

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bangsa Indonesia boleh berbangga karena sudah memiliki gedung konser yang megah bertaraf internasional bernama Aula Simfonia Jakarta, sebuah gedung konser musik yang berlokasi di Kemayoran, Jakarta dengan kapasitas 1400 orang. Gedung konser yang merupakan bagian dari Reformed Milenium Center Indonesia ini berdiri tahun 2009 dan didesain oleh Dr. Stephen Tong. Aula Simfonia Jakarta memiliki kualitas akustik yang sangat baik dan sebuah *pipe organ* buatan Casavant Frères yang menjadi ciri khas tempat ini. *Pipe organ* adalah salah satu alat musik tertua dengan suara terindah di dunia dan Casavant Frères adalah salah satu pembuat *pipe organ* terbaik di dunia. Selain itu Aula Simfonia Jakarta memiliki *grand piano* yang berkualitas sangat baik buatan Steinway and Sons. Secara arsitektur dan tata ruang, gedung konser ini juga tertata dengan sangat indah dan matang. Di dalam gedung konser ini tidak dipakai *speaker* atau penguat suara lainnya tetapi seluruh penonton dapat menikmati suara musik akustik dengan maksimal di manapun mereka duduk karena penataan tempat duduk penonton yang bulat mengelilingi panggung. Bahkan beberapa musisi ternama yang pernah mengikuti konser di Aula Simfonia Jakarta ini mengatakan bahwa kualitas suara yang dihasilkan lebih baik daripada gedung konser di Singapura, Berlin, Korea, Jepang, Hongkong dan China.

Gedung ini didekor dengan gaya klasik bernuansa merah emas atau coklat. Sepanjang dinding *concert hall* berdiri patung-patung emas dewi-dewi kesenian yang memainkan bermacam-macam alat musik. Di koridor dan *lobby* banyak dipajang lukisan diri komposer-komposer besar seperti Bach, Mozart, Beethoven Mendelssohn dan Haydn yang menambah keartistikan dan keindahan gedung ini.

Tujuan Aula Simfonia Jakarta adalah memperkenalkan musik klasik pada masyarakat karena musik klasik dianggap sebagai musik Kristiani, disebut musik Kristiani adalah karena hampir seluruh komposer besar musik klasik beragama Kristen. Aula Simfonia Jakarta telah menampilkan banyak musisi dari luar dan dalam negeri. Musik yang ditampilkan tidak terbatas pada musik klasik barat saja tetapi angklung, musik *Tango* dan musik tradisional Cina pun pernah ditampilkan di gedung ini, walau memang fokus utamanya adalah musik klasik.

Sangat disayangkan bahwa Aula Simfonia Jakarta yang memiliki fasilitas dan kualitas akustik bertaraf internasional dan gedung yang sangat indah, belum populer di Indonesia bahkan di masyarakat Jakarta sendiri. Di kota lain selain Jakarta, hanya segelintir orang dari kalangan musik saja yang tahu mengenai Aula Simfonia Jakarta. Jumlah pertunjukan per tahunnya pun tidak ada peningkatan bahkan cenderung menurun dari tahun ke tahun. Pihak luar yang menyelenggarakan konser di gedung konser musik klasik ini pun belum banyak, berkisar 25-30% dari total jumlah pertunjukan pertahun. Memang bisa dikatakan Aula Simfonia Jakarta tidak sepi pengunjung, rata-rata 70-80% kursi penonton terisi di setiap pertunjukan. Tetapi mengingat Aula Simfonia Jakarta adalah satu-satunya gedung konser khusus musik klasik yang ada di Indonesia, dan banyaknya masyarakat mengakui menyukai musik klasik (menurut kuesioner mencapai 64%), seharusnya 1400 kursi Aula Simfonia Jakarta bisa terisi penuh.

Promosi yang sudah dilakukan adalah melalui pengumuman pada saat ibadah Gereja Reform Injili Indonesia (GRII), poster, brosur, *website*, *email* dan media sosial Facebook dan Twitter. Promosi paling efektif adalah melalui pengumuman saat ibadah karena kebanyakan pengunjung yang datang mengetahui adanya konser dari gereja atau dari saudara mereka yang berjemaat di GRII. Kelemahan Aula Simfonia Jakarta pada promosinya adalah tidak ada konsistensi pada logo sehingga tidak menciptakan *brand awareness*. Logo Aula Simfonia Jakarta berupa logotype. Jenis huruf yang dipakai untuk logo itu sering berganti dari poster ke poster dan pada tiket pun dipakai jenis huruf yang berbeda.

Penulis mengangkat masalah ini sebagai judul tugas akhir karena sesuai dengan tema besar tugas akhir yaitu *entertainment* di Indonesia. Penulis merasa bahwa dari segi *branding* dan promosi Aula Simfonia Jakarta ini belum digarap secara maksimal sehingga cocok untuk dijadikan topik tugas akhir. Penulis mengangkat masalah ini juga karena Aula Simfonia Jakarta ini belum populer di masyarakat Indonesia padahal Indonesia boleh bangga memiliki gedung konser Aula Simfonia Jakarta yang layak disandingkan dengan gedung konser dunia karena keindahan dan keunikan desain arsitekturnya maupun kesempurnaan akustiknya. Karena selain sebagai tempat pertunjukkan seni, gedung konser merupakan sebuah simbol, identitas, perkembangan seni dan budaya suatu negara. Penulis yakin dengan ilmu desain grafis untuk mencitrakan ulang dan mempromosikan dapat meningkatkan kepopuleran Aula Simfonia Jakarta di tengah masyarakat Indonesia, khususnya Jakarta dan kota-kota besar di Indonesia.

1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yang dibahas dalam Tugas Akhir ini adalah:

- Bagaimana cara mencitrakan Aula Simfonia Jakarta sebagai gedung pertunjukan musik klasik yang elegan dan berkualitas tinggi ?
- Bagaimana meningkatkan jumlah pertunjukan per tahun di Aula Simfonia Jakarta?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang akan dikerjakan penulis adalah mencitrakan kembali Aula Simfonia Jakarta sebagai sebuah gedung konser musik klasik yang berlokasi di Jakarta melalui perancangan *rebranding*. Dengan rebranding akan menghasilkan logo yang mencerminkan Aula Simfonia Jakarta sehingga membantu promosi.

Promosi ini ditujukan kepada golongan musikus dan promotor musik dengan kelas ekonomi menengah ke atas, berskala organisasi menengah dan besar, yang tinggal di kota besar di Indonesia dan luar negeri .

1.3. Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada permasalahan yang sudah diungkapkan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil yang ingin diperoleh yaitu :

- Mencitrakan Aula Simfonia Jakarta sebagai gedung pertunjukan musik klasik yang elegan dan berkualitas tinggi.
- Meningkatkan jumlah pertunjukan per tahun di Aula Simfonia Jakarta.

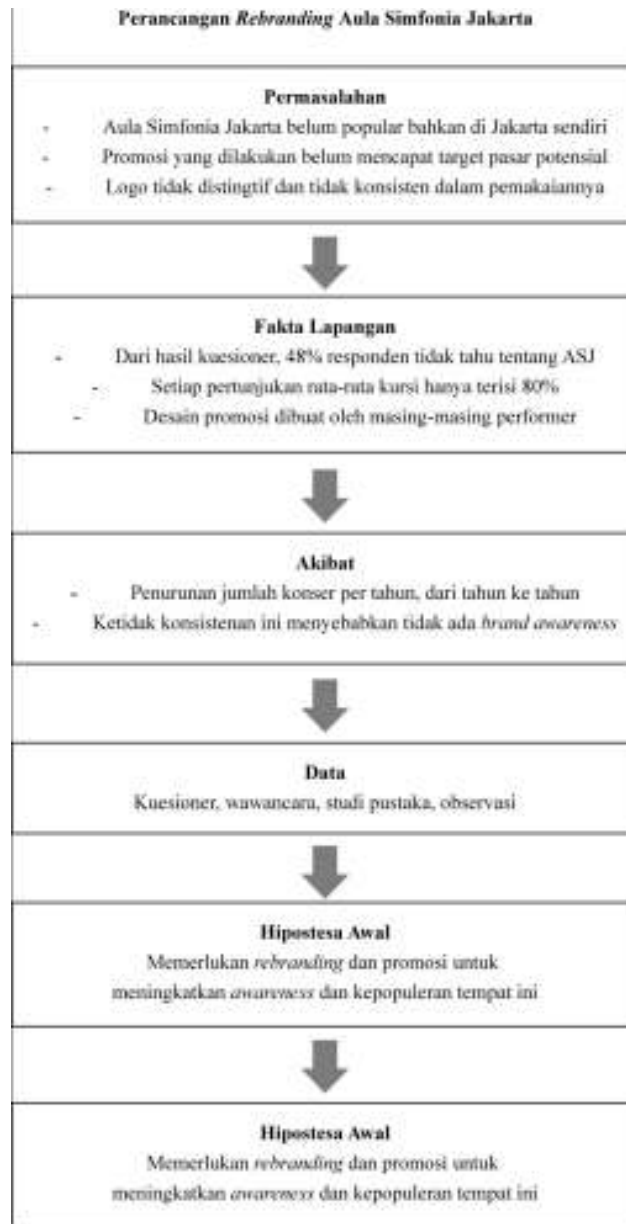
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini digunakan beberapa sumber data yang dapat dipercaya kebenarannya antara lain melalui :

- Observasi yang dilakukan dengan cara melihat dan mengamati langsung ke Aula Simfonia Jakarta untuk mendapatkan data mengenai kelebihan dan kekurangan gedung konser ini serta mengamati karakteristik dan perilaku individu atau kelompok yang menonton konser di Aula Simfonia Jakarta.
- Wawancara tidak terstruktur tetapi mendalam dengan pejabat gedung konser Aula Simfonia Jakarta yang mengetahui visi misi dan segala aktifitas gedung konser ini, lalu dengan para penonton konser dan performer konser untuk memastikan informasi yang oleh pejabat gedung adalah benar adanya.
- Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden guna mengetahui popularitas dan pendapat *target market* dengan valid.

- Studi pustaka untuk memperoleh data dengan menghimpun informasi yang berkaitan dengan masalah melalui buku-buku dan karangan ilmiah, internet, dan sumber-sumber tertulis lainnya baik media cetak maupun elektronik.

1.5 Skema Perancangan





Tabel 1.1 Skema Perancangan