

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SANGGAR TARI GITO MARON ART PERFORMA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Nindyaning Ayu Nareswari ¹⁾Muh. Bahrudin ²⁾Sigit Prayitno Yosep, S. T. ³⁾

S1 Desain Komunikasi Visual

STMIK STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) violinmylove@gmail.com, 2)muh.bahrudin@yahoo.com, 3)sigit@stikom.edu

Abstract : *Gito Maron Art Performa is a group dance studio that tips grow, raise, and foster appreciation of the younger generation of art, the noble and strengthen the nation's love of art and culture as well as understanding the noble values that must be maintained and preserved. Certainly the increasing number of dance studio in Surabaya, which can lead to competition between the dance studio that makes the Gito Maron Art Performance dance studio unknown back. In resolving the problem, the solution is to make updates promotion media was up to date on the current draft and the need for additional promotion media Gito Maron Art Performa dance studio such as web design, flyers, business cards, mini banner, poster, note book, brosur and catalogs. Promotion media can help inform effectively and efficiently to the public, in order to raise awareness of the existence of the studio Gito Maron Art Performa in regions throughout Indonesia, especially in East Java.*

Keywords: *Design, Promotion Media, Dance Community Gito Maron Art Performa, Brand Awareness.*

Tari merupakan salah satu cara untuk menuangkan perasaan atau gagasan kreatif melalui gerak. Pada saat pembuatan sebuah karya seni tari biasanya terdapat berbagai unsur antara lain Wiraga, Wirama, dan Wirasa sehingga bisa dibilang bahwa sebuah karya tari merupakan bentuk perumusan dari berbagai unsur termasuk berbagai macam pertimbangan di dalamnya.

Dalam seni tari terdapat tiga jenis tari yaitu tari rakyat (tari daerah), tari tradisional (klasik), dan tari kreasi. Seni tari menjadi salah satu pendukung keanekaragaman budaya dari berbagai belahan dunia, khususnya di Indonesia yang mempunyai segudang kesenian yang melimpah. Di Surabaya, Jawa Timur terdapat beberapa kelompok atau sanggar tari yang sangat memiliki ciri khas tersendiri, salah satunya sanggar tari Gito Maron Art Performa.

Dengan hadirnya sanggar tari Gito Maron Art Performa yang kiat menumbuhkan, membangkitkan, dan memupuk apresiasi generasi muda terhadap seni

yang adi luhur dan mempertebal rasa cinta seni budaya bangsa serta memahami nilai-nilai luhur yang harus dipelihara, dilestarikan, dikembangkan menjadi suatu kebanggaan segala potensi bercitarasa seni yang lebih berkepribadian dan bermartabat.

Gito Maron berasal dari kata Gito dan Maron. Gito diambil dari nama seorang kakek dan Maron merupakan nama sebuah desa dimana kakek Gito bertempat tinggal di Maron kecamatan Srengat kabupaten Blitar. Pada tahun 1987, awalnya kelompok ini beranggotakan cucu-cucu dari kakek Gito dan nama Gito Maron tidak terpikirkan secara konseptional sebagai identitas kelompok ini. Agar lebih mudah, orang sering menyebut secara spontan cucu-cucu mbah Gito Maron. Dari saat itulah nama Gito Maron mempunyai sebuah arti yang mudah diingat oleh beberapa kalangan masyarakat. Sanggar Gito Maron tidak hanya mengajarkan seni tari Jawa Timur saja, tetapi tari modern, *fashion, make up*, dan kepribadian. Dari pengajaran itulah yang membuat

sanggar Gito Maron berbeda dengan sanggar lainnya yang memiliki ciri khas tersendiri untuk mengajarkan anak didiknya.

Berdasarkan data pendaftaran murid yang didapat dari sanggar tari Gito Maron Art Performa Pada tahun 2013 calon murid yang ingin mendaftar di sanggar tari Gito Maron Art Performa sebanyak 56 siswa, tetapi pada tahun 2014 calon murid yang ingin mendaftar di sanggar tari Gito Maron Art Performa semakin sedikit sebanyak 39 siswa dan pada tahun 2015 yang ingin mendaftar sebanyak 9 siswa. Hal ini dikarenakan banyaknya sanggar tari yang berada di Surabaya. Sehingga sanggar tari Gito Maron akan menenggelamkan namanya. Oleh karena itu dan perlu adanya pembaharuan media promosi yang *ter up to date* pada saat ini dan perlunya penambahan perancangan media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa seperti web desain, *flyer*, kartu nama, dan katalog karena selama ini media promosi yang digunakan hanya brosur dan sosial media seperti (facebook, blogspot, twitter, linkedin).

Harjanto(2009:262) mengatakan bahwa Promosi merupakan kegiatan penting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan menginformasikan potensi suatu produk agar keberadaannya, lebih dikenal oleh khalayak luas dan dapat mendorong khalayak untuk berkunjung ke produk atau objek yang dipromosikan.

Dari sinilah diharapkan pengetahuan akan peran serta pentingnya sanggar tari Gito Maron Art Performa dapat tersalurkan ke masyarakat luas lewat tempat komunitas sanggar tari ini. Salah satu tindakan promosi yang dapat dilakukan adalah membuat suatu media promosi yang didalamnya terdapat semua informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat agar meningkatkan *Brand Awareness*.

Untuk merancang media promosi khususnya sanggar tari Gito Maron Art Performa, maka perlu beberapa media promosi yang efektif dimana terdapat semua informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat agar tmeningkatkan *Brand Awareness*.

Rumusan Masala

Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut, “Bagaimana merancang media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*?”

Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah yang ada, maka permasalahan ini akan dibatasi pada :

1. Difokuskan pada perancangan web desain, *flyer*, kartu nama dan katalog, yang dianggap mampu meningkatkan *brand awareness* sanggar tari Gito Maron melalui tarian Geleng Ro’om.
2. Perancangan media promosi difokuskan atau yang ditonjolkan pada tari Geleng Ro’om.

METODE PENELITIAN

Perancangan ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai acuan dalam penelitian. Dengan metode penelitian kualitatif ini diharapkan dapat menghasilkan data yang deskriptif, dari observasi, wawancara, dokumentasi, studi literature, studi eksisting, competitor, STP, SWOT, dan USP. Berbagai informasi pendukung perancangan ini akan dianalisis berdasarkan metode deskriptif kualitatif sehingga diperoleh sebuah kesimpulan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Milles & Huberman (1992:20) yaitu *interactive* model yang mengklasifikasikan analisis data dalam tiga langkah, yaitu :

1. Reduksi data (*Data Reduction*)
Reduksi data yaitu suatu proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada reduksi data yang peneliti melakukan pemilihan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan aspek-aspek penting dalam proses merancang media promosi yang berupa desain web, *flyer*, kartu nama, katalog, brosur, poster, *note book* dan mini *banner*. Kemudian peneliti mereduksi data yang dianggap penting dan menunjang penelitian, lalu membuang data-data yang tidak diperlukan
2. Penyajian data (*Display Data*)
Data ini tersusun sedemikian rupa sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam tahap ini diikuti oleh pengumpulan data dan informasi dari studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memperkuat hasil reduksi data sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Setelah data dan informasi terkumpul dan direduksi kembali, data kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi. Data-data yang saling berhubungan dikelompokkan sehingga terbentuk kelompok-kelompok data yang selanjutnya akan disimpulkan.

KONSEP DAN PERANCANGAN

Analisis Kompetitor

1. Sanggar Tari Raff Dance Company



Gambar 1 Logo Sanggar Tari Raff Dance Company
Sumber : Raff Dance Company

Banyak sanggar tari yang berdiri di beberapa daerah Indonesia. Salah satunya berada di kota Surabaya, yaitu sanggar tari Raff Dance Company. Hal ini menjadi kebanggaan sendiri bagi warga kota Surabaya karena kota pahlawan ini masih menyimpan warisan budaya Indonesia yang dibesarkan oleh pihak sanggar tari salah satunya sanggar tari Raff Dance Company. Sanggar tari Raff DC di Surabaya ini melakukan latihan rutin setiap hari selasa dan rabu pada pukul 15.00 – 19.00, di pendopo taman budaya Jawa Timur. Respon masyarakat semakin baik bahkan Dinas Kebudayaan kota Surabaya mengharapkan adanya sanggar di Taman Prestasi. Selain itu sanggar Raff Dance Company diberi ruang untuk membuka kelas tari di mall City of Tomorrow.

2. Brosur

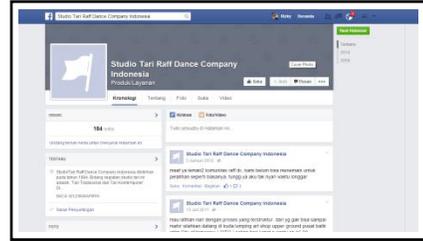
Gambar 2 Brosur Sanggar Tari Raff Dance Company
(Sumber : Raff Dance Company)

Gambar 2 diatas merupakan media promosi berupa brosur terdahulu yang digunakan untuk mempromosikan sanggar tari Raff Dance Company



Indonesia. Brosur ini dibagikan secara keliling dan di bantu orang lain, seperti tukang becak, penjaga warung, dan lain-lain. Brosur ini telah menyebar hanya di area tertentu, yaitu kawasan Surabaya, Sidoarjo dan Gresik. Media

3. Media Sosial



Gambar 3 Facebook Sanggar Tari Raff Dance Company
(Sumber : www.facebook.com/RaffDanceCompany)

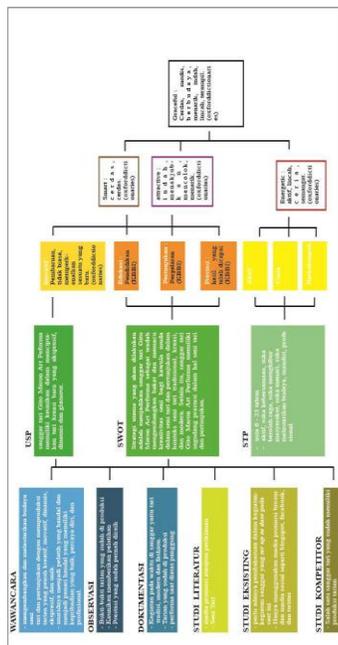


Gambar 4 Twitter Sanggar Tari Raff Dance Company
(Sumber : www.twitter.com/RaffDanceCompany)

Pada gambar 3 dan 4 berikut ini adalah sebuah media sosial berupa facebook dan twitter yang digunakan sebagai media promosi. Strategi ini sangat efektif untuk para pengguna generasi muda. Di era modern seperti saat ini media social seperti Facebook dan Twitter sangat digemari oleh para generasi muda. Hal ini dimanfaatkan oleh pihak sanggar untuk menarik para generasi muda untuk ikut serta bergabung di sanggar tari Raff Dance Company dan berkunjung ke tempat latihan/kegiatan yang diadakan oleh pihak sanggar. Tetapi seiring berjalannya waktu, media sosial ini kurang efektif, karena para pihak sanggar kurang mengupdate informasi-informasi terbaru tentang kegiatan yang ada di sanggar tari Raff Dance Company.

ANALISIS KEYWORD/KONSEP

Dengan pemilihan judul oleh penulis yaitu “Perancangan Media Promosi Sanggar Tari Gito Maron Art Performa Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness”. Maka dengan menentukan kata kunci atau keyword dari perancangan media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa ini telah diperoleh tiga keyword yang nantinya akan dipilih satu keyword yang mewakili. Keyword diambil dari penentuan yang berdasarkan data yang sudah dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi, studi literatur, studi eksisting, studi kompetitor, USP, STP dan SWOT.



Gambar 5 Skema Analisis Keyword (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pada gambar 5, keyword yang diperoleh diantaranya adalah “Smart”, “Attractive”, dan “Energetic”. Dari ketiga keyword tersebut telah terpilih satu yang mewakili dari keyword tersebut. Keyword yang dapat mewakili adalah “Graceful” yang dari oxford dictionaries adalah sebuah sanggar yang menarik, elegan, berbudaya, cerdas, lincah dan terampil.

DESKRIPSI KEYWORD

Sebuah hasil analisis keyword yang diperoleh konsep dari perancangan ini adalah “Graceful”. Keyword yang di peroleh nantinya akan digunakan sebagai konsep perancangan media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa.

Keyword “Graceful” yang memiliki karakter yang elegan, lincah dan cerdas (oxforddictionaries, 2015). Elegan disini mendeskripsikan tentang kostum dan properti yang dikenakan dalam setiap tarian Gito Maron selalu glamour. Selain itu, siswa-siswa Gito Maron selalu dituntut berpenampilan menarik disetiap acara manapun. Sedangkan lincah disini mendeskripsikan tentang kelincahan dan keenergikan stiap tarian yang diciptakan. Deskripsi cerdas adalah karya tari gito maron selalu kreatif dan inovatif.

Sehingga tujuan sanggar tari Gito Maron Art Performa untuk memberikan materi kepada anak didiknya dengan tidak sekedar menari, tapi juga diajarkan bagaimana menjadi seorang pengajar, membawa diri dengan baik, kompak, percaya diri, mandiri, dan profesional. Keyword tersebut telah

mewakili dari diri seorang penari hasil didikan sanggar tari Gito Maron Art Performa. Dimana penari-penari sanggar tari Gito Maron Art Performa selalu dituntut untuk tidak sekedar bisa menari, tetapi harus berpenampilan menarik dan membawa diri dengan baik. Selain itu, tarian yang diproduksi selalu menyuguhkan gerakan yang energik, ekspresif, dan kostum yang selalu terlihat glamaour, sehingga sangat terlihat menarik.

STRATEGI KREATIF

Visual

Dengan konsep Graceful dalam merancang media promosi ini, menggunakan visualisasi atau ilustrasi yang menggunakan teknik fotografi pada sanggar tari Gito Maron Art Performa. Dengan menyuguhkan produksi tarian sanggar dan prestasi yang sudah pernah diraih.



Gambar 6 Gerakan-Gerakan Tari Geleng Ro’om (Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2015)

Pada gambar 6, visualisasi cover media promosi yang akan ditonjolkan adalah dengan gerakan tarian Geleng Ro’om. Masyarakat yang melihat dapat mengetahui keunikan tarian Geleng Ro’om dalam segi *make up*, kostum, dan gerakan yang ekspresif, dinamis, dan elegan. Pada visualisasi ini akan diaplikasikan pada beberapa media promosi yang akan dibuat.

Headline

Headline adalah unsur penting dalam perancangan media promosi. Walaupun letaknya tidak selalu diawal tetapi pertama kali yang dilihat. Headline yang digunakan yaitu “Energetic Gito Maron” yang bertujuan untuk lebih mengangkat karakter sanggar tari Gito Maron Art Performa agar semakin dikenal masyarakat terutama target audience yang dituju.

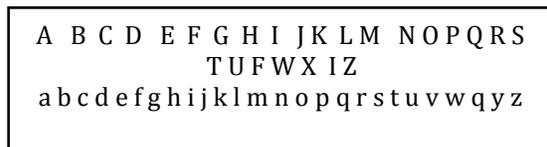
Tagline

Tagline adalah ringkasan penjelas dari ide kreatif yang mudah diingat. Tagline yang digunakan pada perancangan media promosi sanggar Tari Gito Maron Art Performa adalah “Pesona Seni Tari Jawa Timur”. Tagline ini menjelaskan tentang keindahan, keanggunan, dan kelincahan dunia seni tari Jawa Timur dalam sebuah pertunjukan dan memiliki maksud sebagai pelestarian budaya seni tari dan menjadi wadah mengembangkan bakat dan memacu kreativitas seni bagi kawula muda dalam seni tari dan pertunjukan dalam konteks seni tari tradisional, kreasi, dan modern. Selain itu, sanggar tari Gito Maron Art Performa memiliki segudang prestasi dalam hal seni tari dan pertunjukan.

Tipografi

Pemilihan tipografi didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari konsep yang diangkat, jenis huruf yang akan digunakan adalah Serif dan Script.

Serif dikenal memiliki kait yang terdapat diujung-ujungnya. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf serif adalah luwes, fleksibel, dan lebih nyaman dibaca untuk teks panjang. Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan menggunakan font “Angelic Serif”. Jenis huruf ini dianggap paling cocok digunakan dalam copywriting pada media cetak.



Gambar 7 Huruf Angelic Serif
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Sedangkan Script dikenal menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi, akrab, keanggunan, dan kepuasan. Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan menggunakan font “Motion Picture Person”. Jenis huruf ini dianggap paling cocok digunakan dalam Headline dan Tagline.

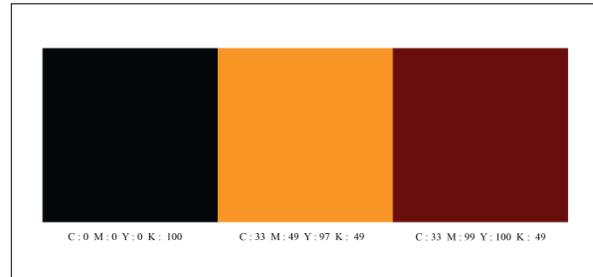


Gambar 9 Huruf Motion Picture Person
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Warna

Warna yang akan digunakan pada perancangan media promosi ini dipilih dari segi konsep, psikologi

warna, estetika, dan warna dari perusahaan untuk menentukan warna-warna yang akan digunakan. Pemilihan warna mengacu pada konsep yaitu “Graceful” yang artinya dalam kamus bahasa Inggris lemah gemulai dan memiliki karakter yang elegan, berbudaya, cerdas, lincah dan terampil. Warna yang mewakili dari konsep adalah sebagai berikut :



Gambar 9 Pemilihan Warna
(Sumber : Whelan, 1994)

Pada gambar 9, pertimbangan warna media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa menggunakan warna yang sesuai dengan karakter konsep “Graceful”, maka psikologi warna yang dipakai adalah warna hitam, emas, dan merah.

Pertama warna hitam memiliki karakter kemakmuran, canggih, anggun, abadi, dan berkelas. Kedua warna emas memiliki karakter cerminan prestise (kedudukan), kekayaan, cahaya, kemegahan, kemenangan, mahal, eksklusif, dan perasaan kagum. Ketiga warna merah memiliki karakter energik, keberanian, perjuangan, gairah, dan kemauan keras.

ANALISIS STUDI EKSISTING

1. Logo Gito Maron Art Performa



Gambar 10 Logo Gito Maron Art Performa
(Sumber: Dimas Pramuka Admaji, 1987)

Menurut Pramuka, Gito Maron berasal dari kata Gito dan Maron. Gito diambil dari nama seorang kakek dan Maron merupakan nama sebuah desa dimana kakek Gito bertempat tinggal di Maron kec. Srengat kab. Blitar. Pada tahun 1987, awalnya kelompok ini beranggotakan cucu-cucu dari kakek Gito dan nama Gito Maron tidak terpikirkan secara konseptional sebagai identitas kelompok ini. Agar lebih mudah, orang sering menyebut secara spontan

Implementasi Desain

1. Desain Web

Desain web yang nantinya akan menjadi website merupakan media online yang memiliki jangkauan yang luas. Selain itu website juga dapat mencerminkan profesionalitas dari sebuah perusahaan. *Website* memungkinkan pengguna mengakses informasi tanpa terbatas jarak dan waktu.

Dalam perancangan media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa ini menggunakan konsep *Graceful* dengan dominasi warna merah dan hitam serta warna emas dan putih, menggunakan *font Nueva Std* yang sebelumnya sudah terpilih menggunakan font *angelic serif* untuk *copywriter*, tetapi tingkat keterbacaan sangat kurang. Pada tiap halaman *website* terdapat *header* yang menonjolkan visual foto tarian Geleng Ro'om, headline dan tagline, serta logo sanggar. Selain itu juga dilengkapi dengan menu yang terhubung ke menu lainnya yaitu button link yang terhubung pada facebook, twitter, block tentang informasi-informasi penting tentang sanggar. Berikut menu-menu halaman *website* :



Gambar 14 Halaman Home
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)



Gambar 15 Halaman Profil Sanggar Tari Gito Maron Art Performa
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Halaman Profil Pemimpin



Gambar 16 Halaman Profil Pemimpin Sanggar Tari Gito Maron Art Performa
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Halaman Produksi Tarian



Gambar 17 Halaman Produksi Tarian
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Halaman Berita



Gambar 18 Halaman Berita
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Halaman Jadwal Latihan



Gambar 19 Halaman Jadwal Latihan
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Halaman Kontak



Gambar 20 Kontak
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

2. Katalog

Desain katalog ini dirancang seperti buku dengan ukuran 14,8 cm x 21 cm setara dengan ukuran A5.



Gambar 21 Cover Katalog Dan Isi
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Gambar 21, pada bagian depan katalog berisi ilustrasi foto gerakan tarian Geleng Ro'om, terdapat headline "Energetic Gito Maron" dan Tagline "Pesona Seni Tari Jawa Timur", serta logo sanggar.

isi katalog pada perancangan ini memuat tentang sanggar dan foto-foto tentang pendiri sanggar, produksi tarian, dan prestasi.

Untuk mendapatkan katalog ini sanggar menyebarkan pada saat sanggar tari Gito Maron Art Performa mengadakan sebuah pertunjukan dan katalog ini akan diberikan kepada calon murid yang akan mendaftar di sanggar tari Gito Maron Art Performa. Hal tersebut diharapkan agar calon murid akan melihat kualitas sanggar tari Gito Maron Art Performa dan melakukan pendaftaran untuk bergabung menjadi murid sanggar tari Gito Maron Art Performa.

3. Flyer

Desain katalog ini dirancang dengan ukuran kertas yaitu 21cm x 14,8cm, menggunakan bahan art paper dan dicetak ful color satu sisi.



Gambar 23 Flyer
(Sumber : Olahan Hasil Peneliti)

Gambar 23, pada bagian flyer ini berisi ilustrasi foto gerakan tarian Geleng Ro'om, terdapat headline "Energetic Gito Maron" dan Tagline "Pesona Seni Tari Jawa Timur", serta logo sanggar. Selain itu terdapat informasi tentang sanggar tari Gito Maron Art Performa yang memberikan informasi pemberian materi dengan membuka kelas yang akan diajarkan dan terdapat informasi tentang alamat dan nomor telepon sekretariat, alamat studio latihan, dan jadwal latihan sanggar, serta terdapat alamat facebook dan twitter.

Untuk mendapatkan flyer ini sanggar menyebarkan pada murid-murid Sekolah Menengah Keatas (SMA) dan pada saat sanggar tari Gito Maron Art Performa mengadakan sebuah pertunjukan. Hal tersebut diharapkan agar calon murid dapat mengetahui informasi tentang sanggar dan melakukan pendaftaran untuk bergabung menjadi murid sanggar tari Gito Maron Art Performa.

4. Kartu Nama

Desain kartu nama ini dirancang dengan ukuran kertas yaitu 5,5 cm x 9cm, menggunakan bahan art paper dan dicetak ful color.



Gambar 24 Kartu Nama Tampak Depan dan belakang
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Gambar 24, pada bagian depan kartu nama berisi ilustrasi foto gerakan tarian Geleng Ro'om, terdapat headline “Energetic Gito Maron” dan Tagline “Pesona Seni Tari Jawa Timur”, serta logo sanggar.

pada bagian belakang kartu nama berisi informasi tentang nama pemilik sanggar, nomor telepon, alamat pemilik sanggar, email, dan alamat studio sanggar, serta terdapat alamat facebook dan twitter.

5. Note Book



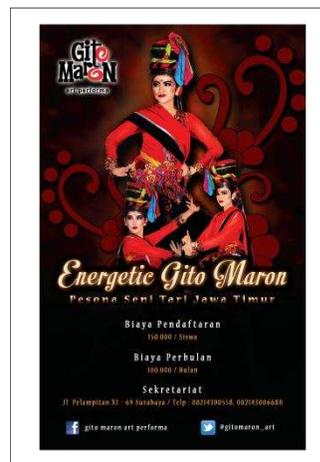
Gambar 25. Note Book
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Gambar 25 ini adalah desain *note book* sanggar tari Gito Maron Art Performa. Pada isi *note book* ini di desain dengan tampilan hiasan ornamen dan terdapat logo sanggar, no dan *date*. Untuk mendapatkan *note book* ini sanggar menyebarkan pada saat sanggar tari Gito Maron Art Performa mengadakan sebuah pertunjukan.

6. Mini Banner

Gambar 26 ini adalah desain mini *banner* sanggar tari Gito Maron Art Performa. Isi mini *banner* ini memberikan informasi tentang biaya pendaftaran dan biaya latihan perbulan sanggar tari Gito Maron Art Performa. Pada isi mini *banner* menggunakan *font Nueva Std* yang sebelumnya sudah terpilih

menggunakan font *angelic serif* untuk *copywriter*, tetapi tingkat keterbacaan sangat kurang. Mini *banner* ini akan di pameran di meja sekretariat sanggar agar pendaftar yang datang langsung mengetahui biaya pendaftaran.



Gambar 26 Mini Banner
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

7. Poster



Gambar 27 Note Book
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Gambar 5.16 ini adalah desain poster sanggar tari Gito Maron Art Performa. Isi poster ini sama halnya dengan isi flyer, tetapi poster ini menggunakan kertas art paper 150 gram ukuran A3. Pada penulisan isi poster ini menggunakan *font Nueva Std* yang sebelumnya sudah terpilih menggunakan font *angelic serif* untuk *copywriter*, tetapi tingkat keterbacaan sangat kurang. Poster ini akan disebar kesekolah-sekolah menengah-menengah ke atas dan di pameran di sekitar studio sanggar yaitu di Taman Budaya Jawa Timur.

8. Brosur

Gambar 28 merupakan Desain Brosur yang dirancang dengan ukuran kertas A4, menggunakan bahan art paper 150 gram dan dicetak full color. Pada

halaman cover menonjolkan tarian Geleng Ro'om dan bagian belakang terdapat informasi pendaftaran dan jadwal latihan.



Gambar 28 Note Book
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

KESIMPULAN

1. Penelitian ini bertujuan melakukan perancangan media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*. Dari rumusan masalah perancangan yang diajukan, pengumpulan serta analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, ditarik beberapa kesimpulan pada perancangan ini. Adapun kesimpulan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:
2. Dalam melakukan perancangan media promosi sanggar tari Gito Maron Art Performa sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*. Diperoleh konsep perancangan “Graceful” yang didapatkan melalui hasil pengumpulan data serta teknik analisis data melalui observasi wawancara, SWOT, STP, dan USP.
3. Konsep “Graceful” pada desain media promosi memiliki karakter yang elegan, lincah dan cerdas (oxforddictionaries, 2015). Elegan disini mendeskripsikan tentang kostum dan properti yang dikenakan dalam setiap tarian Gito Maron selalu glamour. Selain itu, siswa-siswa Gito Maron selalu dituntut berpenampilan menarik disetiap acara manapun. Sedangkan lincah disini mendeskripsikan tentang kelincahan dan keenergikan stiap tarian yang diciptakan. Deskripsi cerdas adalah karya tari gito maron selalu kreatif dan inovatif.

4. Teknik yang digunakan adalah teknik ilustrasi foto yang digunakan dalam setiap media promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Dharmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna Teori dan Kreativitas Penggunaanya*. Bandung: ITB
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fathur, Rohman M. 2012. *Teknik Analisa Manajemen SWOT*. Malang : AFJ Mobicons.
- Harjanto, Rudi. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta: Gramedia.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, Frank. 1995. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philips. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

- Moleong, Lexy. 1988. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan.

- Sandjaja, B dan Albertus Heriyanto. 2006. *Panduan penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.

- Sulastianto, Harry, dkk. 2006. *Seni Budaya*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.

- Whelan, Bride. 1994. *Color Harmony*. United States of Amerika: Rockport Publisher, Inc.

Sumber Jurnal :

- Kusuma, RDA. 2013. *Perancangan Komunikasi Visual Sanggar Tari Gito Maron (Tugas Akhir)*. Surabaya: Universitas Kristen Petra Surabaya.

Sumber Internet :

- <http://gitomaron.blogspot.com/2010/11/tentang-gito-maron.html>
(diakses 20 November 2010)
- <http://gitomaron.blogspot.com/2010/12/tari-geleng-room-karya-dimas-pramuka.html>. (diakses 22 Desember 2010)