

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Musik mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan. Khususnya bagi anak muda, musik merupakan sebuah identitas diri mereka dimana mereka dapat diklasifikasikan melalui musik yang mereka sukai. Penganut musik hardcore yang merupakan sub-genre dari Punk, dapat diklasifikasikan dengan budaya musik mereka yang menjadi cara hidup mereka. Seperti sifat kolektifitas dan kemandiriannya dalam memenuhi kebutuhan mereka di dalam komunitas yang mengadaptasi dari budaya di Eropa dan Amerika tahun 80-an.

Pengaruh gelombang besar budaya musik terhadap anak muda menimbulkan sebuah budaya baru. Anak muda cenderung meniru apa yang mereka sukai dan juga pasar yang terus menyajikan barang untuk dikonsumsi dan hal-hal yang baru terkait dengan inovasi dan eksperimentasi dalam memperluas cengkramannya. Namun, di dalam skena musik indie Hardcore ini sedikit berbeda dengan musik populer lainnya. Musik menghidupi komunitas dan orang-orang yang ada di dalamnya sehingga komunitas bisa bertahan selama ini melalui jejaring pertemanan dan juga kolektifitas.

Awal mula musik hardcore berasal dari Amerika Serikat sebagai bentuk respon terhadap revolusi musik Punk Rock pada akhir tahun 70-an.

Hardcore mendeskripsikan sebuah gaya dan anti-gaya pada sejarah musik Rock bersama dengan invasi band-band Inggris ke Amerika seperti Rolling Stones, The Beatles, The Who, The Kinks, dan lain-lain. Kata hardcore sendiri diambil dari judul album dari band asal Amerika Serikat yaitu D.O.A “Hardcore 81.” (Blush,2010:18).

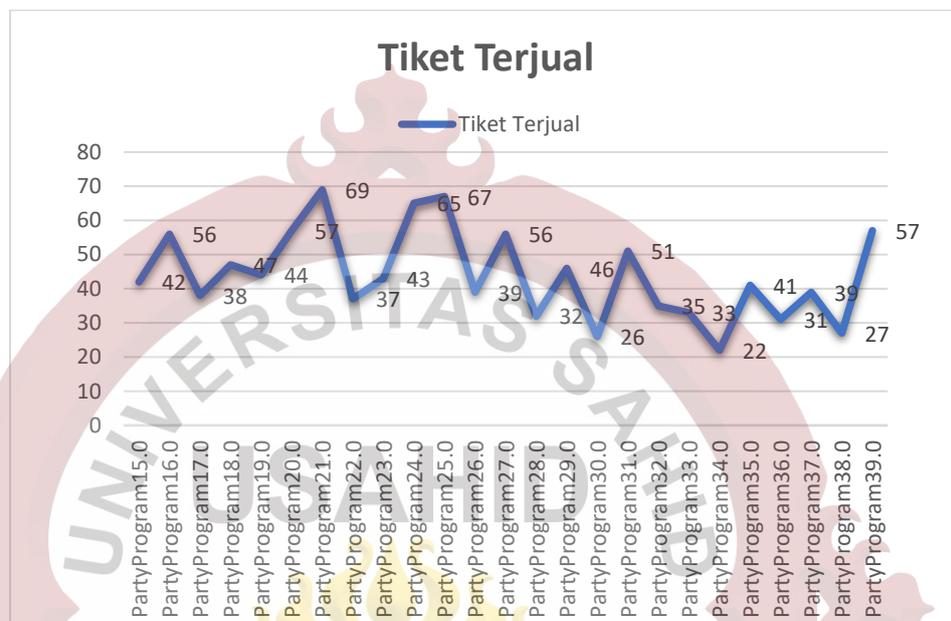
Blush mengatakan pada masa itu penyebaran informasi memang masih sangat sedikit, media yang dipakai pada masa perkembangan musik hardcore saat itu adalah radio, majalah, poster, dan lisan dari mulut ke mulut. Radio yang menyiarkan musik hardcore pada masa itu pada awalnya menyiarkan band-band punk yang akhirnya juga menjadi influencer untuk para kandidat penggiat hardcore. Stasiun radio lokal Los Angeles, Rodney On The ROQ memutar lagu dari band-band lokal Los Angeles seperti Middle Class, X, The Dickies, The Weirdos, dan lain-lain. Skena hardcore Los Angeles yang awalnya adalah punk juga mempunyai majalah Flipside yang memuat artikel yang mendokumentasikan tentang punk di Los Angeles. Sebelum adanya internet memang sangat sulit untuk mendapatkan atau menyebarkan info ke kalangan luas. Musik hardcore dan punk memang dapat dikatakan telah banyak berusaha untuk menyebarluaskan jangkauan musik mereka melalui media-media yang seadanya.

Hardcore di Indonesia sudah ada pada tahun 90-an dimulai dari band Puppen dari Bandung pada tahun 1992, Antiseptic di tahun 1996, dan Straight Answer di tahun 1996. Gelombang budaya dari luar yang sangat minim informasi pada saat itu sehingga menyebabkan perkembangan di

Indonesia sangat lambat, jika dibandingkan dengan masa teknologi internet maka sangat jauh perbedaannya.

Scene Di Kota Solo sendiri musik hardcore mulai berkembang sekitar pada tahun 2006, berdasar komunitas kolektif Solo Rumble Crew sejarah musik hardcore di solo terjadi saat kumpulan kolektif yang terpencar di kota solo. Sekitar pertengahan 2006 terdapat perkumpulan anak muda dari saat itu mulai melek informasi tentang alternatif lain Ketika sebuah komunitas ingin membuat suatu acara musik tidak harus mulai dengan acara yang besar dan bersponsor hingga pada saat itu muncul banyak kolektif dan pada saat itu ada acara yang bernama Mendadak kolektif yang berisi gerombolan anak solo utara diantara lain ada band Arms of the view, Today to die. Selain itu ada juga kolektif yang berisikan anak-anak pendatang dari kampus UNS yang berisi band Break Us Down band oldschool hardcore, pada saat itu kolektif tersebut terkadang menghandle band yang pada saat itu sedang tour di solo. Sedangkan ada juga kolektif anak-anak dari solo selatan yang berisi band yang bernama Try Hard, saat itu mereka memiliki kolektif yang bernama South Solo Hardcore. Dari adanya beberapa kolektif gigs yang ada, munculah ide adanya penyatuan antara beberapa kolektif gigs dan munculah nama Solo Rumble Crew, pada tahun 2016 salah satu pencetus Solo Rumble Crew yaitu Franco Rahadian Bramantoro mengadakan gigs Party Program pertama yang konsepnya berawal dari dana pribadi, setelah itu nama Party Program sempat berganti-ganti hingga cepat lambatnya waktu pada akhirnya teman-teman dari Solo Rumble Crew menetapkan Party Program

sebagai gigs rutin yang diadakan oleh Komunitas Solo Rumble Crew yang berjalan sampai saat ini. Berikut data penjualan tiket Party Program pada edisi 15-39 (saat ini).



Gambar 01. Tabel Tiket Penjualan
(Sendy Ardy, 2024)

Potensi Gigs Party Program ini dapat berkembang dan banyak dikenal masyarakat luas, apabila promosi pengenalan terhadap potensi dilakukan secara maksimal. Dari beberapa segi promosi masih terdapat kekurangan pengenalan potensi Gigs Party Program ini, didasari dengan masih sedikitnya partisipan yang datang serta naik turunnya partisipan yg datang saat acara, kurangnya space acara yang memadai, monotonnya tema acara dalam segi visual, sehingga masih belum maksimal dalam hal popularitasnya dengan Konser besar yang ada di kota solo ini seperti Konser F*ck You We Are From Solo, Rock In Solo dan lain sebagainya. Namun Gigs Party Program dari Solo Rumble Crew ini perlu dipertimbangkan, dari

segi band, sumber daya yang dimiliki, kesolidan antar anggota komunitasnya tidak kalah dengan konser besar yang ada di Kota Solo ini. Sehingga Gigs Party Program dari Solo Rumble Crew perlu adanya pengenalan yang lebih dikarenakan masyarakat sebagian besar masih kurang mengenal adanya berbagai gigs yang didalamnya terdapat band-band yang berpotensi untuk menjadi lebih besar.

Gigs Party Program dari Solo Rumble Crew belum termasuk pada kategori gigs besar atau yang biasa disebut konser, akan tetapi masih kurangnya profesionalitas dalam menjalankan acara dalam segi peralatan, tempat, penataan panggung, penataan lightning, penataan visual, serta koordinasi antar anggota yang belum memadai. Hal ini yang mendasari pemikiran adanya perancangan desain Visual Branding untuk mengenalkan potensi gigs Party Program dari Solo Rumble Crew ini kepada pecinta musik di kota Solo. Visual Branding sendiri memiliki fungsi yaitu sebagai identitas bisnis, menyampaikan nilai produk, sarana komunikasi dengan konsumen, membangun loyalitas dengan konsumen, daya tarik bagi konsumen, maka visual branding menjadi tampilan utama yang diperkenalkan saat pertama kali melakukan promosi produk. Penyusunan visual branding yang tepat akan membantu meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas sebuah produk. Ketika kepercayaan konsumen meningkat, maka penjualan juga akan meningkat. Adapun manfaat terhadap branding suatu produk, diantaranya adalah menciptakan adanya brand awareness, meningkatkan omset produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, mudah mendapatkan lisensi.

(uc.ac.id., 2023) (docheck.id. (2022) diakses pada 27 September 2022 dari <https://docheck.id/visual-branding-untuk-bisnis/>). Adapun beberapa Media Visual Branding untuk event musik, diantaranya adalah Postingan Event pada Media Sosial, Poster Event, Iklan Event pada Videotron, Teaser Event, Flag, Video Mapping Event, Wristband Ticket.

Oleh karena itu dirancanglah Desain Visual Branding untuk mempromosikan gigs Party Program ini. Perancangan Desain Visual Branding ini dilakukan menggunakan beberapa elemen media seperti desain mapping, sticker, desain poster, dan wristband ticket, alasan mengapa memilih visual branding dikarenakan elemen visual lebih menarik konsumen dibandingkan tulisan, dikutip dari smartinsight, data Visual Teaching Alliance menyebutkan manusia akan lebih mudah menyerap informasi dari media visual. Hal itu dikarenakan mata manusia dapat mengolah 36.000 pesan dari media visual dalam satu jam dan 90% informasi ditransmisikan ke otak dalam bentuk visual. Otak manusia dikatakan dapat memproses visual 60 ribu kali lebih cepat dibandingkan dengan tulisan. Maka dari itu melalui elemen visual diharapkan menarik masyarakat tanpa mengurangi ciri khas gigs yang diadakan sehingga bisa mencakup pecinta musik sampai masyarakat luas, sehingga dari media tersebut diharapkan dapat menyampaikan pesan dan informasi kepada para pecinta musik dikota solo ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Konsep Perancangan Desain Visual Branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew ?
2. Bagaimana cara merancang Desain Visual Branding yang tepat, ekspresif, informatif agar lebih dikenal dan fungsional saat diberikan kepada para pecinta musik ?

C. Tujuan Perancangan

1. Membuat Konsep promosi melalui Desain Visual Branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew untuk dapat diaplikasikan ke berbagai media.
2. Menentukan rancangan Desain Visual Branding yang tepat, ekspresif, informatif agar lebih dikenal dan fungsional untuk mendukung promosi Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew.

D. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari penyusunan rancangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perancang
 - a. Dapat menambah wawasan, keterampilan dan lebih kreatif dalam membuat suatu karya.
 - b. Memiliki portofolio dalam bentuk desain agar menjadi asset perancang

- c. Mengomunikasikan berbagai pemikiran pada khalayak umum melalui karya yang dihasilkan.
2. Bagi Akademis
 - a. Sebagai acuan dan referensi Tugas Akhir dengan Tema Desain Visul Branding.
 - b. Sebagai Promosi dan Dokumentasi Akademik untuk Gigs Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew.
 3. Bagi Komunitas Solo Rumble Crew
 - a. Sebagai ide promosi Gigs kepada penikmat musik yang mengakses Media Platform Solo Rumble Crew.
 - b. Memberikan citra baru yang lebih ekspresif dan komunikatif terhadap Gigs Komunitas Solo Rumble Crew.
 4. Bagi Penonton atau Pembaca
 - a. Mempelajari teknik yang dipakai dalam Desain.
 - b. Mempelajari teknik yang dipakai dalam Visual Branding.
 - c. Menambah wawasan dan informasi tentang musik.
 - d. Mengetahui bagaimana cara menyusun konsep Desain Visual Branding.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam Perancangan karya ilmiah ini didasari kajian studi kepustakaan, dengan demikian hal tersebut dimaksud untuk dapat membantu dalam proses merancang karya, maka perancangan karya ilmiah ini diambil dari

beberapa referensi tugas akhir dan juga jurnal yang berkaitan dengan tugas akhir ini dan agar dapat menyelesaikan pengkaryaan dan study dengan maksimal.

“Penerapan Teknik Projection Mapping pada Background Animasi 2D untuk Projek Teaser Video Klip” Jurnal Tugas Akhir tersebut ditulis oleh Jalu Trangga Laksita mahasiswa program studi Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta yang ditulis pada tahun 2017. Karya tugas akhir ini berisi tentang projection mapping 2d untuk sebuah projek teaser video klip, dengan teknik mapping 2d yang berisi visual untuk mengkomunikasikan kepada para penonton dan pendengar melalui video mapping yang dibuat, dan dalam karya tugas akhir tersebut terdapat perancangan bentuk dasar-dasar mapping 2d yang dibuat dari awal hingga akhir sampai menjadi visual yang akan ditampilkan pada projek video mapping untuk video klip tersebut. (Laksita, 2017)

Tugas Akhir ini dapat dijadikan referensi dalam perancangan karya Desain Visual Branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew. Memilih penggunaan media utama yang sama yaitu video mapping sehingga meningkatkan branding dalam segi visual, pada jurnal tersebut juga dijelaskan panduan dari awal hingga akhir dalam penggarapan video mapping.

Dengan demikian referensi jurnal diatas memiliki manfaat dalam segi tahapan saat penggarapan, misalnya dalam elemen apa saja yang akan dipakai video mapping, bagaimana membuat video mapping yang efisien

dan komunikatif sehingga dapat meningkatkan visual branding acara Party Program ini.

“Perancangan Visual Branding Video SMOKEBELT GARAGE Berbasis Feature Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Loyalty” Jurnal Tugas Akhir tersebut ditulis oleh Denny Hendrawan mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual, Stikom Surabaya yang ditulis pada tahun 2017. Karya tugas akhir ini berisi tentang bagaimana merancang visual branding melalui video yang berbasis feature untuk meningkatkan brand loyalty dari Smokebelt Garage, dan pada tugas akhir ini dijelaskan apa saja yang perlu disiapkan dalam pembuatan video, dari konsep video yang akan dibuat, strategi branding melalui video dalam mengupayakan branding Smokebelt Garage, hingga peralatan apa saja yang perlu disiapkan dalam pembuatan video, oleh karena itu video yang dihasilkan terkesan rapi dan komunikatif. (GOOD, 2015)

Tugas Akhir ini dapat dijadikan referensi dalam perancangan karya Desain Visual Branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew. Memilih penggunaan media video untuk promosi yang efektif, ekspresif, dan efisien sehingga dapat meningkatkan visual branding serta jumlah partisipan pada acara Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew ini.

Dengan demikian referensi jurnal diatas memiliki manfaat dalam karya yang maksimal perlu adanya konsep, strategi, dan alat yang proper untuk menjadikan karya kita tepat pada sasaran yang dituju dengan hasil yang

maksimal untuk visual branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew ini.

“Penyutradaraan Projection Mapping Sebagai Dukungan Visual Dalam Pementasan Musik Dhira Bongs” Jurnal Tugas Akhir tersebut ditulis oleh Taufan Nugraha Adi mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom Bandung yang ditulis pada tahun 2018. Karya tugas akhir ini berisi tentang teknik penyajian video yang merubah objek menjadi alat penyajiannya. Teknik ini terdiri dari memproyeksikan gambar video pada bangunan, fasad, struktur atau hampir segala jenis permukaan kompleks yang berbentuk 3D. Projection mapping dapat menciptakan ilusi optik pada fasad yang membuatnya menjadi inovasi media dalam dunia hiburan. Projection mapping dapat diselenggarakan menjadi satu hiburan sendiri ataupun digabung dengan hiburan lain yang sedang berlangsung. Dalam kasus ini, perancangan projection mapping akan dilakukan bersamaan pementasan musik Dhira Bongs yang membawakan lagu Puncak Pohon Bandung. Perancangan projection mapping dalam pementasan musik Dhira Bongs dan penyutradaraan yang tepat kemudian menjadi tujuan perancangan agar dapat menciptakan inovasi media dalam dunia pertunjukan. (SURYA, 2018)

Tugas Akhir ini dapat dijadikan referensi dalam perancangan karya Desain Visual Branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew. Disini dijelaskan penggunaan video mapping 3d pada objek sebagai ilusi optik pada fasad yang membuatnya menjadi inovasi media dalam dunia

hiburan, pada perancangan visual branding party program ini akan digunakan juga video mapping 3d sebagai media utama sehingga dapat meningkatkan exposure Party Program ini.

Dengan demikian referensi jurnal diatas memiliki manfaat dalam bagaimana membentuk video mapping 3d sebagai visual branding agar sesuai apa yang diharapkan kita serta dapat meningkatkan visual branding pada produk yang kita usung.

“Makna Visual Video Mapping Sebagai Pendukung Pertunjukan pada SIPA 2015 dengan Pendekatan Semiotika Charles Sanders Peirce”
Jurnal Thesis tersebut ditulis oleh Rohman Arief Fatoni mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sahid Surakarta yang ditulis pada tahun 2020. Karya Thesis ini berisi tentang suatu visual video mapping dengan suatu pertunjukan suatu acara besar yaitu SIPA dimana adanya visual video mapping sebagai media pendukung acara tersebut, dalam thesis tersebut visual video mapping digambarkan sebagai alat untuk menarik audience untuk menonton pertunjukan SIPA. Pada pengaplikasiannya video mapping ini ditampilkan dengan pendekatan semiotika Charles Sanders dengan berbagai konsep yang dia punya, sehingga dapat tertuju apa yang diinginkan pada pertunjukan SIPA ini dengan video mapping sebagai media pendukungnya. (ROHMAN, 2020)

Dengan demikian referensi jurnal thesis diatas memiliki manfaat dalam karya yang perlu adanya referensi konsep dari para ahli yang dapat

kita cari, agar karya kita tepat sasaran hasil yang maksimal untuk visual branding Party Program dari Komunitas Solo Rumble Crew ini.

F. Landasan Teori

1. Pengertian Desain

Desain adalah terjemahan fisik mengenai aspek sosial, ekonomi, dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya. Desain adalah salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud, desain adalah produk dari nilai-nilai yang berlaku pada kurun waktu tertentu. (Sachari dan Sunarya, 2001:10).

Desain merupakan suatu proses kreatif dalam memecahkan suatu permasalahan dalam hal yang menyangkut perancangan suatu objek yang bersifat fungsional atau estetis. Yang pada prinsipnya melihat aspek teknis, fungsi, material, tanpa melepaskan unsur warna, garis, tekstur, keseimbangan komposisi, dan bentuk. (Beta, 2008:5).

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa desain adalah sebuah proses perancangan dari sebuah ide gagasan/permasalahan yang menyangkut cipta visual berdasarkan pada aspek teknis, fungsi dan material.

2. Pengertian Visual

Visual adalah bagian dari informasi, bisa memperjelas sesuatu. Allen D. Bragdon & David Gamon, menjelaskan visual adalah indra yang kompleks dan multisegi. Visual adalah dikenal pula sebagai media visual.

Fathurrohman (2007: 67) mengemukakan bahwa: “media visual adalah media yang hanya mengandalkan indra penglihatan. Media visual ini ada yang menampilkan gambar diam seperti film strip, slide foto, gambar atau lukisan dan cetakan. Ada pula media visual yang menampilkan gambar atau simbol yang bergerak seperti film bisu dan film kartun.

Menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Visual adalah media untuk menyampaikan sebuah informasi dengan mengandalkan indra penglihatan, seperti menampilkan gambar gerak ataupun foto.

3. Pengertian Brand

Kotler dan Keller dalam Ike Vanessa dan Zainul Arifin (2017) merek atau brand adalah simbol, tanda, rancangan ataupun suatu kombinasi. Tiga hal tersebut yang dapat dijadikan sebagai identitas dari beberapa penjual atau produsen untuk nantinya digunakan sebagai pembeda dengan pesaing lainnya yang ada di pasaran.

Pengertian Brand menurut Shmip (2010) merek merupakan rancangan unik perusahaan atau merek dagang (trademark) yang membedakan penawarannya dari perusahaan atau penjual lain.

Menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Brand adalah simbol, tanda, rancangan ataupun suatu kombinasi sebagai identitas dari beberapa penjual atau produsen yang membedakan penawarannya dari perusahaan atau penjual lain.

4. Pengertian Branding

Menurut Marty Neumeier (2014) Branding adalah segala upaya atau program yang dirancang untuk meningkatkan nilai atau menghindari komoditasi dengan membangun merek yang berbeda.

Pengertian branding menurut Swasty (2016), branding merupakan proses keseluruhan dalam memilih unsur, nilai, 16 hingga janji yang dimiliki oleh suatu entitas yang meliputi produk, jasa, perusahaan, dan sebagainya.

Menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Branding adalah upaya untuk meningkatkan unsur, nilai, yang dimiliki oleh suatu entitas.

5. Pengertian Komunitas

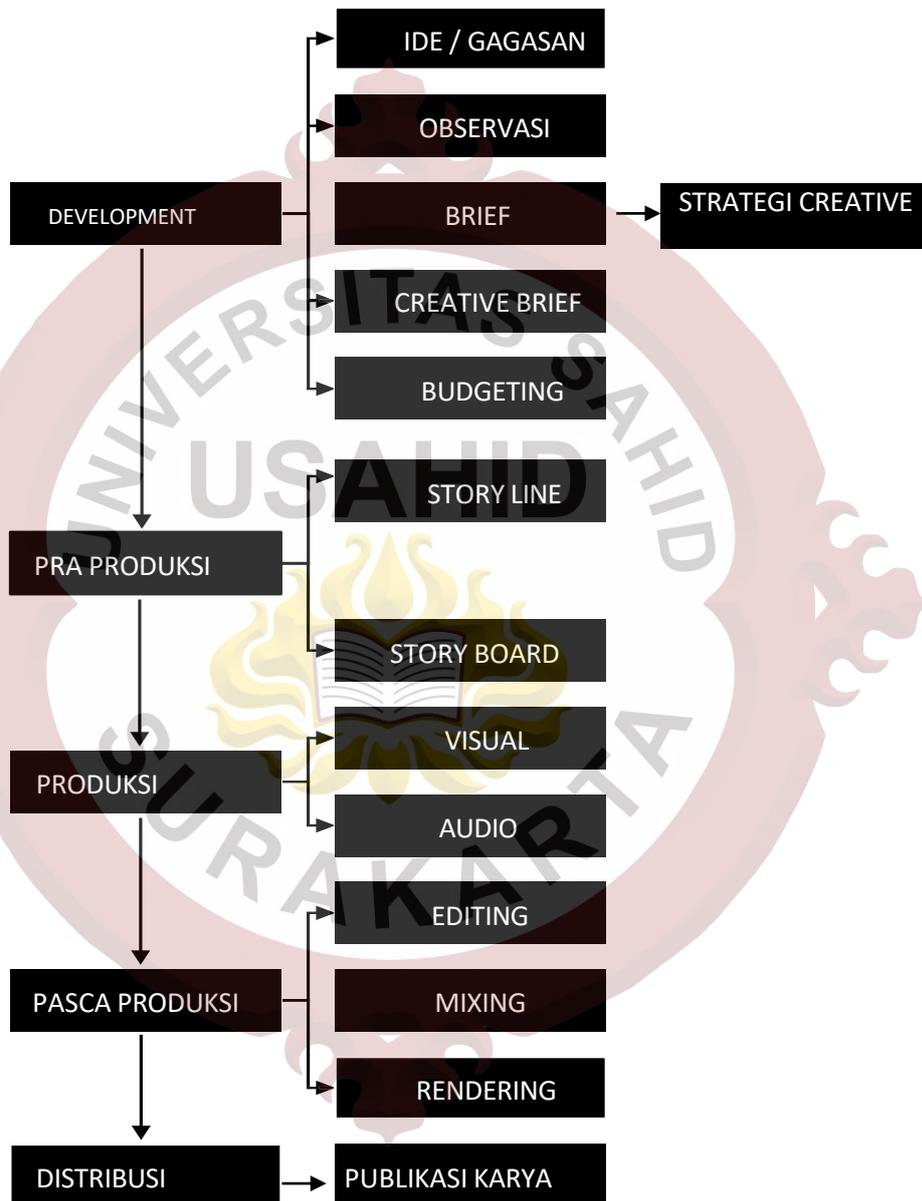
Menurut McMillan dan Chavis (1986) mengatakan bahwa komunitas merupakan kumpulan dari para anggotanya yang memiliki rasa saling memiliki, terikat diantara satu dan lainnya dan percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus bersama-sama.

Hillery, George Jr. (1955) telah mengutarakan terlebih dulu dengan melakukan studi tentang komunitas dalam psikologi rural, komunitas adalah hal yang dibangun dengan fisik atau lokasi geografi (Physical or geographical location) dan kesamaan dasar akan kesukaan (interest) atau kebutuhan (needs).

Menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Komunitas adalah kumpulan para orang yang memiliki keasmaan dasar akan kesukaan pada suatu hal.



G. Metode Perancangan



Gambar 02. Bagan Sistematika Perancangan
 Sumber : Studio Antelope, 2021

1) Development

Visual Branding Party Program dengan media utama video mapping ini memiliki beberapa tahapan yang ada diantaranya adalah ide dan konsep, brief, kreatif brief, dan investor.

a. Ide dan Konsep

Video mapping ini bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat khususnya para penikmat musik keras, karena dalam metode ini lebih menarik, kekinian dan informative, atractive. serta inovative.

Informative, maksudnya informasi suatu konten yang akan disampaikan berupa waktu, tempat, band apa saja yang akan tampil, hingga harga ticket dengan bundling. Konten tersebut juga harus disusun agar penonton mudah memahami melalui visual yang akan ditampilkan.

Atractive bermaksud visual dan display yang akan ditampilkan dapat menggugah pengalaman dan persaan penonton terhadap gigs yang akan ditampilkan. Sehingga penonton dapat lebih merasakan suasananya, nantinya penonton dapat menginterpretasikan bahwa gigs party program ini dapat menjadi leboh besar lagi. Projection mapping ini merupakan salah satumedia yang tepat dan dapat diaplikasikan.

Inovative ini dimaksudkan adanya inovasi pada gigs party program ini dengan adanya promosi melalui projection mapping

ini diharapkan lebih banyak lagi yang datang untuk menonton gigs party program ini.

1) Observasi

Untuk mendapatkan data yang cukup untuk mengetahui apa gigs Party Program ini penulis melakukan kunjungan ke lokasi Komunitas Solo Rumble Crew untuk mencari bahan yang berhubungan dengan musik keras sebagai referensi tambahan.

2) Brief

Untuk mendapatkan informasi yang cukup untuk melakukan media utama projection mapping Party Program ini penulis melakukan kunjungan ke video jockey yang bernama Nauval degan pengalamannya yang banyak di dunia visual ini, penulis melakukan studi lapangan bagaimana cara kerja dan tahapan apa yang diperlukan. Studi ini sangat berguna bagi penulis ketika akan melakukan perancangan video mapping Part Program ini.

3) Kreatif Brief

Mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber yang berhubungan dengan video mapping seperti konsep visual dan konsep teknis.

4) Dana Investor

Dana merupakan suatu komponen utama dari sebuah bisnis. Dalam artian modal usaha dalam menjalankan suatu bisnis, ada beberapa opsi bisnis yang diterapkan dalam perancangan ini, sebagai berikut :

Pembuatan maket bahan styrofoam dengan biaya Rp 2.500.000 pada maket berukuran 2,5 x 2 m. Rp. 900.000 ditambah penyewaan proyektor.

2) Pra Produksi

Pra-Produksi merupakan tahapan awal sebelum dilaksanakannya produksi. Ini merupakan tahap awal pembuatan projection mapping, dimana tahap ini penulis melakukan observasi tempat yang diinginkan dengan riset, menyusun breakdown budget, dan pembuatan storyboard.

1. Breakdown Budget

Biaya masing-masing kebutuhan produksi dari masing-masing divisi yang dirinci dengan detail.

Pembuatan maket bahan styrofoam dengan biaya Rp 2.500.000 pada maket berukuran 4 x 2 m.

H. Sistematika Penulisan

Terdiri dari beberapa bab yang dimana setiap bab saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, metode perancangan, identifikasi data, dan sistematika penulisan.

BAB II IDENTIFIKASI DATA

Berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku, jurnal, tugas akhir yang berkaitan dengan penyusunan laporan tugas akhir serta beberapa *literature review* yang berhubungan dengan penelitian seperti perusahaan, sejarah perusahaan, visi misi perusahaan serta Analisa SWOT.

BAB III ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Berisi informasi lengkap mengenai objek yang dibahas dalam tugas akhir seperti perancangan karya yang akan dibuat berupa analisa data, USP, ESP, positioning, strategi kreatif, konsep teknis dan media plan.

BAB IV PERWUJUDAN KARYA

Membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat serta penjelasan mock up yang akan direalisasikan.

BAB V PENUTUP

Berisi simpulan dan saran dari penelitian dan pembuatan karya yang telah dilakukan penulis untuk institusi maupun dosen pengajar.