

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SANGGAR TARI RAFF DANCE COMPANY SEBAGAI UPAYA MENCIPTAKAN *BRAND AWARENESS*

Rizky Senja Pahlawan Putra.B<sup>1)</sup> Muh. Bahruddin<sup>2)</sup> Sigit Prayitno<sup>3)</sup>  
S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298  
Email : rizkysenja12@gmail.com, 2) muh.bahruddin@yahoo.com, 3) sigit@stikom.edu

**Abstract:** *Dance studio “Raff Dance Company” is one of dance companies which is still active and has potential in Surabaya. Dance studio “Raff Dance Company” has the potential to produce high value dance in the creation of dance in Indonesia. The problem is less known by the public as another dance studio. In conducting a media campaign, so far dance studio “Raff Dance Company” only carry out promotional activities in the form of banner media that is only located in the cultural park “Cak Durasim” Surabaya. Besides, other promotional media are not up to date, such as social media like Facebook and Twitter. This resulted in the information submitted by dance studio “Raff Dance Company” was not conveyed to the dance studio “Raff Dance Company” to increase the brand awareness. This problem took some effort to improve the brand awareness, one is to design a right and proper media campaign for dance studio “Raff Dance Company”*

**Keywords:** *Design, Dance Studio, Brand Awareness*

Raff Dance Company Indonesia adalah sebuah sanggar tari yang didirikan pada tahun 1994 oleh Drs. Arif Rofiq, MSi. Raff Dance Company bertempat di Perum Taman Surya Agung N9/10 Wage, Sidoarjo. Raff Dance Company memiliki dua studio yang terletak di dua lokasi yaitu bertempat di *Mall City Of Tomorrow* (Bundaran Waru) dan di Pendopo Taman Budaya Cak Durasim Jalan Gentengkali no. 85 Surabaya.

Untuk kelancaran dalam berlatih, sanggar tari Raff Dance Company di jadwalkan menjadi beberapa waktu yaitu pada hari Rabu, Sabtu dan Minggu mulai Pukul 16.00 – 20.00 Wib.

Raff Dance Company Indonesia merupakan salah satu pelatihan seni tradisional dan kontemporer dengan memproduksi beragam jenis tari kreasi baru

untuk anak dan remaja. Raff Dance Company memiliki banyak tenaga profesional dan memiliki agenda membuat sebuah tarian yang diadakan secara rutin setiap tahunnya. Oleh karena itu, sanggar tari Raff Dance Company menjadi rekomendasi bagi khususnya anak-anak dan remaja dari dalam atau luar kota di Indonesia.

Salah satu tindakan promosi yang dapat dilakukan oleh sanggar tari Raff Dance Company adalah merancangan media promosi untuk mengenalkan sanggar tari. Menurut Kotler (2005:98), media promosi terbagi menjadi 5 jenis yaitu periklanan, *personal selling*, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan efektifitas dalam perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance

Company, penulis akan menambahkan beberapa media promosi yang belum dimiliki oleh sanggar tari Raff Dance Company seperti, perancangan poster, *visual website*, brosur, *billboard*, *x-banner*, *stationery set* dan iklan majalah.

Salah satu media cetak yang efektif dan berperan penting untuk meningkatkan *brand awareness* sanggar tari Raff Dance Company adalah poster. Menurut Ardhi (2013:40), poster memiliki karakteristik media yang informatif, dapat dibaca berulang, tidak diatur untuk dipindahkan dan mampu menjangkau banyak audiens dan atraktif. Media promosi poster ini juga memungkinkan dapat dibaca secara berulang ulang oleh siapapun yang melihatnya. Poster dinilai cukup efektif untuk dapat diletakkan di tempat-tempat ramai, salah satunya adalah di sekolah dan tempat-tempat perbelanjaan. Desain poster yang dirancang nantinya akan digunakan sebagai desain acuan untuk beberapa media promosi lainnya.

Selain media berupa cetak, Raff Dance Company juga memerlukan media promosi untuk mendukung pemasarannya di dunia maya. Sesuai dengan karakteristik masyarakat kota yang menginginkan kemudahan dalam mendapatkan informasi, dunia maya dapat mendukung pengenalan sanggar tari pada masyarakat luas dimanapun dan kapanpun. Salah satu media online yang akan digunakan dalam promosi adalah website. Website dinilai sebagai alat pemasaran yang tangguh, website dapat menjangkau masyarakat secara luas, dimanapun dan kapanpun, terutama di kota besar seperti Surabaya yang masyarakatnya semakin mencari kemudahan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Di harapkan dengan adanya perancangan media promosi tersebut, masyarakat akan dapat mengetahui informasi dan keberadaan sanggar tari Raff Dance Company sehingga dapat dikenal luas, mampu meningkatkan eksistensi dan masyarakat akan lebih mencintai budaya Indonesia. Perancangan media promosi yang efektif dan menarik diharapkan pula dapat mendukung Raff Dance Company agar dapat menjadi sanggar terpopuler di kota Surabaya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company adalah menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur dalam penelitian. Menurut Strauss and Corbin (1997), seperti yang dikutip oleh

Sujarweni Wiratna (2014), bahwa *qualitative research* (riset kualitatif) merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya.

Metode penelitian kualitatif merupakan metode riset yang dilaksanakan dengan teknik wawancara yang mendalam dengan cara memberikan penjelasan berupa gambaran yang jelas terhadap suatu gejala, tingkah laku, aktivitas sosial dan lain-lain sehingga diharapkan dapat menghasilkan data yang mendalam tentang objek yang diamati. Penelitian kualitatif dapat dipandang sebagai penelitian yang partisipatif, dimana desain penelitiannya fleksibel atau bisa diubah menyesuaikan dari rencana yang sebenarnya (Sujarweni, 2014:26).

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik observasi, wawancara, literatur dan dokumentasi yang menjadi teknik pengumpulan data sanggar tari Raff Dance Company, berikut ini hasil dari pengumpulan data terhadap sanggar tari Raff Dance Company :

Teknik observasi yang digunakan dalam perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company adalah menggunakan bentuk observasi tidak terstruktur, dimana dijelaskan menurut Bungin (2007:115), observasi tidak terstruktur berarti pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga penulis mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan, tepatnya dalam studio sanggar Tari Raff Dance Company dan tempat event yang diadakan oleh sanggar tari berlangsung.

Pada metode *Interview*/wawancara untuk perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company, peneliti melakukan wawancara yang bersifat mendalam (*in-depth interview*) dengan bagian kepala pelatih sanggar tari cabang cak durasim yang bernama bapak Arif Rofiq. Dijelaskan menurut Yunus (2010:358), wawancara mendalam dimana penulis terlibat secara langsung dan melakukan tanya jawab tanpa pedoman dan lebih mendalam. Proses wawancara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Perkenalan diri
- b. Menjelaskan maksud kedatangan
- c. Menjelaskan materi wawancara
- d. Mengajukan beberapa pertanyaan.

Salah satu literatur yang dapat digunakan sebagai pendukung perancangan adalah buku desain komunikasi visual, aplikasi grafis pada periklanan, nirmana, dan beberapa jurnal yang berhubungan dengan tari, desain website dan media promosi.

Bentuk dari dokumentasi yang didapat berupa catatan harian, arsip pengunjung, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan, dan sebagainya. Selain itu, dapat pula didapatkan data yang tersimpan dalam *memory* ataupun media promosi yang sifatnya tidak terbatas. Pada perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company, didapatkan beberapa data seperti foto dokumentasi even, foto dokumentasi latihan, dan profil sanggar tari tersebut. Dalam teknik pengumpulan data, metode triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dari sumber data yang telah ada (Indranata, 2008:138). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari beberapa sumber data dengan tujuan meningkatkan pemahaman peneliti tentang objek yang diteliti. Selain itu, banyaknya varian data yang diperoleh untuk menguji seberapa relevan data dengan tujuan penelitian yang direncanakan

#### **Teknik Analisis Data**

Setelah berbagai proses pengumpulan data dilakukan, peneliti mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk mendukung proses perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company. Data-data yang didapatkan antara lain: profil perusahaan, perkembangan peserta dan pengunjung, berbagai foto, konsep dan timbal balik yang diharapkan, event yang pernah diadakan, pesaing dan berbagai gambar pendukung untuk implementasi desain pada media promosi tersebut.

Dari berbagai data yang didapatkan akan dikelompokkan menjadi dua kelompok data, dimana pengelompokan data terdiri dari dua jenis data, yaitu data primer (data milik perusahaan) dan data sekunder (data luar perusahaan). Data tersebut selanjutnya akan diproses untuk dilakukan analisa dan ditarik kesimpulan sehingga dapat ditemukan kata kunci (keyword) sebagai acuan untuk merancang media promosi tersebut.

## **KONSEP DAN PERANCANGAN**

### **Analisis Kompetitor**

Sebuah perusahaan harus mampu mengidentifikasi siapa pesaing yang utama untuk memastikan bagaimana strategi, tujuan, keunggulan dan kelemahan mereka. Begitupula pada sanggar tari Raff Dance Company. Berikut ini adalah pesaing dari sanggar tari Raff Dance Company:

### **Sanggar Tari Spectra Dance**



Gambar 1 logo Sanggar Tari Spectra Dance  
(Sumber: [www.facebook.com](http://www.facebook.com))

Studio Spectra Dance adalah sebuah sanggar tari yang berdiri pada tahun 2012. Bidang kegiatan Spectra Dance yaitu seni tari tradisional, modern dan kontemporer yang melalui pendokumentasian, pelatihan, pertunjukan seni, dan layanan. Pelaksanaan pelatihan sanggar tari Spectra Dance dikelompokkan menjadi tiga bagian dengan jadwal latihan yang berbeda yaitu, kelas anak-anak, kelas remaja dan kelas dewasa. Materi yang diterapkan di sanggar tari ini terdiri dari seni tari tradisional, seni tari produk sanggar, seni klasik, seni modern, seni tari kontemporer dan seni tari bernuansa islami.

Sanggar tari Spectra Dance menjadi wadah pengalaman seni generasi tari dan pengembangan potensi di Sidoarjo serta memiliki program pelatihan atau pendidikan yang mengacu pada perkembangan dan pertumbuhan motorik maupun kemampuan kognitif. Studio Spectra Dance menerima sebuah layanan permintaan untuk kegiatan pertunjukkan tari, seperti :

- a. Pembukaan berbagai acara, pernikahan, pesta ulang tahun.
- a. Peresmian tempat.
- b. Penyambutan tamu atau pejabat.
- c. Undangan dalam rangka acara seni tradisional atau acara yang bertema seni, dan lain-lain.

Sanggar tari Spectra Dance memiliki dua studio tari (cabang pelatihan) yaitu di Wisma Tropodo Waru, Sidoarjo yang merupakan studio utama dan di Mall Jembatan Merah Plaza 2, lantai 2, Surabaya.

Dalam berpromosi, sanggar tari Spectra Dance lebih mengoptimalkan blog sebagai media promosi yang informatif. Selain itu, pada media *online* sanggar tari Spectra Dance memanfaatkan media promosi berupa *facebook* dan *twitter*.



Gambar 2 *Blog* Sanggar Tari Spectra Dance (Sumber: Spectra Dance Studio)

perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company.

## Perencanaan Kreatif

### 1. Tujuan kreatif

Dalam membuat sebuah perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company, diperlunya konsep perancangan yang matang agar dapat memingkatkan *brand awareness* kepada minat masyarakat.

Dengan keyword **“Energetic”** menjadi acuan visualisasi dan dapat menyampaikan maksud dan tujuan yang sesuai untuk perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* pada khalayak masyarakat..

### 2. Strategi Kreatif

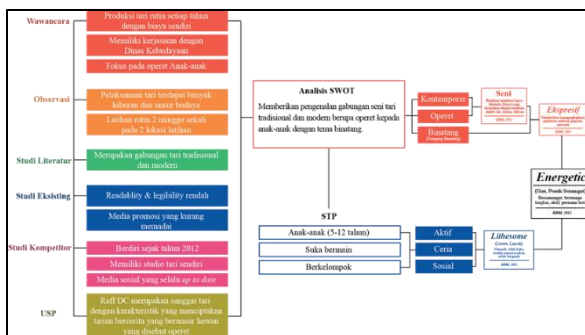
Dalam upaya merancang media promosi sanggar tari Raff Dance Company diperlukannya konsep strategi visual dalam merancang *brand awareness* dan media promosi.

Dengan konsep *energetic* dalam perancangan media promosi ini, menggunakan visualisasi atau ilustrasi yang menggunakan sentuhan teknik *digital imaging* pada sanggar tari Raff Dance Company. Visualisasi yang akan diambil bertema kancil mencuri timun dengan tokoh utama yaitu seorang pak tani dan anak yang menggunakan kostum hewan yang unik seperti hewan kancil, kucing dan belalang. Kemudian disertai dengan gerakan-gerakan tarian khas seperti di dalam operet. Elemen desainnya akan menyajikan sebuah panggung dan tirai panggung sebagai ciri khas dari sebuah operet. Pada visualisasi ini akan diaplikasikan pada beberapa media promosi yang akan dibuat.

*Headline* atau bisa disebut judul utama yang merupakan unsur penting dalam perancangan media promosi. *Headline* yang digunakan yaitu “Sanggar Tari Raff Dance Company” yang tujuannya untuk mengangkat karakter sanggar tari Raff Dance Company agar lebih dikenal masyarakat terutama *target market* dan *target audience* yang dituju.

*Tagline* merupakan ringkasan yang mudah untuk diingat dan penjabar dari ide kreatif. Slogan yang di tampilkan secara berulang-ulang dari iklan ke iklan selanjutnya dalam promosi jangka panjang yang biasanya juga dipakai sebagai *tagline*. *Tagline* yang

## Analisis Keyword/Konsep



Gambar 3 Analisis *Keyword* dari pengumpulan hasil penelitian (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pada sebuah hasil analisa keyword yang diperoleh konsep dari perancangan ini adalah **“ENERGETIC”**. Keyword *energetic* diperoleh dari alur analisa wawancara, observasi, studi literatur, studi eksisting, studi kompetitor, USP, STP dan SWOT. Keyword yang di peroleh, digunakan sebagai konsep

digunakan pada perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company adalah “**Ciptakan Kreasi dan Raih Prestasi**”. *Tagline* menjelaskan bahwa sanggar tari Raff Dance Company merupakan tempatnya sarana berkreatifitas dan adu bakat yang memberdayakan sanggar tari Raff Dance Company menjadi wadah pembelajaran serta menyajikan hiburan kebudayaan daerah.

Pada pemilihan tipografi didasarkan pada pertimbangan sebuah gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari konsep *energetic* yang diangkat, jenis huruf yang digunakan adalah *sans serif* yaitu font “*KG Behind These Hazel Eyes*”. Pemilihan jenis tipografi yang digunakan pada desain tipografi sanggar tari Raff Dance Company berkarakter sesuai dengan konsep *energetic* dan kesan yang ditimbulkan oleh tipografi ini ialah dinamis dan *fun*.

Sedangkan untuk *text bodcopy* dan *tagline* dalam aplikasi desain sanggar tari Raff Dance Company adalah huruf berjenis *sans serif*. Huruf yang dipilih adalah “*Sakkal Majalla*” yang tidak mempunyai kait, namun tingkat keterbacaanya mudah karena sudut dari huruf tersebut mengalir mengikuti huruf sesudahnya. Font tanpa kait ini memiliki sifat yang fungsional, *streamline* dan kontemporer (Kusrianto, 2010: 50), sehingga font ini mewakili sifat kontemporer yang sesuai dengan ciri seni budaya sanggar tari Raff Dance Company

Dalam penggunaan warna di setiap media promosi sanggar tari Raff Dance Company digunakan warna yang sesuai konsep karakter “Energetic” yaitu menggunakan warna yang penuh semangat dan ceria. Untuk psikologi warna didapat dari buku Nirmana dari Sadjiman Ebdy Sanyoto.

Berdasarkan pertimbangan dari warna media promosi sanggar tari menggunakan warna yang penuh semangat dan ceria sesuai konsep “*Energetic*”, maka psikologi warna yang dipakai adalah warna merah, kuning dan hijau. Pertama warna merah berasosiasi pada darah, api, juga panas. Karakternya kuat, ceper, enerjik, semangat, gairah, marah, berani, bahaya, positif, agresif, merangsang dan panas. Dibanding warna lain, merah adalah warna paling kuat dan enerjik. Warna ini bersifat menaklukkan, ekspansif, dan dominan (berkuasa).

Kedua, warna kuning berasosiasi pada sinar matahari, bahkan pada mataharinya sendiri, yang

menunjukkan keadaan terang dan hangat. Kuning mempunyai karakter terang, gembira, ramah, supel, riang, cerah, hangat. Kuning melambangkan kecerahan, kehidupan, kemenangan, kegembiraan, kemeriahan, kecermelangan, peringatan dan humor (Sanyoto, 2009:46).

Ketiga, warna hijau berasosiasi pada hijaunya alam, sesuatu yang hidup dan berkembang. Hijau melambangkan kesuburan, kesetiaan, keabadian, kesegaran kemudaan, pengharapan, dan keselarasan. Warna hijau relatif lebih netral pengaruh emosinya, sehingga cocok untuk istirahat.



Gambar 4 Color Chart Terpilih  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Warna yang diambil pada perancangan media promosi adalah warna Shigenobu Kobayashi, dimana berasal dari kata yaitu, energi, penuh semangat, ceria dan hidup. Apabila diaplikasikan ke dalam implementasi media, nantinya warna merah sebagai warna utamanya, lalu warna kuning dan warna hijau adalah warna yang digunakan sebagai pelengkap. CMYK pada warna merah adalah C=19 M=100 Y=100 K=13, kemudian warna kuning adalah C=6 M=36 Y=100 K=0, dan pada warna hijau adalah C=62 M=11 C=100 K=1. Sedangkan untuk RGB pada warna merah adalah R=180 G=31 B=36, kemudian warna kuning adalah R=197 G=142 B=25, dan pada warna hijau adalah R=111 G=171 B=66.

### 3. Strategi Media

Strategi media merupakan peranan yang sangat penting untuk dilakukan. Strategi media yang baik harus menyatakan bagaimana media dapat membantu menciptakan pengalaman merek bagi konsumen dan calon konsumen (Morissan, 218:218). Strategi media

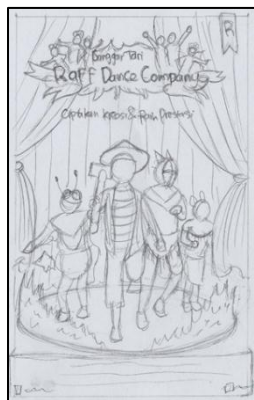


yang baik membutuhkan seleksi dan penggunaan media yang kreatif. Berikut ini merupakan strategi utama media promosi yang digunakan ialah :

Poster adalah media promosi luar ruang yang sering digunakan dan mudah dijumpai dimana dan kapan saja. Kepopuleran dari sebuah poster sebagai alat media promosi banyak ditemukan baik di papan pengumuman, di pinggir jalan maupun tempat lainnya. Poster merupakan media yang informatif, dapat dibaca berulang-ulang, menjangkau audiens dan atraktif. Maka dari itu sanggar Raff Dance Company menggunakan poster sebagai acuan untuk diaplikasikan ke media lainnya.



Gambar 5 Sketsa Alternatif Poster  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

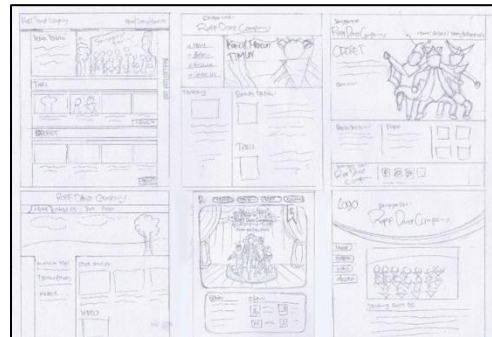


Gambar 6 Sketsa Poster yang terpilih  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

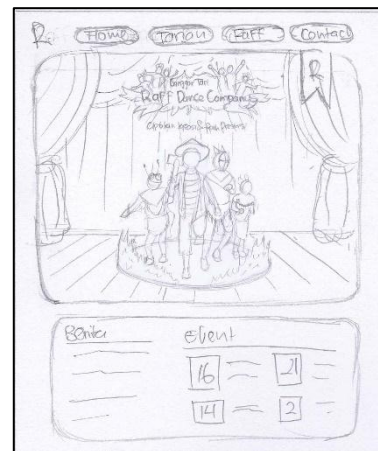
Selain media berupa cetak, Website akan digunakan sebagai salah satu media promosi online sanggar tari Raff Dance Company. Website dinilai sebagai alat pemasaran yang tangguh, website dapat menjangkau masyarakat secara luas, dimanapun dan kapanpun, terutama di kota besar seperti Surabaya yang masyarakatnya semakin mencari kemudahan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Secara umum situs web mempunyai fungsi sebagai berikut, Suyanto (2006:5) :

- 1) Fungsi Komunikasi
- 2) Fungsi Informasi
- 3) Fungsi Entertainment
- 4) Fungsi Transaksi



Gambar 7 Sketsa Alternatif Website  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

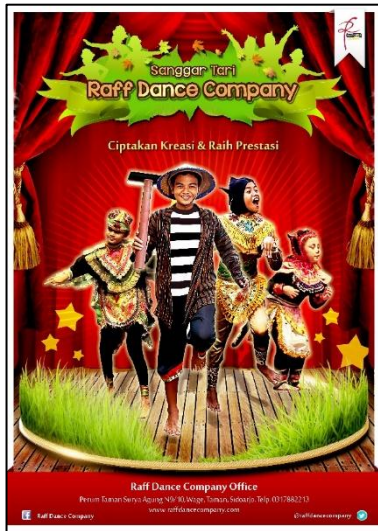


Gambar 8 Sketsa Website yang terpilih  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

## IMPLEMENTASI DESAIN

### 1. Poster

Sesuai sketsa dan desain yang terpilih maka desain poster diimplementasikan pada media ukuran 42cm x 58cm, satu sisi dicetak *full colour* dengan menggunakan kertas art paper yang diberi laminasi glossy. Poster dicetak dengan ketebalan kertas 260gram agar tidak mudah rusak maupun robek dan mudah diaplikasikan ke penempatan medianya. Poster menggunakan visualisasi latar panggung *theater* dengan objek 2 figuran dan 2 penari sanggar tari Raff Dance Company yang sesuai konsep "*energetic*".



Gambar 9 Implementasi Desain Poster  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Seluruh konten website ini berfokus pada macam - macam tari beserta event-event yang diselenggarakan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan mengenalkan tarian dari produksi sanggar tari Raff Dance Company kepada khalayak.

### 3. Billboard



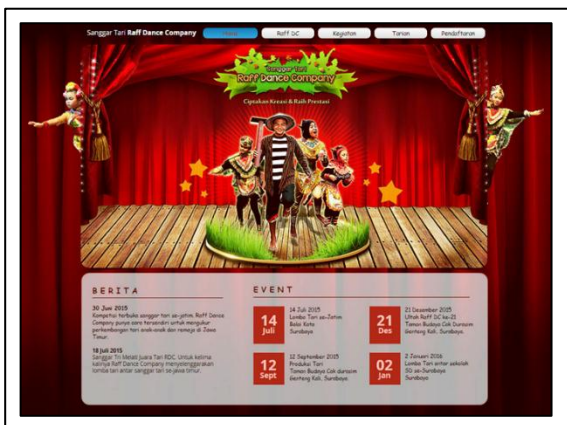
Gambar 11 Implementasi Desain Billboard  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

### 2. Website

Desain website ini menggunakan *jumble layout*, dimana layout ini memiliki kemampuan menggunakan sebuah *background* yang telah didesain sesuai dengan konsep yang terpilih, menyesuaikan lebar layout yang sesuai dengan resolusi browser. Desain website sanggar tari Raff Dance Company diimplementasikan berukuran 1024 x 768 px.



Gambar 12 Visualisasi Penempatan Desain Billboard  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)



Gambar 10 Implementasi Desain Website  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Website ini menyediakan 5 menu beserta sub menu. Pertama, home dengan menu utama. Kedua, menu Raff DC dengan sub menu biografi pendiri dan visi dan misi. Ketiga, menu kegiatan dengan sub menu sistem pembelajaran, *event* dan video. Keempat, menu tari dengan sub menu anak-anak, remaja dan operet. Dan kelima menu pendaftaran dengan sub *contact*.

*Billboard* yang terpilih ditempatkan pada jalan raya yang cukup ramai terutama pada pagi hari yang berada didekat Taman Pelangi yaitu Jalan Achmad Yani Surabaya. *Billboard* ini berukuran horizontal yaitu 4m x 2m. Desain *billboard* ini dibuat sesuai dengan konsep perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company yang visualisasinya objek berada disebelah kanan dan *headline/tagline* berada di sebelah kiri.

Hal ini dimaksudkan agar objek tetap terlihat karena memiliki *point of interest* yang menarik perhatian dan visualisasinya tetap terlihat meskipun dari jarak pandang yang jauh. Selain itu, teks yang dibuat tidak terlalu kecil agar dapat memudahkan audiens membaca dan memahami informasi yang diberikan dan logo sanggar Tari Raff Dance Company tidak luput tertera didalam visualisasi billboard yang diletakkan sisi kanan atas billboard.

### 4. X-Banner

Merupakan salah satu media yang sangat menarik dalam sebuah media promosi, karena



informasi yang ditampilkan mirip dengan poster yang hanya berbeda dari segi ukuran. X-banner sanggar tari Raff Dance Company ini didesain berukuran 60cm x 160cm dengan menggunakan sistem cetak digital printing berbahan fronlite 230. X-banner ini akan ditampilkan pada pameran dan sebagai media pelengkap *stationery set* dari sanggar tari Raff Dance



Company.

Gambar 13 Implementasi Desain X-Banner  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

## 5. Kartu Nama

Kartu nama merupakan salah satu media promosi yang sangat sederhana dan mudah dibawa karena berisi informasi yang tidak berbelit-belit dan berukuran sangat kecil. Kartu nama ini berukuran 8.9 cm x 5.4 cm dengan 2 sisi depan dan belakang yang berposisi vertikal.



Gambar 14 Implementasi Desain Kartu Nama  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

## 6. Stiker

Efisiensi pesan media promosi stiker ini telah dirancang dengan menampilkan alamat web dan nama judul Raff Dance Company yang bertujuan untuk memberikan informasi secara jelas dan lebih dalam kepada khalayak masyarakat. Stiker ini dapat diaplikasikan di berbagai macam tempat, contohnya pada pintu rumah maupun kaca kendaraan. Stiker mempunyai kelebihan yang dapat digunakan pada semua media karena sifatnya yang fleksibel.



Gambar 15 Implementasi Desain Stiker  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

## 7. Brosur



Gambar 16 Implementasi Desain Brosur  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Desain brosur sanggar tari Raff Dance Company diimplementasikan menjadi tiga lipatan yang berukuran kertas A4. Brosur sanggar tari Raff Dance Company di cetak *full colour* dengan teknik cetak menggunakan digital print 2 sisi kertas art paper. Kertas art paper menggunakan ketebalan 150gram, dimana brosur yang digunakan tidak terlalu tipis dan



tidak terlalu tebal sehingga dapat memudahkan khalayak dalam menyimpannya. Isi informasi dari brosur ini lebih detail dan lebih lengkap karena terdapat informasi seputar perusahaan, jadwal latihan, biaya pendaftaran dan lain – lain. Desain brosur ini mengacu pada konsep iklan yang lainnya, dimana terdapat tambahan informasi yang lengkap.

## 8. Iklan Majalah

Konsep desain iklan majalah mengacu pada desain media iklan billboard. Tetap terdapat perbedaan pada ukuran dan beberapa letak penempatan content desain. Desain iklan majalah sanggar tari Raff Dance Company terdapat tambahan informasi berupa biaya pendaftaran, untuk memungkinkan para pembaca dapat mengetahui secara detail tentang promosi iklan sanggar tari Raff Dance Company. Pemasangan iklan majalah sanggar tari Raff Dance Company ditempatkan pada rubrik info bobo dengan ukuran iklan 21cm x 13,5cm.

Dasar pertimbangan pemilihan majalah Bobo, karena Bobo merupakan majalah populer anak-anak Indonesia yang memberikan pembelajaran dan pendidikan melalui bacaan yang menarik sekaligus mengandung unsur permainan untuk anak-anak.



Gambar 17 Implementasi Desain Billboard dan penempatan Majalah BOBO  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan implementasi karya yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Konsep perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company adalah “Energetic” yaitu sikap pribadi seorang anak – anak yang ingin selalu semangat, aktif dan terampil. Dalam hal ini “Energetic” diarahkan bagaimana mempertahankan sanggar tari Raff Dance Company agar menjadi sanggar yang populer dan

dikenal masyarakat luas terutama di kota Surabaya.

2. Implementasi perancangan media promosi sanggar tari Raff Dance Company ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah siswa sanggar tari Raff Dance Company serta membekali anak – anak untuk mengenal seni tari sejak dini.
3. Media promosi yang digunakan dalam perancangan ini adalah media yang umum dan disesuaikan dengan target konsumen yaitu iklan poster, *website*, *billboard*, brosur, *x-banner*, *stationery set* dan iklan majalah.
4. Media promosi yang dirancang sesuai dengan konsep desain, yaitu *energetic*. Menggunakan warna-warna yang tepat sesuai dengan *keyword* dan yang sesuai dengan karakter sanggar tari Raff Dance Company.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ardhi, Yudha. 2013. Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta : PT. Bintang Pustaka Abadi
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi Offset
- Sujarweni, Wiratna. 2014. Metodologi Penelitian. Pustakabarupress. Yogyakarta

### Website:

- <http://www.carawebs.info> (diakses 25 Oktober 2014)
- [http://www.kompasiana.com/komunitassalesindonesia/pentingnya-sebuah-kartu\\_nama\\_55290df06ea83481238b459c](http://www.kompasiana.com/komunitassalesindonesia/pentingnya-sebuah-kartu_nama_55290df06ea83481238b459c) (diakses tanggal 25 September 2015)