

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penulisan perancangan ini, penulis melihat data dari beberapa model perancangan sebelumnya untuk perbandingan, serta kekurangan dan kelebihan yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, penulis mengumpulkan informasi dari berbagai jurnal untuk mendapatkan informasi teori judul yang sudah ada sebelumnya untuk mendapatkan landasan teori ilmiah.

2.1 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mencari informasi dari berbagai sumber, antara lain jurnal, buku dan tesis[4]. Topik yang akan dibahas dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

2.1.1 Penelitian dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Band Black Strawberry”

Pada jurnal yang ditulis oleh Rahma Dian Maharani, yang merupakan mahasiswa dari Universitas Sebelas Maret dengan program studi Desain Komunikasi Visual yang berjudul Perancangan Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Band Black Strawberry membahas tentang bagaimana memilih media komunikasi visual yang tepat, efektif dan efisien sehingga tujuan promosi tercapai yaitu berhasilnya penjualan mini album indie Black Strawberry dan juga dikenalnya *group* Black Strawberry oleh masyarakat luas. Namun keberadaan Black Strawberry sendiri belum begitu dikenal oleh banyak kalangan dikarenakan belum adanya promosi yang tepat, sehingga perlu adanya strategi yang tepat untuk menyampaikan pesan maupun informasi tentang *group* Black Strawberry tersebut secara efektif dan efisien. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif berupa wawancara dan observasi langsung kepada masyarakat dan membagikan kuesioner kepada target *audience*[5].

Relevansi penelitian yang disusun oleh Rahma Dian Maharani dengan perancangan penulis yaitu dalam pemilihan strategi yang tepat untuk menyampaikan pesan maupun informasi tentang *group* Black Strawberry tersebut secara efektif dan efisien. Selain itu, penggunaan media pendukungnya seperti *merchandise* yang sesuai dengan perancangan yang akan penulis rancang nantinya.

2.1.2 Penelitian dengan judul “Perancangan Media Promosi Band BIG BROADSIDE Dalam Bentuk Video Klip”

Jurnal kedua yang ditulis oleh Muhammad Fachrurozi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dari Universitas Negeri Padang dengan judul Perancangan Media Promosi Band BIG BROADSIDE Dalam Bentuk Video Klip membahas mengenai kebutuhan untuk membantu penggemar musik Underground atau target *audience* lebih mengenal sosok dari grup band BIG BROADSIDE dalam bentuk video klip. Band ini berasal dari Kota Padang yang terbentuk pada tahun 2007 dengan genre musik *Punk Melodic*. Sebagai upaya membangun *image* band BIG BROADSIDE dalam mengenalkan album pertama mereka yang berjudul *Friends*, maka dalam penelitian ini dirancang berupa ilustrasi kartun. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan seluruh personil band BIG BROADSIDE, observasi, dan mendapatkan data pendukung melalui dokumentasi dan studi literatur. Kemudian data diolah menggunakan metode analisis SWOT.. Hasil dari perancangan ini berupa media promosi melalui audio visual yang diharapkan dapat membantu agar penggemar musik Underground atau target *audience* lebih mengenal sosok dari grup band BIG BROADSIDE. Selain menggunakan media utama dalam bentuk Video, band ini juga menggunakan media pendukung seperti Daftar Poster, Kaos, Stiker, Pin, *Cover CD*, dan *Standing Banner* dengan tujuan memberikan informasi dan membuat target *audience* semakin tertarik terhadap Band BIG BROADSIDE[6].

Relevansi perancangan yang ditulis oleh Muhammad Fachrurozi dengan perancangan penulis yaitu membangun media promosi grup band musik yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan ke khalayak umum dan dapat bersaing dengan grup band lain. Grup band BIG BROADSIDE ini mengusung konsep media promosi sebagai identitas visualnya yang menjadi referensi pada perancangan yang akan dibuat oleh penulis.

2.1.3 Penelitian dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Media Promosi Band Indie Senandung Sore”

Jurnal ketiga yang ditulis oleh Debrina Nindy Setiawan, A. J. Soehardjo dan Budi Prasetyadi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dari Universitas Kristen Petra Surabaya dengan judul Perancangan Komunikasi Visual Media Promosi Band Indie Senandung Sore membahas mengenai kebutuhan komunikasi visual sebagai media promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang keberadaan band Senandung Sore. Tujuan perancangan ini yaitu untuk menyampaikan pesan dan mendapat banyak perhatian masyarakat luas serta visi misi mengenai kepedulian terhadap lingkungan tersampaikan kepada *audiens*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pembagian kuisisioner kepada masyarakat mengenai segala hal yang berkaitan dengan band Senandung Sore. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karya komunikasi visual dengan menggunakan desain ilustrasi dapat menyampaikan visi dan misi dari band Senandung Sore[7].

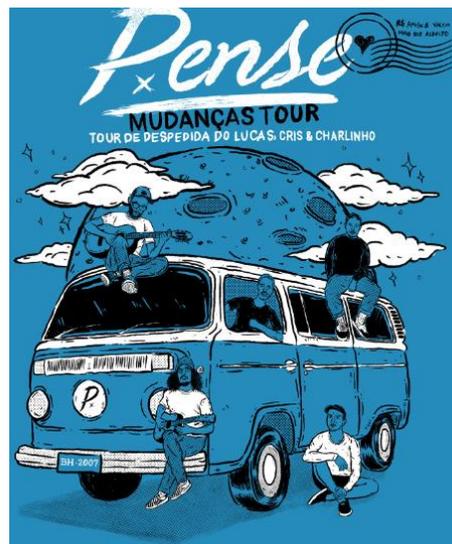
Relevansi perancangan yang ditulis oleh Dendy Ilham Gumilang dan Asidigisianti Surya Patria dengan perancangan penulis adalah pada karya komunikasi visual melalui ilustrasi dengan menyampaikan visi dan misi yang diusung dalam suatu grup band ke bentuk visual yang akan menjadi referensi perancangan penulis.

2.2 Referensi Karya

Secara umum referensi dapat didefinisikan sebagai rujukan terhadap suatu objek, konsep atau gagasan yang diucapkan atau disebutkan dalam konteks lain untuk mendukung konteks terkini[8]. Penulis merancang penelitian ini menggunakan referensi dari beberapa karya terdahulu. Dari berbagai macam karya tersebut dijadikan sebagai bahan acuan yang dirasa sudah sesuai dengan perancangan ini. Berikut beberapa karya yang sudah penulis pilih, yaitu :

2.2.1 Layout Poster Old Fellas oleh Silly Brain

Layout poster ini merupakan karya dari Caiyo Alvex yang dipublikasikan pada 9 Juni 2023[9]. Caiyo Alvex merupakan seorang desainer grafis asal Belem, Brazil. *Layout* poster ini menggunakan dua jenis warna, yaitu warna hitam, putih dan biru. Pemilihan karya ini menjadi referensi penulis karena penggunaan jenis warna tersebut yang akan digunakan pada perancangan nantinya.



Gambar 2.1 Poster Band Pense
Sumber : [behance.net/lirutao](https://www.behance.net/lirutao)

2.2.2 Poster Band Planet Hemp oleh Pepaindahouse

Karya poster dari Pepaindahouse yang dipublikasikan pada tanggal 20 September 2022 oleh Pepaindahouse yang merupakan desainer grafis asal Brazil[10]. Pada karya poster ini menggunakan jenis ilustrasi kartun yang divisualisasikan dari personil band tersebut. Pemilihan karya poster ini menjadi referensi penulis untuk perancangan pada grup band hardcore punk Trying To Rise yang akan menggunakan jenis ilustrasi serupa.



Gambar 2.2 Poster band Planet Hemp
Sumber : behance.net/pepaindahouse1

2.2.3 Desain Tipografi Komunitas “Hardcore Heroes” Di Surabaya

Desain Tipografi Komunitas Hardcore Heroes merupakan karya Aditya Rahman Yani yang dirancang pada tahun 2020 di Kota Surabaya. Hardcore Heroes sendiri merupakan komunitas hardcore asal kota Surabaya yang mengusung misi untuk aksi solidaritas, acara amal dan membantu sesama, dari sini loyalitas mereka sangat tinggi untuk saling membantu dan menghidupi skena hardcore punk di Surabaya[11]. Penggunaan jenis tipografi ini menggunakan jenis font Dekoratif. Pemilihan karya ini menjadi

referensi bagi penulis nantinya untuk perancangan pada poster band Trying To Rise dengan menggunakan jenis font Dekoratif.



Gambar 2.3 Logo Hardcore Heroes
Sumber : Dokumentasi Pemilik

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Poster

Pengertian poster menurut Isanto (2018 : 37) yaitu gambar pada selembar kertas sebagai salah satu alat untuk menyampaikan sebuah pesan yang ditempel atau digantung pada tembok. Poster terdiri dari gambar (tanda visual) dan tulisan (tanda kata) yang menghasilkan efek sederhana, komunikatif dan estetik. Kusrianto (2007 : 338) berpendapat bahwa poster dibedakan menurut fungsinya, yaitu poster propaganda, poster kampanye, poster *wanted*, poster film, poster karya seni dan poster komersial[12].

Pada perancangan ini, poster diaplikasikan sebagai media utama dalam kegiatan promosi pada grup band Trying To Rise untuk menyampaikan isi pesan kepada kalangan anak muda di Kota Tegal melalui lirik lagu yang diciptakan oleh band Trying To Rise.

2.3.2 Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan sesuatu pada pihak lain. Promosi dalam artian yang sesungguhnya adalah berkomunikasi dengan individu, kelompok atau organisasi baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Tugas promosi adalah mempengaruhi *target audience* agar

melakukan tindakan pembelian sehingga dapat meningkatkan angka penjualan. Lalu strategi promosi adalah kebijakan-kebijakan promosi untuk mencapai tujuan promosi yang telah ditetapkan. Strategi promosi dibentuk oleh *target audience promotion mix* yang terdiri dari *publicity, personal selling, sales promotion, dan advertising*[7].

Menurut William J. Santon memberikan definisi, *promotion is an exercise in information, persuasion, and communication*, kegiatan yang tidak menyampaikan informasi, membujuk, dan komunikasi adalah promosi. Dalam komunikasi pemasaran, promosi merupakan salah satu kegiatan untuk menciptakan komunikasi antara produsen dan konsumennya dalam keberhasilan suatu kegiatan pemasaran. Promosi bukan merupakan penentu dalam mendukung keberhasilan pemasaran, dikarenakan saat kegiatan promosi dilakukan tanpa didukung dengan kualitas produk yang baik, maka promosi tidak akan mencapai keefektifannya[7].

Pada perancangan poster band hardcore punk Trying To Rise ini, penggunaan media promosi menjadi hal terpenting dalam menentukan strategi yang akan digunakan pada perancangan penulis nantinya pada perancangan poster band hardcore punk Trying To Rise sebagai media promosi.

2.3.1 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar yang dibuat untuk memperjelas informasi dengan memberikan representasi visual. Inti dari ilustrasi adalah pemikiran, ide, konsep di balik apa yang ingin disampaikan oleh gambar tersebut[13]. Ilustrasi memiliki beberapa karakteristik seperti hubungan antara kata dan gambar, komunikasi, produksi massal dan media cetak serta bahasa visual. Seiring waktu, ilustrasi telah menjadi sumber visualisasi pemikiran dan gagasan serta sarana untuk mempengaruhi masyarakat dalam hal kepercayaan dan kecenderungan. Sejarah ilustrasi tidak terlepas dari dunia buku, dimana fungsi utama ilustrasi adalah untuk menjelaskan atau mengiringi tulisan[13].

Dalam pembuatan perancangan poster ini, penggunaan ilustrasi tentunya memiliki peranan penting dalam menciptakan visualisasi pada poster ini yang nantinya akan memiliki nilai dan keunikan tersendiri pada visual poster band Trying To Rise.

2.3.2 Hardcore Punk

Hardcore punk merupakan sebuah adaptasi langsung dari *genre punk rock* yang bermula dari Amerika Utara, ciri khas musiknya yaitu musik yang dibawakan lebih keras, cepat dan emosional. Setiap lagu yang diciptakan selalu membawakan lagu tentang politik, kebebasan berpendapat, kekerasan, pengasingan diri dari sosial, perang dan tentang sub-kultur hardcore itu sendiri. *Hardcore* sebenarnya bukan hanya sekadar suatu *genre* musik saja, namun bisa dilihat sebagai gaya hidup, tingkah laku, komunitas yang terbuka, emosi jiwa dan persahabatan yang tanpa memandang status sosial[2].

Dalam perancangan ini, landasan yang digunakan yaitu teori tentang *hardcore punk*, hal ini didasarkan pada tema perancangan penulis yaitu merancang poster band *hardcore punk* Trying To Rise sebagai media promosi.

2.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan media untuk menemukan ide yang akan ditulis dan dibentuk menjadi visual serta disusun dengan tujuan untuk mempermudah keterbacaan. *Font* adalah salah satu elemen yang termasuk dalam tipografi. *Font* memiliki banyak variasi dan setiap font memiliki ciri khas masing-masing. Pemilihan dan penataan *font* dapat menghambat keterbacaan pikiran dan perasaan pembaca. Tipografi selalu berkaitan dengan desain dan percetakan serta merupakan disiplin dan praktik profesional yang menghubungkan antara isi pesan dan penerima pesan[14].

Pada pembuatan perancangan ini, menentukan jenis tipografi menjadi aspek terpenting yang akan disesuaikan dengan tema rancangan nantinya yaitu mengenai poster band *hardcore punk* Trying To Rise.

2.3.4 Warna

Warna adalah unsur rupa yang paling mudah dilihat dan ditangkap oleh mata manusia[12]. Menurut Sanyoto, warna dapat didefinisikan secara harfiah sebagai properti objektif atau fisik cahaya terang atau subyektif sebagai bagian dari pengalaman melihat[15]. Warna dapat digunakan sebagai menarik perhatian, dapat menekankan elemen khusus dalam warna realistis dan memiliki bahasa psikologis yang menyusun suatu karya[16].

Dalam perancangan poster band Trying To Rise ini, warna sangat penting digunakan agar bisa menimbulkan kesan yang menarik pada pembuatan poster dan disesuaikan dengan tema yang akan diangkat, yaitu mengenai poster band dengan genre musik *hardcore punk*.

2.3.5 Layout

Menurut Rustan (2017 : 1) *Layout* dapat diartikan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Prinsip dasar *layout* merupakan prinsip dasar desain grafis, diantaranya adalah Urutan (*Sequence*), Penekanan (*Emphasis*), Keseimbangan (*Balance*) dan Kesatuan (*Proximity*). *Layout* juga memiliki banyak elemen dan peran yang berbeda dalam membangun keseluruhan tata letak (*layout*), seperti elemen teks dan elemen visual[12].

Pada pembuatan perancangan poster ini, penggunaan unsur *layout* menjadi faktor terpenting yang harus diperhatikan dalam perancangan penulis nantinya, yaitu membuat poster band Trying To Rise sebagai media promosi.