

ABSTRAK

PERANCANGAN IDENTITAS DAN PROMOSI KELOMPOK SENI BUDAYA KUDA LUMPING MEKAR SARI

Oleh

Christian Agustinus

NRP 1064003

Kuda lumping adalah salah satu tarian tradisional Indonesia yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia, termasuk di Jawa Barat. Tarian ini memiliki unsur magis yang kuat, penarinya akan dibuat kerasukan sehingga mereka dapat melakukan atraksi-atraksi berbahaya. Namun seiring dengan perkembangan zaman, pertunjukan kuda lumping semakin hilang dan terlupakan di Jawa Barat. Hilangnya minat masyarakat menjadi faktor utama dalam fenomena ini. Selain itu, pada zaman modern seperti sekarang ini, generasi muda, tidak lagi tertarik dengan segala sesuatu yang mengandung unsur tradisional.

Oleh karena itu, peneliti mengangkat salah satu kelompok kuda lumping, yaitu kelompok Mekar Sari dengan tujuan untuk merancang ulang identitas mekar sari agar memiliki citra yang kuat di mata generasi muda, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi mereka terhadap seni budaya kuda lumping.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang identitas dan promosi kelompok seni budaya kuda lumping mekar sari. Melalui perancangan ini, generasi muda dapat menyadari dan mengapresiasi seni budaya kuda lumping sebagai salah satu kesenian dan kebudayaan tradisional Indonesia yang wajib untuk dijaga dan dipelihara.

Kata kunci : kuda, lumping, pertunjukan, seni, tradisional

ABSTRACT

**BRANDING AND PROMOTION FOR
MEKAR SARI ART AND CULTURE GROUP**

Submitted by
Christian Agustinus
NRP 1064003

Kuda lumping is one of Indonesian traditional dance which is spread in some provinces in Indonesia, include West Java. This dance has a very strong magical elements, the dancers will become trance so they can perform dangerous attractions But along with the times, kuda lumping show is getting lost and forgotten in West Java. Loss interest societies become a major factor in this phenomenon. Besides that, in modern era like today, the younger generation no longer interested in everything that has traditional contents.

Therefore, the researcher has chosen a kuda lumping group, which is Mekar Sari with the purpose to design the group identity in order to have a strong image in the younger generation's mind, so it can increase their awareness and appreciation against kuda lumping.

The achievement is to design the group identity along with its promotional media. Through this new design, the younger generations would be more aware and more appreciate kuda lumping as one of the Indonesian traditional art and culture that must be kept and maintained.

Keyword : art, kuda, lumping, performance, traditional

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1. Permasalahan.....	3
1.2.2. Ruang Lingkup Perancangan.....	3
1.3. Tujuan Perancangan.....	4
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5. Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Teori <i>Branding</i>	6
2.2. Teori Logo.....	9
2.3. Teori Promosi.....	10
2.4. Teori Komunikasi.....	14

2.5. Teori Kebudayaan.....	16
----------------------------	----

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....18

3.1. Data dan Fakta.....	18
3.1.1. Seni Budaya Kuda Lumping Mekar Sari.....	18
3.1.2. Bandung <i>Heritage</i>	19
3.1.2.1. Profil Bandung <i>Heritage</i>	19
3.1.3. Saung Angklung Udjo (SAU).....	21
3.1.3.1. Sejarah SAU.....	21
3.1.3.2. Pertunjukan.....	22
3.1.3.2.1. Pertunjukan Internal.....	22
3.1.3.2.2. Pertunjukan Eksternal.....	24
3.1.2.3. Akademi.....	26
3.1.4. Hasil Observasi.....	27
3.1.5. Hasil Wawancara.....	27
3.1.6. Hasil Kuesioner.....	29
3.1.7. Data tentang Seni Pertunjukan Kuda Lumping.....	37
3.1.8. Tinjauan Karya Sejenis.....	39
3.1.8.1. Bandung Karate Club (BKC).....	39
3.1.8.2. Yayasan Pusat Bina Tari (Pusbitari).....	41

3.2. Analisis Pemecahan Masalah.....	41
3.2.1. Analisis SWOT.....	43
3.2.2. Segmentasi, Targetting, & Positioning.....	44
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	45
4.1. Konsep Komunikasi.....	45
4.2. Konsep Kreatif.....	46
4.3. Konsep Media.....	46
4.4. Hasil Karya.....	48
4.4.1. Identitas.....	48
A. Logo.....	48
B. <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	49
4.4.2. Media Elektronik / <i>Online</i>	53
A. <i>Website</i>	53
B. Media Sosial.....	57
C. <i>Video Awareness</i>	59
D. <i>Video Teaser</i>	60
4.4.3. Media Cetak.....	61
A. <i>Poster Teaser</i>	61
B. <i>Poster Event</i>	63
C. <i>Ambient Media</i>	64

D. Brosur.....	68
E. <i>Photobooth</i>	69
F. Tiket.....	71
4.4.4. <i>Gimmick</i>	72
4.5. <i>Budgeting</i>	73
BAB V PENUTUP.....	74
5.1. Simpulan.....	74
5.2. Saran.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Mekar Sari.....	18
Gambar 3.2 Logo Bandung Heritage.....	19
Gambar 3.3 Logo Saung Angklung Udjo.....	21
Gambar 3.4 Pertunjukan Bambu Petang.....	22
Gambar 3.5 Setengah Hari di Saung Angklung Udjo.....	23
Gambar 3.6 Workshop Saung Angklung Udjo.....	23
Gambar 3.7 Pertunjukan Iwung.....	24
Gambar 3.8 Pertunjukan Awi.....	24
Gambar 3.9 Pertunjukan Gombong.....	25
Gambar 3.10 Pertunjukan Arumba.....	25
Gambar 3.25 Logo Bandung Karate Club.....	39
Gambar 3.26 Logo Yayasan Pusat Bina Tari.....	41
Gambar 4.1 Logo Mekar Sari.....	48
Gambar 4.2 <i>Graphic Standard Manual</i>	49
Gambar 4.3 Halaman Beranda.....	53
Gambar 4.4 Halaman Tentang.....	54
Gambar 4.5 Halaman Galeri Foto.....	54
Gambar 4.6 Halaman Galeri Video.....	55

Gambar 4.7 Halaman Berita.....	55
Gambar 4.8 Halaman Kontak.....	56
Gambar 4.9 Fitur Pembelian Tiket <i>Online</i>	56
Gambar 4.10 Fitur Sosial Media.....	57
Gambar 4.11 Tampilan <i>Facebook</i>	58
Gambar 4.12 Tampilan <i>Twitter</i>	58
Gambar 4.13 Tampilan <i>Instagram</i>	59
Gambar 4.14 Video <i>Awareness</i>	59
Gambar 4.15 Video <i>Teaser</i>	60
Gambar 4.16 Poster <i>Teaser 1</i>	61
Gambar 4.17 Poster <i>Teaser 2</i>	62
Gambar 4.18 Poster <i>Teaser 3</i>	63
Gambar 4.19 Poster <i>Event</i>	64
Gambar 4.20 Desain <i>Ambient Media Lift</i>	65
Gambar 4.21 Aplikasi <i>Ambient Media Lift</i>	66
Gambar 4.22 Desain <i>Ambient Media Lantai</i>	67
Gambar 4.23 Aplikasi <i>Ambient Media Lantai</i>	67
Gambar 4.24 Brosur Tampak Luar.....	68
Gambar 4.25 Brosur Tampak Dalam.....	69
Gambar 4.26 Desain <i>Photobooth</i>	70

Gambar 4.27 Aplikasi <i>Photobooth</i>	70
Gambar 4.28 Tiket Pertunjukan.....	71
Gambar 4.29 Tiket <i>Online</i>	71
Gambar 4.30 <i>Gimmick</i>	72

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.11 Pendapatan Responden per Bulan.....	30
Gambar 3.12 Tujuan Responden Datang ke Saung Angklung Udjo.....	30
Gambar 3.13 Alasan Responden Menyaksikan Seni Pertunjukan Tradisional.....	31
Gambar 3.14 Pilihan Responden Pada Era Modern.....	31
Gambar 3.15 Faktor yang Membuat Responden Tertarik.....	32
Gambar 3.16 Minat Responden.....	32
Gambar 3.17 Wisata yang Dipilih Ketika Berkunjung ke Kota Bandung.....	33
Gambar 3.18 Pengetahuan Responden Tentang Kuda Lumping.....	33
Gambar 3.19 Jumlah Responden yang Pernah Menyaksikan di Bandung.....	34
Gambar 3.20 Tahun Terakhir Responden Menyaksikan Kuda Lumping.....	34
Gambar 3.21 Jumlah Responden Menyaksikan di Kota Lain.....	35
Gambar 3.22 Pendapat Responden tentang Kuda Lumping Jawa Barat.....	35
Gambar 3.23 Faktor yang Membuat Pertunjukan Lebih Menarik.....	36
Gambar 3.24 Media Informasi Pertunjukan.....	37
Gambar 4.31 <i>Budgeting</i>	73