

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia musik Indonesia saat ini, tengah dibanjiri dengan begitu banyak kelompok bermusik, dengan beragam lagu-lagu yang sangat digandrungi oleh seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya orang dewasa, atau remaja, melainkan juga anak-anak. Jika diperhatikan lebih jauh, musik yang saat ini tengah naik daun adalah jenis-jenis musik yang mudah diserap, mudah dinikmati, lirik yang sederhana, sehingga masyarakat mudah mengikuti, ada pula jenis musik Melayu yang saat ini disebut-sebut sebagai aliran “musik masa kini” karena terlalu banyaknya grup musik yang mengangkat jenis musik tersebut.

Jika ditelaah lebih jauh dari fenomena ini, maka timbul sebuah permasalahan yang cukup menarik. Dimana saat ini banyak sekali grup musik dengan aliran “musik masa kini” dimana satu dengan yang lainnya menjadi sangat sulit untuk dibedakan, karena tujuan mereka membuat lirik dan nada-nadanya hanyalah untuk nilai komersial, sehingga grup-grup tersebut tidak memiliki keunikan, dan identitas yang jelas.

Fenomena diatas erat kaitannya dengan salah satu bidang ilmu desain grafis yang dikenal dengan *Branding*. Saat ini proses *branding* atau pencitraan tidak hanya dapat dilakukan pada perusahaan, atau produk, tetapi pada tokoh masyarakat pun pencitraan sudah mulai dilakukan. Dimana seorang tokoh masyarakat seharusnya memiliki citra yang kuat, unik, inovatif, berbeda dari yang lain, dan menarik. Dari konsep dasar yang sudah ada, pencitraan tersebut dapat diwujudkan atau dikomunikasikan pada masyarakat melalui visual, seperti logo, busana, perilaku, *cover CD* dan lain sebagainya. Sehingga citra yang diinginkan, tanpa disadari akan tertanam kuat di benak masyarakat, dan akan membantu meningkatkan daya jual dari sang tokoh masyarakat itu sendiri.

Fenomena ini menarik untuk diangkat sebagai topik Tugas Akhir karena, saat ini, khususnya di Indonesia, para tokoh masyarakat itu sendiri lebih

mementingkan nilai-nilai komersial, yang akan hilang perlahan seiring datangnya rasa bosan dari masyarakat penikmat jenis musik musiman tersebut, dan terlebih dari itu grup-grup musik tanpa identitas yang kuat akan lebih mudah dilupakan, sedangkan dengan nilai independen, keunikan, kekuatan karakter yang diolah dengan tepat, lalu dikomunikasikan secara visual dan juga direpresentasikan lewat musik, maka hal ini akan lebih diingat oleh masyarakat, dan lebih bertahan untuk jangka waktu yang panjang, tentunya hal ini akan lebih menguntungkan dari segi penjualan.

Dalam topik ini, penulis mengangkat sebuah profil musisi yang akan menjadi objek dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu seorang DJ wanita yang menamakan dirinya Lava, dimana sebagai DJ hanya memiliki komunitas kecil sebagai penikmatnya, tetapi Lava ingin bersaing tidak hanya dengan sesama DJ tapi dia menciptakan musik yang ingin bersaing dengan semua jenis musik, jenis grup yang ada di dunia musik Indonesia. Namun terdapat beberapa masalah yang cukup menghambat karirnya sebagai musisi, yakni sebagai seorang musisi independen yang maju dengan konsep musiknya sendiri yang tidak mengikuti trend, masalah juga terdapat pada penerapan branding sebagai DJ yang masih kurang kuat, sehingga banyak mengalami ketidakjelasan dalam aplikasinya, juga secara langsung menghambat setiap promosi yang sudah dilakukan sebelumnya. Bisa dikatakan Lava belum memiliki pencitraan yang jelas, dan representatif.

Dengan membentuk pencitraan yang kuat, dan komunikasi visual ataupun verbal yang tepat, maka akan mencapai tingkat kesuksesan untuk jangka waktu yang panjang.

1.2 Permasalahan

Adanya permasalahan utama dalam topik ini adalah:

- Bagaimana seorang Lava, dengan konsep musik yang berbeda dari kebanyakan musisi saat ini bisa dikenal dan disukai oleh masyarakat?
- Bagaimana menanamkan pencitraan yang kuat dibenak masyarakat?
- Bagaimana membuat masyarakat tertarik untuk mendengarkan lagunya?

1.3 Tujuan Perancangan

Dengan adanya beberapa permasalahan diatas maka adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

- Menciptakan karakter atau pencitraan yang kuat dan berbeda dari yang lain, namun tetap sesuai dengan selera pasar.
- Dengan logo dan diikuti visual yang representatif dan menarik, maka perlahan pencitraan tersebut akan diingat di benak masyarakat.
- Untuk membuat masyarakat mau mencoba mendengarkan, maka dibutuhkan kemasan yang menarik, atau visual yang menarik sehingga masyarakat akan tertarik untuk mencoba mendengarkan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperoleh untuk penyusunan laporan ini diperoleh dari sumber-sumber yang meliputi :

- a Studi literatur, dengan meneliti sejumlah literatur yang berkaitan dengan branding dan pemasaran.
- b Wawancara, untuk mengumpulkan data-data yang lebih akurat secara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan masalah ini.
- c Kuesioner/Angket, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis dan terstruktur kepada responden untuk menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan.
- d Observasi terhadap fenomena-fenomena yang terjadi berkaitan dengan topik tugas akhir.

1.5 Skema

