

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL
SURAKARSTAGE SEBAGAI MEDIA PROMOSI
SENI PERTUNJUKAN DI SURAKARTA**

TUGAS AKHIR KARYA

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S1)
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



Oleh:

ANGGA BAKTI EFENDY

NIM 15151112

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTUTUT SENI INDONESIA SURAKARTA**

2022

PERSETUJUAN

STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL SURAKARSTAGE SEBAGAI MEDIA PROMOSI SENI PERTUNJUKAN DI SURAKARTA

Oleh :

Angga Bakti Efendi

NIM. 15151112

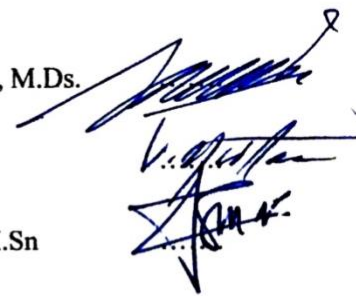
Telah disetujui sebagai Proposal Tugas Akhir Karya
Surakarta, 17 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua Penguji : Basnendar Herry Priloasadoso, S.Sn., M.Ds.

Penguji Utama : Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn.

Penguji Pembimbing : Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn



Karya ini telah diterima sebagai
Salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S. Ds)
Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 17 Juni 2022
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.
NIP. 197705312005012002

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Angga Bakti Efendi

NIM : 15151112

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Karya Berjudul:

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL SURAKARSTAGE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI SENI PERTUNJUKAN DI SURAKARTA**

Adalah karya saya sendiri dan bukan hasil menjiplak atau plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiasi, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui bahwa laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya.

Surakarta, 17 Juni 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini



Angga Bakti Efendi

15151112

MOTTO

“Support who support you”

-- Niskala

PERSEMBAHAN

Karya perancangan ini saya persembahkan kepada kedua orang tua Loso Efendi dan Muji Rahayu yang senantiasa tak henti mendukung setiap keputusan yang saya ambil dengan doa yang selalu menyertai di setiap langkah, juga untuk seluruh anggota keluarga yang lain Satria Yoga, Diandra Yusuf, Kirana Hutami, serta Ratna Putri Wardani yang selalu menemani dalam sebagian besar proses penyusunan karya perancangan ini. Kepada keluarga besar Surakarstage (Eden Pratama, Santika Sinuraya), Rock in Solo (Stephanus Adjie, Firman Prasetyo, Tatuk Marbudi dll), SGD215 & Sukaria (Wahib Arif, Irham Hadana, Dema Evan), Studio Plesungan (Melati Suryodharmo, Razan Wirjosarjo, Sekar Tri Kusuma), Disko Ringroad (Brm Yudhistira, Deny Yulianto), Denis Fuskas, Vincentius Adi Kristanto, Kevin Davia, Anam Wusono serta untuk para dosen khususnya Asmoro Nurhadi Panindias, Ipung Kurniawan yang dengan sabar membimbing saya dalam proses perancangan karya, dan seluruh staf Institut Seni Indonesia Surakarta yang memudahkan proses tugas akhir. Semoga karya ini dapat bermanfaat dan semoga Allah membalas kebaikan kalian. Aamiin.

ABSTRAK

Sebagai media digital yang mempromosikan pertunjukan di Kota Surakarta, Surakarstage menjadi salah satu media yang gencar memberikan informasi tentang aktivitas pertunjukan di Surakarta. Geliat seni di Surakarta cukup baik karena Surakarta memiliki latar belakang kesenian yang sangat kompleks dan beragam. Seniman - seniman ternama juga banyak yang lahir dari Kota Surakarta yang namanya sudah tidak asing lagi. Sehingga, tidak ayal lagi ketika panggung pertunjukan di Surakarta diselenggarakan hampir dalam satu minggu terdapat agenda pertunjukan acara yang berbeda dan di tempat yang berbeda pula. Oleh sebab itu, Surakarstage hadir sebagai solusi untuk membantu masyarakat dalam mengakses informasi tentang pertunjukan yang ada di Surakarta. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang kurang maksimal dalam pemanfaatan media oleh Surakarstage, yaitu kurang meratanya jangkauan audience atau masyarakat terhadap Surakarstage. Dengan demikian, dilakukan upaya strategi konten media sosial Surakarstage yaitu berupa perancangan konten yang terkonsep dan konsisten. Dari hal tersebut, bisa dirumuskan bagaimana perancangan konten dengan terkonsep dan konsisten sesuai dengan kebutuhan media digital Surakarstage. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi yang tepat untuk membuat strategi dan konten media sosial Surakarstage sebagai media promosi seni pertunjukan di Surakarta secara terkonsep dengan pendekatan desain komunikasi visual. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SHARE yang merupakan singkatan dari *Story, How, Audience, Reach, Excellence*. Dari paparan ini, diharapkan dapat menjadi sebuah metode yang tepat dalam merancang strategi konten media sosial pada Surakarstage.

Kata Kunci: Media sosial, Seni pertunjukan, Surakarta, Strategi Konten.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulisan laporan Tugas Akhir Karya yang berjudul “Strategi Media Sosial Surakarstage sebagai Media Promosi Seni Pertunjukan di Surakarta” ini dapat terselesaikan dengan baik. Pembuatan Tugas Akhir Karya ini sebagai syarat untuk mahasiswa memperoleh gelar S-1 sarjana Desain.

Penyusunan laporan ini dapat terlaksana dengan baik dengan adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu selama proses perancangan Tugas Akhir Karya hingga terselesaikannya laporan ini. Pihak institusi, dosen pembimbing, dan teman-teman sangat berperan penting memberikan dukungan moral maupun tenaga. Ucapan terima kasih ditujukan kepada.

1. Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir Karya ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
2. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn.,M.Sn, Ketua Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta dan juga sekaligus menjadi Dosen Pembimbing Tugas Akhir karya yang telah menyempatkan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan masukan dalam proses perancangan karya dan laporan ini sehingga Tugas Akhir Karya dapat terselesaikan dengan baik.
3. Surakarstage, Rock in Solo, Studio Plesungan, SGD215, Wayang Orang Sriwedari, Sukaria, yang ikut membantu dalam proses karya. Penyusunan

laporan Tugas Akhir Karya ini masih banyak kekurangan dalam hal penulisan maupun isi. Kritik dan saran dari berbagai pihak sangat dibutuhkan agar laporan ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi kemajuan dunia desain dan publisitas seni pertunjukan di Surakarta dan sekitarnya. Atas perhatian dan apresiasinya diucapkan terima kasih.

Surakarta, 17 Juni 2022

Penulis

Angga Bakti Efendi

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Ide/Gagasan Penciptaan	5
C. Tujuan Penciptaan.....	6
D. Manfaat Penciptaan.....	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6

E.	Tinjauan Sumber Penciptaan	7
F.	Landasan Penciptaan.....	9
1.	Media	10
2.	Media Sosial.....	10
3.	Strategi Komunikasi.....	11
4.	Konten.....	13
5.	Tipografi.....	14
6.	Layout	15
7.	Kampanye	16
G.	Metode Penciptaan	17
1.	Identifikasi Masalah	17
2.	Metode Pengumpulan Data	18
3.	Metode Analisis	21
4.	Metode Perancangan	22
H.	Sistematika Penulisan	30
BAB II IDENTIFIKASI DATA		32
A.	Seni Pertunjukan di Surakarta.....	32
1.	Sejarah Seni Pertunjukan di Surakarta.....	33
2.	Seniman Seni Pertunjukan di Surakarta.....	36
3.	Acara Seni Pertunjukan di Surakarta	38
4.	Venue Seni Pertunjukan di Surakarta	39

B.	Promosi Seni Pertunjukan di Surakarta	40
C.	Profil Surakarstage	41
1.	Sejarah Surakarstage	42
2.	Konsep Surakarstage	44
3.	Konten Surakarstage	46
4.	Platform media sosial Surakarstage	49
D.	Analisis Data	52
BAB III PERANCANGAN KARYA		54
A.	Konsep Perancangan	54
1.	Tujuan Perancangan	54
2.	Strategi Perancangan	55
a.	Story	56
b.	How	59
c.	Audience	61
d.	Reach	68
e.	Excellent	87
BAB IV IMPLEMENTASI DESAIN		91
A.	Konten Media Sosial	91
1.	Konten Timeline/Feed	91
a.	Playlisst	92
b.	Persspektif	93

c.	Direktori	95
d.	Pentass.....	96
e.	Pentass Akhir Pekan.....	98
f.	Perssona	100
g.	Lenssa.....	102
2.	Konten Stories.....	103
1.	Playlist.....	104
2.	Perspektif.....	105
3.	Direktori	105
4.	Pentass.....	106
5.	Pentass Akhir Pekan.....	106
6.	Perssona	107
7.	Lenssa.....	107
B.	Desain Lainnya	108
1.	Poster Cetak	108
2.	Typeset	110
3.	ID Card.....	111
4.	Stationary kit.....	112
BAB V PENUTUP.....		113
A.	Kesimpulan	113
B.	Saran.....	114

Daftar Pustaka	116
Lampiran	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Cara menentukan Content Pillar	14
Gambar 2. Gedung Wayang Orang Sriwedari	34
Gambar 3. Seniman Seni Pertunjukan di Surakarta dari masa ke masa.....	37
Gambar 4. Rock in Solo, event pertunjukan musik rock terbesar di Jawa Tengah	38
Gambar 5. ID Card Surakarstage	43
Gambar 6. Acara offline Surakarstage bekerja sama dengan Surakartalks,	43
Gambar 7. Acara offline Surakarstage bekerja sama dengan Surakartalks,	44
Gambar 8. Promosi acara Intimate Show: Mistergomz	45
Gambar 9. Feature Article Surakarstage	46
Gambar 10. Event Coverage Surakarstage.....	47
Gambar 11. Panggung Akhir Pekan, Surakarstage	47
Gambar 12. Stagetalks, Surakarstage.....	48
Gambar 13. Playlisst, Surakarstage.....	48
Gambar 14. Media sosial utama Surakarstage, Instagram	50
Gambar 15. Skema Pemetaan Konsep Surakarstage.....	57
Gambar 16. Referensi gaya bahasa dalam headline Surakarstage	58
Gambar 17. Content Pillar Surakarstage	60
Gambar 18. Target Audiens Surakarstage	62
Gambar 19. Moodboard Surakarstage.....	71
Gambar 20. Sketsa Logo Surakarstage	73
Gambar 21. Logogram Surakarstage.....	74

Gambar 22. Tipografi Gedung Wayang Orang Sriwedari	76
Gambar 23. Struktur Huruf capital dan huruf kecil dalam Perancangan font SS Sriwedari Regular	76
Gambar 24. Set Huruf dalam Perancangan font Sriwedari Display.....	78
Gambar 25. Konfigurasi Logo Surakarstage.....	79
Gambar 26. Temuan Grafis dalam sampul kaset rilisan Lokananta	80
Gambar 27. Timeline/Feed Content.....	82
Gambar 28. Stories Content	83
Gambar 29. Tone Color perancangan Surakarstage.....	84
Gambar 30. Aset Grafis perancangan Surakarstage.....	85
Gambar 31. Brand Activation Surakarstage dalam acara Record Store Day.....	86
Gambar 32. Most Popular Post based on Reach, Surakarstage	88
Gambar 33. Insight Konten ulasan rilisan lagu Strengthside.....	89
Gambar 34. Tone of Voice perancangan Surakarstage.....	89
Gambar 35. Frequency perancangan Surakarstage	90
Gambar 36. Konten feed Playlisst, Surakarstage	92
Gambar 37. Konten feed Perspektif, Surakarstage.....	94
Gambar 38. Konten feed Direktori, Surakarstage.....	95
Gambar 39. Konten feed Pentass, Surakarstage.....	97
Gambar 40. Konten feed Pentass Akhir Pekan, Surakarstage	98
Gambar 41. Konten feed Pentass Perssona, Surakarstage	100
Gambar 42. Konten feed Lenssa, Surakarstage	103
Gambar 43. Konten IG Stories Playlisst, Surakarstage.....	104

Gambar 44. Konten IG Stories Perspektif, Surakarstage	105
Gambar 45. Konten IG Stories Direktori, Surakarstage	105
Gambar 46. Konten IG Stories Pentass, Surakarstage	106
Gambar 47. Konten IG Stories Pentass Akhir Pekan, Surakarstage	106
Gambar 48. Konten IG Stories Pentass Perssona, Surakarstage	107
Gambar 49. Konten IG Stories Lenssa, Surakarstage	107
Gambar 50. Poster Cetak, Surakarstage	108
Gambar 51. Poster Cetak, Surakarstage	109
Gambar 52. Typeset Surakarstage.....	110
Gambar 53. ID Card Surakarstage	111
Gambar 54. Poster Surakarstage	112
Gambar 55. Interview dengan Firman Prasetyo dan Tatuk Marbudi.....	120
Gambar 56. Interview dengan Firman Prasetyo.....	120
Gambar 57. Interview dengan Eden Pratama.....	121
Gambar 58. Interview dengan Razan	121
Gambar 59. Brand Activation Surakarstage di Record Store Day.....	123

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Overview penduduk Indonesia yang menggunakan seluler, internet dan media sosial.....	3
Bagan 2. Strategi Komunikasi Media Sosial S.H.A.R.E	11
Bagan 3. Alur Perancangan Karya	29
Bagan 4. Perkembangan beserta Klasifikasi Jenis Seni Pertunjukan di Indonesia	32
Bagan 5. Grafik besar pengguna media sosial di Indonesia	49
Bagan 6. Grafik Insight Content Reach Instagram Surakarstage.....	51
Bagan 7. Perkembangan followers Surakarstage di Instagram Maret - Juni	63
Bagan 8. Lokasi tempat tinggal followers Surakarstage.....	64
Bagan 9. Perbandingan Gender followers Surakarstage.....	65
Bagan 10. Demografi umur followers Surakarstage	66
Bagan 11. Most Active Times followers Surakarstage hari minggu-rabu	67
Bagan 12. Most Active Times followers Surakarstage Kamis-sabtu.....	67
Bagan 13. Grafik Konsep Kreatif Perancangan	69

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Departemen Perdagangan RI. 2008. *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI
- Dr. Sutanto, DEA, Rosyid Nukha, S.Sos Reizki Habibullah M.Sn Fajar Putranto S.Sn. 2018. *Aspek Kelayakan Pembiayaan Ekonomi Kreatif Subsektor Seni Pertunjukan di Kota Solo*. Jakarta: BEKRAF.
- Fathurrahman, Pupuh dan Sobry Sutikno. 2007. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: PT Refika Aditama
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gottschalk, Louis. 1986. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: UI Press.
- Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*. (Program Magister Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia).
- Herna dkk. *Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online kitabisa.com*. Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol.17, No.2. Juli 2019.
- Kardinata, Hanny. 2015. *Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia*. Jakarta: DGI Press
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Indeks

- Mayfield, Anthony. 2011. *What Is Social Media*. iCrossing.
- McKee, Robert dan Rhomas Gerace, 2018, *Storynomics: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World*, UK: Twelve.
- Minarti, Helly., Yudi Ahmad Tajudin., Dian Ika Gesuri. 2015. *Ekonomi Kreatif: Rencana pengembangan seni pertunjukan nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy., dan Wells, William. (2011). *Advertising. Edisi kedelapan*, Diterjemahkan oleh: Triwibowo B.S., Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. 2008. *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Raja grafindo Persada.
- Ortiz, Claire Diaz. (2021). *Sosial Media Success for Every Brand (Lima pilar storyboard yang mengubah postingan anda menjadi profit*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer Kelompok Kompas Gramedia.
- Resmadhi, Idhar. (2018). *Jurnalisme Musik dan Selingkar Wilayahnya*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Rochaety, Eti dan Ratih Tresnati. 2005. *Kamus Istilah Ekonomi*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Roestiyah. 2012. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rustan, Suriyanto. 2020. *Layout 2020 Buku 2*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudiana, Dendi. 2001. *Pengantar Tipografi*. Bandung: Rumah Produksi Dendi

Sudiana.

Umami, Zahrotul. *Social strategy pada media sosial untuk promosi pariwisata daerah istimewa Yogyakarta*. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 4, no. 2. Juli. 2015.

Zulfikar dan I Nyoman Budiantara. 2014. *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.

Internet

<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli> (diakses pada 9 Juli 2018, Pukul 23.41)

<https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/unique-selling-proposition-usp>
(diakses 14 Februari 2022)

<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-tujuan-dan> (diakses pada 10 Juli 2018, Pukul 04.30)

<http://wisataSurakarta.surakarta.go.id> (Diakses 28 November 2018, Pukul 10.09)

<http://hootsuite.com/> diakses 4 April 2022

<http://www.isi-ska.ac.id/> : diakses 10 Mei 2022

<http://brisik.id/> diakses 10 Mei 2022

<https://solo.tribunnews.com/2020/03/11/sejarah-data-lengkap-taman-sriwedari-solo-akhir-riwayat-hadiah-pakubuwono-ix-untuk-putra-mahkota> diakses 5 Juni 2022

Wawancara

Razan Wirjosanjojo (23 tahun), Seniman pertunjukan di Surakarta. *Penggunaan media sosial bagi seniman*, 2022. Surakarta.

Eden Denta Pratama (25 tahun), *founder* Surakarstage. *Tata kelola media sosial Surakarstage*. 2021-2022. Surakarta.

Firman Prasetyo (35 tahun), *Festival Director* Rock In Solo. Perkembangan festival music di Solo dan Tata Kelola media sosial Festival Musik Rock In Solo. 2021-2022. Surakarta.

Irham Hadana (24 tahun), Penikmat Seni Pertunjukan di Surakarta. Pengaruh media daring dalam promosi pagelaran seni pertunjukan di Surakarta.

Dema Evan Akbar (24 tahun), Warga Surakarta. Pengetahuan tentang serba-sebri Seni Pertunjukan di Surakarta.

Lampiran



Gambar 55. Interview dengan Firman Prasetyo dan Tatuk Marbudi

(Sumber: Angga Bakti, 2022)



Gambar 56. Interview dengan Firman Prasetyo

(Sumber: Angga Bakti, 2022)



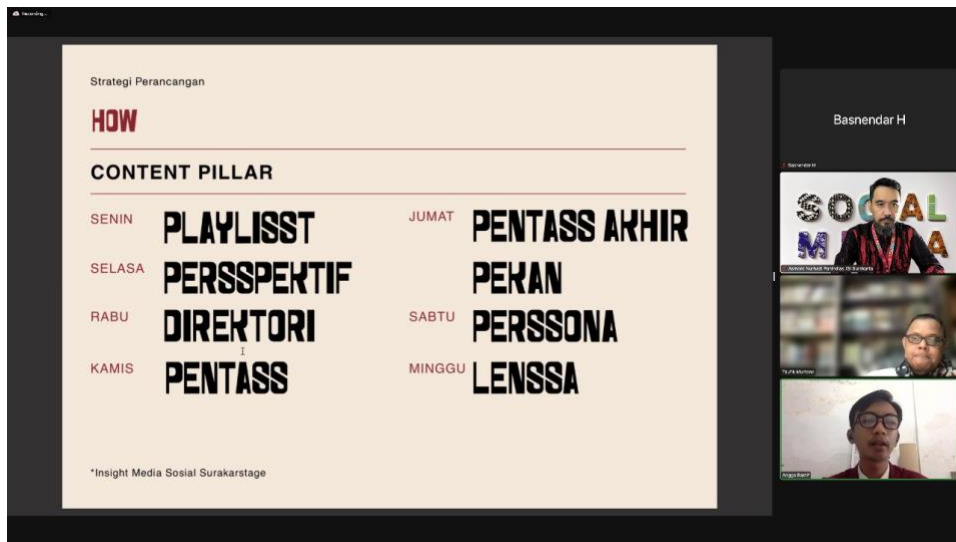
Gambar 57. *Interview* dengan Eden D Pratama

(Sumber: Angga Bakti, 2022)

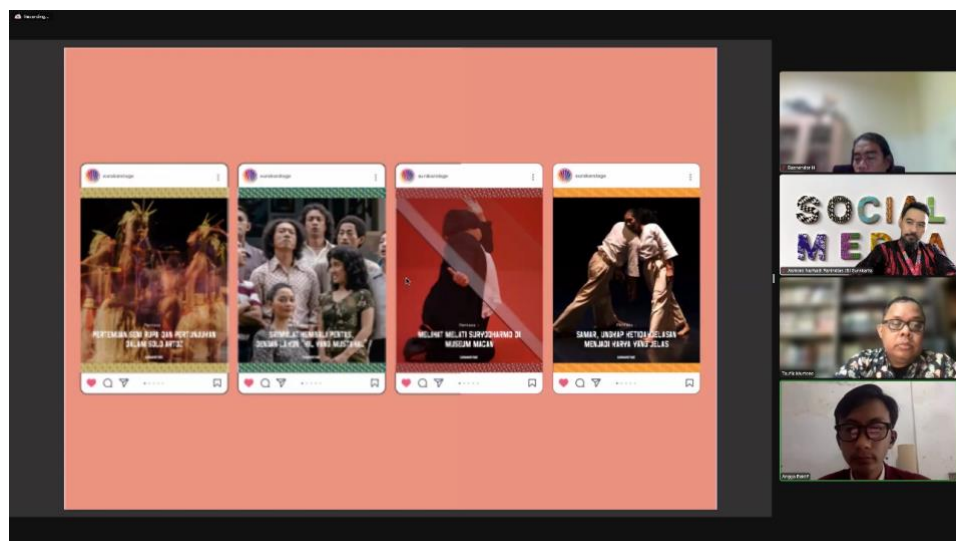


Gambar 58. *Interview* dengan Razan Wirjosanjojo

(Sumber: Angga Bakti, 2022)



Gambar 59. Dokumentasi Ujian
(Sumber: Angga Bakti, 2022)



Gambar 59. Dokumentasi Ujian
(Sumber: Angga Bakti, 2022)



Gambar 59. *Brand Activation* Surakarstage di Record Store Day

(Sumber: Angga Bakti, 2022)