

ABSTRAK

REBRANDING TEATER GARASI YOGYAKARTA

Oleh

Sinta Damayanti

NRP 1064088

Teater kontemporer merupakan sebuah teater modern, yang kembali bercermin pada akar budaya tradisional sehingga menjadi teater berwajah tradisi dalam tubuh modern. Akan tetapi teater sendiri sebagai sebuah seni pertunjukan belum mendapatkan tempat di dalam hati masyarakat umum, karena pengetahuan yang kurang tentang sebuah grup teater dan pandangan stereotipe terhadap seni teater modern yang minim unsur budaya. Teater bagaikan menjadi konsumsi pencinta seni dan budayawan semata walaupun ia dapat menjadi alat baca sosial yang disampaikan lewat cara menarik yaitu seni. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah wajah dan promosi yang menarik bagi masyarakat umum untuk mengenal seni teater, yang dalam hal ini dilakukan melalui Teater Garasi sebagai salah satu teater kontemporer di Yogyakarta yang memiliki keunikan gaya yang ekspresif serta mengangkat isu sosial budaya yang terjadi di dalam masyarakat.

Metode yang dilakukan dalam pencapaian hal ini yaitu melakukan rebranding visual dengan perancangan yang dimulai dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuesioner serta studi literatur, dilanjutkan proses analisis data untuk menunjang perencanaan hasil akhir.

Tujuan yang ingin dicapai yaitu memperjelas identitas Teater Garasi sebagai teater kontemporer untuk menarik minat masyarakat luas dengan promosi yang dikemas dengan menarik dan efektif seperti pembuatan event teater keliling kampus, yang dibantu promosi visual dalam berbagai media.

Melalui rebranding dan perancangan event promosi ini diharapkan masyarakat luas dapat lebih mengenal tentang seni teater dan dapat mengambil filosofi serta falsafah budaya di dalamnya melalui Teater Garasi.

Kata Kunci: branding, promosi, seni kontemporer, teater

ABSTRACT

REBRANDING OF TEATER GARASI YOGYAKARTA

Submitted by
Sinta Damayanti
NRP 1064088

Contemporary Theatre is a form of Modern Theatre, which cleverly adds and blends traditional customs and culture when performing their act, visualizing tradition in form of modernity. Yet in reality, theatre hasn't had a place in the heart of public society at large, because the lack of knowledge about it plus the stereotype of theatre which has no or lacking traditional culture. Theatre as an art is viewed as exclusive only to art practitioner or art lovers, while it's actually art for all people to enjoy and can be "read" as social-culture mirror in the form of art. Because of that, theatre needs a face; a brand and promotion so everyone can enjoy and know about it. In this case, Teater Garasi, a contemporary theatre centered in Yogyakarta, Indonesia, is being rebranded because its distinctive character of expressiveness and raises socio-cultural issues that occur in society.

The method to achieve the goal is designing a visual rebrand that was initiated by collecting data through observation, interviews and questionnaires as well as literary studies, subsequent the data analysis to support the final result.

The goal to it is to enhance Teater Garasi's unique identity as a contemporary theater to gain the interest of public society, which is packed with effective promotions like conducting events around the campus, with the visual media promotion.

Through the rebrand's and promotional event of Teater Garasi, it is hoped that public society can get to know and appreciate art also enable them to grasp the philosophy and culture in theatre.

Keywords: branding, contemporary art, promotion, theatre

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I: PENDAHULUAN1

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	5

BAB II: LANDASAN TEORI6

2.1 Teater	6
2.1.1 Teater Tradisional	7
2.1.2 Teater Modern	8
2.1.3 Teater Kontemporer	9
2.2. Branding	11
2.2.1 Teori Branding	11
2.3 Teori Media.....	14

2.3.1 Media dalam Penyampaian Pesan	14
2.3.2 Regulasi dan Integrasi Media	15
BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	18
3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Mandatori.....	18
3.1.1.1 Profil Teater Garasi	18
3.1.1.2 Profil Hivos	19
3.1.2 Hasil Wawancara	
3.1.2.1 Hasil Wawancara dengan Narasumber Teater Garasi	21
3.1.2.2 Hasil Kuesioner	22
3.1.3 Tinjauan Karya Sejenis	
3.1.3.1 Wajah Teater	31
3.1.3.2 <i>New Theatre</i>	32
3.2 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	
3.2.1 Analisis Media Berdasarkan SWOT	33
3.2.2 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	34
3.2.2.1 Segmentasi	34
3.2.2.2 <i>Targeting</i>	34
3.2.2.3 <i>Positioning</i>	35
 BAB IV: PEMECAHAN MASALAH	 36
4.1 Konsep Komunikasi	36
4.2 Konsep Kreatif	36
4.3 Konsep Media	37
4.3.1 Poster.....	37
4.3.2 Brosur	37
4.3.3 <i>Booklet</i>	38
4.3.4 Tiket	38
4.3.5 Spanduk dan Umbul-Umbul	38

4.3.6 <i>X-Banner</i>	38
4.3.7 <i>Website</i>	38
4.3.8 <i>Booth Pameran</i>	39
4.3.9 <i>Ambience</i>	39
4.3.10 <i>Gimmick</i>	39
4.4 Hasil Karya	
4.4.1 Logo	39
4.4.1.2 <i>Logotype</i>	39
4.4.1.3 <i>Warna Logo</i>	41
4.4.1.4 <i>Logo Grid</i>	41
4.4.1.5 <i>Logo Grayscale, BW, Invert</i>	41
4.4.2 <i>Business Suite</i>	42
4.4.2.1 <i>Kartu Nama</i>	42
4.4.2.2 <i>Kop Surat dan Amplop</i>	43
4.4.3 <i>Poster</i>	44
4.4.3.1 <i>Poster Pertunjukan</i>	44
4.4.3.2 <i>Poster Event Pameran Keliling</i>	45
4.4.4 <i>Brosur</i>	45
4.4.4.1 <i>Brosur Teater Garasi</i>	45
4.4.4.2 <i>Brosur Event</i>	47
4.4.5 <i>Booklet</i>	48
4.4.6 <i>Tiket</i>	49
4.4.7 <i>Spanduk dan Umbul-umbul</i>	49
4.4.8 <i>X-Banner</i>	50
4.4.9 <i>Website</i>	51
4.4.10 <i>Booth Pameran</i>	52
4.4.11 <i>Ambience</i>	53
4.4.12 <i>Gimmick</i>	54
4.5 <i>Biaya dan Budgeting</i>	56

BAB V: PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	61
DATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
------------------------------------	---

BAB III

Gambar 3.1 Logo Teater Garasi	19
Gambar 3.2 Logo Hivos	21
Gambar 3.3 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang pengalaman menonton teater	24
Gambar 3.4 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang minat menonton teater	24
Gambar 3.5 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang frekuensi menonton teater	25
Gambar 3.6 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang faktor ketertarikan menonton teater	26
Gambar 3.7 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang informasi pertunjukan teater	27
Gambar 3.8 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang pengetahuan budaya tradisional dalam teater	27
Gambar 3.9 Diagram hasil pembagian angket terhadap responden berumur 17-25 tahun tentang ketertarikan mengenal teater	28
Gambar 3.10 Infografis Simpulan Hasil Wawancara Yogyakarta (1)	29
Gambar 3.11 Infografis Simpulan Hasil Wawancara Yogyakarta (2)	30
Gambar 3.12 Infografis Simpulan Hasil Wawancara Online Bandung-Jakarta ...	31
Gambar 3.13 Logo Wajah Teater	32
Gambar 3.14 <i>Gimmick</i> Wajah Teater	33
Gambar 3.15 Logo <i>New Theatre</i>	33
Gambar 3.6 Rebranding <i>New Theatre</i> , Australia	34

BAB IV

Gambar 4.1 Logo Teater Garasi	40
Gambar 4.2 Gotham <i>Typeface</i>	41
Gambar 4.3 DINPro <i>Typeface</i>	41
Gambar 4.4 Skema Palet Warna Logo	42
Gambar 4.5 Logo <i>Grid</i>	42
Gambar 4.6 Logo <i>Invert</i>	42
Gambar 4.7 Aplikasi Warna Logo Pada Latar Belakang yang Berbeda	43
Gambar 4.8 Kartu Nama	43
Gambar 4.8 Kop Surat dan Amplop	44
Gambar 4.9 Poster Pertunjukan	45
Gambar 4.10 Poster <i>Event</i>	46
Gambar 4.11 Brosur Teater Garasi	47
Gambar 4.12 Brosur <i>Event</i>	48
Gambar 4.13 <i>Booklet</i>	49
Gambar 4.14 Tiket	50
Gambar 4.15 Spanduk Horizontal	50
Gambar 4.16 Umbul-umbul	51
Gambar 4.17 <i>X-Banner</i>	51
Gambar 4.18 <i>Home Page Website</i> Teater Garasi	52
Gambar 4.19 Tampilan Isi <i>Website</i> Teater Garasi	52
Gambar 4.20 <i>Booth</i> Pameran	53
Gambar 4.21 Stiker Penunjuk Arah	54
Gambar 4.22 Aplikasi <i>Ambience</i> (1)	54
Gambar 4.23 Aplikasi <i>Ambience</i> (2)	55
Gambar 4.24 <i>T-Shirt</i>	55
Gambar 4.25 <i>Postcard, Bag, Keychain</i> Akrilik (atas-bawah)	56
Gambar 4.26 DVD Teater Garasi	56

DAFTAR TABEL

BAB II

Tabel 2.1 Tabel Regulasi Media	17
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Kuesioner Online

Lampiran B Pertanyaan Kuesioner untuk Koresponden Yogyakarta

Lampiran C Sketsa Perancangan