

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Lokananta adalah perusahaan pabrik piringan hitam pertama milik Negara Republik Indonesia yang berdiri tahun 1956 di kota Solo, memiliki peran yang sangat besar dalam perkembangan industri musik Indonesia, pelestarian budaya bangsa, serta bila diurut lebih luas lagi juga memiliki pengaruh sebagai alat pemersatu bangsa melihat visi misinya membantu Radio Republik Indonesia untuk menyebarkan buah karya putra-putri Indonesia ke berbagai daerah, sehingga muncul rasa memiliki dan bangga akan kekayaan dan keberagaman budaya bangsa.

Lokananta dahulu bukan lah Lokananta sekarang yang hanya dikenal sebagai sebuah bangunan tua dengan sisa-sisa peninggalannya yang dapat ditemukan di Jalan Jendral Ahmad Yani nomor 379, di Kota Solo. Namun sisa-sisa peninggalan Lokananta bukan lah sebuah barang yang dapat dipandang sebelah mata. Lokananta masih menyimpan beberapa foto-foto dokumentasi, surat-surat dan artikel, ribuan piringan hitam dengan kondisi yang masih baik, dan harta yang paling berharga adalah master rekaman lagu-lagu dan pidato Bung Karno yang pernah diproduksi oleh Lokananta. Master rekaman ini lah yang kerap kali menjadi bukti kuat dalam menyelamatkan budaya bangsa Indonesia dari maraknya pengklaiman oleh negara-negara lain. Alangkah baiknya bila data-data tersebut dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia agar peran Lokananta yang dahulu yakni melestarikan budaya bangsa serta memunculkan rasa bangga akan bangsa Indonesia, dapat dirasakan oleh masyarakat di era sekarang.

Menghidupkan kembali nama Lokananta ke tengah masyarakat dapat dilakukan di era komunikasi digital yang serba cepat ini. Selain itu, data-data yang selama ini tersimpan di dalam Lokananta pula dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Hal ini dapat direalisasikan dengan cara menciptakan sebuah media berupa *digital library* yang diunggah ke dalam bentuk *website* yang memuat seluruh data Lokananta dalam format apa pun. Bentuk-bentuk

promosi digital serta pemanfaatan media-media sosial yang kini kian banyak dan mudah digunakan pula dapat membuat hubungan Lokananta dengan masyarakat, terutama para pecinta musik tanah air menjadi semakin dekat. Selama masih ada internet, *digital library* dapat diakses oleh seluruh masyarakat di mana saja dan kapan saja. *Digital library* dan segala media pendukungnya pada akhirnya menjadi jalan yang dapat ditempuh untuk memposisikan Lokananta yang dahulunya adalah sebuah pabrik piringan hitam menjadi sebuah museum yang masih aktif dan peka akan teknologi informasi.

B. Saran

1. Bagi *Target Audience*

Salah satu kemauan Lokananta untuk membuka semua data yang dimilikinya ke dalam sebuah *digital library* merupakan sebuah langkah yang patut didukung. Salah satu dukungan nyata yang paling mudah dilakukan adalah mengunjungi, memanfaatkan data-data Lokananta secara bertanggung jawab, ikut aktif mengembangkan Lokananta dengan memberikan masukan-masukan serta tidak lupa menyebarkan keberadaan *digital library* Lokananta. Semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan *digital library* ini, maka semakin besar pula dampak positif yang dihasilkan terutama di bidang pelestarian budaya bangsa.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Perancang *digital library* sebagai salah satu upaya *repositioning* akan berjalan lebih mudah bila dilakukan dengan membentuk sebuah *team work* dengan pembagian tugas kerja sesuai dengan kemampuan masing-masing. Hal tersebut akan jauh lebih menguntungkan dari segi tenaga, biaya, ide dan terutama waktu.

Sering kali kebutuhan dan keinginan menjadi hal yang bertolak belakang. Namun alangkah baiknya bila merancang sebuah karya desain yang menjawab kebutuhan, lantas setelahnya dapat diikuti dengan desain yang menjawab keinginan untuk memberikan nilai lebih.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adityawan, Arif. 2010. Tinjauan Desain Grafis: dari revolusi industri hingga Indonesia kini. Jakarta: PT. Concept Media.
- Dewi, Ika Janita. 2009. Creating & Sustaining Brand Equity. Aspek Manajerial dan Akademis dari Branding. Yogyakarta: Amara Books.
- Kartajaya, Hermawan dan Bembi Dwi Indiro M. 2002. MarkPlus on Strategy: 12 Tahun Perjalanan MarkPlus&Co Membangun Strategi Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali Rhenald. 1998. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. Principles of Marketing (Ninth Edition). New Jersey: Prentice Hall Inc., Upper Saddle River.
- Machfoedz, M. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern Acuan Wajib Mahasiswa & Profesional, Cetakan pertama. Yogyakarta: Penerbit Cakra Ilmu.
- Shimp, T.A. 2003. Periklanan, Promosi, dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (edisi 5), Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Triadi, Dendy dan Addy Sukma Bharata. 2010. Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah. Jakarta: P.T. Elex Media Komputindo
- Yulianti, Ana. 2008. Bekerja Sebagai Desainer Grafis. Jakarta: Esensi.
- Wahana Komputer. 2001. Desain Web dengan Microsoft FrontPage 97. Semarang: Penerbit Andi.

B. Jurnal

- Adiwijaya, Michael . 2009. "Analisa Strategi Reposisi Merek Dalam Persaingan Pasar". Universitas Kristen Petra Surabaya. Vol.2, No.2. <http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/issue/view/2903>. Diakses 17 Maret 2015.
- Supriyanto, Aji. 2007. "Arsitektur dan Teknik Desain Informasi Pada Web". Universitas Stikubank Semarang. Vol.XII, No.1. Diakses 18 Desember 2015.

Surachman, Arif. 2005. "Digital Library: Sebuah Pemahaman dari Sudut Pandang Perpustakaan". Staf Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. <http://arifs.staff.ugm.ac.id>. Diakses 8 Desember 2014.

Surachman, Arif. 2005. "Membangun Koleksi Digital". Staf Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. <http://arifs.staff.ugm.ac.id>. Diakses 8 Desember 2014.

C. Majalah

Purwoaji, Ayos dan Fakhri Zakaria. Mei (Ed. 61) 2010. "Menyelamatkan Musik Indonesia: Sebuah Cerita Tentang Pabrik Piringan Hitam Sekaligus Perusahaan Rekaman Tertua Milik Pemerintah Bernama Lokananta". Rolling Stone Indonesia, hal.77.

D. Tautan

Agusta, Ilyas. 2013. Indravox (Online). <http://ilyas-agusta.blogspot.com/2013/10/indravox.html>. Diakses 15 Oktober 2014.

Dody. 2013. Sejarah Web dan Komponen-Komponennya (Online). <http://dokunin.blogspot.com/2013/04/sejarah-web-dan-komponen-komponennya.html>. Diakses 18 Desember 2014.

Hilmi, Muhammad. 2014. Visiting Lokananta (Online). <http://www.whiteboardjournal.com/focus/16333/visiting-lokananta/>. Diakses 10 Desember 2014.

Nuraeni, Nani. 2008. Jenis-Jenis Iklan (Online). <http://pengantarperiklanan.blogspot.com/2008/03/jenis-jenis-iklan.html>. Diakses 8 May 2015.

Rahman, Syakir. 2013. Mengenal Elemen & Komponen Yang Ada Pada Blog/Website (Online). <http://www.syakirrohman.net/2013/12/mengetahui-fungsi-elemen-komponen-widget-pada-website.html>. Diakses 20 Desember 2014.

E. Makalah

Ariyantini, Eka. 2012. "Makalah Website". <https://ekaariyantini.files.wordpress.com/2012/10/makalah-website.pdf>. Diakses 17 Desember 2014.