

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik merupakan bahasa dunia yang bersifat universal tanpa membedakan warna kulit, ras, agama dan dapat memberikan inspirasi kepada seluruh generasi muda Indonesia, bahwa dengan musik kita dapat melakukan kegiatan positif tanpa memandang kepentingan pribadi maupun golongan untuk meniadakan perbedaan yang dapat menimbulkan perpecahan, melalui musik kita dapat mengisi kehidupan dengan lebih harmonis.

Musik saat ini sudah menjadi fenomena, hal ini dibuktikan dengan maraknya ajang-ajang pencarian bakat yang rutin diadakan setiap tahun yang dapat mengubah kehidupan seseorang, sebagai contoh : Indonesian Idol dan Indonesia Mencari Bakat. Hal tersebut menjadi salah satu pendorong hasrat generasi muda Indonesia untuk dapat memiliki kemampuan bermusik yang baik. Era globalisasi yang terjadi saat ini juga mendorong masyarakat untuk memiliki keahlian lain di samping bidang yang ditekuninya agar terbentuk pribadi berkualitas serta memiliki nilai tambah. Disinilah masyarakat memerlukan suatu wadah yang dapat membantu proses pengembangan diri salah satunya melalui tempat kursus Elfa Music School.

Elfa Musik School (EMS) didirikan oleh Elfa Secioria pada tanggal 20 Februari 1981 di Bandung. Merupakan wadah bagi siapapun yang ingin mengembangkan karir dan bakatnya dalam dunia musik. Terbagi dalam beberapa Departemen seperti *vocal*, *instrument music pop*, *music course (band)*, *field band (marching band)*, *tropical wave latin percussion*, *arranging*, dan *song writer club*. EMS memiliki orientasi untuk sebanyak mungkin mengangkat prestasi anak bangsa untuk berpengalaman dalam berprestasi di tingkat nasional dan internasional serta untuk dapat menghasilkan artis

berbakat dengan talenta tinggi yang selanjutnya dapat meraih nilai komersial atas kepopulerannya, seperti : Elfa's Singer, Harvey Malaiholo, Erwin Gutawa, Dwiki Dharmawan, Trie Utami, Ruth Sahanaya, Melly Goeslow, Sherina, Andien, Alena, Rosa, dll. EMS memiliki segudang prestasi di dunia internasional.

Sayangnya, strategi *branding* yang dimiliki masih sekedar ala kadarnya. Ada kecenderungan orang tidak memilih Elfa karena dari sisi *branding*, logo kurang menarik, sedangkan dari sisi promosinya Elfa kurang gencar yang mengakibatkan kalah bersaing dengan tempat kursus sejenis lainnya, seperti Purwacaraka *Music Studio* dan Braga *Music*. Terlebih informasi mengenai Elfa yang susah di dapat.

Berdasarkan survei di lapangan Elfa mengalami penurunan peminat, hal ini dibuktikan dengan terjadinya penurunan pendaftaran dari tahun ke tahun. Manajemen pengenalan *company profile* ke para pekerja di Elfa Music School juga masih kurang baik, hal ini terlihat dari tidak semua pekerjanya mengetahui apa arti dari logo *company* tersebut.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan solusi tentang permasalahan yang sedang terjadi di tubuh EMS ini serta menjadi jawaban akan kebutuhan wadah pengembangan potensi diri, tempat bersosialisasi dan sarana untuk menunjukkan eksistensi diri bagi masyarakat pada umumnya dan remaja pada khususnya. Topik ini diangkat oleh penulis karena sesuai dengan Tugas Akhir yang berkaitan dengan gaya hidup berdampak positif yang memerlukan pemecahan solusi berupa proses *rebranding* serta promosi.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, berikut akan dijabarkan pokok-pokok persoalan yang akan dibahas, dianalisis, dan dipecahkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana menciptakan strategi *branding* yang tepat bagi EMS?
2. Bagaimana merancang sistem grafis bagi EMS guna menaikkan tingkat awareness masyarakat serta meningkatkan peminat kursus musik di tempat ini?

Dari latar belakang di atas dapat ditarik inti dari permasalahan topik ini yaitu adanya permasalahan dari luar dan dalam Elfa *Music School* (EMS) berupa penurunan peminat dari tahun ke tahun. Faktor dari dalam berupa *branding* (pencitraan merek) EMS yang tidak *up to date*, logo yang terkesan kaku dan tidak memikat dimana seharusnya logo sebuah tempat kursus musik setingkat EMS dapat menampilkan kesan yang muda, berkualitas tinggi dan penuh semangat. Manajemen pengenalan *company profile* yang kurang baik kepada para pekerja, terbukti dengan tidak semua pekerjanya mengetahui apa arti dari logo EMS serta sulitnya mendapatkan informasi tentang tempat ini.

Faktor dari luar berupa semakin bermunculan tempat-tempat kursus lain yang lebih menarik secara visual serta gencar melakukan promosi, contohnya Purwacaraka *Music Studio* dan Braga *Music*. Sedangkan permasalahan dalam bidang DKV yaitu bagaimana cara untuk melakukan *re-branding* pada EMS ini agar menjadi lebih *fresh* dan lebih *up to date* untuk meningkatkan *awareness* masyarakat serta meningkatkan peminat melalui proses promosi sebagai wadah pengembangan potensi diri yang tepat, berkualitas dan dengan harga terjangkau. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Juli sampai November 2011 di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan permasalahan dan ruang lingkup yang telah diuraikan di atas, berikut akan dipaparkan garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah diteliti dan dipecahkan, yaitu sebagai berikut:

1. Memperoleh citra baru yang dapat menampilkan kesan muda, berkualitas dan penuh semangat dari EMS
2. Memperoleh rancangan serta media promosi yang tepat guna menaikkan *awareness* masyarakat serta meningkatkan peminat kursus musik di tempat ini

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pembuatan laporan tugas akhir ini adalah:

1. Observasi langsung, yaitu melakukan pengamatan terhadap kegiatan kursus musik di EMS.
2. Wawancara kepada pihak terkait, seperti staf EMS beserta siswa-siswanya.
3. Kuisisioner yang dibagikan ke kalangan pelajar tingkat SMP dan SMA di kota Bandung.
4. Media internet sebagai media pencarian data dan buku-buku desain yang membantu berjalannya pembuatan desain.

1.5 Skema Perancangan

