



## Promosi Merchandise Band Norbit

**Resky Ramadhan, Defrizal saputra**

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Air Tawar Barat, Padang Utara, Kota Padang, 25132, Sumatra Barat

Email : [reskyramadhan17866@gmail.com](mailto:reskyramadhan17866@gmail.com)

**Abstract.** Currently in the city of Padang itself, death metal music is also widely favored among young people, marked by the emergence of many local bands in the death metal genre, one of which is called Norbit. Norbit is a Death Metal Cluster from Padang which was born in 2021 with 5 personnel, namely Adan Est as Vocalist, Cruelhammer as Guitarist, Blacksun as Bassist, Shiry as Drummer and Juggernaut as Guitarist. The first single released by Norbit is titled Genocide. The number of metal bands like Norbit that develop in the middle of Padang city is a challenge for Norbit to compete, especially in introducing Norbit to the public and metal band lovers. One form of introduction is merchandise promotion. Based on the results of initial interviews with Norbit's vocalist about the promotion of merchandise clothes that have been done, it appears that the promotion of merchandise that has been done before is less effective and does not increase sales of Norbit clothes. The main media design that the author will use is in the form of promotional videos with cinematic techniques that will be published on social media such as Youtube and Instagram. The design of Norbit band merchandise promotion uses the Glass Box method, a rational thinking method that objectively and systematically examines things logically and is free from irrational thoughts and considerations.

**Keywords:** Promotion, Norbit, Merchandise

**Abstrak:** Saat ini dikota Padang sendiri musik *death metal* juga banyak disukai kalangan muda mudi ditandai dengan banyaknya muncul band lokal yang bergenre *death metal* salah satunya bernama Norbit. Norbit adalah sebuah Cluster Death Metal dari Padang yang lahir pada tahun 2021 dengan 5 personil yaitu Adan Est sebagai Vocalist, Cruelhammer sebagai Guitarist, Blacksun sebagai Bassist, Shiry sebagai Drummer dan Juggernaut sebagai Guitarist. Single pertama yang dirilis Norbit berjudul Genosida. banyaknya band metal seperti Norbit yang berkembang di tengah kota Padang menjadi tantangan bagi Norbit untuk bersaing terutama dalam memperkenalkan Norbit pada masyarakat dan pecinta band metal. Salah satu bentuk pengenalan yang dilakukan adalah promosi *merchandise*. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan vokalis Norbit tentang promosi *merchandise* baju yang pernah dilakukan terlihat bahwa promosi *merchandise* yang sudah dilakukan sebelumnya dirasa kurang efektif dan tidak meningkatkan penjualan baju Norbit. Perancangan media utama yang akan penulis gunakan yaitu dalam bentuk video promosi dengan teknik *cinematic* yang akan dipublikasikan dimedia sosial seperti Youtube dan Instagram. Perancangan promosi merchandise band Norbit ini menggunakan metode Glass Box, metode berpikir rasional yang secara objektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional.

**Kata kunci:** Promosi, Norbit, Merchandise

### LATAR BELAKANG

Industri musik Indonesia sampai saat ini terus berkembang, hal ini dapat dilihat dari banyaknya genre musik salah satunya genre *death metal* yang umumnya disukai oleh kalangan muda-mudi. Genre *death metal* sendiri berasal dari Amerika Serikat dan Inggris sekitar tahun 1970-an. Tidak hanya sekedar musik, musik *metal* tumbuh dan berkembang menjadi suatu sub-budaya yang besar dengan berbagai nilai-nilai yang ada didalamnya. *Death metal* merupakan sebuah inovasi dari beberapa aliran musik-musik *metal* yang sudah ada sebelumnya. Inovasi tersebut tidak terlepas dari pengaruh perkembangan musik yang sangat fenomenal di dunia yaitu musik *rock*. Hal ini bisa memberi arti bahwa musik adalah elemen budaya yang juga selalu berkembang.

Saat ini dikota Padang sendiri musik *death metal* juga banyak disukai dikalangan muda mudi ditandai dengan banyaknya muncul band lokal yang bergenre *death metal* salah satunya bernama Norbit. Norbit adalah sebuah *Cluster Death Metal* dari Padang yang lahir pada tahun 2021 dengan 5 personil yaitu Adan Est sebagai *Vocalist*, Cruelhammer sebagai *Guitarist*, Blacksun sebagai *Bassist*, Shiryo sebagai *Drummer* dan Juggernaut sebagai *Bassist*. Banyaknya band metal seperti Norbit yang berkembang di tengah kota Padang menjadi tantangan bagi Norbit untuk bersaing terutama dalam memperkenalkan Norbit pada masyarakat dan pecinta band *metal*.

Salah satu bentuk pengenalan yang dilakukan adalah promosi *merchandise*. Sebelumnya norbit sudah pernah mengeluarkan *merchandise* berupa baju yang dipromosikan melalui sosial media yaitu akun resmi Norbit @norbit.death. Promosi *merchandise* baju tersebut disajikan dalam bentuk foto, namun minimnya informasi yang disampaikan dan promosi yang monoton mengakibatkan popularitas *merchandise* baju Norbit tidak meningkatkan penjualan sesuai dengan apa yang dikatakan oleh vokalis Norbit pada saat wawancara awal pada tanggal 22 Februari 2023.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan vokalis Norbit tentang promosi *merchandise* baju yang pernah dilakukan terlihat bahwa promosi *merchandise* yang sudah dilakukan sebelumnya dirasa kurang efektif dan tidak meningkatkan penjualan baju Norbit. Maka dari itu vokalis Norbit menginginkan pembaharuan terhadap promosi *merchandise* dengan menggunakan media promosi berupa video. Perancangan media utama yang akan penulis gunakan yaitu dalam bentuk video promosi dengan teknik *cinematic* yang akan dipublikasikan dimedia sosial seperti Youtube dan Instagram. Penggunaan video promosi sebagai media utama saat ini dirasa efektif pada era globalisasi dan perkembangan media sosial yang begitu pesat. Hal ini juga sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Degey (2016:9) bahwa video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Dalam hal ini video tersebut menampilkan *merchandise* baju Norbit saat dipakai oleh personil dan *talent* yang membantu dalam penggarapan video promosi *merchandise* ini.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Promosi**

Menurut laksana (2019:129) promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengikat produk tersebut.

Promosi adalah suatu kegiatan yang berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai acuan dalam memilih barang/jasa yang diinginkan.

### **Merchandise**

Menurut Sutiono (2009) merchandising berasal dari kata merchandise. Secara harafiah kata “*merchandise*” berarti barang dagangan. Merchandising dapat diartikan sebagai upaya pengadaan dan penanganan barang.

*Merchandise* adalah salah satu bidang yang berperan dalam menentukan keunggulan bersaing dari *retailer* yang meliputi barang yang akan dijual di sebuah toko, dengan begitu konsumen akan memiliki *image* yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan, oleh karena itu para pengecer harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **Videografi**

Menurut Nugroho dan Prasetyo (2017: 16) Videografi merupakan perkembangan dari seni yang memadukan antara seni rupa dan teknologi berbasis komputer. Seni videografi adalah bagian dari seni media baru yang didalamnya termasuk video instalasi, fotografi, web, digital print maupun seni interaktif lainnya.

### **Brand**

brand adalah sebuah asosiasi menyeluruh yang dibayangkan seseorang ketika mendengar nama produk atau perusahaan. Maka dari itu dapat dikatakan brand menyangkut *image* atau persepsi orang pada sebuah produk ataupun usaha tertentu. Kesimpulannya ketika membicarakan soal brand tidak hanya terbatas pada simbol, logo ataupun nama perusahaan saja. branding adalah sebuah upaya memperkuat merk dari suatu produk yang dimiliki baik kelompok atau individu dalam konteks kompetisi untuk dapat meningkatkan promosi ataupun penjualan.

## **METODE PENELITIAN**

Pada video promosi *merchandise* baju Norbit ini, perancangan menggunakan metode kotak kaca (*glass box*). Metode kotak kaca (*glass box*) adalah metode berpikir rasional yang secara objektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional), misalnya sentimen dan selera. Metode ini selalu berusaha untuk menemukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah-masalah yang timbul. Ciri utama metode kotak kaca adalah:

### **Sasaran**

Sasaran serta strategi desain telah di tetapkan secara pasti dan jelas sebelum analisa dilaksanakan.

### **Analisis**

Analisis desain dilaksanakan secara tuntas sebelum solusi atau keputusan yang diinginkan dan ditetapkan.

### **Evaluasi**

Evaluasi dijelaskan secara logis serta bersifat deskriptif

### **Strategi**

Strategi perancangan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses analisis, biasanya dalam susunan sekuensial, walaupun ada kalanya dalam bentuk proses paralel, meliputi komponen atau bagian persoalan yang dapat di pilah. Adapun langkah-langkah dan penerapan metode kotak kaca (*glass box*) terhadap Promosi marchandise band norbit adalah sebagai berikut:

### **Tahapan Persiapan**

Tahapan persiapan merupakan tahapan tentang kondisi awal latar belakang permasalahan sebagai perancang. Dalam tahapan ini, perancang melakukan persiapan dalam memahami permasalahan yang ada dilapangan, sebagai sudut pandang penyelesaian masalah yang terdapat pada promosi *marchandise* band Norbit.

### **Tahapan Inkubasi**

Tahapan inkubasi merupakan tahapan mempersiapkan diri untuk mengolah segala macam data pengetahuan dalam melahirkan ide. Dalam tahapan penulis akan mempersiapkan diri dalam menentukan ide-ide kreatif dalam memahami karakteristik target audien, Target audien disini adalah masyarakat kota Padang dengan usia 18-35 tahun terutama pada anak muda pecinta band metal.

### Tahapan Luminasi

Tahapan dimana ide diharapkan bisa lahir sebagai efek dari pelaksanaan tahap persiapan dan tahap inkubasi yang sangat tertib. Tahap iluminasi berujung pada sketsa ide untuk promosi *merchandise* band Norbit. Perancang dalam tahap ini akan menarik kesimpulan dari hasil perancangan dari lapangan. Perancang mendapatkan hasil kesimpulan setelah mengamati bagaimana promosi yang dilakukan sebelumnya.

### Tahapan Verifikasi

Tahapan verifikasi adalah tahapan desain mengalami proses pengembangan ide dan penyelesaian serta semua proses ditinjau ulang kembali dengan metode evaluasi. Perancang dalam tahapan ini akan meninjau ulang hasil dari pengembangan ide, seperti mengevaluasi promosi *merchandise* band Norbit yang sudah diselesaikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Media Utama

Dalam perancangan media utama dari karya akhir ini penulis menggunakan media utama berupa video sebagai media promosi *merchandise* band norbit. Video yang dirancang akan dibuat semenarik mungkin dan dapat dinikmati oleh target *audience*, sehingga informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi target *audience* untuk membeli *merchandise* band norbit.

Konsep visual dalam perancangan karya akhir ini adalah untuk menyampaikan pesan dalam bentuk gambar untuk bercerita, sehingga ketika mata melihat gambar secara keseluruhan, pemirsa dapat sepenuhnya menyerap pesan tersebut. Sehingga tujuan yang ingin dicapai dalam desain dapat tercapai dengan baik dan mudah untuk dimengerti sehingga pesan yang disampaikan terlihat menarik. Perancangan ini berupa video yang dapat memperlihatkan desain dan kualitas baju band norbit, visual yang ditampilkan bertujuan agar *audience* lebih tertarik untuk membeli *merchandise* band norbit.

Warna utama yang digunakan pada perancangan *Promosi Merchandise Band Norbit* ini meliputi warna hitam, putih dan merah

Warna	R	G	B
	0	0	0
	255	255	255
	144	16	15

Gambar 1. Palet Warna

Tipografi yang digunakan pada perancangan Promosi Merchandise Band Norbit ini bertipe serif san sans serif yang meliputi jenis font yaitu:

1. Helvetica, digunakan untuk *Tagline 14 pt dan Sub headline 14 pt*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

2. Times New Roman, digunakan untuk *Headline 16 pt*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



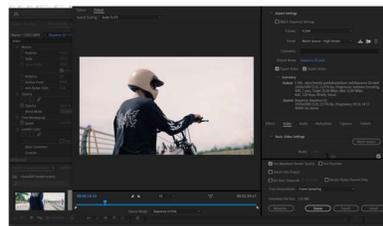
Gambar 2. *Story Board*



Gambar 3. *Proses Offline Editing*



Gambar 4. *Proses Offline Editing*



Gambar 5. *Proses Rendering*

## Uji Kelayakan Karya

Uji kelayakan yang dilakukan untuk perancangan *Promosi Merchandise band Norbit* merupakan tahap aakhir dari metode yang diterapkan oleh perancang yaitu, glass Box. Dengan

hadirnya uji kelayakan ini dapat menilai media merchandise yang diperkenalkan oleh band *Norbit* kepada target *audience* secara keseluruhan meliputi, foto tipografi, warna, layout, dan lain sebagainya. Uji kelayakan ini dilakukan kepada 12 *audience* yang terdiri dari personel *Norbit*, Penyuka musik *death metal*, mahasiswa DKV, masyarakat umum dengan memperlihatkan secara langsung layout video berisikan promosi yang mencakup semua merchandise band *Norbit* melalui media visual kepada *audience* yang dimaksud dengan penilaian indikator sebagai berikut:

1. Apakah Informasi dan keterangan produk pada video promosi mudah di pahami oleh target *audience*?
2. Apakah target *audience* bisa melihat gambar, warna, dan ukuran dari produk?
3. Apakah video promosi yang ditampilkan sangat informatif?
4. Apakah video promosi yang dirancang dapat menarik perhatian target *audience*?
5. Bagaimana penilaian layout, warna, foto, serta tipografi pada video promosi?

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
		1	Informasi dan keterangan produk pada video promosi mudah di pahami oleh target <i>audience</i> .			✓
2	Target <i>audience</i> bisa melihat gambar, warna, dan ukuran dari produk.					✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓
3	Video promosi yang ditampilkan sangat informatif.			✓		✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓
4	Video promosi yang dirancang dapat menarik perhatian target <i>audience</i>				✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓
5	Penilaian layout, warna, foto, serta tipografi pada video promosi					✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓

**Tabel 1. Uji Kelayakan**

Pada uji kelayakan perancangan Promosi *Merchandise* Band *Norbit* ini terdapat 10 partisipan yang memberikan penilaian konsep, Alur, tipografi, layout, warna serta tampilan. Lalu memperoleh hasil point sangat menarik sekali sebagai dominan. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa perancangan Promosi *Merchandise* Band *Norbit* yang penulis rancang sudah mencapai hasil yang optimal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Metode perancangan *Glass Box* mampu memberikan rancangan desain yang tercipta secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional. Metode ini selalu berusaha untuk menemukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah-masalah yang timbul. Melalui Perancangan promosi *merchandise* band *Norbit* ini, Penulis mengharapkan agar media video promosi ini bisa di gunakan dan memperkenalkan produk dari band *Norbit* lebih baik dan lebih luas kepada target *audience*.

## DAFTAR REFERENSI

- Degey, Septinus. T Arie Setiawan dan Anthony Tumimomor .2016. Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire (Studi Kasus : Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Nabire). Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana. Artikel Ilmiah.
- Laksana. F. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok.
- Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.