sendiri sebenarnya adalah aliran musik yang fleksibel, contohnya saja penggunaan musik jazz sebagai musik di kafe, *pub*, restoran, pesta, film, bahkan pada *game*. Hanya saja di Indonesia musik jazz tidak menjadi opsi sehingga masih belum banyak digunakan untuk berbagai keperluan. Dari sinilah dapat disimpulkan bahwa penggunaan musik jazz untuk kepentingan *trend* masa kini adalah jalan yang memungkinkan untuk musik jazz agar lebih *go public* dan diterima di masyarakat Indonesia.

Konsep yang dimaksud tersebut adalah penggabungan antara musik jazz dengan *trend* masa kini, dalam hal ini *trend* tersebut adalah *fashion*. Mengapa *fashion*? Karena *fashion*, merupakan dunia yang erat hubungannya dengan gaya hidup glamor, gaya hidup yang dijalani oleh orang-orang *fashion* adalah hal yang saling berhubungan dengan musik jazz yang mana sudah mendapat predikat

sebagai musik yang elit dan eksklusif di Indonesia. Atas dasar hal tersebut diharapkan musik jazz dan *fashion* adalah hal yang saling berkesinambungan. Dari sinilah penggabungan musik jazz dan *fashion* untuk menyukseskan *awareness* berupa pengenalan dan peningkatan apresiasi masyarakat Surabaya akan musik jazz, diharapkan mendapat perhatian yang besar dan citra yang baik sehingga akibatnya musik jazz akan semakin berkembang dengan pesat di Indonesia.

Perancangan yang sudah dijelaskan sebelumnya akan dikemas ke dalam sebuah *event* yang bertemakan tentang hal yang bersangkutan dengan *fashion*. Dalam *event* tersebut musik jazz tentunya menjadi tema utama yang dalam pengaplikasiannya ditekankan untuk kepentingan pengenalan dan perkembangan musik jazz. Pengadaan *event-event fashion* selalu mendapat tempat di kalangan masyarakat dan perhatian yang besar, oleh sebab itu *event fashion* dipilih dan dijadikan sebagai media penarik perhatian bagi masyarakat luas. Dari *event* tersebut pasti nantinya akan dikemas dalam pemberitaan koran, majalah, web, dan sebagainya karena hal itu merupakan hal baru yang mana wartawan selalu meliput sesuatu yang unik dan baru. Sedangkan untuk *dance*, *dance* akan menjadi bagian dari *event* musik jazz tersebut yang bertujuan untuk mengajak *audience* untuk ikut berinteraksi dalam *event* tersebut. *Event* yang dilakukan ini perlu adanya sosialisasi yang baik dan jelas, sehingga nantinya pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik dan benar.

### **3.2.2. Strategi Kreatif**

#### **3.2.2.1. Isi Pesan**

##### **A. Posisi produk/merek (*product/ brand positioning*).**

Produk yang ditawarkan pada perancangan ini ialah *event* musik jazz yang dikolaborasikan dengan *fashion*. *Event* yang diadakan merupakan ide pemikiran yang baru dan unik sehingga diharapkan mendapat apresiasi yang positif dari masyarakat demi meningkatkan *awareness* untuk musik jazz khususnya di Surabaya. Jika biasanya musik jazz hanya ditampilkan dalam *event live* ataupun seputar alat musik saja, kali ini diadakan perancangan suatu *event* yang lain daripada biasanya. Hal ini dilakukan karena pertunjukan musik *live jazz* pada umumnya hanya terbatas pada penikmat dan pecinta musik jazz, sedangkan perancangan *event* yang dilakukan ditujukan untuk menarik perhatian kalangan

masyarakat yang belum mengenal musik jazz ataupun penikmat musik jazz yang bakatnya belum tersalurkan.

### **B. Manfaat utama (*key consumers benefit*)**

Manfaat yang dituju dari perancangan ini adalah *target audience* bisa mengenal dan menikmati musik jazz layaknya para pecinta jazz, dengan mengemas perancangan *event* secara menarik dan atraktif akan menimbulkan persepsi yang berbeda di benak *target audience*. Sebagai contoh pertunjukan JUMP di Seoul-Korea yang menggabungkan seni bela diri dan akrobat dikemas dalam parodi yang jenaka menjadikan para penontonnya memandangi ilmu bela diri yang keras menjadi suatu hiburan yang menyegarkan. Mungkin pada awalnya *target audience* yang ingin menghadiri *event jazz in fashion* ini berpikir untuk meluangkan waktu bersantai dalam irama jazz dan glamornya para model dalam *fashion*, meskipun ada juga yang datang untuk musik jazz itu sendiri ataupun rasa penasaran terhadap penggabungan *trend* dan musik jazz ini. Tetapi dengan perancangan yang dibuat sedemikian rupa yang dikolaborasikan dengan musik jazz, diharapkan *target audience* nantinya mendapat gambaran baru tentang keberadaan musik jazz khususnya di Surabaya.

### **C. Janji (*promise*)**

Manfaat lain yang akan diperoleh dari pengadaan *event* ini adalah bahwa masyarakat yang menghadiri *event* ini nantinya akan memandangi musik jazz secara berbeda dan menindak lanjuti apresiasinya terhadap musik jazz. Misalnya dengan bergabung dengan lembaga musik yang bersangkutan atau bergabung dengan kelompok musik jazz yang ada di Surabaya. Perancangan pasca *event* adalah perancangan yang dibuat untuk menjawab apresiasi yang timbul dari masyarakat akibat pengadaan *event* ini, dengan demikian hal ini menjadi salah satu *benefit* yang ditujukan kepada beberapa pihak, dari *target audience* bisa meneruskan apresiasinya, sedangkan bagi para pelaku bisnis yang mendukung terselenggaranya *event* akan memperoleh keuntungan, nama, menjadi wadah apresiasi, pelopor dan pengalaman baru bagi lembaganya. Selain itu juga diharapkan munculnya kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan musik jazz, karena kesuksesan suatu acara akan mempengaruhi jalannya roda perputaran usaha. Bila ada suatu acara yang dirasa menguntungkan maka para pengusaha

dalam bidang tersebut maupun investor akan tertarik untuk mengadakan kegiatan seputar bidang tersebut.

#### **D. Bukti penunjang (*supporting evidence*)**

Hal yang berhubungan dengan *event jazz* yang sudah pernah digelar dan meraup sukses besar adalah *event Java Jazz Jakarta 2009* yang disponsori oleh Yamaha Music Indonesia yang *men-support* segala alat musik yang diperlukan oleh *event* tersebut. Nama Yamaha Music Indonesia melejit sebagai sponsor alat-alat musik secara penuh untuk *event Java Jazz Jakarta 2009* dengan beriringnya kesuksesan *event* tersebut. Kegiatan serupa yang dilakukan dalam perancangan ini mengemas musik jazz ke lingkungan yang berbeda yaitu pengenalan dan peningkatan apresiasi, dan jika *event* ini sukses maka diyakini demam akan musik jazz akan mulai bermunculan satu persatu di daerah Surabaya seperti yang telah terjadi di Jakarta. Musik jazz sudah berubah citranya di mata orang-orang Jakarta semenjak acara-acara *Java Jazz* menjadi topik pembicaraan penduduk Jakarta yang dari tahun ke tahun semakin memperbesar animo masyarakat untuk musik jazz.

#### **E. Citra (*image*)**

Untuk *event* yang diadakan berupa *jazz in fashion* merupakan *event* yang termasuk elit dan eksklusif, karena pada dasarnya pergelaran *fashion* itu sendiri sudah termasuk *event* yang biasanya dihadiri oleh orang-orang dari golongan menengah keatas dan merupakan orang-orang yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan baju dan tekstil di kelasnya. Dari hal tersebut bisa dipersepsikan bahwa *image* yang akan didapat dari *event* ini adalah citra yang elit dan eksklusif, sedangkan dalam pengaplikasiannya *event* ini merupakan *trend* baru. *Trend* baru inilah yang nantinya digunakan sebagai pencitraan untuk menarik apresiasi masyarakat khususnya masyarakat muda untuk ikut andil atau mengikuti *trend* tersebut. Dipandang dari segi psikografisnya pada dasarnya manusia haus akan pengakuan diri dari orang lain, dengan demikian pencapaian yang dituju berupa perwujudan musik jazz sebagai *trend* baru diharapkan dapat berhasil sebagai *trend* di masa yang akan datang sehingga musik jazz mampu berkembang dengan dukungan dari apresiasi masyarakat Surabaya dan kemudian Indonesia.

#### **3.2.2.2. Bentuk Pesan**

Pesan yang ingin disampaikan dari *event* yang diadakan adalah ingin membentuk musik jazz menjadi sebuah *trend* melalui kegiatan *trend* yang pada saat ini sedang berjalan. Hal ini tentunya tidak keluar dari konsep musik jazz tersebut yang mana di Indonesia musik jazz merupakan musik yang elit dan eksklusif. Sehingga yang ingin disampaikan kepada publik tentang *event* jazz yang akan diadakan adalah bahwa musik jazz adalah musik yang mampu untuk diaplikasikan dengan kegiatan selain *live music* dan musik jazz adalah musik yang kaya dengan kandungan nilai kebebasan, serta musik jazz bisa menjadi *trend* musik Indonesia di masa yang akan datang.

Pesan yang disampaikan tersebut akan dikemas kedalam bentuk verbal dan visual. Penjabarannya adalah sebagai berikut; dari bentuk verbalnya “***Jazz In Fashion as Jazz Invasion***”. Di dalam *event* ini *Jazz In Fashion* merupakan kata yang ambigu, arti kesatu adalah mewakili arti harafiahnya yaitu jazz yang dibalut dalam pertunjukan *fashion*, sedangkan arti keduanya tersirat dari baca *Jazz In Fashion* sebagai *Jazz Invasion*. *Jazz invasion* jika diartikan adalah serbuan jazz yang mana kata tersebut mewakili *event* yang sedang diadakan yaitu pengenalan musik jazz pada masyarakat. Penggunaan bahasa verbalnya menggunakan bahasa Inggris karena target market yang dituju adalah menengah dan menengah ke atas, sehingga pada pendekatannya dibuat lebih eksklusif untuk mendapatkan apresiasi yang baik. Disamping itu *target audience* adalah orang-orang golongan menengah dan menengah keatas yang mana mayoritas menguasai bahasa Inggris. Bukan hanya itu tetapi dengan pengadaan *event* menggunakan tema berbahasa Inggris maka pamor dari acara tersebut akan berbeda tingkatannya, dan yang tidak kalah penting adalah sesuai dengan ciri khas musik jazz di Indonesia.

### **3.2.2.3. Strategi Visual**

Dari bentuk visualnya pesan yang ingin disampaikan adalah *event* musik jazz yang diaplikasikan kedalam bentuk *fashion*. Gambar utama yang digunakan adalah foto seorang model dengan baju yang *fashionable* sedang membawa alat musik yang identik dengan jazz (misal *saxofone*). Sedangkan *background*-nya dibuat simpel dengan diberi visualisasi garis paranada yang berlenggok-lenggok dengan not dan tanda nadanya. Dari visualisasi ini persepsi yang ingin disampaikan adalah kesan unik, elit, eksotik, dan glamor. Dari visualisasi dan

pesan-pesan yang dibuat diharapkan *target audience* dapat tertarik dan mengikuti *event* yang akan diadakan.

### **3.2.3. Program Kreatif**

#### **3.2.3.1. Tema Pokok Perancangan**

Tema yang diusung dalam *event* ini adalah “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*”. Maka dalam pengaplikasiannya semua hal yang dilakukan dalam perancangan ini berisi tentang pengenalan musik jazz yang dikemas dalam acara bertemakan *fashion*. Karena pengaplikasian suatu *event* akan menentukan persepsi masyarakat tentang pergelaran *event* yang diadakan tersebut dan berdampak pada respon masyarakat akan kehadiran mereka di *event* ini. Demi mendukung tema dan perancangan yang diangkat, *event* akan diadakan di The Loop Surabaya. Pilihan dijatuhkan pada The Loop Surabaya karena tempatnya nyaman dan merupakan tempat ‘nongkrong’ kalangan muda sehingga dirasa tempat tersebut adalah pilihan yang tepat untuk pengadaan *event* tersebut. Di dalam *event* ini acara yang akan digelar antara lain adalah; Pembagian souvenir yang berisi kaos berlogo *event jazz*, buku panduan singkat tentang musik jazz, buku literatur acara dan brosur serta angket sponsor yang bersangkutan. Awal acara dimeriahkan dengan pembukaan live musik jazz, diiringi oleh dancer dari “*Lie Organizer*” yang ditujukan dan ditugaskan menarik para pengunjung untuk ‘*down to the floor*’. Kemudian acara puncaknya adalah penampilan *fashion* dengan baju-bajunya yang unik dan *fashionable* menggandeng “*Lasalle Colege*” salah satu sekolah *fashion* besar yang ada di Surabaya. Sedangkan selama acara tersebut berlangsung, semua hal yang berhubungan dengan musik dan pernak-perniknya diaplikasikan dengan musik jazz yang bertujuan agar suasana jazz terasa kental di dalamnya. Setelah pergelaran *event* tersebut diadakan, selanjutnya dokumentasi dan publikasi *event* tersebut diharapkan masyarakat luas yang belum hadir pada *event* itu dapat mengetahui bagaimana berjalannya acara “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” yang diharapkan mampu menggugah apresiasi dari masyarakat Surabaya untuk meningkatkan apresiasinya dalam musik jazz.

#### **3.2.3.2. Pendukung Tema Perancangan (Akibat Yang Diinginkan)**

Dari *event* “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” ditujukan untuk merubah persepsi dan meningkatkan apresiasi masyarakat Surabaya mengenai musik jazz.

Persepsi yang selama ini ada di masyarakat Indonesia bahwa musik jazz hanya bisa dipertunjukkan melalui *live music*, berubah menjadi persepsi bahwa musik jazz juga dapat diaplikasikan di dalam media-media lain. Atas dasar persepsi tersebut apresiasi masyarakat Surabaya yang akan didapatkan untuk musik jazz akan semakin meningkat dengan bertambahnya kegiatan yang berhubungan dengan musik jazz. Sedangkan kegiatan pasca *event* adalah kegiatan yang ditujukan untuk menampung apresiasi yang didapat dari *event* yang diadakan. Adanya peningkatan apresiasi masyarakat Surabaya akan musik jazz, menyediakan lapangan usaha kegiatan-kegiatan baru yang dapat diciptakan melalui badan dan lembaga musik jazz di Surabaya. Apresiasi yang tertampung dalam wadah itu nantinya akan dikembangkan dan dipergunakan untuk kegiatan lain selanjutnya yang berhubungan dengan musik jazz.

### **3.2.3.3. Pendukung Bentuk Kreatif**

#### **A. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal**

*Appeal* yang digunakan dalam iklan “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” adalah *emotional* dan *rational approach*. Bentuk penyajian dilakukan dengan menyetengahkan pemuda atau pemudi yang sedang memainkan *saxophone* dengan balutan *fashion* yang mencitrakan anak muda. Penampilan dalam busana yang *fashionable* dan suasana yang nyaman, ditujukan untuk menarik perhatian para muda-mudi yang aktif. Disamping busana dan *saxophone* yang dimainkan oleh model, *background* diberikan warna hitam dengan gradasi ke abu-abu dan putih yang mana warna-warna *low-key* mencerminkan suasana yang biasa ada di tempat pertunjukan jazz. Sedangkan gradasi dan sulur-sulur dimaksudkan agar *background* tidak terlalu *flat* serta dapat menimbulkan kesan yang lebih glamor. Penggambaran media yang disesuaikan dengan citarasa muda-mudi ditujukan untuk memberikan rasa ketertarikan terhadap *event* yang akan diadakan.

Pengaplikasian pada iklan dibagi menjadi dua visualisasi. Yang ditujukan kepada masyarakat umum seperti media koran, *billboard*, *leaflet*, spanduk, digunakan sepasang muda-mudi yang berada dalam posisi berpelukan dalam alunan musik jazz, yang mana musik jazz-nya diibaratkan dengan *saxophone* yang dibawa oleh pemudi dan sedang mengalungkan nada-nada. Sedangkan visualisasi lainnya digambarkan seorang pemudi yang berpose seperti sedang memainkan

*saxophone*. Hal tersebut ditujukan untuk menampilkan kesan yang lebih feminin yang medianya diaplikasikan kedalam iklan majalah, iklan televisi lokal dan poster.

## **B. Pemilihan Bentuk Pesan Visual**

Strategi visualnya adalah dengan menyajikan gambar ataupun foto yang mencerminkan suasana *event* yang akan diadakan, dengan demikian para *target audience* diharapkan dapat membaca pesan secara visual dari penggambaran iklan yang disajikan.

Pemilihan bentuk visualnya adalah dengan menyesuaikan tema yang diusung tanpa melupakan ciri khas musik jazz itu sendiri. Visualisasi yang digunakan adalah dengan media foto dan vektor. Dalam media foto digambarkan visual dari seorang model yang menggunakan baju eksotik yang mewakili *fashion*, dan model tersebut membawa alat musik *saxophone* yang mewakili musik jazz. Selain foto model dengan *saxophone*, juga dipilih foto dengan sepasang model pria dan wanita yang sedang menikmati suasana musik jazz. Suasana tersebut digambarkan dengan pemotretan *low key* yang bergaya pencahayaan ala pub ataupun kafe, kesan visual yang ingin disampaikan adalah visual untuk mewakili suasana even yang akan diadakan dalam “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*”.

### **3.2.3.4. Penyajian**

#### **A. Pendekatan Penyajian**

Pendekatan yang digunakan dalam penyajiannya adalah secara emosional. Karena konsep yang diusung dalam penyajian komunikasi visual ini adalah dengan menjadikan musik jazz sebagai *trend* anak muda. Anak muda adalah generasi yang selalu mengikuti perkembangan jaman dan tidak mau dianggap ‘ketinggalan’ jaman. Bila musik jazz menjadi *trend* maka dengan sendirinya anak muda akan menjadikannya sebagai kegiatan mereka, dengan demikian musik jazz akan berkembang dalam masyarakat Indonesia. Selain secara emosional, *event* ini disampaikan secara positifisme dengan menanamkan pada benak para *audience*-nya bahwa musik jazz bukan hanya musik yang bisa digunakan sebagai pengiring waktu makan di kafe ataupun *pub*, melainkan dapat menjadi musik yang fleksibel dalam berbagai macam kegiatan baru.

## **B. Cara Penyajian**

Cara penyajian yang digunakan adalah dengan menyampaikan pesan secara perlahan tapi pasti karena musik jazz di Indonesia merupakan musik yang belum dapat diterima sepenuhnya oleh masyarakat Indonesia. Menyadari hal tersebut maka pesan harus disampaikan dengan memberikan pengertian secara berkala (perlahan) melalui kegiatan yang mudah diterima oleh masyarakat yang dalam hal ini *event* musik jazz yang diadakan menggandeng *fashion* dalam pengaplikasiannya. Pesan pasti yang dimaksud disini adalah pengenalan tentang musik jazz yang disampaikan secara berkala dan kontinyu sehingga *audience* dan masyarakat yang melihat ataupun mendengar akan *event* ini tidak melupakannya sebagai angin lalu.

## **C. Gaya Visualisasi (Desain)**

Gaya visualisasi yang digunakan adalah gaya yang mencerminkan atau mewakili suasana jazz. Kesan yang dipilih adalah kesan yang nyaman dan mewah. Musik jazz sering digambarkan dengan gaya *Psychedelic Art*, *psychedelic art* sendiri memiliki kesan *colorful*, unik dan fashionable (<http://www.farrell-fine-art.com/psychedelic-art.html>), sehingga dalam perancangan ini juga digunakan kesan *psychedelic art* yang sesuai untuk mewakili *event* yang akan digelar yaitu “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*”. Untuk meningkatkan *brand* dari *event* ini dibuatlah logo yang mewakili jazz dan *fashion*. Logo mengutamakan perwakilan untuk musik jazz sebagai tujuan utama pengadaan *event*, sedangkan *fashion* menjadi acara pendukung dalam pengadaan *event* tersebut sehingga logo lebih diutamakan pada visualisasi musik jazz. Disamping gaya dan logo, logo sponsor juga menjadi bagian dari media-media promosi. Sebagai sponsor tentunya ingin mendapatkan nama dan pengaruh yang cukup besar untuk berbagai macam media dan kegiatannya. Menyadari hal tersebut maka sponsor juga menjadi pengaruh besar bagi gaya visualisasi yang digunakan untuk menyampaikan promosi *event* kepada khalayak.

## **D. Jenis Layout**

Pola pengaturan *layout* yang digunakan dalam perancangan komunikasi visual ini bersifat teratur sehingga pesan yang ingin disampaikan melalui media iklan dapat dipelajari dengan mudah oleh *target audience*. *Layout* disusun

sedemikian rupa sehingga jelas informasi mana yang didahulukan dan informasi mana yang kemudian. Dengan pengaturan *layout* yang teratur dan *simple*, juga cocok untuk tema “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” yang mengutamakan kenyamanan dan keeleganan. Point of view pada penyusunan layout tentunya diutamakan kepada nama *event* yang diadakan yang kemudian tempat diadakannya *event* tersebut. Sedangkan gambar ditujukan untuk menarik perhatian.

## **E. Konsep Gambar**

### **E.1. Garis**

Dalam pembuatan media promosi, garis-garis yang digunakan adalah garis yang berupa sulur-sulur yang dimaksudkan untuk mewakili garis paranada. Dalam hal ini garis paranada tersebut bertransformasi menjadi garis yang seolah-olah merupakan alunan nada yang keluar dari *saxophone*.

### **E.2. Kualitas Terang dan Gelap**

Untuk menampilkan kesan yang dapat mewakili suasana *event* musik jazz, maka gambar yang digunakan adalah gambar-gambar yang memiliki kesan *low-key* dalam pengambilan gambarnya. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan pesan secara tidak langsung kepada *target audience* melalui visualisasi terang gelapnya gambar. Dengan pengaturan terang gelap yang sedemikian rupa, diharapkan target audience mampu untuk mendapatkan penggambaran tentang bagaimana keadaan dan suasana dalam *event* “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” nantinya.

### **E.3. Bentuk dan Ruang**

Penataan gambar dan tulisan yang diaplikasikan kedalam media promosi *event* ini adalah dengan meletakkan tulisan kepada bidang yang kosong. Dengan demikian tulisan dalam iklan yang dibuat mudah dibaca dan informasi sampai kepada *target audience* dengan baik. Terutama pada media promosi yang hanya mendapat perhatian sekian detik dari *target audience* seperti *billboard*, maka peletakan tulisan dan gambar harus diletakkan sebaik mungkin dan jelas mana yang didahulukan dan kemudian.

### **E.4. Pengaturan Visualisasi**

Dalam media perancangan ini visualisasi adalah sebagai media pendukung yang mana melengkapi informasi yang disampaikan dalam media promosi.

Visualisasi disesuaikan dengan *target audience* yang dituju. Misalnya untuk *leaflet*, spanduk, iklan koran, *billboard*, yang *target audience*-nya lebih umum dibedakan visualisasinya dengan iklan majalah dan televisi yang *target audience*-nya lebih banyak pemudinya. Karena penggunaan visualisasi yang sesuai akan menimbulkan kesan yang berbeda pada *target audience*-nya.

### **E.5. Setting**

*Setting* merupakan tempat terjadinya suatu kejadian ataupun suatu peristiwa. Dalam media promosi ini *setting* yang digambarkan dalam iklannya merupakan representasi dari suasana yang akan ada di tempat *event* “*Jazz In Fashion as Jazz Invasion*” berlangsung. Penggambaran *setting* disesuaikan dari pemilihan warna desain, gambar/foto desain, dan variasi yang dimasukkan dalam media promosi.

### **E.6. Background**

*Background* merupakan bagian dari desain yang sangat mendasar, karena *background* terletak paling belakang dan biasanya mendominasi keseluruhan desain. Dalam pengaplikasian media promosi *event*, *background* yang dipilih adalah warna hitam yang bergradasi ke abu-abu dan sedikit ke putih. *Background* hitam sendiri dimaksudkan mewakili suasana dalam *pub* yang biasanya cenderung gelap. Sedangkan gradasi yang dibuat adalah untuk menghilangkan kesan *flat* pada desain media promosi dan menambahkan kesan glamor sekaligus di dalamnya.

### **E.7. Warna**

Penggunaan warna dalam media promosi adalah hitam. Hitam dipilih karena mewakili suasana yang ada di dalam *event* musik jazz yang cenderung gelap dan romantis. Disamping itu warna logo yang dipakai adalah warna *Psychedelic Art*, *psychedelic art* sendiri memiliki kesan colorful, unik dan *fashionable* sehingga cocok untuk digunakan sebagai kesan dalam sebuah desain untuk *event* musik jazz. Dari segi gambar/foto warna yang digunakan adalah dengan memberikan lampu sorot oranye, yang juga mewakili suasana yang ada di *pub*. Sedangkan foto yang digunakan dalam *event* menyesuaikan sponsor yang mana dalam hal ini adalah *Lasalle College* yang menyuguhkan warna putih, disamping hal itu baju yang digunakan adalah baju yang unik dan *fashionable*, hal

ini menjadi kunci utama untuk menarik perhatian para pengamat *fashion* dan masyarakat yang peduli terhadap *fashion*. Penggabungan warna antara hitam dan putih tersebut juga menimbulkan warna yang kontras sehingga menjadikan desain media untuk *event* tersebut berlangsung semakin elegan.

### **E.8. Komposisi**

Komposisi merupakan bagian utama dari penyusunan sebuah visualisasi desain, dimana komposisi berperan penting dalam menentukan suasana desain yang ingin ditampilkan. Komposisi yang digunakan dalam desain media promosi untuk musik jazz ini mengutamakan kemudahan tulisannya untuk menarik perhatian dan dibaca, demikian juga visualnya diatur sedemikian rupa sehingga tidak mengganggu berita yang ingin disampaikan kepada publik.

### **E.9. Fotografi**

Fotografi yang digunakan adalah pemotretan secara *low-key*, yang mana hal tersebut dilakukan untuk menampilkan suasana yang ada di dalam *pub* atau kafe. Pencahayaan yang digunakan dalam pemotretan tersebut yang pertama adalah dengan memberikan *filter* oranye sehingga menjadi seperti sorotan lampu yang ada di dalam *pub*. Untuk pemotretan baju *fashion* dari *Lasalle College*, digunakan lampu *flash* biasa, dengan maksud agar *detail* dari baju tersebut dapat terlihat.

### **E.10. Tipografi**

Tipografi adalah suatu seni memilih huruf, dalam sebuah rancangan huruf yang digunakan haruslah sesuai dengan tema yang diangkat dan suasana yang dimaksud. Pemilihan huruf yang salah akan mengakibatkan sebuah desain menjadi tidak baik, tidak enak dibaca dan bahkan tidak dapat dibaca. Pada perancangan komunikasi visual yang eksekusinya adalah *Jazz in Fashion*, penggunaan tipografi yang dipilih adalah huruf yang mewakili antara musik jazz yang eksotik dan *fashion* yang glamor. Dari pertimbangan yang dilakukan maka dipilihlah huruf '*Road To Perdition*' untuk penulisan judul atau *headline*, dan '*MyriadPro-Regular*' untuk penulisan isi atau *bodycopy*. Sedangkan untuk memunculkan kesan dan menonjolkan huruf mana yang utama dan kemudian, maka huruf diberi *layer-style* dan *stroke* untuk memecahkan masalah tersebut.

### 3.2.3.5. Program Penulisan Naskah dan Penulisan Visual

#### a. Leaflet

Ukuran : 19cm x 13cm

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline, bodycopy.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Model seolah-olah berpelukan menikmati alunan musik jazz. Alunan musik jazz diwakili oleh *saxophone* yang dibawa model dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada.

#### b. Poster

Ukuran : 60cm x 42cm

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline, bodycopy.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Model seolah-olah bermain *saxophone* dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada.

#### c. Spanduk

Ukuran : 100cm x 600cm

Posisi : Horisontal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Model diperlihatkan sedang asik berdansa yang dibelakangnya digambarkan sulur-sulur nada yang seolah-olah mendiringi dansa tersebut.

#### **d. Billboard**

Ukuran : 300cm x 200cm

Posisi : Horisontal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Model seolah-olah berpelukan menikmati alunan musik jazz. Alunan musik jazz diwakili oleh *saxophone* yang dibawa model dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada.

#### **e. Iklan koran**

Ukuran : 32cm x 9cm = (2x 1,5kol x 170mm)

Posisi : Horisontal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline, bodycopy.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Masing-masing model seolah-olah memainkan *saxophone* dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada.

#### **f. Iklan majalah**

Ukuran : 28cm x 20cm

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline, bodycopy.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Model seolah-olah bermain *saxophone* dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada.

#### **g. Iklan singkat di televisi lokal**

Durasi : 30 detik

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline, bodycopy.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Durasi 30 detik diisi dengan foto-foto bergerak tentang “*Jazz in Fashion as Jazz Invasion*” yang muncul dan menghilang secara halus dan foto model dengan baju putih muncul dengan kemudian tulisan *bodycopy* di sampingnya yang menjelaskan tentang promosi *event* “*Jazz in Fashion as Jazz Invasion*”.

#### **h. Booklet**

Ukuran : 20 cm x 9cm (x8 halaman)

Posisi : Vertikal  
Warna : RGB  
Tipe Huruf : *Headline, subheadline, bodycopy.*  
Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Booklet berisi tentang sejarah singkat, susunan acara dan *sponsorship*. Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor.

#### **i. Kumpulan Musik jazz dalam cd**

Ukuran : 11,5cmx11,5cm  
Posisi : Vertikal  
Warna : RGB  
Tipe Huruf : *Headline.*  
Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Masing-masing model seolah-olah memainkan *saxophone* dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada.

#### **j. Packaging cd**

Ukuran : 20cm x 60cm + 20cm x 2cm = 1240cm<sup>2</sup>  
Posisi : Vertikal  
Warna : RGB  
Tipe Huruf : *Headline, subheadline.*  
Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. *Cover* depan masing-masing model seolah-olah memainkan *saxophone*

dengan mengeluarkan sulur-sulur dan nada-nada. *Cover* dalam model dengan baju putih berpose seksi dengan membawa *saxophone*.

**k. Kantong *merchandise***

Ukuran : 65cm x 32cm = 2080cm<sup>2</sup>

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline*.

Ilustrasi : Vektor.

Konsep Visual:

-. Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor.

**l. Merchandise kaos (*T-shirt*)**

Ukuran sablon : 20cm x 20cm = 400cm<sup>2</sup>

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline*.

Ilustrasi : Vektor.

Konsep Visual:

-. Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor.

**m. Seragam *crew***

Ukuran sablon : 8cm x 8cm = 64cm<sup>2</sup>

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline*.

Ilustrasi : Vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor.

**n. X-banner**

Ukuran : 75cm x 120cm = 9000cm<sup>2</sup>

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor. Model dengan baju putih berpose seksi dengan membawa *saxophone*.

**o. Name tag event**

Ukuran : 8,5cm x 5,5cm = 46,75cm<sup>2</sup> x 2 = 93,5cm<sup>2</sup>

Posisi : Vertikal

Warna : RGB

Tipe Huruf : *Headline, subheadline.*

Ilustrasi : Fotografi, vektor.

Konsep Visual:

- Visualisasi disesuaikan dengan tema dan suasana *event* musik jazz nantinya. Yaitu *background* hitam gradasi ke putih, hitam mewakili suasana di *pub* yang cenderung gelap. Putih mewakili baju yang diusung oleh *Lasalle College* dan sebagai warna untuk membuat *background* tidak *flat* dan menjadikannya lebih glamor.

**3.2.4. Biaya Kreatif** = Total Biaya = Rp 151.302.375,- Fee Kreatif 10% (International) = Rp 151.302.375,- = Rp 15.130.237,-