BAB II
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL GRUP MUSIK GAMBUS NEBRAZZ

II.1 Identitas Visual

Kata identitas berasal dari kata "*identity*" yang berarti ciri-ciri, tanda-tanda, atau jati diri yang melekat pada seseorang atau sesuatu yang membedakannya dengan yang lain. Seseorang atau sesuatu yang memiliki ciri khas pada dirinya dapat dengan mudah untuk dikenali.

Identitas Visual dalam pengertian umum adalah gambar atau goresan yang merepresentasikan satu atau lebih, pesan dengan maksud tertentu dan digunakan untuk mengkomunikasikan keberadaan dari sebuah perusahaan, organisasi, institusi, ataupun golongan. Di dalamnya terdapat nama, lambang, tipografi, warna serta tagline atau slogan. Identitas Visual diaplikasikan mulai dari *stationary office* hingga aktiva tetap seperti bangunan, sarana angkut serta pendukung promosi seperti *merchandise*. *Image* suatu perusahaan sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Identitas visual yang menonjol dan kuat sangat diperlukan sebagai pengenal suatu produk atau perusahaan.

Menurut Kusmiati (1999) Identitas visual adalah identitas yang berkaitan dengan citra atau *image* yang dipertahankan oleh perusahaan sebagai jembatan untuk menyatukan berbagai konteks, *audience*, bagi perusahaan tersebut**. S**imbolisasi ciri khas yang mengandung diferensial dan mewakili citra organisasi, Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi/cita-cita, misi/fungsi, tujuan, strategi atau program.

Identitas merupakan suatu yang penting karena dengan identitas dapat mengenal dan membedakan suatu hal dengan yang lainnya. Begitu juga dengan manusia, benda, produk atau perusahaan memiliki sebuah identitas baik secara fisik dapat dilihat (visual) atau dirasakan, diraba atau didengar. Dalam desain komunikasi visual, nama merupakan atribut identitas awal yang akan memberikan petunjuk atau atribut lain yang dimiliki, seperti yang dikemukakan oleh Rustan (2009) bahwa nama menjadi atribut identitas yang membentuk *brand image* awal di

benak publik. Semua atribut identitas lainnya seperti logo, tipografi, warna dan lain-lain dibangun dengan berpijak pada nama.

Pernyataan tersebut juga menjelaskan bahwa identitas akan membentuk sebuah *brand image*, bagi sebuah produk atau perusahaan yang di awali dengan sebuah nama kemudian didukung oleh elemen-elemen lain seperti logo, warna, tipografi dan lainya akan menjadi sebuah identitas yang tersimpan dalam ingatan masyarakat. Identitas yang dilihat secara visual itu disebut identitas visual, seperti logo, tipografi, warna, dan *packaging*.

II.1.1 Pemahaman Logo

Kata logo berasal dari bahasa Yunani yang artinya adalah pikiran, pembicaraan, dan akal budi. Logo dapat menggunakan elemen berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. *Logotype* sendiri mulai muncul pada tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama identitas sebuah perusahaan, organisasi, negara, barang atau jasa yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu.

Menurut Susaner (2007) mengemukakan bahwa logo merupakan tanda visual yang berbicara kepada konsumen melalui gambar untuk mengimpresikan nilai, dan fungsi perusahaan kepada masyarakat. Sehingga logo merupakan simbol yang mempunyai tujuan komunikasi untuk mencerminkan citra perusahaan.

II.1.1.1 Jenis Logo

Ada beberapa jenis logo, yaitu :

- *Logogram*

  Logogram adalah simbol ekspresi yang divisualkan dalam bentuk gambar.
- *Logotype*

  Logotype adalah logo yang dibuat dan divisualkan dalam bentuk olahan huruf.

II.1.1.2 Fungsi Logo

Menurut John Murphy dan Rowe (1998) mengemukakan bahwa sebuah logo memiliki fungsi sebagai berikut:

- Identifikasi suatu produk atau organisasi.

- Pembeda dari produk atau organisasi yang lain.
- Mengkomunikasikan informasi tentang nilai dan kualitas.
- Menambah nilai.
- Mempresentasikan asset yang berharga.
- Properti legal suatu produk atau organisasi.

II.1.1.3 Prinsip Logo

Logo yang efektif adalah logo yang mudah diingat dan mampu mengekspresikan spirit perusahaan atau organisasi atau juga sebuah lembaga.

Maka Jacob Cass mengemukakan prinsip-prinsip desain logo antara lain yaitu:

- Logo harus mampu mendeskripsikan perusahaan atau produk (*describable*).
- Jika dicetak hitam-putih (tanpa warna), logo tetap efektif dan menarik (*effective without colour*).
- Logo harus *simple* dan mudah diingat (*memorable*).
- Dalam ukuran kecil, logo masih bisa dibaca dan dapat dikenali (*scalable*).

II.1.1.4 Kriteria Logo

Menurut David E Carter, pakar *corporate identity* dan penulis buku *The big Book of Logo* dari Amerika mengemukakan bahwa pertimbangan-pertimbangan mengenai logo yang baik mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- *Original dan Distinctive*

  Memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.
- *Ligible*

  Memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda.
- *Simple*

  Mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- *Memorable*

  Cukup mudah diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama.

- *Easily associated with company*

  Mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- *Easily adaptable for all graphic media*

  Kemudahan pengaplikasian logo, baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada proses perancangan. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

II.1.1.5 Unsur-unsur Pembentuk Logo

Dalam sebuah logo terdapat beberapa elemen visual pembentuk logo. Unsur-unsur yang dapat membentuk sebuah logo, diantaranya yaitu:

- **Garis**

  Pengertian garis menurut *Leksikon Grafika* adalah benda dua dimensi tipis memanjang Sedangkan *Lillicrrr Gareth* mendefinisikan garis sebagai sekumpulan titik yang bila dideretkan maka dimensi panjangnya akan tampak menonjol dan sosoknya disebut dengan garis. Terbentuknya garis merupakan gerakan dari suatu titik yang membekaskan jejaknya sehingga terbentuk suatu goresan. Untuk menimbulkan bekas, biasa mempergunakan pensil, pena, kuas dan lainlain. Bagi seni rupa garis memiliki fungsi yang fundamental, sehingga diibaratkan jantungnya seni rupa. Garis sering pula disebut dengan kontur, sebuah kata yang samar yang jarang dipergunakan Disamping potensi garis sebagai pembentuk kontur, garis merupakan elemen untuk mengungkapkan gerak dan bentuk. Baik bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi (Samara, 2007). Teori lain menyebutkan bahwa garis merupakan elemen desain yang dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain.
- **Bentuk**

  Dalam perancangan sebuah logo, ada beberapa hal yang harus mendapatkan perhatian dari si pembuat logo atau desainer. Hal-hal seperti tipe logo yang akan dibuat, *corporate color*, bentuk logo, dan filosofi perusahaan, harus menjadi dasar dari pembuatan sebuah logo. Walaupun ada banyak sekali macam bentuk, namun bentuk logo cenderung dikelompokan kedalam 5 (lima) bentuk utama, yaitu lingkaran, persegi, segitiga, perisai, abstrak. Masing-

masing bentuk mempunyai karakteristik dan menimbulkan persepsi yang berbeda (Dapur Logo, 2006).

- Lingkaran

  Merupakan bentuk yang umum digunakan untuk lembaga resmi atau hal-hal yang bersifat formal. Bentuk lingkaran sendiri banyak dipilih karena kemudahan dalam pembuatannya serta kemudahan dalam pengaplikasian kedalam berbagai macam bentuk. Bentuk lingkaran dan variasinya seperti *oval* sendiri menggambarkan hal-hal yanng bersifat abadi / langgeng, dinamis, bergerak, kecepatan, berulang, tak terputus, tak berawal dan tak berakhir, abadi, kualitas, dapat diandalkan, sempurna, matahari, kehidupan, semesta, jaminan dan keamanan. Contoh organisasi / perusahaan yang menggunakan bentuk lingkaran adalah PBB.

- Persegi / Kotak

  Bentuk persegi menggambarkan sesuatu yang pasti, bentuk ini juga dapat digunakan organisasi atau perusahaan yang ingin menggambarkan diam, kokoh, teguh, rasional, keunggulan teknis, formal, sempurna, dapat diandalkan, kejujuran, integritas, soliditas dan stabilitas kondisi yang mereka miliki. Bentuk ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar yang stabil dan solid seperti PLN dan VISA.

- Segitiga

  Segitiga yang menggambarkan api memberikan persepsi semangat, megah, diam, teguh, rasional, tritunggal, gunung, harapan, kekuatan, terarah, progress, bernilai, sukses, suci, sukses, sejahtera, kemanan. Namun sayangnya bentuk ini sendiri jarang digunakan oleh perusahaan atau organisasi, namun bentuk ini banyak digunakan oleh organisasi militer untuk melambangkan kesatuannya.

- Perisai

  Perisai adalah bentuk yang dipilih oleh banyak ksatria jaman dahulu untuk menggambarkan kebangsawanannya. Perisai sendiri, sesuai dengan fungsinya, menggambarkan ketangguhan atau kehebatan dari organisasi atau perusahaan yang menggunakan bentuk ini. Harley Davidson dikelompokan kedalam logo berbentuk perisai.

- Abstrak

  Pada umumnya bentuk logo sendiri hanya diklasifikasikan kedalam 3 (tiga) bentuk utama, yaitu lingkaran, kotak, dan segitiga. Yang dimaksud dengan abstrak adalah semua logo yang tidak mempunyai bentuk seperti bentuk diatas.

  Banyak logo-logo modern yang tidak memiliki bentuk atau abstrak. Logo-logo seperti Coca-cola, Microsoft, Nike, dan SonyEricsson lebih dekat kedalam bentuk abstrak.

  Sesuai dengan unsur pembentuknya, logo dipilah menjadi 4 kelompok. Namun demikian, kelompok-kelompok tersebut bisa digabungkan sehingga mengandung unsur-unsur campuran (Kusrianto, 2007)

  - Logo dalam bentuk *alphabetical*

    Adalah logo yang terdiri dari bentuk huruf-huruf atau dimaksudkan untuk menggambarkan bentuk huruf dan kombinasi dari bentuk huruf. Kelompok ini merupakan jumlah yang paling banyak dan merupakan trend baru untuk diikuti.
  - Logo dalam bentuk benda konkret

    Adalah logo yang dibuat berdasarkan bentuk konkret, misalnya bentuk manusia (seorang tokoh, wajah, bentuk tubuh yang menarik), bentuk binatang, tanaman, peralatan, maupun bentuk lain.
  - Logo dalam bentuk abstrak, polygon, spiral, dan sebagainya

    Logo dalam kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, busur, segitiga, bujur sangkar, polygon, titik-titik, garis, panah, gabungan bentuk-bentuk lengkung, dan bentuk ekspresi tiga dimensi.
  - Logo dalam bentuk simbol, nomor, dan elemen lain

    Bentuk logo dari bentuk yang sudah dikenal untuk menggambarkan sesuatu seperti hati, tanda silang, tanda plus, tanda petir, tanda notasi musik, dan sebagainya.

II.1.1.6 Proses Pembuatan Desain Logo

Menurut Supriyono dalam Gustian (2014) mengemukakan ada beberapa proses pembuatan desain logo *corporate* yang dilakukan melalui tahapan berikut:

- Mempelajari *design brief*, yaitu deskripsi singkat tentang *client*, perusahaan, produk atau jasa, *deadline*, ketentuan-ketentuan, kemauan *client*, dan sebagainya. Jika belum ada *design brief*, dapat menyusunnya sendiri dengan mewawancarai *client*, Hasil wawancara ditulis sebagai pedoman kerja.
- Mengadakan riset dan *brainstorming*. Sebelum mendesain logo, perlu memahami dengan baik jenis produk atau profil perusahaan, bisa dengan mewawancarai *client* tentang jenis usaha/organisasi, keunggulan yang dimiliki, target *audience*, *competitor*, dan seterusnya. Dilanjutkan dengan membuat sketsa-sketsa kasar (*rough layout*).

II.2 Pemahaman Grup Musik / *Band*

Menurut Mulyono (2005) grup atau kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Menurut Devito (1997) mengemukakan bahwa kelompok adalah sekumpulan individu yang cukup kecil bagi semua anggota untuk berkomunikasi secara relatif mudah. Para anggota saling berhubungan satu sama lain dengan beberapa tujuan yang sama dan memiliki semacam organisasi atau struktur diantara mereka. Kelompok mengembangkan norma-norma, atau peratuan yang mengidentifikasi tentang apa yang dianggap sebagai perilaku yang diinginkan bagi semua anggotanya.

Sedangkan musik adalah suatu karya bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik (irama, melodi, harmoni, bentuk lagu, dan ekspresi), sebagai salah satu kesatuan (Jamalus, 1988, 1-2).

Dengan kata lain grup musik atau *band* merupakan sekelompok orang yang melibatkan dirinya pada bidang musik dan menyatukan pikiran dalam bermusik menjadi kesatuan musik.

II.3 Gambus

Di Indonesia gambus mempunyai beberapa macam arti, yaitu: 1) musik yang dihasilkan oleh orkes gambus di kalangan masyarakat Jakarta dan Sumatera Selatan; 2) alat musik petik berdawai yang dikenal di beberapa daerah seperti Jakarta, Lampung, Nusa Tenggara Barat, Riau, Maluku, Sulawesi Selatan, dan Sulawesi Utara; 3) sejenis tari rakyat dari daerah Bangka, Sumatera Selatan, dibawakan secara kelompok berpasangan, dengan instrumen pengiring terdiri dari sebuah gambus, dua buah gendang dan dua buah marakas.

Menurut Sachs, dkk (dalam Kumbara, 2013) bahwa setelah mengadakan perbandingan-perbandingan dalam penelitian etnomusikologis meliputi wilayah Timur Tengah, India, Asia Tenggara, dan Indonesia, berpendapat bahwa instrumen gambus tersebut berasal dari Arab.

Gambus merupakan salah satu musik yang telah berusia ratusan tahun dan sampai kini masih tetap populer. Gambus berkembang sejak abad ke-19, bersama dengan kedatangan para imigran Arab dari Hadramaut (Republik Yaman) ke Nusantara. Gambus dijadikan sarana untuk menyiarkan agam Islam, dengan menggunakan syair-syair kasidah, gambus mengajak masyarakat mendekatkan diri pada Allah dan mengikuti teladan Rasul-Nya.

Asal mula masuknya musik dan alat musik *gambus* ke daerah-daerah di Indonesia, bersamaan dengan masuknya pengaruh Islam ke daerah yang bersangkutan, sehingga warna musiknya pun bernafaskan Islam dengan syair berbahasa Arab. Dalam perkembangannya, musik *gambus* juga diperkaya dengan syair berbahasa Melayu dan India di samping juga membawakan lagu-lagu daerah dengan berbagai ragam variasi dalam jumlah kelengkapan alat musiknya. Akhimya, tidak jarang kita menemukan di pelosok-pelosok, sebuah orkes kecil mempergunakan instrumen bernama *gambus*, atau tiruan dari gambus dengan lagu-lagu dalam bahasa daerah.

Syech Albar dari Surabaya dan SM Alaydrus merupakan musisi *gambus* yang terkenal pada tahun 1940-an. SM Alaydrus berhasil mengembangkan orkes harmonium pada tahun 1950 menjadi orkes Melayu. Syech Albar pun mempertahankan tradisi *gambus*. Tahun 1940-an lagu Gambus masih berorientasi ke Yaman selatan. Setelah Bioskop Al Hambra di Sawah Besar banyak memutar film Mesir, *gambus* lebih berorientasi ke Mesir. Orkes *gambus* pun mulai mengisi siaran RRI seperti Orkes Gambus Al-Wardah pimpinan Muchtar Lutfiedan Orkes Gambus Al-Wathan yang dipimpin oleh Hasan Alaydrus.

II.3.1 Musik Gambus

Menurut Kumbara (2013) mengemukakan bahwa musik gambus adalah musik yang berasal dari Timur Tengah berirama padang pasir (bernafaskan islam). Musik ini menggunakan alat musik gitar gambus (oud). Gitar gambus adalah alat musik dawai yang ditala secara rangkap seperti mandolin. Disamping itu juga menggunakan alat musik bass, *keyboard*, gitar elektrik, drum, tabla, seruling, darbuoka, gendang dobel, dan gendang marawis. Pada beberapa grup ditambah instrument biola dan accordion tergantung konsep musik.

Di Indonesia sendiri khususnya wilayah kota Bandung banyak terdapat grup musik gambus. Dengan mayoritas penduduk muslim dan musikalitas masyarakat kota Bandung yang cukup tinggi menyababkan munculnya beberapa grup musik gambus. Ada beberapa grup musik gambus di Bandung diantaranya yaitu El-Faroh, El-Malik, Gambus Assalam, El-Qausa, El-Fath, An-Najwa, Nebrazz dan lain-lain. Nebrazz adalah salah satu grup musik gambus yang tumbuh dan berkembang di daerah Ciroyom-Bandung.

II.4 Grup Musik Gambus Nebrazz

II.4.1 Gambaran Umum Grup Musik Gambus Nebrazz



Gambar II.1 Grup Musik Gambus Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Nebrazz merupakan grup musik gambus Bandung yang terbentuk pada awal tahun 2014. Nama Nebrazz berasal dari bahasa Arab "*Nibras*" yang artinya adalah lampu atau cahaya. Sehingga nantinya diharapkan dapat selalu menerangi hati para penikmat musik gambus. Saat ini grup gambus Nebrazz memiliki album yang bertemakan shalawat.



Gambar II.2 *Cover* Album Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar II.3 Video Klip Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam album ini terdapat delapan lagu shalawat dintaranya yaitu 1. Muhammad Arsalahu Maulana, 2. Alayalloh Binadhroh, 3. Rohatil Athyaru, 4. Naseem Habbat A'laina, 5. Sholatullah Ala Toha Yamani, 6. Alfa Sholallah Zainil Wujud, 7. Ya Robbi Ya Alimal Hal, 8. Ya Sayyidarrusli. Shalawat yang di bawakan diaransmen berdasarkan aliran musik grup musik Nebrazz dengan nuansa musik Arab atau Timur Tengah. Album ini diproduseri oleh Sallza Record dan untuk proses video klipnya di bawah naungan Magma Multi Art Production sedangkan untuk *recording mixing* dan *masterting* dilakukan di Sallza Studio.

II.4.2 Sejarah Grup Musik Gambus Nebrazz

Sejarah singkat terbentuknya grup musik Nebrazz ini berawal dari Muhamad Nawawi personil grup gambus An-Najwa yang melihat bentuk pertunjukan An-Najwa hanya berupa organ tunggal mengusulkan untuk membuat projek baru dengan membentuk grup musik gambus yang lebih modern dan dengan instrumen musik yang lebih lengkap mengusung konsep *band* yang beraliran musik gambus atau padang pasir. Kemudian para personil An-Najwa cukup antusias untuk membentuk grup musik gambus tersebut, dan tepatnya pada aeal bulan Februari tahun 2014 grup gambus Nebrazz yang beranggotakan personil An-Najwa ini terbentuk.

II.4.3 Personil Grup Musik Gambus Nebrazz

Grup musik gambus Nebrazz ini beranggotakan empat belas orang yang terbagi dalam beberapa instrumen musik, vokal, penari dan MC. Terdiri dari tiga vokal dan sembilan pemegang instrumen ditambah dua penari dan satu MC. Berikut merupakan nama personil grup musik gambus Nebrazz.

II.4.3.1 Vokal



Muhamad Nawawi
(Vokal dan Oud)



Jejen
(Vokal)



Yusuf
(Vokal)

Gambar II.4 Vokalis Grup Musik Gambus Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi

II.4.3.2 Instrumen



Andri
(Drum)



Hendra
(Tam-tam dan Daff)



Rizky
(Darbuka)



Iksan
(Dumbuk)



Wildan
(Riqq)



Ridwan
(Violin)



Herman
(*Keyboard* 1)



Tyo
(*Keyboard* 2)



Dori
(Bass)

Gambar II.5 Instrem Grup Musik Gambus Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi

II.4.3.3 Penari dan MC



Unar
(Penari)



Dado
(Penari)



Hadi
(MC)

Gambar II.6 Penari dan MC Grup Musik Gambus Nebrazz
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kelompok musik yang diketuai oleh Muhamad Nawawi ini memilih gambus modern sebagai tema aransemen grup musik gambus Nebrazz. Tema aransmen gambus modern ini masih terbilang jarang, selain itu dengan membawakan aransemen yang lebih modern musik gambus lebih mudah diterima oleh masyarakat di berbagai kalangan. Lagu-lagu yang sering dibawakan oleh grup Nebrazz adalah lagu-lagu pop Arab serta beberapa lagu sholawat dan dangdut.

Instrument yang digunakan dalam grup musik gambus Nebrazz yaitu beberapa alat *band* dan ditambah instrumen khas gambus. Masing-masing alat musik memiliki peran dan fungsi masing-masing.

II.4.4 Kegiatan Grup Musik Gambus Nebrazz

Sebelum pementasan, latihan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh para personil Nebrazz, karena mereka harus benar-benar menguasai materi dari musik yang akan dibawakannya. Di samping itu fisik dan mental pun harus dipersiapkan, agar saat pentas mendapatkan hasil yang sempurna.

Dalam kesehariannya personil grup musik gambus Nebrazz ini sering mengadakan kumpulan. Kumpulan tersebut dilakukan di *basecamp* Nebrazz tepatnya di daerah Desa Gempolsari kec. Bandung Kulon.



Gambar II.7 *Basecamp* Grup Musik Gambus Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam kumpulan tersebut sebagai ajang silaturahmi sambil membicarakan tentang rencana kegiatan yang nantinya akan dilakukan. Grup musik gambus Nebrazz ini tampil di berbagai macam acara seperti peringatan hari besar Islam, peringatan hari besar nasional, pernikahan, khitanan dan lain-lain.



Gambar II.8 Nebrazz di Acara Q-Academy Indosiar

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar II.9 Nebrazz di Inbox SCTV

Sumber:

http://www.google.co.id/search?q=nebrazz+di+acra+inbox&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIyfnstPSaxwIVUiOOCh0CBgNF.jpg



Gambar II.10 Nebrazz di Acara Khitanan

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar II.11 Nebrazz di Acara Pernikahan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

II.5 Identitas Nebrazz



Gambar II.12 Identitas Visual Nebrazz

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar di atas merupakan identitas dari Nebrazz yang berupa *logotype* dengan menampilkan tipografi dengan bacaan "NEBRAZZ Band". Logo Nebrazz tersebut dirasa belum benar-benar mencirikan *genre* musik dari Nebrazz yang bergenre gambus modern. Pada logo ini terdapat beberapa kekurangan diantaranya yaitu:

- Kurangnya elemen visual yang dapat menggambarkan karakter dari grup musik gambus Nebrazz
- Huruf yang digunakan dalam logo ini belum memberikan nuansa Arab sesuai dengan *genre* musik Nebrazz

II.6 Target *Audience*

Segmentasi dari target masyarakat yang dituju yaitu masyarakat penikmat musik gambus khususnya yang meliputi beberapa faktor diantaranya adalah sebagai berikut:

- Demografis

  Dilihat dari segi demografis target *audience* ini adalah:

  - Usia : 17-24
  - Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
  - Kelas sosial : Semua kelas sosial
  - Agama : Agama Islam
- Geografis

  Dari segi geografis target *audience* yang dituju meliputi daerah kota Bandung dan sekitarnya terutama wilayah yang penduduknya beragama Islam.

- Psikografis

  Khalayak yang menganggap musik gambus tidak hanya sebatas musik saja, melainkan sebagai media untuk menenangkan hati. Selain itu, khalayak yang memilki psikologi yang cenderung sederhana, tenang, periang dan rendah hati.

II.7 Metode Analisa

Dalam analisa data terkait grup musik gambus ini menggunakan analisa SWOT yaitu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*oppertunities*), ancaman (*threat*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

II.4.1 Analisa SWOT pada grup musik gambus Nebrazz

Penelitian ini telah menganalisa SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan dan tantangan pada grup musik gambus Nebrazz.

- *Strength*
  - Beraliran musik gambus modern.
  - Kualitas musik yang baik
  - Instrumen yang lengkap
- *Weakness*
  - Belum memiliki identitas yang dapat mewakili karakter grup Nebrazz.
- *Opportunities*
  - Grup musik gambus modern masih terbilang jarang.
  - Mayoritas penduduk Indonesia yang beragam Islam dan tingkat musikalitas yang tinggi.
  - Sebagian besar khalayak lebih menyukai musik gambus modern.
- *Threat*
  - Banyaknya genre-genre musik yang bermunculan.