

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan musik industri diawali oleh lahirnya musik *classic*, dan setelah itu muncullah kecenderungan musik kontemporer, yang di dalamnya terdapat musik *jazz, blues, pop*. Musik pada saat ini semakin berkembang dengan munculnya karakter musik alternatif, *techno, fusion, acid*, dimana kecenderungan musik tersebut terbentuk dari pribadi masing-masing negara asalnya.

Indonesia memiliki sangat banyak ragam musik daerah yang kemudian berkembang mengikuti zaman. Seperti yang saat ini banyak digemari di kota Bandung pada umumnya adalah pop, dan alternatif. Hal ini menjadikan musik industri banyak menjadi sesuatu yang diminati oleh banyak orang saat ini, dan memacu mereka untuk dapat terjun di dalamnya, baik sebagai musisi maupun pengamat peminat musik sendiri.

Perkembangan musik yang semakin beragam tersebut membuat lahirnya sarana-sarana yang fungsinya menghasilkan kreatifitas musik-musik industrial tersebut, yaitu adanya sekolah musik atau suatu institusi yang memfokuskan diri kepada seni musik. Karena keahlian dalam bermusik, untuk jaman sekarang ini sudah menjadi salah satu kebutuhan yang menunjang dalam dunia pendidikan. Hal tersebut diakibatkan adanya satu

kepercayaan, bahwa kreatifitas dalam bermusik berpengaruh banyak untuk kemajuan daya pikir terutama ketika menghadapi pelajaran atau pekerjaan lainnya. Dan alangkah lebih baik jika pendidikan musik tersebut didapat secara intensif sedini mungkin, dimulai dari masa anak-anak, karena seperti yang kita sudah ketahui, bahwa daya tangkap anak-anak lebih mudah meresap ilmu atau keahlian. Bahkan untuk jaman sekarang dari bayi masih di kandungan saja sudah diperkenalkan musik oleh orang tua mereka, yang menurut penelitian dapat meningkatkan pertumbuhan otak anak

Kegemaran anak-anak akan seni sudah banyak membuahkan hasil yang nyata di masa kini, salah satunya adalah menciptakan kreatifitas yang muncul tidak hanya di dalam seni saja, tetapi juga berpengaruh di kehidupan sehari-hari seperti sekolah dan waktu bermain, sehingga semakin banyak orang tua yang memperkenalkan anak-anak mereka terhadap seni musik, bahkan dari mereka belum duduk di bangku sekolah. Namun tidak sedikit juga orang yang belajar musik dengan cara otodidak yaitu belajar sendiri, biasanya mereka mencoba-coba dengan bantuan orang lain, atau juga belajar dari buku panduan cara belajar musik yang juga banyak dijual di toko-toko buku, namun hasilnya akan berbeda dengan mereka yang lulusan sekolah musik yang mempelajari musik dengan tahap dan aturan yang benar. Dari situlah, terlihat pentingnya sekolah musik itu ada, dimana sifatnya sama dengan kursus, tetapi memiliki sertifikat atau ijazah layaknya sekolah pada umumnya sehingga diharapkan dapat memenuhi keinginan banyak orang untuk mendapatkan pendidikan musik yang sesuai, yang pada akhirnya nanti dapat digunakan dengan baik dan benar, baik dalam segi pekerjaan maupun kreatifitas.

Salah satu sekolah musik yang ada di Indonesia khususnya di Bandung, adalah **Braga Music School**, yang didirikan pada bulan Agustus 1989, di JL Braga No.21 Bandung, dan dari situlah nama Braga itu sendiri dipakai. Pada

awal mula berdirinya, **Braga Music School**, memberikan fasilitas kursus hanya kepada piano, drum, dan gitar akustik. Dan dengan melalui perkembangannya yang sedemikian rupa, **Braga Music School**, saat ini sudah menambah pilihan kursus tersebut sampai kepada hadirnya 4 cabang yang tersebar di kota Bandung. Tetapi pada kenyataannya, Braga Music Studio yang sudah cukup lama berdiri, belum dapat menarik perhatian masyarakat Bandung seperti yang diharapkan selama ini yang salah satunya bisa saja disebabkan oleh strategi promosi yang belum cukup dengan promosi-promosi yang sudah pernah dilakukan selama ini oleh pihak **Braga Music School**, maka dari itu akan menarik bila sekolah musik ini dijadikan contoh kasus permasalahan dalam tema Tugas Akhir penulis. Dan dari berbagai jenis elemen yang terkait di **Braga Music School**, penulis memfokuskan permasalahan kepada promosi melalui iklan dengan media *audio visual* yang dikemas dengan tampilan film animasi 2D. Tampilan animasi merupakan ide yang lahir, ketika musik yang sedemikian rupa merupakan seni yang efektif bagi perkembangan otak anak, serta anak-anak yang pada umumnya terkait atau tertarik oleh animasi atau kartun, sehingga dapat dijadikan satu kesinambungan untuk laporan Tugas Akhir penulis.

1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

Promosi adalah memperkenalkan atau memamerkan suatu produk sedemikian rupa, dengan harapan menarik perhatian konsumen akan produk tersebut. Tetapi untuk melakukan suatu promosi, harus terlebih dahulu dipikirkan perencanaannya terlebih dahulu, bagaimana pesan yang dibuat sampai kepada target yang akan dicapai, adanya kesinambungan antara pesan

dan kenyataan yang ada pada produk itu sendiri, alasan mengapa produk itu begitu penting untuk diiklankan pun harus sampai kepada target itu sendiri. Promosi sendiri begitu banyak macam dan caranya sesuai dengan kegunaannya, ada promosi melalui media cetak salah satunya iklan pada koran atau majalah, iklan media elektronik contohnya radio dan televisi. Ada beberapa produk yang ketika diiklankan melalui koran atau radio sudah cukup menarik perhatian konsumen, tetapi ada juga yang setelah dilakukan keduanya tidak ada perubahan yang berarti untuk produk itu sendiri, hal ini juga terjadi kepada **Braga Music School**, yang seharusnya memiliki suatu promosi yang jelas fungsinya, dengan keberadaan **Braga Music School**, itu sendiri sebagai sekolah musik yang sudah memiliki keunggulannya tersendiri, dengan adanya 5 sekolah, dan fasilitas-fasilitas yang sesuai serta pengajar-pengajar yang berkualitas.

Alangkah lebih baik jika kemudian dipikirkan promosi melalui iklan audio visual yang bisa di aplikasikan kepada televisi sebagai *cold* media maupun bioskop salah satu *hot* media, yang nantinya penggunaannya dapat di perluas lagi seperti *bumper* untuk kepentingan promosi disaat **Braga Music School**, mengadakan acara seperti pameran dan konser musik. Hasil yang akan dicapai pun akan lebih efisien dimana sesuai dari fungsi iklan seperti iklan televisi itu sendiri untuk kepentingan penyebaran informasi di mana di dalamnya terdapat stimulus *audio visual* yang jelas tentang produk atau jasa yang ingin dipromosikan, walaupun pastinya biaya pembuatan suatu iklan audio visual apalagi jika diaplikasikan kepada televisi tidaklah sedikit, maka pemikiran apakah hasil yang diharapkan dari penjualan nanti akan sesuai dengan pengeluaran biaya pembuatan iklan harus juga dipertimbangkan. Hal tersebut dilakukan dengan harapan dapat menarik perhatian masyarakat akan

keberadaan, sebagai salah satu sekolah musik yang selama ini terus membangun kualitasnya.

Film animasi yang akan dibuat nanti juga, akan dirancang sedemikian rupa untuk menarik perhatian anak-anak maupun orang tua sebagai target promosi, film animasi dengan warna-warna yang menarik perhatian lebih kepada warna-warna dasar dan karakter-karakter yang lucu akan di dukung oleh musik yang dapat mewakili **Braga Music School** itu sendiri maupun anak-anak, akan dibuat dengan durasi 60 detik, yang pada penggunaannya nanti akan di sesuaikan, misalnya saja jika di pakai di iklan televisi, hanya akan dipakai dengan durasi 30 detik, melalui proses pemotongan atau *editing* yang tidak merusak isi dari pesan yang akan di sampaikan, sehingga hasil akhir dari film animasi ini akan menjadi beberapa versi baik dalam cara penyampaian maupun durasi.

1.3 Maksud dan Tujuan

Pembuatan Iklan Film Animasi 2D **Braga Music School** ini, memiliki maksud dan tujuannya, yang akan dipaparkan di bawah ini.

1.3.1 Maksud

Maksud dari penulisan mengenai perancangan iklan televisi promosi pada **Braga Music School**, ini adalah, membuat sesuatu yang berbeda dalam pembuatan iklan pendidikan dengan menggunakan ide baru dengan unsur gerak visual animasi 2 dimensi

dan *audio* yang berhubungan antara Braga Music Studio dengan dunia anak-anak.

1.3.2 Tujuan

Tujuan dari pembuatan iklan sekolah musik dengan media televisi, adalah agar dapat menjadikan Braga Music Studio sebagai salah satu sekolah musik yang sudah sejak lama ada dapat lebih dikenal atau diketahui keberadaannya oleh masyarakat luas terutama untuk daerah Bandung sendiri, dan dengan bantuan media televisi yang pada kenyataannya tidak semua sekolah musik berani menggunakan media televisi sebagai media promosi, diharapkan dapat menambah minat masyarakat, terutama di kota Bandung sendiri, dan menjadikan **Braga Music School**, sebagai pilihan sarana penyaluran kreatifitas musik anak-anak di kota Bandung.

1.4 Pemberi Tugas

Braga Music School,, merupakan salah satu sekolah musik yang ada di Bandung bertempat di:

1. Braga I yang awalnya berada di Jl. Braga No. 21, kini berada di Jl. Purnawarman No. 29, dengan 11 kelas.
2. Braga II berada di Jl. Batununggal Indah No. 8, dengan 10 kelas
3. Braga III berada di Jl. Insinyur Sutami No. 1, dengan 8 kelas.
4. Braga IV berada di BTC Pasteur, dengan 21 kelas

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir Iklan Film Animasi 2D **Braga Music School** ini adalah :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini, penulis berusaha menerangkan masalah sampai kepada maksud dan tujuan dari dipilihnya topik tentang perancangan iklan *audio visual* dengan film animasi 2D pada **Braga Music School**, sebagai proyek Tugas Akhir ini.

Bab II Analisa Masalah

Pada bab 2 ini, data secara objektif dari mulai teori sampai kepada masalah yang ada, berusaha ditengahkan berdasarkan atas *survey* atau penelitian yang Penulis lakukan.

Bab III Pemecahan Masalah

Dalam bab ini, masalah yang telah diuraikan pada bab 1 dan bab 2 dijawab dan dipecahkan dalam bentuk suatu sistem desain untuk iklan, yang telah disesuaikan dengan konsep.

Bab IV Rincian Tugas

Pada bab ini, dijelaskan secara jelas bagaimana pengerjaan iklan tersebut dilakukan, dari teknis pengerjaan sampai kepada hasil yang diciptakan secara visualisasi.