

PERANCANGAN IKLAN KOMERSIAL PADA FESTIVAL LOENPIA JAZZ 2023 DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET PENGUNJUNG

Mahdan Dziyaul Khaq¹, Erisa Adyati Rahmasari²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Dian Nuswantoro
mahdankhaq@gmail.com¹, erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id²

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 2 Juni 2024
Disetujui : 17 September 2024

Kata Kunci :

Iklan loenpia jazz, festival musik, media sosial, media promosi, instagram

ABSTRAK

Loenpia Jazz 2023 adalah festival musik jazz tahunan yang diadakan di Kota Semarang yang pelaksanaanya pada tahun 2022 tidak mampu mencapai target pengunjung, sehingga membutuhkan iklan komersial. Metode pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan metode perancangan yang digunakan menggunakan Robin Landa, selain itu analisis yang digunakan adalah Analisis SOAR. Berdasarkan hasil analisis dan media promosi yang dipilih, perancangan iklan komersial ini menggunakan gaya visualisasi Vintage Modern. Gaya vintage merepresentasikan historical venue yang diusung yaitu Ex. Gedung Van Dorp, Kota Lama yang merupakan gedung percetakan paling populer di masanya, Sementara gaya modern digunakan agar dapat diterima oleh masyarakat luas. Iklan komersial Loenpia Jazz 2023 ini menggunakan Instagram sebagai media promosi utama, berupa Instagram Feed dan didukung oleh konten Story Instagram dan Reels Instagram.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : Juny 2, 2024
Accepted : September 17, 2024

Keywords:

Commercial advertising, loenpia jazz, music festival, social media, promotional media, instagram

ABSTRACT

The Loenpia Jazz 2023 is an annual jazz music festival held in Semarang City whose implementation in 2022 was unsuccessfully in reaching the target of visitors, so it requires commercial advertising. The data collection method uses qualitative, and the design method uses Robin Landa's, along with SOAR Analysis. Based on the analysis result and the chosen promotion media, this commercial advertisement design uses the Vintage Modern visualization style. This vintage style represents the historical venue of the former Van Dorp Building, in Kota Lama, the most popular printing workshop of its time, while the modern style is used to be able to accepted by the broader community. Loenpia Jazz 2023 commercial advertisement uses Instagram as the primary promotional media, in a kind of Instagram Feed supported by Instagram Story content and Instagram Reels.

1. PENDAHULUAN

Festival Musik kini disukai oleh setiap kalangan, mulai dari kalangan muda hingga orang tua dengan berbagai jenis musik yang mereka gemari. Perkembangan festival musik di masa kemajuan digitalisasi ini mendorong munculnya festival-festival musik baru di berbagai negara, salah satunya di Indonesia. Perkembangan festival musik di Indonesia sendiri mulai ada pada tahun 1975, band luar negeri yang datang pertama kali ke Indonesia adalah Deep Purple yang bergenre hard rock. Festival musik tersebut sukses memukau 150 ribu orang di Stadion Senayan dan berhasil memecahkan rekor. Selanjutnya, pada tahun 1991 sebuah festival musik yang diselenggarakan oleh Kantata Takwa adalah konser terbesar dan termegah pertama yang terlaksana di Indonesia.

Festival musik yang berlangsung pada tahun 1996 menciptakan terbentuknya konser musik alternatif yang diselenggarakan oleh Jakarta Pop Alternative. Konser tersebut diisi oleh Foo Fighters, Sonic Youth, dan Bestie Boys di Plaza Timur, Jakarta. Festival Musik tersebut juga diisi oleh band-band Indonesia seperti PAS Band, Netral, dan Nugie. Sejak saat itu mulai berkembang festival musik tahunan di Indonesia seperti Jakarta International Java Jazz Festival, Djakarta Warehouse Project, We The Fest, dan Hammersonic Festival yang semua festival tersebut berkembang di Ibu Kota Indonesia, Jakarta. Namun tidak hanya di daerah Ibukota saja, festival musik juga banyak sekali yang berlangsung di daerah-daerah lain, seperti Jazz Traffic di Jawa Timur, Jazz Gunung di Jawa Timur, Ngayogjazz di Yogyakarta, Prambanan Jazz di Candi Prambanan Magelang, dan & Loenpia Jazz di Kota Semarang.

Tak sekedar menampilkan pertunjukkan music saja, festival juga mampu menjadi obyek daya tarik wisata di daerah atau kota tersebut. Seperti halnya festival musik Prambanan Jazz yang berlokasi di Candi Prambanan, mampu meningkatkan minat wisata masyarakat pada Candi Prambanan. Adanya peningkatan minat wisata pada daerah tersebut karena festival musik juga mampu membantu meningkatkan pendapatan daerah pada bidang pariwisata. Selain itu Loenpia Jazz juga menjadi festival musik jazz di Kota Semarang yang mampu menarik minat masyarakat pada obyek wisata yang ada disana, karena festival ini selalu hadir di lokasi yang memiliki nilai sejarah di Kota Semarang. Festival musik dengan genre jazz ini berkembang mulai pada tahun 2012. Festival tahunan ini pertama kali diadakan di Taman KB, sekarang Taman Indonesia Kaya Semarang dengan 300 penonton di tahun pertama.

Festival musik ini diprakarsai oleh sekumpulan orang-orang penikmat musik jazz di Kota Semarang yaitu Jazz Ngisorigin. Meski diprakarsai oleh komunitas festival ini hadir bukan untuk komunitas saja, namun untuk masyarakat umum baik dari dalam kota maupun luar kota. Nama Loenpia Jazz diambil atas dasar semangat keberangan budaya yang berkembang di Kota Semarang. Loenpia yang merupakan makanan khas Semarang dipilih sebagai bentuk dari keanekaragaman budaya di Kota Semarang. Loenpia Jazz diharapkan bisa menjadi salah satu wadah dalam memperkuat keanekaragaman budaya di Semarang yang disalurkan melalui musik jazz dan mampu menarik minat wisatawan dari luar untuk berkunjung ke Semarang.

Berbagai festival musik telah berlangsung di Kota Semarang seperti Holafest, Dipojazz, We Are Your Fest, Incuba Fest, Soegi Jazz, dan Loenpia Jazz. Seperti contoh Loenpia Jazz, festival musik dengan genre jazz ini berkembang mulai pada tahun 2012. Festival tahunan ini pertama kali diadakan di Taman KB, sekarang Taman Indonesia Kaya Semarang dengan 300 penonton di tahun pertama. Festival musik ini diprakarsai oleh sekumpulan orang-orang penikmat musik jazz di Kota Semarang yaitu Jazz Ngisorigin. Nama Loenpia Jazz diambil atas dasar semangat keberangan budaya yang berkembang di Kota Semarang. Loempia yang merupakan makanan khas Semarang dipilih sebagai bentuk dari keanekaragaman budaya di Kota Semarang. Loenpia Jazz diharapkan bisa menjadi salah satu wadah dalam memperkuat keanekaragaman budaya di Semarang yang disalurkan melalui musik jazz.

Loenpia Jazz hadir setiap tahun sejak 2012 hingga sekarang dan terakhir berlangsung pada 2022, berikut lokasi dan jumlah penonton setiap tahunnya :

Tabel 1. 1 Pelaksanaan Festival Musik Loenpia Jazz

Festival Musik Loenpia Jazz		
Tahun	Lokasi	Total Pengunjung
2012	Taman KB	300 Orang
2013	Kota Lama	1.500 Orang
2014	Pecinan	4.000 Orang
2015	Grand Maerakaca	12.310 Orang
2016	Gor Jatidiri	17.000 Orang
2017	Taman Budaya Raden Saleh	9.000 Orang
2018	Hutan Wisata Tinjomoyo	11.000 Orang
2019	Taman Indonesia Kaya	4.000 Orang
2020	Virtual Venue (website)	12.300 Pengunjung Web
2022	Lanumad Ahmad Yani	2.038 Orang

Sumber : Loenpia Jazz, 2023

Pada tahun 2022, Loenpia Jazz hadir dengan membawa tema perjuangan karena pelaksanaan festival tersebut digelar masih dalam suasana perayaan kemerdekaan Republik Indonesia di bulan Agustus. Mulai dari visual hingga tagline pada Loenpia Jazz 2022 ini mengandung tema perjuangan dalam meraih kemerdekaan. Hingga lokasi yang dipilih pada Loenpia Jazz 2022 ini bertempat pada Lanumad Ahmad Yani agar dapat mendukung dan membawa tema perjuangan dengan sepenuhnya di festival musik ini. Tiga stage dihadirkan dalam Loenpia Jazz 2022 yakni Stage Helikopter, Montor Mabur dan Tank, representasi dari alutsista andalan Penerbad TNI AD. Sebanyak ratusan musisi jazz dari berbagai wilayah hadir untuk memeriahkan masing-masing dari stage tersebut, serta musisi nasional juga dihadirkan sebagai bintang tamu seperti Mocca, Ermy Kullit, Vira Talisa, Hendra Kumbara, dan Sri Hanuraga.

Festival Loenpia Jazz 2022 ditargetkan dapat mendatangkan minimal 11.000 pengunjung, namun jumlah pengunjung yang datang untuk menyaksikan dan hadir pada festival musik tersebut hanya 2.038 orang saja. Angka tersebut jauh sekali dari angka minimal pengunjung yang ditargetkan, sehingga Loenpia Jazz 2022 dirasa sangat kurang memuaskan dibanding pada tahun-tahun sebelumnya. Hal tersebut bisa terjadi karena pada saat 3 bulan sebelum Loenpia Jazz 2022 berlangsung, pihak penyelenggara mendapatkan gangguan pada kegiatan publikasi dan promosi. Gangguan tersebut bermula pada salah satu akun media sosial yaitu akun Instagram dari Loenpia Jazz yang sudah memiliki ribuan follower organik mendadak error dan berakhir pada hilangnya akun media sosial tersebut. Sedangkan, akun instagram tersebut adalah akun media sosial utama yang digunakan penyelenggara dalam melaksanakan kegiatan publikasi dan promosi festival musik Loenpia Jazz selama ini karena telah memiliki ribuan follower.

Karena hal tersebut, pihak penyelenggara festival harus membuat akun Instagram baru dan kegiatan promosi dari Loenpia Jazz 2022 tersebut melalui Instagram tidak semaksimal pada tahun-tahun sebelumnya. Sehingga berimbang pada angka pengunjung yang sangat di bawah jauh dari target minimal yang ditetapkan. Oleh karena itu Loenpia Jazz 2023 membutuhkan iklan komersial sebagai strategi promosi yang baru agar dapat memaksimalkan target yang hendak dicapai. Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana merancang desain iklan komersial pada festival music Loenpia Jazz 2023 dalam upaya mencapai target pengunjung?. Adapun tujuan dari perancangan ini adalah untuk membuat perancangan desain iklan komersial pada festival music Loenpia Jazz 2023 dalam upaya untuk mencapai target pengunjung.

2. METODE

2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian dengan metode kualitatif memerlukan pendekatan pada pihak-pihak yang memiliki informasi dan data yang bersangkutan pada penelitian ini sehingga peneliti mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai hal-hal secara rinci yang terjadi di lapangan.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah tahapan pengumpulan data pada metode kualitatif :

1. Wawancara

Wawancara menurut Esterberg dalam Sugiyono (Sugiyono, 2015) wawancara merupakan interaksi yang dilakukan oleh dua orang untuk mendapatkan informasi ataupun ide melalui proses tanya jawab yang hasilnya ditarik menjadi sebuah kesimpulan dalam poin tertentu. Pada penelitian kali ini Wawancara dilakukan pada tanggal 15 juni 2023 bersama Katarina Hadriani selaku festival director dari Loenpia Jazz. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang tepat dan relevan dalam desain publikasi media sosial pada loenpia jazz 2023.

2. Observasi

Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono, 2014) mendefinisikan observasi sebagai kegiatan pengamatan secara langsung terhadap suatu lingkungan fisik maupun aktivitas yang sedang berlangsung mengenai suatu objek melalui alat penginderaan. Observasi yang dilakukan pada Loenpia Jazz adalah dengan melakukan pengamatan pada akun media sosial kompetitor, salah satunya Prambanan Jazz. Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengetahui strategi publikasi yang dilakukan kompetitor guna dijadikan sebagai acuan dalam merumuskan publikasi Loenpia Jazz.

3. Studi Pustaka

Menurut (Sugiyono, 2015) studi kepustakaan merupakan bagian penting dalam penelitian yang dapat dilakukan dengan kajian secara teoritis dan mencari referensi yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam hal ini studi kepustakaan bersumber dari beberapa karya ilmiah, buku, jurnal dan internet yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2.3 Metode Analisis Data

Pada desain publikasi pada media sosial dari festival loenpia jazz ini, metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis SOAR. Analisis SOAR merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan), *opportunities* (peluang), *aspiration* (aspirasi), *result* (hasil). Analisis SOAR merupakan suatu pendekatan untuk melakukan perencanaan strategis yang berfokus pada kekuatan yang dapat digunakan untuk menunjang tercapainya target dan peluang yang dapat dijadikan kekuatan dalam jangka waktu panjang.

2.4 Metode Perancangan

Metode perancangan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Robin Landa berupa 5 tahapan dalam proses desain grafis yang meliputi tahapan *orientation*, *analysis*, *concepts*, *design*, dan *implementation*.

1. Orientation

Tahap orientation merupakan tahapan awal yang akan dijalani penulis berupa pengumpulan data yang nantinya menjadi sebuah materi brief design. Pengumpulan data meliputi observasi mengenai Loenpia Jazz, wawancara dengan pihak terkait yang bersinggungan dengan Loenpia Jazz, inventarisasi data dokumentasi terkait Loenpia Jazz. Selain itu juga penulis melakukan pengumpulan data yang bersumber dari studi literatur dan internet

2. Analysis

Setelah data terkumpul, tahapan selanjutnya merupakan analysis atau mengolah informasi dari data yang sudah didapat. Dari data ini penulis akan menganalisis dengan teknik 5W+1H guna menentukan strategi pada desain yang digunakan sebagai solusi dari permasalahan penulis.

3. Concepts

Di tahap ini merupakan merangkai konsep hingga menjadi sebuah konsep yang matang terkait konsep media, konsep kreatif, dan konsep visual yang digunakan sebagai panduan penulis dalam merancang desain publikasi untuk Loenpia Jazz 2023

4. Design

Tahapan ini merupakan tahapan menggagas visual sebagai sebuah eksplorasi karya untuk
382

memperkaya desain yang ada. Dari konsep yang sudah matang sebelumnya, di tahap ini, penulis melakukan proses visualisasi desain yang meliputi sketsa kasar dan visualisasi secara digital

5. Implementation

Setelah visualisasi desain secara digital selesai dan disetujui serta tidak memerlukan perbaikan lagi maka desain tersebut menjadi desain akhir final. Desain akhir final ini nantinya akan diproduksi, dimulai dengan mengaplikasikan atau menerapkan pada media dalam bentuk digital maupun cetak. Hasil tersebut nantinya akan diberikan kepada klien.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan metode perancangan yang digunakan pada saat membuat sebuah desain dengan 5 tahapan yaitu *Orientation*, *Analysis*, *Concept*, *Design Development* dan *Implementation*. Tahapan tersebut dapat memudahkan penulis dalam merancang desain yang paling relevan dan efektif untuk menjangkau target audien. Rancangan desain tersebut akan digunakan sebagai desain publikasi pada pelaksanaan Loenpia Jazz 2023.

1. Orientation

Desain publikasi media sosial Loenpia Jazz 2023 diharapkan mampu menjangkau masyarakat Jawa Tengah khususnya Kota Semarang dengan efektif, terlebih jika mampu menjangkau masyarakat umum di luar provinsi Jawa Tengah. Dari segi demografis publikasi Loenpia Jazz menargetkan audiens perempuan dan laki-laki berusia 18-55 tahun dari segala kalangan, mulai dari profesi mahasiswa, karyawan, pekerja seni dan kreatif, wiraswasta dan lain sebagainya. Secara psikografis publikasi Loenpia Jazz ini berfokus pada mahasiswa, pekerja Seni & Kreatif dan karyawan wiraswasta yang merupakan penikmat musik jazz.

2. Analysis

Analisa data yang digunakan dalam desain publikasi media sosial Loenpia Jazz ini menggunakan analisis SOAR. Hasil analisa menyimpulkan bahwa Loenpia Jazz 2023 menghasilkan data yaitu Loenpia Jazz membutuhkan desain publikasi untuk menginformasikan pelaksanaan loenpia jazz 2023 yang hadir tanpa biaya tiket dengan berbagai konten festival mulai dari line up musisi, *historical venue* hingga *community gathering* sehingga loenpia jazz mampu minat Masyarakat semarang dan penikmat music jazz dari berbagai kalangan untuk dapat menyaksikan festival tersebut berlangsung serta dapat dikenal sebagai festival yang dapat menjadi representasi dari Kota Semarang. Publikasi yang dilakukan akan berfokus pada konten-konten yang menjadi keunggulan Loenpia Jazz yaitu hadir tanpa biaya *ticketing* dan memiliki berbagai konten festival dan informasi mengenai pelaksanaan festival tersebut.

3. Concept

3.1 Data Target Audien

A. Geografi

Target audien secara geografis, klien mampu melakukan kegiatan publikasi yang efektif pada masyarakat Jawa Tengah, khususnya Semarang. Dan diharapkan tahun ini mampu menjangkau masyarakat umum diluar provinsi Jawa Tengah.

B. Demografi

Target audien secara demografis, klien mampu melakukan publikasi yang efektif pada audien, antaralain :

Jenis Kelamin : Perempuan dan laki-laki

Usia : 18 - 55 Tahun

Status Ekonomi : Semua Kalangan

Profesi : Mahasiswa, Karyawan Kantor, Pekerja Seni & Kreatif, Swatsa & Wiraswasta

C. Psikografis

Target audien secara psikografis, klien mampu melakukan publikasi pada audien secara spesifik untuk Mahasiswa, Pekerja Seni & Kreatif & Wiraswasta serta mereka penikmat musik jazz dengan berbagai profesinya.

D. Behavior

Target audien secara behavior, klien mampu melakukan publikasi pada audien yang suka mendengarkan musik jazz dan audien penikmat live musik.

3.2 Strategi Promosi

Strategi promosi yang akan dilaksanakan pada perancangan ini adalah mempublikasikan Loenpia Jazz sebagai festival music jazz tahunan di Kota Semarang yang hadir tanpa biaya tiket dengan berbagai konten festival mulai dari line up musisi, *historical venue* hingga *community gathering* sehingga loenpia jazz mampu minat Masyarakat Semarang dan penikmat music jazz dari berbagai kalangan untuk dapat menyaksikan festival tersebut berlangsung serta dapat dikenal sebagai festival yang dapat menjadi representasi dari Kota Semarang.

3.3 Strategi & Program Media

Pada upaya memaksimalkan kegiatan promosi dengan hasil yang maksimal dan terarah, diperlukan strategi dan program media untuk merancang dan menyusun langkah promosi yang relevan sebelum melaksanakan kegiatan promosi. Strategi promosi yang dibuat untuk Loenpia Jazz 2023 ini bertujuan untuk menarik minat banyak orang dan pecinta musik jazz menyaksikan festival yang hadir dengan berbagai konten festival dan terselenggara tanpa biaya tiket.

Pada perancangan ini media yang digunakan berfokus pada New Media yaitu media sosial. Fokus media ini berdasarkan pada pemilihan media utama dan media pendukung yang akan digunakan. Adapun media utama yang dipilih pada perancangan ini adalah Instagram Feed. Media utama ini dipilih karena Instagram adalah media sosial yang memiliki banyak sekali pengguna dan paling sering digunakan di Indonesia, serta penyebaran informasi di Instagram bisa terlaksana dengan cepat dan tertarget. Selain itu Instagram adalah salah satu media promosi utama Loenpia Jazz 2023 yang digunakan dari tahun ke tahun. Sehingga pemilihan media utama ini sudah sesuai dengan strategi yang akan dirancang, maupun strategi promosi yang biasa digunakan Loenpia Jazz pada tahun-tahun sebelumnya.

Selain menggunakan Feed Instagram sebagai media utama pada perancangan ini, diperlukan media pendukung untuk memaksimalkan kegiatan promosi Loenpia Jazz 2023. Adapun media pendukung yang dipilih pada perancangan ini adalah Story Instagram, & Reels Instagram. Pada media pendukung story & reels Instagram bertujuan untuk melengkapi strategi promosi yang dijalankan menggunakan Instagram dan menguatkan Audien Relationship Loenpia Jazz 2023 di Instagram. Selain itu Reels Instagram juga mampu menjangkau audien lebih luas secara organik.

Meski kegiatan promosi melalui Instagram sudah berjalan secara organik, namun belum bisa menargetkan audien secara spesifik. Oleh sebab itu, diperlukan kegiatan promosi melalui Instagram secara paid traffic dengan beriklan di Instagram Ads. Pada media utama dan media pendukung nantinya akan diiklankan menggunakan Instagram ads. Hal ini bertujuan untuk dapat mengjangkau audien yang lebih luas, terlebih beriklan pada Instagram Ads dapat berjalan sesuai target audien yang dituju dan biaya yang bisa disesuaikan.

3.4 Konsep Desain

Konsep desain dengan strategi yang efektif diperlukan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi diterima oleh audiens dengan baik. Desain publikasi media sosial Loenpia Jazz ini bertujuan menarik banyak orang untuk menyaksikan festival tersebut, serta informasi mengenai konten festival yang di sorot seperti line up musisi, historical venue, community gathering dan tiket free dapat tersampaikan dengan baik. Dalam proses desain publikasi terdapat beberapa strategi yang dijalankan, yaitu :

A. Tema Pesan

Tema pesan yang dibuat dalam desain publikasi media sosial Loenpia Jazz 2023 adalah mengangkat historical venue yang diusung yaitu Ex. Gedung Van Dorp yang merupakan gedung percetakan paling populer di masanya. Selain itu pesan mengenai perayaan Loenpia Jazz yang ke 11 juga disorot dengan jargon njagong njajan jazz-jazzan.

B. Pendekatan Isi Pesan

Pesan yang disampaikan dalam publikasi media sosial Loenpia Jazz 2023 ini menggunakan pendekatan emosional yang menekankan pada perasaan emosi. Hal ini bertujuan untuk

mendapatkan attensi para audiens, mengingat banyaknya peminat Loenpia Jazz yang berasal dari kalangan penikmat musik jazz. Selain itu konsep Festival ini adalah perayaan syukuran Loenpia Jazz ke-11 yang digelar dengan sederhana dan intimate, sehingga diharapkan semua audiens mampu merasakan kehangatan perayaannya.

C. Bentuk Pesan

Penggunaan pesan dibuat dengan kalimat efektif dan mudah dipahami yang bersifat persuasif. *What to say* yang ditetapkan berfokus pada informasi mengenai tiket gratis, line up musisi dan historical venue yang diusung. Bentuk how to say yang diterapkan dalam desain publikasi berupa konten mengenai gimmick, greeting, dan informasi seputar kegiatan Loenpia Jazz 2023.

D. Copywriting

- Headline : Syukuran Loenpia Jazz 2023
- Sub Headline : nJagong nJajan Jazz-jazzan
- Bodycopy : Line up musisi, waktu dan lokasi Loenpia Jazz 2023

E. Teknik Visual

Perancangan desain publikasi media sosial Loenpia Jazz 2023 ini menggunakan visualisasi yang memadukan Typography dengan elemen vintage yang direpresentasikan melalui foto jadul dari Ex Gedung Van Dorp dan Kotalama Semarang



Gambar 4. 1 foto jadul dari Ex Gedung Van Dorp dan Kotalama Semarang

F. Huruf

Font yang digunakan pada desain publikasi ini adalah font jenis san serif dan serif. Pemilihan font ini berdasarkan visual yang ingin ditampilkan pada media utama yaitu nuansa vintage modern, dalam hal ini font san serif dipilih untuk merepresentasikan bagian modern pada nuansa vintage, sedangkan font serif dipilih untuk menguatkan nuansa vintage. Terdapat beberapa font san serif & serif yang digunakan, antara lain seperti :



Gambar 4. 2 Foto Font Tan Harmoni

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
YZÀÅÉÍÖabcdef
ghijklmnopqrstuvwxyz
wxyzàåéíö&123
4567890(\$£€.,!?)
41

Gambar 4. 3 Foto Font Agrandir Grand

G. Warna

Pemilihan warna sangat penting untuk dapat memberikan nuansa vintage pada desain publikasi media sosial Loenpia Jazz 2023. Warna yang digunakan untuk memberikan nuansa vintage pada desain publikasi ini adalah hijau tua, pink tua, merah tua, dan orange tua.



4.2 Design Development

4.1 Visual Awal

Desain publikasi akan menggunakan referensi dari beberapa contoh desain dari media sosial event yang memiliki nuansa vintage, Hal ini diharapkan mampu menarik minat audiens untuk menyaksikan festival berlangsung.

a. Media Utama

Instagram feed sebagai media utama akan menampilkan informasi-informasi dari pelaksanaan Loenpia Jazz 2023 dengan visualisasi mood vintage yang disesuaikan dengan Historical venue Loenpia Jazz 2023.

- Referensi Instagram Feed

Berikut referensi untuk Instagram feed yang diambil dari Pinterest dan memiliki karakteristik yang sesuai untuk visualisasi Loenpia Jazz 2023 berdasarkan konsep desain pada perancangan ini. Tujuan dari adanya referensi ini untuk mempermudah dalam proses desain dari media utama Loenpia Jazz 2023



Gambar 4. 4 referensi Instagram feed

- Sketsa Feed Instagram

Sketsa ini dibuat berdasarkan acuan referensi desain yang sudah ada dan dikembangkan kembali menyesuaikan dengan konsep desain yang telah ditentukan, sehingga proses desain dari media utama lebih terarah.





Gambar 4. 5 Sketsa Feed Instagram

b. Media Pendukung

1. Story Instagram

Story Instagram sebagai media pendukung akan menampilkan informasi seputar Informasi pelaksanaan Loenpia Jazz 2023 dan konten gimmick untuk meningkatkan engagement akun Instagram terhadap follower akun Instagram Loenpia Jazz. Selain itu, media ini akan memiliki visual dengan mood vintage yang disesuaikan dengan tema pelaksanaan Loenpia Jazz 2023.

• **Referensi Story Instagram**

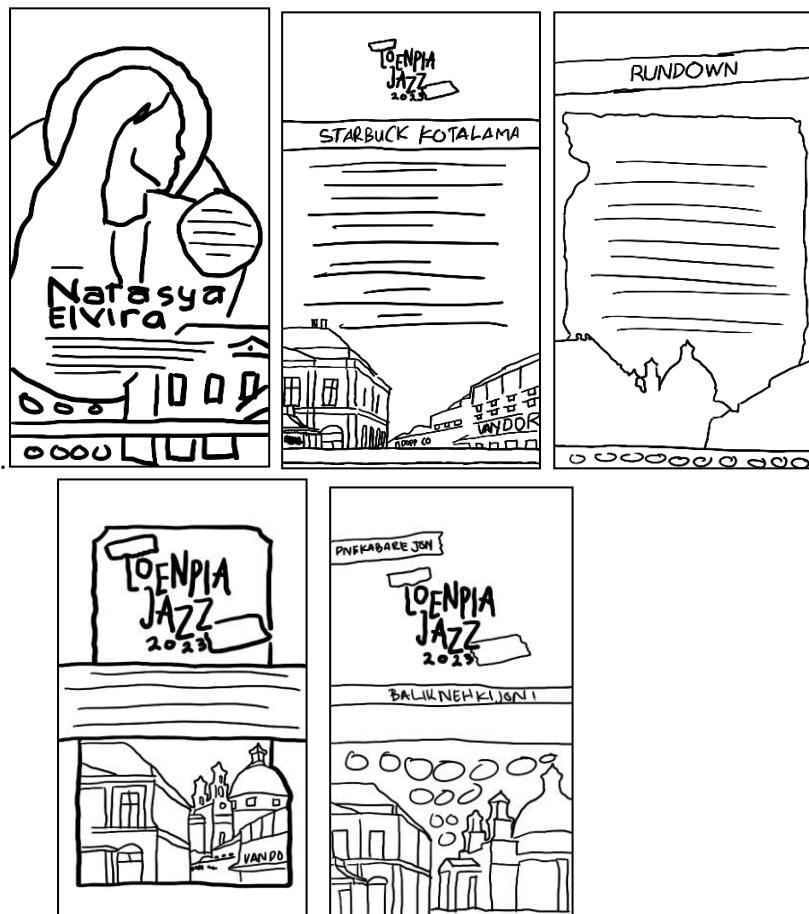
Media pendukung story Instagram menggunakan referensi desain publikasi event music yang telah berjalan, kemudian visualisasinya disesuaikan dengan mood vintage pada konsep desain Loenpia Jazz 2023. Hal ini bertujuan sebagai acuan dalam mendesain dan mempermudah proses desain Story Instagram Loenpia Jazz 2023.



Gambar 4. 6 Referensi Story Instagram

• **Sketsa Story Instagram**

Pengembangan sketsa akan mudah dengan adanya referensi desain yang ada. Sketsa yang sudah terbentuk akan dijadikan acuan pasti dalam membuat visualisasi akhir dari Story Instagram Loenpia Jazz 2023.



Gambar 4. 7 Sketsa Story Instagram

2. Reels Instagram

Reels Instagram sebagai media pendukung berfungsi untuk meningkatkan jangkauan audien Instagram di Loenpia Jazz secara organic, juga menambah keaktifan akun Instagram Loenpia Jazz 2023 sebagai media promosi utama.

- Storyboard “Jangan Sampai Ini Terjadi saat nonton Loenpia Jazz 2023”

Pada konten reels Instagram ini storyboard yang dibuat lebih menunjukkan ke hal-hal yang sering terjadi tiap orang saat menyaksikan festival musik.

- Storyboard “Throwback Loenpia Jazz 2022”

Pada konten reels Instagram ini storyboard menekankan pada dokumentasi acara Loenpia Jazz 2022 melalui kamera Hp dengan mode portrait.

4.3 Visual Akhir

A. Feed Instagram





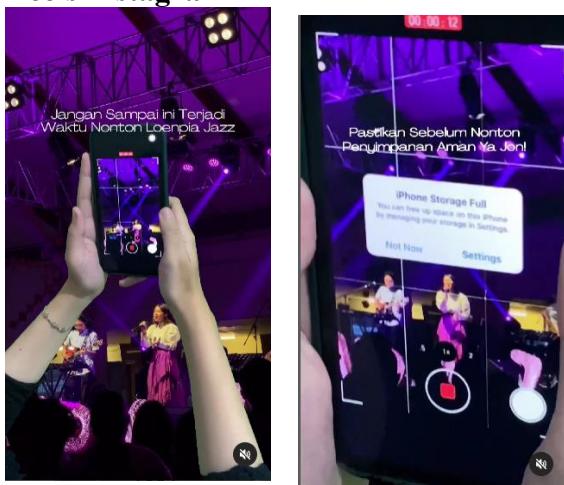
Gambar 4. 8 Visual Akhir Feed Instagram

B. Story Instagram



Gambar 4. 9 Visual Akhir Story Instagram

C. Reels Instagram





Gambar 4. 10 Visual Akhir Reels Instagram

4.4 Frekuensi Media

Pada strategi promosi Loenpia Jazz 2023 melalui Instagram ini tidak hanya berjalan secara organik, tapi juga berjalan dengan paid traffic atau beriklan. Iklan melalui Instagram ini sangat memudahkan media utama dan media pendukung untuk menjangkau audien yang lebih luas dan tertarget. Sehingga, perlu adanya rencana beriklan pada media utama dan pendukung pada frekuensi media tertentu. Frekuensi media pada publikasi Loenpia Jazz 2023 ini berjalan 3 bulan dan tiap minggu ke-empat akan ada evaluasi media. Pemilihan evaluasi tiap minggu ke-empat ini dapat memudahkan untuk mengevaluasi strategi promosi setiap bulannya. Hal ini juga berguna untuk meminimalisir adanya kegiatan promosi yang tidak efektif untuk pelaksanaan Loenpia Jazz tahun berikutnya, serta mampu mengurangi biaya keluar yang tidak dibutuhkan. Berikut adalah frekuensi media yang diiklankan menggunakan Instagram Ads :

Tabel 4. 1 Frekuensi Iklan Instagram

Media	September			Oktober				November				Desember
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Instagram Feed												
Instagram Story												
Reels Video												

Setelah menjalankan iklan dengan Instagram Ads pada media utama dan pendukung akan menghasilkan data insight iklan, data inilah yang nantinya akan dievaluasi kefektivannya sehingga hasil evaluasi dapat menjadi informasi penting pada kegiatan promosi Loenpia Jazz pada pelaksanaan tahun berikutnya.

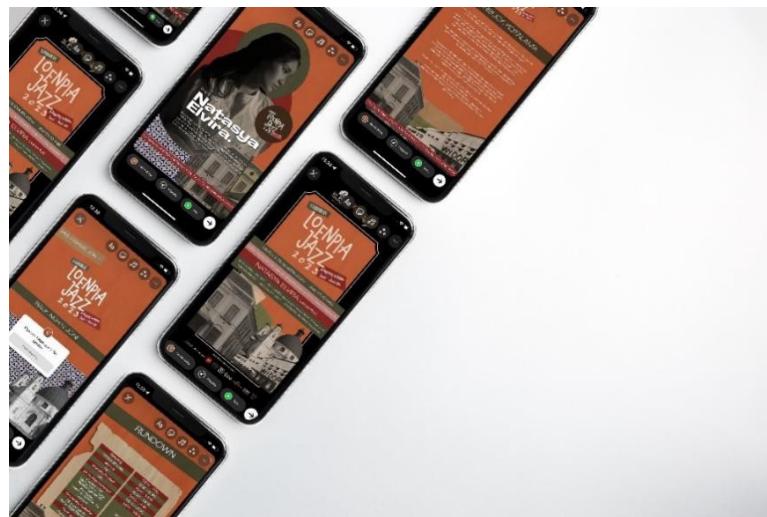
4.5 Implementasi

A. Mock Up Feed Instagram



Gambar 4. 11 Mock Up Feed Instagram

B. Mock Up Story Instagram



Gambar 4. 12 Mock Up Story Instagram

C. Mock Up Reels Instagram



Gambar 4. 13 Mock Up Reels Instagram

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Konsep desain publikasi pada media sosial Loenpia Jazz 2023 yang dipilih yaitu mood Vintage-Modern. Visual vintage merepresentasikan *historical venue* yang diusung yaitu Ex. Gedung Van Dorp, Kota Lama yang merupakan gedung percetakan paling populer di masanya, dan visual modern digunakan agar dapat diterima oleh banyak kalangan masyarakat. Informasi konten festival yang di sorot dalam desain publikasi ini adalah line up musisi, historical venue, community gathering dan tiketing free, dalam penyampaiannya menggunakan pendekatan emosional yang menekankan pada perasaan emosi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan attensi

para audiens, mengingat banyaknya peminat Loenpia Jazz yang berasal dari kalangan penikmat musik jazz. Semua informasi tersebut diterapkan melalui konten gimmick, greeting, dan informasi seputar kegiatan Loenpia Jazz 2023. Instagram dipilih sebagai media yang digunakan pada iklan komersial ini, karena Instagram memiliki banyak sekali pengguna dan paling sering digunakan di Indonesia, serta penyebaran informasi di Instagram bisa terlaksana dengan cepat dan tertarget.. Adapun Media utama yang dipilih pada perancangan ini adalah Instagram Feed dan media pendukung yang dipilih pada perancangan ini adalah Story Instagram dan Reels Instagram.

4.2. Saran

Perancangan iklan komersial Loenpia Jazz berikutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan konten, salah satunya bisa dilakukan penambahan konten teaser agar tema yang dibawakan dapat lebih diterima oleh audiens. Tetap dilakukan *activity* pada media sosial Loenpia Jazz setelah after event sampai dengan kegiatan Loenpia Jazz berikutnya, seperti interaksi pada Instagram story agar akun Loenpia Jazz tetap mendapatkan attensi dari audiencenya. Media sosial Loenpia Jazz juga dapat dikembangkan dengan menggunakan media sosial selain Instagram , yaitu Tiktok. Mengingat saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang digemari masyarakat, dengan begitu media promosi utama Loenpia Jazz dapat bertambah dan jangkauan juga dapat lebih luas.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum.
- Ambar. (2017, June 8). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli - PakarKomunikasi.com*. Pakar Komunikasi. Retrieved May 13, 2023, from <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Beta, L. (2008). Penerapan Multi Image Pada Desain Alas Kaki Wanita. *Tugas Akhir Penciptaan S1 Program Studi Desain Produk*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing*. Gosyen Publishing.
- Jefkins, F. (1992). *Hubungan Masyarakat*. Intermasa.
- Media Promosi: Contoh, Arti, Fungsi, Macam & Rekomendasi untuk Bisnis. (2022, November 25). Cakap. Retrieved May 6, 2023, from <https://blog.cakap.com/media-promosi/>
- Pengertian Media Sosial Adalah, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosial Media. (2018, June 21). Maxmanroe.com. Retrieved May 13, 2023, from <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robinson, P. (1997). *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2002). *Pengantar Tinjauan Desain*. Institut Teknologi Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi, Mix Methods*. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, B. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3* (3rd ed.). Yogyakarta Andi Offset.
- Wirasasmita, R. (2002). Pengertian Promosi. In *Kamus Lengkap Ekonomi* (p. 399). Pionir Jaya.