

3. KONSEP DESAIN

3.1 Sintesis

3.1.1 Tujuan dan Strategi Pemasaran

Tujuan Pemasaran

- Mencapai tingkat penjualan rata-rata setiap album dari *True Worshipper Production* yaitu sebanyak 50.000 kopi dan bahkan lebih dari itu
Dengan berbagai kekuatan yang dimiliki album solo Alvi, maka diharapkan mampu mencapai angka penjualan rata-rata album produksi True Worshipper lainnya, dan bahkan lebih dari rata-rata.
- Menguasai market musik rohani yang banyak dikonsumsi oleh generasi muda (18 – 30 tahun)
Musik *easy listening* paling banyak diminati oleh generasi muda yaitu sebanyak 15,9 %¹ sehingga album solo Alvi ini dengan konsep musik yang *easy listening* ini juga diharapkan mampu menguasai market musik rohani untuk generasi muda.
- Mampu menembus pasaran luar negeri
Dengan adanya 5 lirik lagu yang berbahasa Inggris juga dengan konsep musik rohani kontemporer dan *easy listening*, dimana musik jenis ini paling banyak digemari oleh semua orang pada umumnya, maka album solo Alvi ini diharapkan akan mampu menembus pasaran luar negeri.
- Mempertahankan *brand image* dari *True Worshippers Production*
True Worshipper Production memposisikan diri sebagai rumah produksi album rohani yang paling berkualitas serta selalu mampu menguasai pasar, hal ini dapat dilihat dari penjualan rata-rata per album yaitu sebanyak 50.000 kopi, dimana jumlah sebanyak ini merupakan angka penjualan yang tinggi untuk sebuah album rohani Kristen. Sehingga album solo Alvi ini diharapkan akan semakin mampu memperkuat *brand image* dari True Worshipper sebagai rumah produksi yang terbaik untuk musik rohani Kristen saat ini.

¹ op.cit.

Strategi Pemasaran

- Memperkuat jaringan pengeceran (retail) dengan bekerjasama dengan Maranatha (PT. Stora Adhiswara)

Dengan adanya kerjasama dengan Maranatha sebagai distributor kaset rohani terbesar di Indonesia saat ini, album ini dengan mudah akan terdistribusi secara merata di Indonesia sehingga akan mampu meningkatkan angka penjualan album solo Alvi.

- Membuat strategi periklanan yang tepat dan sesuai dengan *target audience*
Berbagai perencanaan, konsep serta pelaksanaan periklanan yang matang maka diharapkan juga mampu meningkatkan angka penjualan
- Mengadakan *launching album* untuk memperkenalkan album solo perdana Alvi Radjagukguk

Dengan adanya *launching album* solo perdana Alvi ini, tentu akan mampu menarik banyak minat masyarakat untuk menikmati dan bahkan membeli album tersebut.

- Membuat kerjasama dengan toko buku atau toko kaset rohani besar yang mempunyai jaringan besar di Indonesia seperti toko buku Immanuel, Metanoia, Pondok Pujian untuk mengadakan berbagai *event* promosi seperti pembuatan paket kaset yang dikemas dengan tambahan hadiah lainnya, misalnya berupa *postcard*. Atau bisa juga dengan paket kaset dan cd dengan harga jual yang lebih murah.
- Mengadakan jumpa pers di berbagai toko kaset rohani besar terkemuka
Acara jumpa pers akan dilakukan di toko kaset rohani besar seperti Pondok Pujian, Immanuel dan Metanoia, dan diadakan berbagai kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Semarang. Dengan adanya jumpa pers ini diharapkan mampu menarik minat *audience* atau *market* untuk membeli album solo Alvi.

3.1.1 Tujuan dan strategi komunikasi periklanan

Tujuan Periklanan

- Album solo Alvi Radjagukguk dikenal oleh masyarakat sesuai dengan *target audience*-nya

- *Audience* mampu menangkap konsep musik apa yang ditawarkan Alvi Radjagukguk pada album solo perdananya
- Menanam sebuah *image* baru tentang Alvi Radjagukguk
- Album ini menjadi *trendsetter* untuk musik rohani Kristen
- Pesan dari album solo Alvi yang kebanyakan berbicara tentang pengungkapan hati tentang kebaikan Tuhan bisa sampai ke *audience*

Strategi Komunikasi Periklanan

- Menentukan *positioning* album solo Alvi Radjagukguk
Dengan konsep musik yang *easy listening* dengan sentuhan musik pop dan R&B maka album solo ini diposisikan untuk market musik rohani Kristen, terutama generasi muda yang aktif, dinamis ,dan mengikuti perkembangan jaman
- Menyesuaikan konsep visual periklanan dengan konsep musik album solo Alvi
Konsep musik rohani kontemporer yang dikemas dalam jenis pop dan R&B harus diselaraskan dengan bentuk visual periklanannya supaya *audience* mampu menangkap konsep musik yang ditawarkan oleh Alvi sehingga desain harus terlihat modern.

3.1.2 Tujuan media dan kreatif

- Mampu menyampaikan sebuah komunikasi visual yang kreatif supaya masyarakat tertarik dan mengubah *image* masyarakat akan desain komunikasi visual album rohani Kristen saat ini yang terkesan monoton dan masih banyak terikat dengan lambang-lambang agamawi. Untuk itu juga diperlukan media yang tepat sebagai wadah untuk membuat kekreatifitasan itu bisa dikomunikasikan kepada masyarakat secara tepat dan efektif.

3.2 Konsep Media

3.2.1 Tujuan media

Tujuan dari perencanaan media adalah menentukan media yang tepat sehingga mampu menyampaikan pesan dari album solo Alvi Radjagukguk kepada *audience* secara tepat dan efektif.

Dalam proses perencanaan media, ada tiga hal penting yang dipakai sebagai acuan yaitu:

- Jangkauan Media

Menjangkau *audience* yang sesuai dengan jaringan distribusi dari Maranatha yaitu masyarakat yang tinggal di kota (sedang – besar) yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia, tetapi lebih difokuskan untuk Jawa Bali.

- Frekuensi

Karena *target market* difokuskan untuk kalangan rohani Kristen maka penggunaan media untuk media lini hanya difokuskan pada media cetak dan media interaktif (*web site*) sehingga pengaturan frekuensi akan dibuat berurutan, misalnya peluncuran *web site* lebih dahulu dari pada iklan yang ada pada media cetaknya. Dan untuk promosi akan banyak menggunakan media lini bawah sebagai sarana pendukungnya.

- Kesenambungan

Iklan untuk media cetak akan diluncurkan pada berbagai media cetak rohani Kristen yang ditentukan, dari bulan Juni 2003 – Agustus 2003. Dan untuk media interaktifnya (*web site*) diluncurkan pada bulan Juni 2003.

3.2.2 Strategi media

3.2.2.1 Segmentasi

Segmentasi pada dasarnya adalah suatu proses untuk mengelompok-kelompokkan konsumen atau audience ke dalam kotak-kotak yang lebih *homogen*¹. Dengan ini segmentasi akan dilakukan dengan membagi audience sesuai dengan pendekatan 4 variabel, yaitu:

1. Demografi

- usia : 18 – 30 tahun
- gender: uniseks
- pekerjaan : pelajar/mahasiswa, eksekutif muda, bisnis non eksekutif
- pendidikan : SLTA, Akademik/Universitas, mengerti bahasa Inggris
- agama : Krisitiani (Kristen / Katolik)

¹ Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal.118

2. Geografi

- tinggal di perkotaan dari kota cukup besar – besar
- target utama adalah Jawa Bali, sedangkan target sekunder adalah daerah lain di Indonesia

3. Psikografi

Kepribadian :Menyukai album rohani Kristen berkualitas musik tinggi

Sikap :Mendengar lagu rohani Kristen yang mengikuti perkembangan jaman

Motif :Mendapatkan album rohani Kristen yang baru, *easy listening*

4. Behaviour

Aktif dan selektif dalam menggunakan media

3.2.2.2 Panduan media

Untuk penyampaian pesan maka diperlukan media yang efektif sehingga mampu menjangkau *target audience* yang diharapkan. Dalam pemilihan media ini, media dapat dibedakan menjadi media utama dan media penunjang.

Media utama

1. Majalah

- Khalayak sasaran
Menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi
- Penerimaan khalayak
Mampu mengangkat produk – produk yang diiklankan sejajar dengan persepsi khalayak sasaran terhadap prestise majalah yang bersangkutan
- *Long life span*
Memiliki usia edar paling lama dari seluruh media yang ada
- Kualitas visual
Kualitas visual sangat prima karena umumnya dicetak diatas kertas yang berkualitas prima

Ada beberapa majalah yang dijadikan media dalam penyampaian pesan yang ada, yaitu:

- *Get Fresh*

Majalah *Get Fresh* dipilih karena majalah ini merupakan sebuah majalah Kristiani yang difokuskan untuk anak-anak muda berumur 16 – 23 tahun yang tinggal di kota cukup besar-besar, aktif, dinamis, mengikuti perkembangan jaman. Majalah ini memiliki jaringan distribusi hampir seluruh daerah di Indonesia terutama Jawa, Bali, dan Lombok.

- Bahana

Merupakan sebuah majalah Kristiani dengan target audience lebih luas yaitu untuk umur 18-40 tahun, sehingga majalah ini lebih bersifat umum dan lebih bisa diterima oleh banyak orang serta memiliki jangkauan distribusi hampir seluruh daerah di Indonesia.

Media penunjang

1. *Web site*

- Media interaktif yang bisa diakses lewat jaringan internet, sehingga memiliki jaringan yang sangat luas karena bisa diakses dari pelosok dunia manapun
- Media yang tidak statis yaitu dengan adanya audio dan visual yang menarik, apalagi dengan perkembangan *software* pembuatan sebuah *web site* dewasa ini. Bahkan sangat komunikatif dan informatif serta selalu *up to date*.
- Sesuai dengan market yang ada di luar negeri yang ingin mengetahui lebih detail tentang Alvi Radjagukguk.

2. POP (*Point of Purchase*)

Menurut *Point of Purchase Advertising Institut* (POPAI), periklanan memiliki empat fungsi yang jelas dalam pembangunan penjualan, yaitu:

a. Pemberian informasi

Tanda-tanda merupakan alat informasi *Point of Purchase* yang paling sering digunakan, dimana tanda-tanda ini memberikan sinyal kepada para konsumen terhadap sebuah produk baru dan mempengaruhi mereka untuk membelinya.

b. Pengingatan

Nama produk biasanya digambarkan secara jelas dalam sebuah display, dan memberikan sebuah memori tertentu sesuai dengan pesan yang disampaikan. Hal ini akan memperkuat kesadaran konsumen terhadap produk, mempengaruhi pembelian pada masa mendatang.

c. Bujukan

Image dan alasan-alasan untuk membeli yang tercantum dapat membantu membujuk konsumen untuk membuat keputusan terakhirnya.

d. *Perdagangan*

Pameran produk akan mampu menarik perhatian sehingga mampu mengikat hati konsumen untuk membeli sebuah produk. Hal ini juga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengenal serta mengevaluasi produk yang dijual lebih jauh.

Untuk point of purchase advertising, materi yang digunakan:

- Poster
- Poster untuk konser *launching* album
- *Hanging mobile*
- *Flag chain*

3. *Merchandising Schemes*

Dengan adanya kemasan CD dan kaset yang tergabung dalam satu kemasan yang dijual dengan harga lebih murah diharapkan akan mampu menarik minat banyak orang untuk membelinya.

4. *Postcard*

Sarana promosi yang dibagikan secara cuma-cuma dan diharapkan mampu merangsang penjualan karena diminati banyak orang sebagai sarana komunikasi.

3.2.3 Program media

Untuk program media maka perlu pengaturan penayangan pada media yang dipilih baik mengenai waktu maupun frekuensinya. Secara umum program media diluncurkan pada awal Juni 2003 – Agustus 2003.

Waktu :

Juni 2003 – Agustus 2003

Media :

1. Majalah

- *Get Fresh*

Diterbitkan 1 bulan 1 kali di halaman kedua selama bulan Juni 2003 – Agustus 2003

- *Bahana*

Diterbitkan 1 bulan 1 kali di halaman kedua selama bulan Juni 2003 – Agustus 2003

- Web site
Mulai bisa diakses bulan Juni 2003
- Poster
Ditempatkan pada toko – toko kaset rohani sesuai dengan jangkauan retail dari Maranatha sebagai distributor. Waktu pemasangan adalah bulan Juni 2003.
- Poster untuk konser *launching* album
Ditempatkan di seluruh toko kaset rohani Kristiani yang terdapat di kota Jakarta dan Surabaya. Dan waktu pemasangan akan dilakukan pada bulan Agustus 2003 sesuai dengan jadwal konser *launching* album yang direncanakan di Jakarta pada akhir Juli 2003 dan di Surabaya pada awal Agustus 2003.
- *Hanging mobile*
Ditempatkan di toko-toko kaset rohani Kristiani mulai bulan Juli sesuai dengan beredarnya album solo Alvi di pasaran.
- *Flag chain*
Ditempatkan di toko-toko kaset rohani Kristiani mulai bulan Juli sesuai dengan beredarnya album solo Alvi di pasaran .
- *Postcard*
Dibagikan secara cuma-cuma disesuaikan dengan jadwal konser *True Worshipers* mulai bulan Mei 2003.

3.3 Konsep Kreatif

3.3.1 Tujuan kreatif

- Mempengaruhi audience untuk berpikir bahwa album rohani Alvi Radjagukguk memiliki kualitas yang sama dengan album dari *True Worshiper Production* sebelumnya
- Memperkuat brand *image* Alvi Radjagukguk sebagai penyanyi rohani Kristen yang telah lama eksis dalam dunia musik rohani Kristen yang akhirnya mengeluarkan album solo perdananya
- Menarik audience untuk mendengarkan album solo perdana Alvi Radjagukguk

- Audience mampu menangkap konsep musik yang ditawarkan oleh Alvi Radjagukguk yaitu musik rohani kontemporer yang dikemas dalam musik pop dan R&B.
- Membawa audience untuk keluar dari *image* musik rohani Kristen selama ini terutama dalam pembuatan sarana visual album rohani yang selalu menampilkan nilai-nilai agamawi Kristen.

3.3.2 Strategi kreatif

3.3.2.1 Isi pesan

Isi pesan adalah untuk mengkomunikasikan keberadaan album solo perdana Alvi Radjagukguk dengan *single*-nya *treasure* yang akan beredar pada bulan Juli 2003, dimana album ini diproduksi oleh *True Worshippers Production* sehingga juga memperkuat *brand image* dari *True Worshippers*.

3.3.2.2 Bentuk pesan

Ada dua macam bentuk komunikasi yang biasa dipakai sebagai alat atau media penyampai pesan, yaitu:

- Pesan Verbal

Pesan verbal lebih dikenal dengan pesan tertulis yang disampaikan lewat kata-kata atau tulisan. Pesan verbal yang akan disampaikan adalah sebuah kata-kata yang berusaha menarik perhatian khalayak akan munculnya album baru dari *True Worshipper Production* yang berupa album solo perdana Alvi Radjagukguk dengan hits lagu yang dipilih dari album ini yaitu *Treasure*.

- Pesan Visual

Pesan visual adalah pesan yang berupa gambar, grafik, atau foto. Pesan visual digambarkan lewat sebuah foto Alvi Radjagukguk yang *casual* dan permainan warna biru sebagai warna dasar dari keseluruhan desain, serta penggunaan bentuk lingkaran dan garis yang bersifat dinamis untuk menguatkan sebuah konsep desain modern. Penggunaan bentuk lingkaran yang dipadukan dengan bentuk garis ini diharapkan mampu berbicara tentang sebuah bayangan masyarakat tentang album rohani yang monoton dan kurang menarik, atau dapat dikatakan *break the rules* yaitu dengan kreatifitas baru. Pesan visual yang terpenting adalah wajah Alvi dengan tujuan untuk memperkenalkan Alvi Radjagukguk pada masyarakat.

3.3.2.3 Strategi visual

Penekanan visual akan lebih difokuskan pada wajah Alvi Radjagukguk karena ini merupakan album solo perdananya. Selain itu wajah juga akan mewakili semua bagian tubuh yang lain, dari wajah bisa diketahui identitas seseorang dengan mudah. Manipulasi fotografi akan banyak dilakukan di sini untuk mendukung penampilan visual Alvi, yaitu dengan permainan warna biru sebagai warna dasar dari keseluruhan desain yang ada. Pengambilan bentuk lingkaran akan banyak digunakan untuk membentuk sebuah kesan ruangan, hal ini untuk mengatasi kekurangan materi fotografi yang terkadang terkesan *flat* dan kurang menarik, sehingga perlu sekali dilakukan manipulasi. Sedangkan bentuk lingkaran diambil dengan pertimbangan bahwa lingkaran bersifat *flexible*, sehingga hal ini disesuaikan untuk mengubah *image* kaset rohani Kristen yang masih sering menggunakan elemen-elemen yang bersifat agamawi dan tidak *up to date*.

3.3.3 Program kreatif

3.3.3.1 Tema pokok

Tema pokok disesuaikan dengan tujuan dari Alvi Radjagukguk yaitu untuk memperkenalkan album solo perdananya dengan konsep musik pop dan R&B sehingga diperlukan sebuah desain modern yang bersifat dinamis.

3.3.3.2 Pendukung tema

Untuk mendukung tema perkenalan album solo perdana Alvi Radjagukguk, maka perlu disampaikan juga bahwa album ini merupakan sebuah produksi terbaru dari *True Worshippers Production* yang sudah banyak dikenal masyarakat, bahkan sudah mempunyai *brand image*.

3.3.3.3 Pedoman bentuk kreatif

Pesan verbal

Secara verbal, pesan perlu adanya keseragaman dalam setiap media yang digunakan sehingga tidak terpecah dan tidak memiliki konotasi yang berbeda-beda. Pada *headline* difokuskan ke perkenalan album solo yaitu dengan menampilkan kata-kata yang mendorong masyarakat untuk mendengar album solo perdana Alvi Radajagukguk bahkan memilikinya.

Pada *body copy* akan mengkomunikasikan tentang keberadaan Alvi yang membuat album solo perdana, dan ini merupakan produk terbaru dari *True Worshipers Production*.

Pesan visual

Pesan visual akan lebih banyak berbicara tentang konsep musik yang modern, dan bersifat kontemporer dan melambangkan kesan *break the rules* serta sesuai dengan tujuan Alvi untuk bisa menjadi *trendsetter* dalam dunia musik rohani Kristen. Penampilan wajah Alvi akan tetap mendominasi karena untuk memperkenalkan diri Alvi Radjaguguk pada publik. Beberapa hal yang penting dari pesan visual yaitu:

- bentuk *image* yang keluar dari sebuah bentuk *frame* kotak, hal ini melambangkan adanya sebuah konsep desain baru dalam dunia desain album rohani Kristen yaitu bersifat keluar dari ikatan lambang-lambang agamawi, tetapi tidak melanggar nilai-nilai Kristen.
- permainan lingkaran melambangkan adanya fleksibilitas, *softer*, sebuah bentuk yang humanistik (sesuatu yang berkaitan dengan manusia dan hidup), tidak ada ujung dan pangkalnya sehingga memberikan kesan sesuatu yang bergerak terus menerus dan dinamis², dimana album rohani ini bersifat kontemporer yaitu dengan adanya perpaduan musik Pop dan R&B untuk mengikuti perkembangan dunia musik yang ada. Selain itu lingkaran yang digabungkan bertujuan untuk membentuk sebuah ruangan yang berbicara tentang kesatuan dan kekuatan dari album solo Alvi ini.
- bentuk garis melambangkan sebuah gerakan yang dinamis, aktif dan bergerak sehingga dapat mewakili album solo Alvi yang bersifat mengikuti perkembangan dunia musik.
- warna biru sebagai warna dasar termasuk warna favorit banyak orang, dimana pada pesan visual pada desain album solo perdana Alvi berbicara tentang kedamaian, keteduhan yang menenangkan jiwa, menyampaikan reliabilitas (kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen)³ sehingga

² Adrian Frutiger. *Signs and Symbols Their Design and Meaning*. Van Nostrand Reinhold, New York, hal. 360

³ L.K. Petterson dan Cheryl Dangel Cullen. *Global Graphics: Color*. Rockport Publisher, Inc. , China, hal 194

biru sesuai untuk warna dasar untuk album solo rohani perdana Alvi Radjagukguk.

3.3.3.4 Penyajian

Gaya visualisasi yang digunakan adalah gaya desain modern eksperimental. Desain modern dipilih karena fungsionalism, objektivism, *form follow function*, *less is more*, estetika mesin, kesederhanaan bentuk, anti ornamen.⁴ Sedangkan nuansa ekperimental digunakan dengan konsep *break the rules* yaitu untuk mencoba keluar dari kecenderungan gaya desain album rohani dewasa ini di Indonesia, selain itu merupakan sesuatu yang *unusual*. Gaya desain ini mampu mengekspresikan sesuatu yang lepas dari kebiasaan kecenderungan desain dan sarana promosi album rohani yang masih banyak terikat dengan lambang-lambang agamawi, dan juga mampu mengesankan kemajuan jaman, sesuatu yang modern.

Program penulisan teks dan penulisan visual

Iklan majalah

Ukuran	: 20,5 x 27,5 cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: <i>Full Colour</i>
Headline	: Get it now-Alvi Radjagukguk
Tipe huruf	: Balls on the rampage
Sub Headline	: <i>Newest from True Worshippers Production</i> <i>With the single treasure</i>
Tipe huruf	: Arial
Body copy	: <i>Available on cd and cassette</i> <i>Also available—cd and cassette in one packaging</i> <i>Coming soon on July 2003</i>
Tipe huruf	: Arial
Ilustrasi	: Penampakan wajah Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan separuh saja, dengan background bulatann-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari <i>frame</i> kotak yang ada.
Teknik ilustrasi	: Fotografi

⁴ Steven Heller dan, Seymour Chwast. *Graphic Style*, Herry N Abrams, Inc. ,New York ,hal 238

Web site

Ukuran	: 800 x 600 pixels
Warna	: <i>Full Colour</i>
Headline index	: <i>Get my first album now</i>
Tipe huruf	: <i>Balls on the rampage</i>
Sub Headline	: <i>Newest from True Worshippers Production</i> <i>With the single treasure</i>
Tipe huruf	: Arial
Body copy	: <i>Available on cd and cassette</i> <i>Coming soon on July 2003</i>
Tipe huruf	: Arial
Halaman	: 6 halaman (<i>Home, News, Music, Tour, Download, Contact</i>)
Headline	: sesuai dengan halaman
Tipe huruf	: Marquee Moon
Ilustrasi	: tiap halaman disesuaikan dengan judul halaman, tetapi tetap menggunakan konsep sebuah bidang yang keluar dari <i>frame</i> kotak.

Poster

Ukuran	: 40 x 57,5 cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: <i>Full Colour</i>
Headline	: <i>Get it now-Alvi Radjagukguk</i>
Tipe huruf	: <i>Balls on the rampage</i>
Sub Headline	: <i>Newest from True Worshippers Production</i> <i>With the single treasure</i>
Tipe huruf	: Arial
Body copy	: <i>Available on cd and cassette</i> <i>Coming soon on July 2003</i>
Tipe huruf	: Arial
Ilustrasi	: Penampakan wajah Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah badan saja dan ditempatkan di sebelah kanan,

dengan background bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada.

Teknik ilustrasi : Fotografi

Poster konser

Ukuran : 40 x 57,5 cm

Posisi : Vertikal

Warna : *Full Colour*

Headline : In concert now-Alvi Radjagukguk

Tipe huruf : Balls on the rampage

Sub Headline : *Featuring* : Sari Simorangkir, Sidney Mohede, Lita Zen
JHCC, July 28th 2003 @7 pm

Tipe huruf : Arial

Body copy : tiket: Pondok Pujian, Immanuel, Maranatha

Tipe huruf : Arial

Ilustrasi : Penampakan Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah wajah sebelah kanan saja dan ditempatkan di sebelah kiri, dengan background bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada.

Teknik ilustrasi : Fotografi

Postcard

Ukuran : 15x 11,5 cm

Posisi : Vertikal

Warna : *Full Colour*

Headline : *Get it now*-Alvi Radjagukguk

Tipe huruf : Balls on the rampage

Sub Headline : *Newest from True Worshipers Production*
With the single treasure

Tipe huruf : Arial

Body copy : *Available on cd and cassette*
Coming soon on July 2003

- Tipe huruf : Arial
- Ilustrasi : Penampakan Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah badan saja dan ditempatkan di sebelah kiri, dengan background bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada, dan *frame* hanya diperlihatkan di sisi kiri
- Teknik ilustrasi : Fotografi

Hanging mobile

- Ukuran : 30 x 35 cm
- Posisi : Vertikal
- Warna : *Full Colour*
- Headline : *Get it now-Alvi Radjagukguk*
- Tipe huruf : Balls on the rampage
- Sub Headline : *Newest from True Worshippers Production*
With the single treasure
- Tipe huruf : Arial
- Body copy : *Available on cd and cassette*
Also available—cd and cassette in one packaging
Coming soon on July 2003
- Tipe huruf : Arial
- Ilustrasi : Penampakan Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan pada badan saja, dengan *background* bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada, ditambah dengan tampilan CD
- Teknik ilustrasi : Fotografi

Flag chain

- Ukuran sisi : 20 cm
- Posisi : Vertikal
- Bentuk : Segitiga
- Warna : *Full Colour*
- Headline : *Get it now-Alvi Radjagukguk*

Tipe huruf	: Balls on the rampage
Sub Headline	: <i>Newest from True Worshippers Production</i> <i>With the single treasure</i>
Tipe huruf	: Arial
Body copy	: <i>Available on cd and cassette</i> <i>Coming soon on July 2003</i>
Tipe huruf	: Arial
Ilustrasi	: Ada 3 <i>flag chain</i> dengan penampakan Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah wajah sebelah kiri, wajah sebelah kanan dan panampilan wajah penuh, dengan <i>background</i> bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari <i>frame</i> kotak yang ada.
Teknik ilustrasi	: Fotografi
Tiket konser	
Ukuran	: 12 x 8 cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: <i>Full Colour</i>
Headline	: REGULAR dan VIP
Tipe huruf	: Futura Xblk Bt
Sub Headline	: In concert now-Alvi Radjagukguk
Tipe huruf	: Balls on the rampage
Body copy	: JHCC, July 28 th 2003 @7 pm
Tipe huruf	: Arial
Ilustrasi	: Untuk tiket regular Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah badan saja dan ditempatkan di sebelah kiri sehingga terkesan bentuk umum, untuk VIP Alvi diperlihatkan bagian wajah tetapi difokuskan mata sebelah kanan untuk menandakan adanya kelas tertentu, dapat jua diartikan tidak tampil keseluruhan berkesan eksklusif, karena tidak sembarang orang bisa melihat tetapi tetap tidak lepas dari fungsi komunikasi.

Background bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada.

Teknik ilustrasi : Fotografi

Cover CD

Ukuran : 14,3 x 12,6 cm

Posisi : Vertikal

Warna : *Full Colour*

Headline : Alvi Radjagukguk

Tipe huruf : Marquee moon

Ilustrasi : Penampakan wajah Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah badan saja dan ditempatkan di sebelah kanan, dengan background bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada. Serta dengan bentukan kurva untuk menyatukan bagian depan dan belakang cover CD

Teknik ilustrasi : Fotografi

Cover Kaset

Ukuran : 6,5 x 10,3 cm

Posisi : Vertikal

Warna : *Full Colour*

Headline : Alvi Radjagukguk

Tipe huruf : Marquee moon

Ilustrasi : Penampakan wajah Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah badan saja dan ditempatkan di sebelah kanan, dengan background bulatan-bulatan yang membentuk sebuah ruangan yang dikomposisikan keluar dari *frame* kotak yang ada. Serta dengan bentukan kurva untuk menyatukan bagian depan dan belakang cover kaset

Teknik ilustrasi : Fotografi

Kemasan CD dan kaset

Ukuran	: 14,3 x 12,6 cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: <i>Full Colour</i>
Headline	: <i>only</i> Rp. 60000,- cd + <i>cassette</i>
Tipe huruf	: Arial
Ilustrasi	: Penampakan wajah Alvi Radjagukguk yang diperlihatkan setengah badan saja Dengan background tulisan-tulisan yang dikomposisikan dalam sebuah kesatuan desain yang berkesan modern dan eksperimental

Teknik ilustrasi : Fotografi

3.3.3.5 Biaya Kreatif

- Iklan Majalah

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 20,5 x 27,5 cm
Harga	: 2 x 3 x 1.200.000,-
Biaya	: Rp. 7.200.000,-
PPN 10%	: Rp. 720.000,-
Total	: Rp. 7.920.000,-

- Poster

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 40 x 57,5 cm
Harga	: 3000 x 1.200
Bahan	: Art paper 210 gr
Teknik	: Cetak offset
Biaya	: Rp. 3.600.000,-
PPN 10%	: Rp. 360.000,-
Total	: Rp. 3.960.000,-

- Poster Konser

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 40 x 57,5 cm

Harga	: 1000 x 1.200
Bahan	: Art paper 210 gr
Teknik	: Cetak offset
Biaya	: Rp. 1.200.000,-
PPN 10%	: Rp. 120.000,-
Total	: Rp. 1.320.000,-

- *Hanging mobile*

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 30 x 35 cm
Harga	: 3000 x 2000
Bahan	: Art paper 260 gr
Teknik	: Cetak offset
Biaya	: Rp. 6.000.000,-

- *Flag Chain*

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 20 x 20 cm
Harga	: 5000 x 1.200
Bahan	: Art paper 150 gr
Teknik	: Cetak offset
Biaya	: Rp. 6.000.000,-

- Tiket konser

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 12 x 8 cm
Harga	: 6000 x 700
Bahan	: Art paper 210 gr
Teknik	: Cetak offset
Biaya	: Rp. 4.200.000,-
Total	: Rp. 4.200.000,-

- *Postcard*

Warna	: <i>Full Colour</i>
Ukuran	: 15 x 11,5 cm
Harga	: 10.000 x 2000

Bahan : Art paper 260 gr
 Teknik : Cetak offset
 Biaya : Rp. 20.0000.000,-
 Total : Rp. 20.000.000,-

- *Web site*

Ukuran : 800 x 600 pixels
 Harga : Rp.3.000.000,-
 Desain : Rp. 1.500.000,-
 Biaya : Rp. 4.500.000,-
 Total : Rp. 4.500.000,-

- Cover CD

Warna : *Full Colour*
 Harga : 20.000 x 5000
 Bahan : Art paper 150 gr
 Teknik : Cetak offset
 Biaya : Rp. 100.000.000,-

- Cover Kaset

Warna : *Full Colour*
 Harga : 30.000 x 3500
 Bahan : Art paper 150 gr
 Teknik : Cetak offset
 Biaya : Rp. 105.000.000,-

- Kemasan Kaset dan CD

Warna : *Full Colour*
 Harga : 5000 x 5000
 Bahan : Art paper 230 gr
 Teknik : Cetak offset
 Biaya : Rp25.000.000,-

Total Biaya Promosi: Rp. 283.900.000,-