BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Musik adalah media universal yang mampu berbicara dalam berbagai bahasa, mampu merepresentasikan pemikiran para penciptanya dan mencerminkan kebudayaan dari berbagai macam belahan dunia. Musik dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu musik *mainstream* dan musik *indie*.

Musik *indie* adalah salah satu jenis musik yang saat ini sedang diminati banyak anak muda di kota-kota besar salah satunya di Bandung. Jenis musik yang hadir di Indonesia pertama kali tahun 70-an ini lebih mengutamakan idealisme, mengutamakan musikalitas bermusik, memilih menikmati aliran bermusik yang memang digemari oleh musisi tersebut dan bukan karena tuntutan pasar, sehingga keuntungan atau kepuasan materi menjadi prioritas kedua bagi band *indie*. Musik *indie* reggae didalam dunia musik di Indonesia kalah bersaing dengan musik *mainstream*, bukan karena faktor kualitas musik *mainstream* lebih baik dari pada *indie*, akan tetapi musik *mainstream* lebih unggul karena didukung oleh *major label* yang memiliki anggaran besar untuk segi promosi dan sponsor. Namun ada juga sebagian band yang mengawali karirnya sebagai musik *indie* untuk kemudian bergabung kepada label rekaman besar (musik *mainstream*), tetapi berdampak kepada karya musik yang dihasilkan akan dibatasi, tidak bebas menghasilkan lagu karena harus mengikuti *trend* musik yang ada dipasar.

Pergerakan band *indie* reggae di kota Bandung sendiri mulai terlihat, yang pada awalnya banyak berkembang band musik *indie* beraliran keras seperti genre hardcore dan undergound, kini band *indie* reggae mulai masuk dan digandrungi oleh para remaja di kota Bandung. Saat ini banyak band *indie* reggae yang bermunculan dan berkembang di kota Bandung, namun tidak semuanya dikenal, hanya beberapa band *indie* reggae yang terkenal dan sering tampil dalam acara gelaran musik reggae di kota Bandung, selain karena dari segi sisi musiknya yang baik, salah satu faktor yang membuat band *indie* reggae tersebut terkenal adalah karena memiliki identitas visual yang kuat dan berbeda, diantaranya yang sangat berperan yaitu *visual branding*.

Visual branding merupakan identitas untuk memvisualisasikan karakter suatu organisasi maupun band dalam bentuk visual atau tulisan secara khusus untuk mengkomunikasikan ciri khas secara komersial. Untuk mengkomunikasikan citra dan karakter suatu band, logo diaplikasikan ke dalam berbagai media komunikasi visual sebagai salah satu cara promosi. Logo mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam sebuah band *indie* reggae, karena sebuah logo akan menegaskan dan menggambarkan karakter dari band tersebut tanpa mendengarkan musiknya terlebih dahulu, logo yang baik akan berkesan dan selalu diingat sehingga timbul kepercayaan dari masyarakat, selain itu sebagai salah satu cara untuk membuat band tersebut lebih terlihat menonjol dibandingkan dengan band lainnya. Logo merupakan sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas terhadap band *indie* reggae yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan.

Banyak fenoma yang terjadi akibat pengaruh dari sebuah logo, salah satunya adalah fenomena logo band monkeyboots, walaupun band tersebut tidak tampil dalam sebuah gelaran acara musik reggae, namun banyak penggemar musik reggae yang menggunakan *t-shirt* yang bergambar logo dari band monkeyboots, hal tersebut menggambarkan bahwa betapa besarnya kekuatan dan pengaruh dari sebuah *brand*.

Sundamaika adalah salah satu band *indie* reggae yang berkembang di kota Bandung, yang berambisi untuk menyebarkan musik reggae dengan versi mereka di kota Bandung. Sundamaika beranggotakan 8 personil, mempunyai musik yang unik dan kemampuan bermusik yang baik. Telah merilis mini album pada awal tahun 2014 bertajuk “Carita Tanah Sunda”, genre musik yang coba ditawarkan adalah tergolong genre musik reggae baru yaitu reggaethnic pasundan, musik reggae yang dikombinasikan dengan instrumen musik sunda dari alat musik suling dan gendang. Logo band Sundamaika yang saat ini digunakan adalah logo yang terdiri dari penggabungan gambar wajah cepot dengan kujang, dua gambar tersebut mewakili dari salah satu pertunjukan seni tradisional dan senjata tradisional dari budaya sunda, sesuai dengan band Sundamaika berasal dari tanah Sunda yaitu Bandung Jawa Barat.



Gambar I.1 Logo band Sundamaika
Sumber:https://www.facebook.com/137435612940268/photos/
a.221575197859642.72876.137435612940268/1372481392769
011/?type=3&theater
(Diakses pada 13 November 2016)

Sebagai band yang telah cukup lama berdiri dan berada di industri musik *indie* reggae di Bandung, lagu-lagu dari band Sundamaika sudah cukup banyak diketahui dan popular dikalangan para penikmat ataupun penggemar musik *indie* reggae di kota Bandung, akan tetapi band Sundamaika sampai saat ini belum memiliki sebuah identitas visual tetap yang berbeda dan tepat sesuai karakter dan ciri khas band Sundamaika, logo yang saat ini digunakan masih menggabungkan gambar-gambar visual utuh yang sudah ada, dampak yang terjadi terhadap band Sundamaika karena tidak memiliki identitas visual adalah logo dan tipografi yang berbeda-beda (inkonsistensi penggunaan visual) pada setiap media promosi dan *merchandise* yang dibuat.

Bandung yang terkenal dengan daya kreatifitas yang tinggi, banyak memunculkan band-band *indie* reggae yang memiliki musik yang berkualitas dan unik dengan disertai identitas visual yang baik, sehingga membuat suatu persaingan yang sulit bagi band/musisi *indie* reggae untuk berkembang dan meraih eksistensi di dunia musik *indie* reggae di kota Bandung. Maka dari itu, band Sundamaika harus memiliki identitas visual tetap yang berbeda sesuai karakter dan ciri khas band Sundamaika.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan yang telah dikemukakan dilatar belakang, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

- Band Sundamaika sampai saat ini belum memiliki sebuah identitas visual tetap yang berbeda sesuai karakter dan ciri khas band Sundamaika, logo yang saat ini digunakan hanya menggabungkan gambar-gambar visual utuh yang sudah ada yaitu gambar kujang dan wajah cepot.
- Logo dan tipografi band Sundamaika selalu berbeda-beda (inkonsistensi penggunaan visual) pada setiap media promosi dan *merchandise* yang dibuat.

I.3 Rumusan Masalah

- Bagaimana membuat identitas visual band Sundamaika yang berbeda, agar lebih terlihat menonjol.
- Bagaimana membuat perancangan identitas visual yang tepat secara konsep, desain, dan ide kreatif yang sesuai dengan karakter Band Sundamaika.

I.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah yang ada, maka memfokuskan pada permasalahan identitas visual band *indie* Sundamaika bergenre reggae yang berasal dari kota Bandung.

I.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, tujuan perancangan ini adalah :

- Meningkatkan eksistensi band Sundamaika dan menumbuhkan kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap band Sundamaika.
- Membuat identitas visual yang tepat secara konsep, desain, dan ide kreatif yang sesuai dengan karakter dan ciri khas dari Band Sundamaika.

I.6 Manfaat Perancangan

Ada pula manfaat yang dapat diambil dari perancangan ini, yaitu :

- Mengetahui perancangan identitas visual yang tepat secara konsep, desain, dan ide kreatif yang sesuai dengan karakter Band Sundamaika.
- Memberikan dampak positif terhadap band Sundamaika dari perancang identitas visual yang dibuat.