

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Musik adalah “ilmu atau seni menyusun atau suara di urutan, kombinasi dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai kesatuan dan kesinambunga atau nada atau suara yang disusun demikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu)” (*Kamus Besar Indonesia* 473).

Musik sendiri adalah salah satu bentuk ekspresi yang sudah ada sejak zaman prasejarah, yang diduga ada bahkan sebelum pengenalan bahasa, berupa suara huruf hidup dan berupa nyanyian. Musik kemudian berkembang menjadi lebih kompleks dalam upacara-upacara ritual, dengan satu atau dua kelompok suara. Tidak hanya menjadi pengiring pemujaan, musik juga berfungsi untuk penyembuhan (Clendenin 4).

Dipaparkan pula oleh Steven Mithen bahwa seorang musikolog Deryck Cooke dalam bukunya *The Language of Music* menyatakan bahwa ada asosiasi antara ekspresi musik jenis tertentu dengan emosi tertentu yang diciptakan. Para psikolog menggunakan musik sebagai salah satu cara di dalam terapi yang mereka lakukan kepada para pasien mereka (Mithen 90). Hal ini juga terkait dengan emosi yang ingin ditanamkan atau dibangun oleh para psikolog tersebut.

“When the psychologist Paula Niedenthal of Indiana University and her colleague marc Setterlund needed subjects who were feeling happy they played them Vivaldi and Mozart; when they requires sad subjects they used music by Mahler or Rachmaninov”.

Setelah beberapa abad, musik terkonsep sebagai salah satu seni. Musik juga digunakan sebagai bagian dari kegiatan religius, dan menjadi bagian dari kehidupan dan kebudayaan manusia. Dan dengan adanya variasi musik, banyak aliran musik yang bermunculan sesuai dengan selera masing-masing pemusik.

Namun Diantara berbagai jenis musik tersebut, ternyata musik klasik-lah yang memiliki dampak paling besar terhadap pola perkembangan dan perilaku

manusia. Musik klasik lebih banyak digunakan sebagai terapi psikologi, perkembangan kecerdasan otak.

Dikatakan oleh Steven Mithen dalam bukunya *The singing Neanderthals*, sebuah tim ilmuwan yang dipimpin Lawrence Parsons telah membuktikan dalam penelitian-penelitiannya bahwa otak yang diperdengarkan musik, aliran darah di dalam otak mengalir lebih lancar, memuat oksigen lebih banyak untuk masuk ke dalam otak, sehingga kinerjanya lebih cepat (35).

Kemudian pada penelitian lainnya, mereka menemukan bahwa aliran darah dan perbandingan peningkatan kinerja otak yang satu dengan yang lainnya semakin jelas dan semakin intens (72).

Kini, minat pemahaman akan musik, termasuk jenis musik klasik, sendiri makin populer. Tak hanya menyangkut ragam usia, namun minat akan musik berkembang seiring dengan adanya motivasi yang berbeda pada masing-masing orang. Ada yang menganggap musik sebagai hobi, apresiasi kesenangan belaka, ada pula yang mendalaminya secara khusus. Selain itu, banyak pula yang mengambil musik sebagai tujuan dan panggilan hidup serta pekerjaannya.

Universitas Kristen Petra atau UK. Petra sendiri menyadari akan pentingnya musik sebagai sarana peribadatan rohani, kemudian membentuk Apresiasi dan Pengembangan Musik Gerejawi sebagai program Universitas yang berada dibawah naungan Wakil Rektor I dan menjadi wadah pengembangan musik rohani untuk penyembahan secara Kristiani kepada Tuhan bagi masyarakat UK. Petra, pada saat pertama kali dibentuk.

Program Apresiasi dan Pengembangan Musik Gerejawi atau yang kita kenal dengan APMG, mempunyai sebuah kantor di lantai 2 gedung EH dan kewenangan atas ruang musik di gedung EH lantai 4 UK. Petra sebagai tempat pelatihan dan pengembangan musik, yang tentunya ditunjang oleh peralatan-peralatan musik yang memadai yang telah disediakan dari UK. Petra. Peralatan tersebut antara lain: piano, ruang kedap suara, cermin, papan, dan peralatan lainnya yang juga tersimpan rapi dalam kantor Program APMG.

Adapun Visi dan Misi Universitas Kristen Petra (Dewan Pengurus Yayasan perguruan Tinggi Kristen Petra), antara lain:

Visi: Menjadi Universitas yang peduli dan global (*caring and global*)

university) yang berkomitmen pada nilai-nilai kristiani.

Misi: Memajukan dan memberdayakan masyarakat sebagai pengejawatan nilai-nilai kristiani melalui:

Kepedulian dalam ranah internal dan eksternal kampus.

Wawasan global dalam proses belajar- mengajar dengan kualitas yang bertaraf internasional, baik dari sisi sistem dan proses pendidikan, kegiatan penelitian dan publikasi ilmiah, serta pengabdian masyarakat. Dalam hal ini, Kepala Apresiasi dan Pengembangan Musik Gerejawi dan sekretaris program Apresiasi dan Pengembangan Musik Gerejawi sendiri sebagai dua pengajar utama, telah mengenyam standar pendidikan musik yang telah diakui secara internasional.

Universitas berbasis teknologi informasi sebagai infrastruktur dari sistem komunikasi dan informasi. Dalam hal ini, APMG belum mempunyai basis teknologi sebagai infrastruktur dari sistem komunikasi dan informasi.

Kualitas dan unggulan atau *excellence* dalam hal kepakaran atau *expertise*, penelitian, pelayanan, maupun penyediaan fasilitas; efektifitas dan efisiensi dalam penyusunan maupun pelaksanaan program yang mengacu pada kebutuhan.

Visi dan misi APMG berbasis pada visi dan Misi Universitas Kristen Petra yang menaunginya. Visi dan Misi tersebut di bawah kepemimpinan Rubin Luktio, saat ini ialah:

Visi: Terpenuhinya kebutuhan gereja – gereja Kristen akan pengajar dan *music director* khususnya di Surabaya pada masa yang akan datang.

Misi:

Mengajar dan mendidik calon – calon pengajar dan / atau *music director* baru agar memiliki keahlian musik yang mendasar, pengertian akan latar belakang sejarah musik gereja dan perkembangannya juga serta mengerti cara penerapannya di gereja – gereja pada masa sekarang.

Merencanakan dan mempersiapkan dibukanya jurusan musik di UK Petra yang akan menghasilkan sarjana musik dan sarjana musik gereja yang diharapkan akan dapat memenuhi kebutuhan akan pengajar – pengajar di atas.

Sejalan dengan Visi dan Misi APMG di atas, APMG yang didirikan oleh UK. Petra telah berkembang tak hanya menjadi program Universitas sebagai sarana penyembahan Kekristenan dalam masyarakat UK.Petra ataupun Surabaya saja. Banyak organisasi atau kelompok-kelompok paduan suara yang secara resmi berada di bawah naungan APMG mampu mengukir nama dalam dunia musik nasional. Baik *Petra Chorale*, *Petrus* atau *Petra Chorus*, dan *Petra Choir University* atau yang lebih kita kenal sebagai PCU.

Petra Chorale resmi dibentuk pada tanggal 11 November 1998, diprakasai oleh Ir. Aris Sudibyo,B.C.M selaku kepala APMG pada masa itu, dengan tujuan agar UK. Petra memiliki sebuah paduan suara yang berkualitas, permanen dan dinamis, terutama dalam melakukan pelayanan-pelayanan di Indonesia bagian Timur.

Dengan jumlah sekitar 20 - 25 orang, anggota *Petra Chorale* terdiri atas mahasiswa, dosen, karyawan dan alumni UK.Petra, yang dipilih secara khusus untuk menjaga kualitas dan konsistensi dalam mengerjakan panggilan Tuhan.

Paduan suara lain yang berada di bawah naungan APMG adalah *Petra Chorus*. *Petra Chorus* sendiri terdiri dari para alumnus UK. Petra yang masih terpanggil untuk melayani Tuhan dalam bidang musik, yang tentunya diambil dari anggota PCU yang telah lulus kuliah, demi menjaga kualitasnya.

Selain *Petra Chorale* dan *Petra Chorus*, APMG juga menaungi PCU. PCU merupakan kelompok paduan suara yang terdiri atas beberapa mahasiswa aktif UK.Petra, yang telah melalui proses seleksi lewat Unit kegiatan Mahasiswa atau UKM. Paduan Suara. PCU telah sering memenangkan lomba-lomba tingkat nasional, dan sering mengikuti lomba-lomba ataupun festival skala nasional seperti PESPARAWI atau Pesta paduan Suara Gerejawi, yang bahkan membawa banyak penghargaan untuk nama UK.Petra. Bahkan pada tanggal 5 febuari 2010, tim gabungan *Petra Chorale* dan Paduan Suara Universitas Kristen Petra menjalani mission trip ke Singapore dan Malaysia dibawah naungan APMG UK.Petra (Universitas Kristen Petra,2010,p.4).

Kegiatan dan banyak penghargaan yang telah diukir oleh ketiga paduan suara yang dinaungi oleh APMG, mengukuhkan APMG sebagai wadah

pengembangan musik gerejawi berkualitas yang dibentuk oleh UK. Petra.

Menurut Aprilia W Takasenserang, pada awalnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Apresiasi dan pengembangan Musik Gerejawi hanya sebatas kegiatan pelayanan rohani. Misalnya, pelayanan ke gereja-gereja Kristen dan Katolik, pelayanan dan konser tahunan kegiatan UK. Petra saja seperti konser kelulusan anggota UKM. Paduan Suara, *Feast Of Friendship* yang menggalang dana sosial untuk panti asuhan atau gereja atau lembaga Kristen yang sangat membutuhkan bantuan finansial, serta konser natal tahunan, pelayanan dalam kebaktian ataupun acara-acara khusus yang diadakan UK. Petra.

Namun, dalam perkembangannya yang makin pesat saat ini, kegiatan yang dilakukan oleh APMG tak hanya sebatas pelayanan. Sesuai dengan strategi APMG, kegiatan-kegiatan yang dilakukan memiliki pencapaian-pencapaian target serta pelebaran nama di bawah UK. Petra, yaitu:

- Meningkatkan kualitas pengajar dan peserta kelas *extention* untuk vokal.
- Meningkatkan kualitas semua paduan suara di UK. Petra (*PCU, Petra Chorale*).
- Mengadakan *workshop* untuk vokal dan paduan suara.
- Mengadakan konser klasik dan kontemporer secara periodik.
- Mengadakan drama musikal dan opera.
- Memberikan pelayanan melalui paduan suara ke gereja-gereja di luar kota dan luar pulau.
- Mengundang pengajar–pengajar vokal dan paduan suara sekolah tinggi musik dari dalam dan luar negeri untuk memberikan *workshop* atau *master class*.
- Survey ke sekolah–sekolah tinggi musik di dalam dan luar negeri.
- Menghubungi alumni–alumni sekolah tinggi musik dan menanyakan kebersediaan mereka untuk mengajar bila jurusan musik di UK. Petra telah dibuka.
- Memperhitungkan jumlah kelas studio yang dibutuhkan serta perlengkapannya.
- Menyusun kurikulum untuk program sarjana musik dan sarjana musik gereja.
- Memperbaiki atau renovasi kelas studio yang sudah ada.
- Merencanakan sebuah *Recital Hall* untuk *performance lab*. dan *recital*.

- Merencanakan dibuatnya studio rekaman.

Dalam hal ini, APMG kini menjadi salah satu nilai unggulan yang dimiliki UK.Petra sebagai program yang mengharumkan nama Universitas baik secara nasional maupun internasional.

Menimbang perkembangan musik dalam beberapa tahun ini semakin besar dan semakin banyak masyarakat yang menggeluti musik secara khusus, program APMG sendiri kini sedang dalam tahap pengajuan menjadi sebuah jurusan musik di UK.Petra.

Saat ini, kegiatan-kegiatan yang bersifat di luar pelayanan seperti program pemberian les vokal dan kerjasama pembuatan konser ataupun *orchestra* yang diadakan APMG telah mempunyai suatu nilai tersendiri, namun belum terpromosikan dengan baik. Maka, berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas, APMG UK.Petra memerlukan sebuah *Integrated Marketing Communication* yang mampu memperkenalkan APMG kepada masyarakat yang lebih luas.

Integrated Marketing Communication merupakan proses *marketing* yang melalui suatu pengorganisasian komunikasi kepada audiens yang beragam. Dalam hal ini mencakup *Marketing Mix*, yang secara klasik dijabarkan ke dalam 4P (*product, price, place, dan promotion*). Bisa saja kita memasukkan P yang lainnya, seperti *positioning, people, process, public relations, physical evidence*, tetapi kita tak bisa menanggalkannya hanya menjadi 1P (*price*) atau 2P (*promotion and positioning*) saja. Dengan petunjuk 4P, orang-orang marketing dituntut membuat suatu keseimbangan (Ries xviii).

1.2. Rumusan Masalah

- Bagaimana mengkomunikasikan pengenalan musik klasik kepada *target market* perancangan IMC APMG.
- Bagaimana merancang komunikasi *marketing* yang tepat bagi APMG UK. Petra, yaitu yang mencerminkan Visi dan Misi atau keistimewaan APMG UK. Petra. sehingga mampu menarik minat *target audience* dan *target market* untuk lebih mengenalnya.

1.3. Batasan Masalah

Pembuatan karya untuk perancangan *Integrated Marketing Communication* ini dibatasi hanya membahas mengenai APMG.

Target market perancangan.

a. Primer:

Demografis:

-Usia 17- 35 tahun,

-Strata ekonomi: kelas menengah ke atas, dalam artian kebutuhan dasar mereka bisa terpenuhi , dan mereka masih bisa memenuhi kebutuhan sekunder mereka.

-mengenyam pendidikan minimal sma.

-Tidak asing dengan bahasa Inggris, atau minimal berbahasa inggris pasif

Geografis:

-Letak: di Surabaya.

Psikografis:

-Mempunyai apresiasi tinggi atas musik klasik.

-Orang yang ingin menonjol dibanding rekan-rekannya. Dalam hal ini, untuk menjadi menonjol merupakan nilai kebanggaan tersendiri.

-Mudah tertantang atau menyukai tantangan.

Behaviour:

-Aktif mendengarkan musik, terutama olah musik olah vokal.

-Mencari tahu tentang hal-hal baru.

-Aktif bermain olahraga, dan hal-hal yang berbaur tantangan

-Aktif melakukan hal-hal yang menggali potensi diri.

b. Sekunder:

Demografis:

-Masih dalam usia produktif, yaitu 35 tahun ke atas.

-Strata ekonomi: kelas menengah ke atas, dalam artian kebutuhan dasar mereka bisa terpenuhi , dan mereka masih bisa memenuhi kebutuhan sekunder mereka.

-Tidak asing dengan bahasa Inggris, atau minimal berbahasa inggris pasif.

Geografis:

-Letak: Indonesia.

Psikografis:

-Mempunyai apresiasi tinggi atas musik.

-Menganggap bahwa musik adalah suatu bagian yang penting dari hidupnya.

-Berani membayar harga lebih untuk hal-hal yang sifatnya menggali potensi diri atau aktualisasi diri.

Behaviour:

-Aktif mendengarkan musik.

1.4. Tujuan Perancangan

Mengkomunikasikan pengenalan musik klasik kepada *target market* perancangan IMC APMG UK. Petra.

Merancang komunikasi *marketing* yang tepat bagi APMG UK. Petra, yaitu yang mencerminkan Visi dan Misi atau keistimewaan APMG UK. Petra. sehingga mampu menarik minat *target audience* dan *target market* untuk lebih mengenalnya.

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi APMG

- Membangun *awareness* masyarakat Surabaya akan adanya APMG.
- Memenuhi visi dan misi serta pengaplikasian strategi APMG.
- Mempermudah penyebaran informasi berlangsungnya kegiatan-kegiatan yang diikuti atau diadakan oleh APMG UK. Petra baik untuk kelompok-kelompok paduan suara yang ada di dalam naungan APMG, maupun bagi *target market* maupun *target audience* dari perancangan.
- Meningkatkan jumlah orang yang ingin bergabung di dalam program vokal dan mengikuti konser serta festival yang bukan bersifat pelayanan APMG saja, seiring dengan meningkatnya pemahaman dan ketertarikan masyarakat akan dunia musik.

1.5.2. Bagi Penulis dan Rekan-rekan Mahasiswa

- Dengan perancangan ini diharapkan rekan-rekan mahasiswa mendapat banyak informasi-informasi mengenai APMG yang menjadi program unggulan UK. Petra dan pengenalan yang lebih mendalam mengenai teknik serta perkembangan musik gerejawi saat ini.
- Bagi penulis, Tugas Akhir ini menjadi aplikasi ilmu dan teori secara nyata selama menempuh studi di Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra.

1.5.3. Bagi Masyarakat

- Memberikan informasi menarik bagi pecinta konser musik, khususnya pecinta konser musik yang berstatus sebagai mahasiswa UK. Petra, ataupun calon mahasiswa baru UK. Petra.
- Memberikan informasi tentang APMG, bagi para pecinta atau masyarakat yang berkecimpung dalam dunia musik gerejawi.
- Membangun *awarness* terhadap *achievements*, konser, serta kegiatan-kegiatan yang diikuti atau diadakan oleh APMG.

1.6. Metode Perancangan

1.6.1. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan metode atau cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan fakta-fakta yang digunakan sebagai data atau informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian perancangan.

1.6.1.1. Data Primer

a. Wawancara

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Rubin Lukito selaku ketua APMG, diperoleh data-data yang dibutuhkan, yaitu :

- *Briefing* dari pihak APMG UK.Petra, dimana mereka memberikan masukan tentang identitas yang diharapkan oleh mereka.
- Mengetahui latar belakang, sejarah berdirinya APMG UK.Petra.
- Data kegiatan APMG.

- *Achievements* atau penghargaan.
- Struktur organisasi dan sistem kerja.
- Hal-hal lain yang dibutuhkan.

b. Observasi

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia, Observasi adalah peninjauan secara cermat. Kegiatan observasi merupakan kegiatan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara cermat untuk mengetahui secara umum obyek yang akan diteliti. Observasi atau pengamatan lapangan yang dilakukan, bertujuan untuk mengetahui siapa kompetitor APMG dan bagaimana perkembangan APMG, serta untuk mendapatkan *consumer insight*, sehingga dapat dijadikan data untuk merealisasikan perancangan IMC APMG UK. Petra

1.6.1.2. Data Sekunder

a. Media Cetak

Data didapat dari informasi yang terdapat dari media cetak, seperti koran, majalah, buletin, tabloid, dan media cetak lainnya tentang APMG UK. Petra.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan dalam perancangan IMC ini diperoleh dari dokumen pribadi, baik milik penulis atau orang lain yang digunakan dengan seizin pemiliknya, dokumentasi milik APMG, serta dokumentasi dari sumber-sumber lain, misalnya dari media massa. Format/bentuk dokumentasi yang digunakan antara lain foto, gambar atau foto adegan dalam video, transkrip wawancara, dll.

1.6.2. Metode Analisa data

1.6.2.1. Metode Kualitatif sebagai metode primer

Metode yang digunakan untuk adalah metode kualitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisa hal-hal yang berhubungan dengan sejauh mana masyarakat mengenal APMG. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti sendiri digunakan sebagai instrumen penelitian, dimana peneliti bertindak sebagai *key*

instrument atau alat penelitian utama.

Peneliti mengadakan pengamatan dan wawancara secara tak berstruktur. Maksudnya adalah peneliti tidak menggunakan alat-alat seperti *test* atau angket. Peneliti hanya mengamati dan menganalisa.

Data kualitatif diperoleh dari apa yang didengar, diamati, dirasa, dan dipikirkan oleh peneliti. Tentu saja informasi-informasi itu selalu terkait dengan fokus penelitian. Biasanya data tersebut berupa rekaman wawancara yang kemudian harus ditranskripkan oleh peneliti dalam bentuk narasi. (Idrus 84)

1.6.2.2. Metode Kuantitatif sebagai metode analisa sekunder

Briggs & Stuart mengatakan:

“As is the case of most research about advertising, the result of motivations research are only as good as the questions asked. Broadly, following are the two components to research consume motivations:

The *qualitative* up-front work done that should be used to guide strategy explorations

The *quantitative* work that that confirms that you hit the mark and that your ”mark” is financially optimal.” (251)

Analisa data yang menggunakan analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan metode deduktif, yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mendukung penyelesaian masalah bagi APMG UK.Petra. Hal ini dilakukan juga untuk mendapatkan diferensiasi APMG UK.Petra.

1.7. Konsep Perancangan

Perancangan *Integrated Marketing Communication* ini dibuat untuk merumuskan komunikasi *marketing* yang tepat bagi APMG UK. Petra, yaitu yang mencerminkan Visi dan Misi atau keistimewaan APMG UK. Petra, serta menunjukkan bahwa olah vokal dalam musik klasik tidak membosankan seperti yang ada dalam pemahaman masyarakat Surabaya yang awam akan musik, sehingga masyarakat yang menjadi target perancangan akan tertarik untuk bergabung ke dalam APMG.

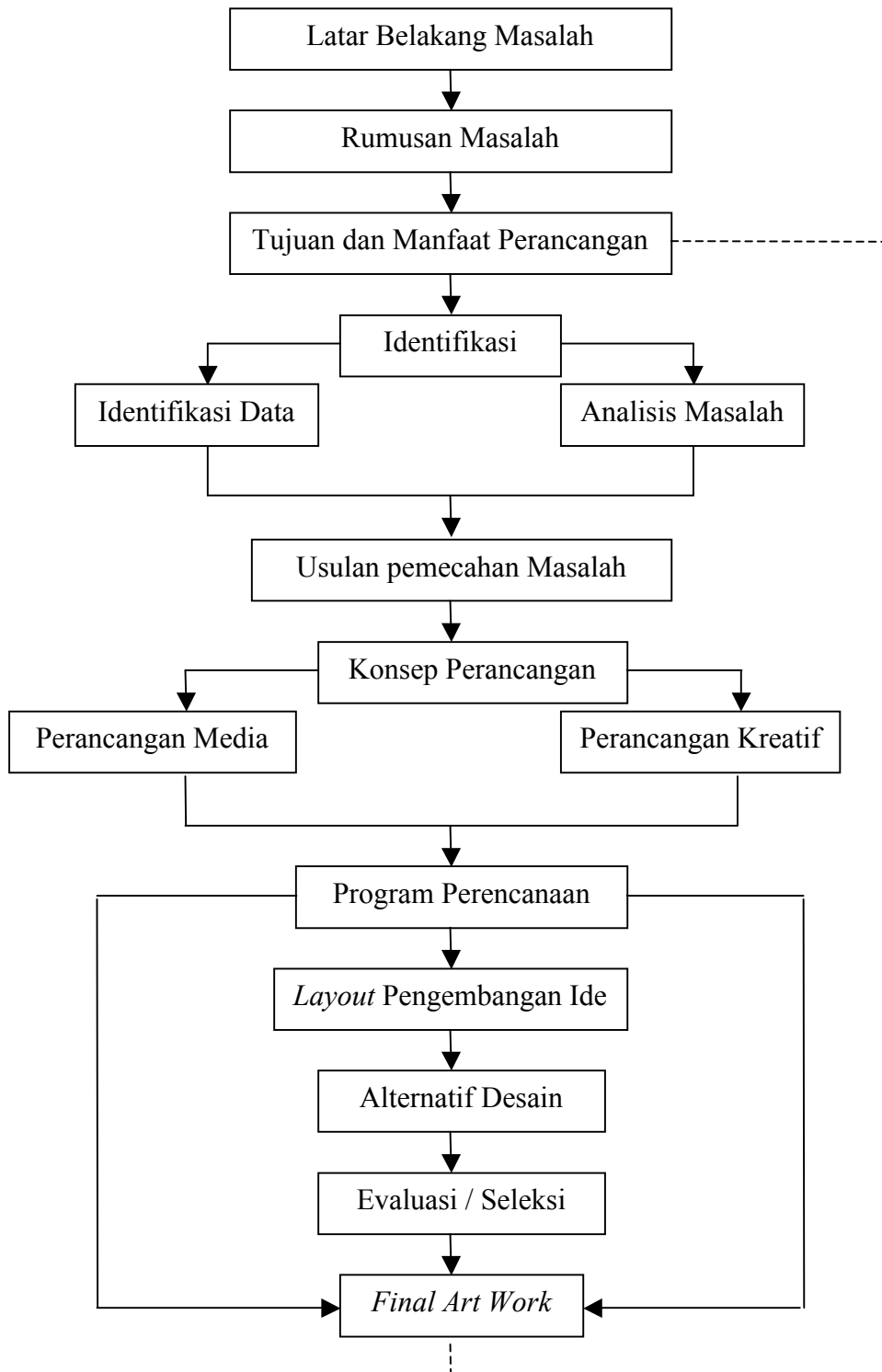
Dalam hal ini, masyarakat yang dimaksud dimulai dari mahasiswa UK. Petra sebagai target kelompok masyarakat terkecil.

Mengingat unit ini bergerak dalam bidang pendidikan musik, maka perancangan komunikasinya pun disesuaikan dengan visi dan misi yang dimiliki oleh APMG. Dalam hal ini juga harus disesuaikan dengan muatan kualitas dan karakteristik serta ciri-ciri yang dimiliki APMG dan strategi yang telah dirancang oleh Rubin Lukito, S.T., B.C.M., G.D.C.M pada tanggal 27 Juli 2006, sehingga dapat dipahami apa saja yang menjadi sarana, prasarana, media yang tepat untuk digunakan dalam perancangan *Integrated Marketing Communication* APMG.

Perancangan *Integrated Marketing Communication* APMG ini akan lebih menggunakan pendekatan ilustrasi grafis serta fotografi yang disesuaikan dengan visi misi serta strategi APMG di atas, misalnya menggunakan skema warna khas kaum Puritan, namun tetap akrab bagi kaum muda. Perancangan media yang bersifat pemrograman seperti *web* akan dibatasi pada tampilan grafis dan susunan serta ilustrasi alur saja.

Diharapkan dengan adanya *Integrated Marketing Communication* ini, APMG lebih dikenal masyarakat luas, baik di dalam kota Surabaya, maupun tingkat Nasional, serta mewakili ciri khas Kekristenan, dan memberikan manfaat bagi pengembangan musik gerejawi.

1.8. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Sistematika Perancangan