

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seni dan budaya dewasa ini banyak mengalami pergeseran seiring dengan berjalannya era globalisasi. Dewasa ini kebudayaan tidak hanya dari dalam negeri saja namun juga berasal dari luar negeri telah banyak diterima oleh kalangan muda secara keseluruhan dari yang baik hingga yang buruk. Seperti halnya saat ini bahasa daerah jarang digunakan dan kurang diminati oleh anak muda. Hal itu dipengaruhi oleh budaya luar yang mulai masuk ke Indonesia dan berpotensi mengubah pola pikir yang dimiliki generasi muda saat ini.

Bahasa Sunda merupakan bahasa yang jarang dipakai oleh generasi muda yang berada di Kota Bandung, jika ada pun kebanyakan generasi muda saat ini menggunakan Bahasa Sunda yang kasar sehingga tidak dapat diterima oleh masyarakat luas. Salah satu grup musik yang melihat fenomena ini yaitu grup musik Sundanis. Sundanis mempunyai visi dan misi untuk melestarikan Bahasa Sunda agar tidak punah dan ditinggalkan oleh generasi muda saat ini melalui pendekatan musik. Musik yang dihadirkan oleh grup musik Sundanis adalah hiphop yang cukup digemari oleh kalangan muda di Kota Bandung.

Sebuah grup musik harus mampu menghadirkan perbedaan antara satu dengan yang lainnya baik dalam *genre* yang diusung ataupun tujuan mereka bermusik karena sudah menjadi suatu keharusan bagi setiap grup musik untuk memenuhi kebutuhan para penggemarnya. Grup musik harus menciptakan apa yang harus mereka tampilkan kepada masyarakat luas melalui identitas yang melekat. Salah satu aspek yang paling penting dalam hal membangun persepsi yang benar dalam sebuah grup musik adalah dengan melakukan *branding* secara *visual*.

Sundanis merupakan grup musik yang unik karena menghadirkan musik hip hop yang dikombinasikan dengan unsur-unsur etnik Sunda seperti kendang, suling,

kecapi, dan alat musik sunda lainnya, bahasa yang digunakan dalam musik yang dihadirkan adalah Bahasa Sunda.

Grup musik Sundanis ini tidak memiliki identitas yang cukup kuat untuk menunjukkan musik yang mereka usung. Maka dari itu, guna mendukung pemantapan jati diri atau karakter, dibutuhkan sebuah *image* melalui identitas visual yang baru. Oleh sebab itu, penulis sebagai seorang yang bergerak di bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual tertarik untuk mengangkat kasus ini dengan melakukan perancangan identitas visual dengan sebaik mungkin, melalui perancangan identitas yang dapat meningkatkan citra grup musik dalam promosi juga menunjang grup tersebut agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

### **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka didapatkan rumusan masalah dan ruang lingkupnya sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang identitas visual yang dapat mewakili konsep yang diusung oleh grup musik Sundanis ?
2. Bagaimana mempromosikan grup musik Sundanis agar lebih dikenal oleh masyarakat di Kota Bandung ?

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya perancangan ini adalah :

1. Membuat desain yang modern namun dibalut dengan ciri khas Sunda supaya dapat mewakili konsep grup musik Sundanis.
2. Membuat desain dengan media yang akrab dengan anak muda di Kota Bandung sebagai bagian dari promosi grup musik Sundanis.

#### 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

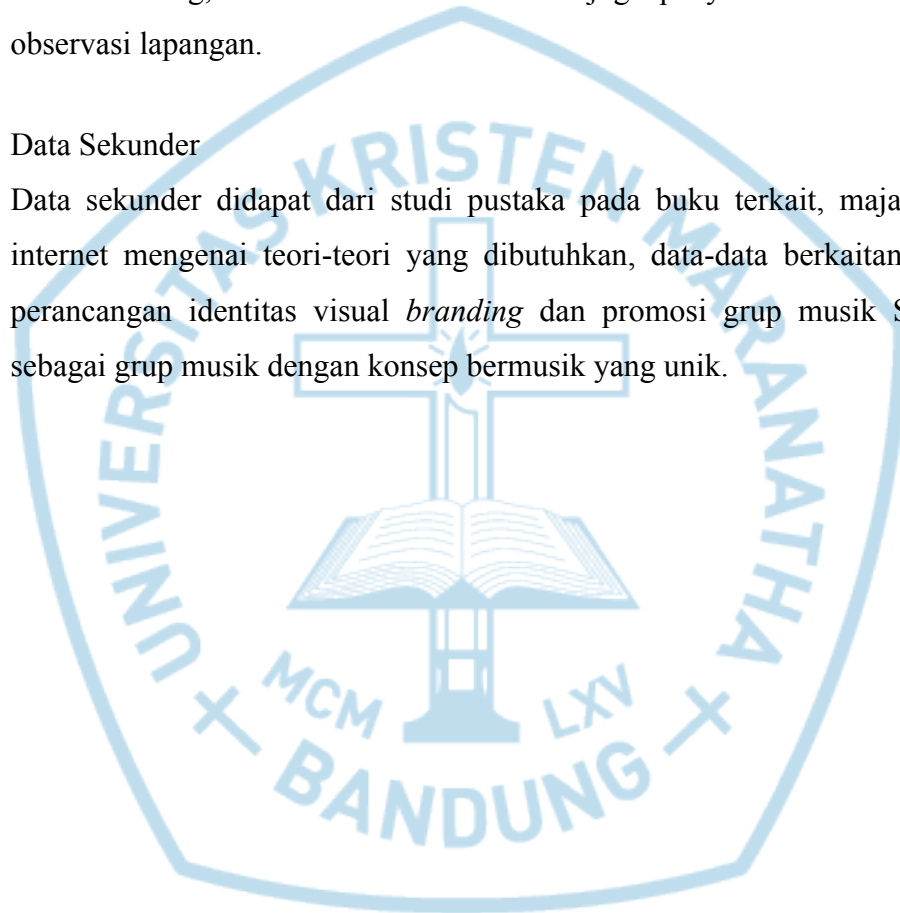
Dalam penyusunan laporan, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan beberapa metode, antara lain sebagai berikut :

1. Data Primer

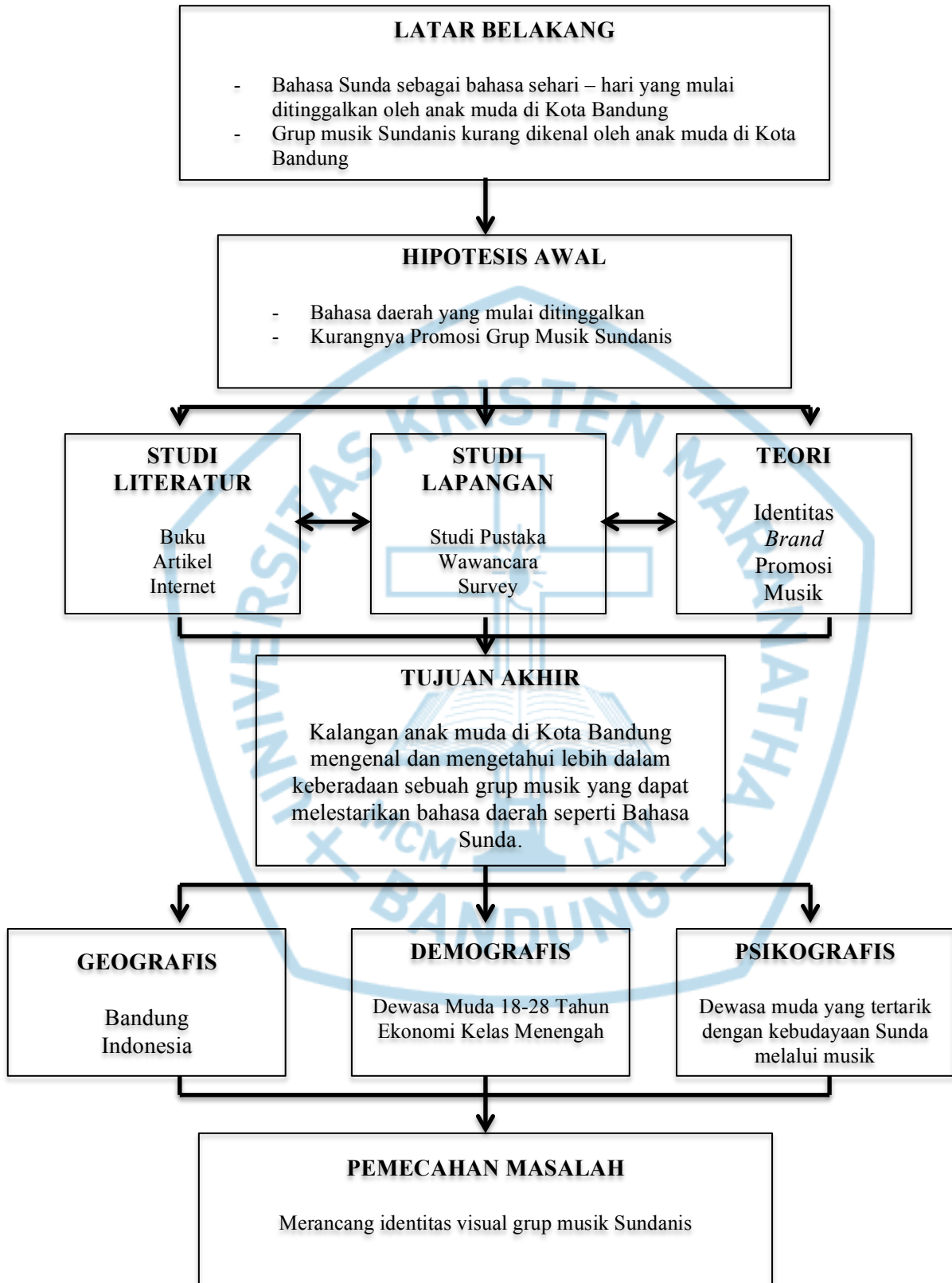
Data primer didapat dari wawancara dengan Rudi Sanjaya dan Ahmad Dany Febriansyah sebagai pihak yang kompeten dalam bidang musik hip hop di Kota Bandung, kemudian akan dilakukan juga penyebaran kuesioner dan observasi lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder didapat dari studi pustaka pada buku terkait, majalah, dan internet mengenai teori-teori yang dibutuhkan, data-data berkaitan dengan perancangan identitas visual *branding* dan promosi grup musik Sundanis sebagai grup musik dengan konsep bermusik yang unik.



## 1.5 Skema Perancangan



**Gambar 1.1** Skema Perancangan  
(sumber : Dokumentasi pribadi, 2016)