



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejatinya, sebuah perusahaan harus senantiasa membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingannya. Salah satu pemangku kepentingan yang memiliki dampak terbesar pada industri penerbangan adalah konsumen, mengingat konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap reputasi sebuah perusahaan. Memiliki reputasi yang baik penting demi berbagai aspek dalam berjalannya sebuah perusahaan. Salah satunya adalah aspek finansial yang merupakan penentu kehidupan sebuah perusahaan.

Setiap agama memiliki alat musik dan *genre* tersendiri yang mereka lakukan untuk memuji Tuhannya. Alat musik serta *genre* merupakan bentukan dari budaya sekitar di mana agama tersebut terbentuk. Agama di Indonesia menggunakan musik yang dilakukan secara turun temurun. Berbeda dengan agama lainnya, Agama Kristen merupakan salah satu agama yang memiliki kebebasan *genre* dan pilihan alat musik dalam menyanyikan lagu pujian pada ritual keagamaannya.

Gereja Kristus Yesus (GKY), Green Ville, Tomang merupakan salah satu Gereja Kristen yang menggunakan orkestra sebagai pengiring dalam upacara keagamaannya. Berangkat dari kesadaran akan kebutuhan sebuah orkestra yang dapat mengiringi dalam pelayanan musik gerejawi maka dibentuklah Sekolah

Musik Gloriamus pada tanggal 4 Februari 1991. Gloriamus membuka kelas untuk pengembangan dan pendidikan musik untuk anak-anak hingga dewasa. Dalam perkembangannya, Sekolah Musik Gloriamus yang berpusat di Green Ville sudah memiliki lima cabang, yaitu, Gloriamus cabang Alaydrus, Pluit, Mangga Besar, Citra Garden dan Gloriamus Cabang BSD.

Namun, seiring dengan berkembangnya waktu, banyak orang yang belum mengetahui bahwa Gloriamus adalah sekolah musik yang sudah memiliki lima cabang dan merupakan sekolah musik yang berbasis gerejawi di Jakarta. Meski Gloriamus memiliki tenaga pengajar yang kompeten dalam dunia orkestra dan program yang baik, namun jumlah pendaftar pun mulai mengalami penurunan sejak tahun 2012. Ada indikasi bahwa penurunan jumlah tersebut terjadi karena logo dari Sekolah Musik Gloriamus tidak mencerminkan sektor usahanya di bidang sekolah musik. Berdasarkan survei yang penulis buat, hanya 22,6% dari 177 responden yang memilih bahwa logo Gloriamus merepresentasikan tempat kursus musik. Sementara 37,9% dari responden memilih toko alat musik, yang kedua sebanyak 23,2% memilih nama dari paduan suara, keempat sebanyak 10,2% memilih nama kelompok orkestra, dan sisanya 6,1% memilih lainnya.

Selama ini Gloriamus yang berada di bawah payung lembaga Gereja Kristus Yesus dan fokus utamanya adalah pendidikan musik gerejawi dan untuk pelayanan dalam lingkup GKY saja. Sesuai dengan visinya untuk mengapresiasi musik gereja yang baik dan memajukan musik Indonesia, kini Gloriamus memiliki kemampuan untuk memberikan alumni Gloriamus sebagai tenaga pengajar serta pelayanan untuk gereja Kristen lainnya. Namun pengembangan

kemampuan dari Sekolah Musik Gloriamus tidak terbangun karena tidak adanya relevansi antara identitas visual yang dimiliki oleh Sekolah Musik Gloriamus dengan visi misinya sebagai sekolah musik untuk pelayanan Gereja. Hal tersebut dapat terlihat dari logo sebagai identitas visual milik Sekolah Musik Gloriamus yang dibuat tanpa ada pertimbangan lain selain hanya untuk penamaan lembaga tersebut. Karena tidak adanya standar dan pertimbangan lainnya, logo pun tidak merepresentasikan visi misi Gloriamus sebagai sekolah musik klasik berbasis gerejawi.

Landa (2011) pada bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions 4th Edition* mengatakan, *“Goals of an identity, Sustainable : The name, shapes, forms, and color, would endure, be relevant for a period of years”*. Menurut Landa, logo sebagai identitas visual sangat baik bila merepresentasikan sebuah instansi untuk jangka waktu yang lama, namun apabila terlihat sudah tidak sesuai dengan jaman, itulah saat yang tepat untuk memperbaharui logo tersebut. Survei pun membuktikan bahwa sebesar 53,7% menilai bahwa logo Gloriamus saat ini sudah tidak relevan untuk jaman sekarang karena tampilannya yang sudah usang dan ketinggalan jaman. Oleh karena itu, pembuatan ulang logo Gloriamus menjadi fokus utama karena logo merupakan identitas visual yang mewakili jati diri serta membedakan suatu lembaga dengan lembaga lainnya.

Setelah melakukan wawancara dengan kepala marketing Sekolah Musik Gloriamus, penulis mendapat informasi bahwa ada keinginan dari pihak Gloriamus untuk merevitalisasi logo mereka. Data-data yang diperoleh dan

informasi di atas lah yang menjadi landasan penulis untuk merancang identitas visual Sekolah Gloriamus.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana melakukan *rebranding Gloriamus Music School* melalui identitas visual yang sesuai dengan konsep yang baru?
2. Bagaimana merancang sistem *Graphic Standard Manual* dari identitas visual *Gloriamus Music School* yang baru?

Bagaimana merancang identitas visual Sekolah Musik Gloriamus agar mencerminkan visi, misi serta karakteristik Gloriamus sehingga meningkatkan kepercayaan jemaat GKJY Jakarta sebagai customer

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini dibatasi oleh :

1. Segmentasi

a. Demografis :

- Agama : Kristen
- Jenis kelamin : pria dan wanita
- Ekonomi : menengah dan menengah ke atas
- Usia : 35 - 40 tahun
- Bahasa : Indonesia
- Status : sudah memiliki anak

- b. Geografis : Kota Jakarta dan Tangerang, terutama daerah yang memiliki cabang Sekolah Musik Gloriamus .
- c. Geodemografis : Komplek perumahan
- d. Psikografis :
 - Gaya hidup : perkotaan
 - Aktifitas : rajin ke Gereja
 - Ketertarikan : suka musik
 - Kepribadian : religious

2. Targeting

Target primer dari perancangan tugas akhir ini adalah orang tua dari anak yang ingin mendaftar ke sekolah musik, khususnya mereka yang beragama Kristen. Sedangkan target sekundernya ialah anak-anak berusia 7-10 tahun yang ingin mengikuti kursus musik klasik.

Selain batasan di atas, tugas akhir ini akan dibatasi oleh beberapa hal, antara lain:

1. Perancangan identitas visual Sekolah Musik Gloriamus
2. Pembuatan *graphic standard manual (GSM)* sebagai panduan penggunaan logo Sekolah Musik gloriamus secara tepat.
3. Implementasi identitas visual Sekolah Musik Gloriamus ke dalam media promosi perusahaan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

1. *Rebranding Gloriamus Music School* melalui identitas visual yang sesuai dengan konsep yang baru?
2. Merancang *Graphic Standard Manual* dari identitas visual *Gloriamus Music School* agar konsisten?

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Umum

Jemaat GKY lebih mengenal kualitas dan mempercayakan *Gloriamus Music School* sebagai sekolah musik yang terbaik bagi anak-anak mereka.

1.5.2. Manfaat Khusus

Gloriamus Music School memiliki identitas visual yang sesuai dengan konsep baru sebagai salah satu upaya melakukan *rebranding*. Identitas visual baru tersebut akan secara konsisten diaplikasikan sesuai dengan *Graphic Standard Manual*, sehingga mudah dikenali jemaat GKY dan pesan dari konsep yang baru dapat dikomunikasikan secara tepat.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Pada Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode teknik studi pustaka, serta menyebarkan kuesioner. Kuisisioner yang penulis buat akan dijadikan data awal untuk menganalisis logo Gloroamus Music School di mata konsumen dan juga bagi orang awam. Penulis akan membagikan kuisisioner kepada konsumen, baik

murid ataupun orangtua murid *Gloriamus Music School*, serta orang-orang yang berada dimkawasan sekitar *outlet-outlet Gloriamus Music School* berada.

Kemudian penulis melakukan wawancara, observasi lapangan, serta studi existing. Wawancara akan penulis lakukan kepada Kepala Sekolah *Gloriamus Music School*, pada wawancara ini penulis akan mencari tahu bagaimana awal dari *Gloriamus Music School*, apa bentuk usahanya, bagaimana kurikulum di dalamnya, serta hal-hal yang tidak ada pada media promosi cetak maupun digital dari *Gloriamus Music School*. Hal ini bertujuan untuk melengkapi data dalam melakukan perancangan. Selain mewawancarai kepala sekolah, penulis juga mewawancarai bagian marketing dari *Gloriamus Music School* untuk mengetahui dan mendapatkan data valid tentang perkembangan jumlah murid serta bagaimana *Gloriamus Music School* sebagai sekolah musik gerejawi menyebarkan eksistensinya.

Penulis juga akan mewawancarai murid dari *Gloriamus Music School* serta murid dari Willy Soemantri Music School, sebagai competitor, yang akan penulis jadikan perbandingan secara kualitatif. Penulis memilih cara kualitatif, melalui wawancara, supaya penulis mendapat informasi yang mendalam tentang *Gloriamus Music School*, sehingga penulis mengetahui bagaimana sebenarnya kualitas dari *Gloriamus Music School*.

Selain wawancara, penulis akan melakukan observasi lapangan, guna mendapatkan data tentang bagaimana keberlangsungan belajar mengajar di *Gloriamus Music School*. Tidak hanya itu, penulis juga akan melakukan studi

eksisting untuk melihat media desain apa saja yang pernah dibuat oleh Gloriamus Music School. Hal ini berguna untuk penulis dalam proses perancangan identitas visual yang baru, supaya penulis dapat mengetahui kesalahan-kesalahan apa yang pernah dilakukan dalam hal men-desain, serta media apa saja yang selama ini mereka keluarkan, apakah sudah sesuai dengan target audiens dan kemampuan finansial *Gloriamus Music School* atau tidak.

1.7. Metode Perancangan

Pada proses perancangan desain promosi ini penulis akan dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. Orientasi

Dalam proses ini adalah tahap penulis melakukan pencarian informasi terkait pembuatan identitas visual yang sedang digunakan Sekolah Musik Gloriamus. Tahap orientasi ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik Sekolah Musik Gloriamus.

2. Analisis

Analisis *mindmap* merupakan cara yang dipakai sebagai dasar untuk melakukan analisis. Target sasaran analisa adalah geografi, demografi, dan psikografi murid Sekolah Murid Gloriamus.

3. Konseptual Desain

Melalui *brainstorming* yang dilakukan penulis tentang permasalahan yang akan dibahas, penulis mengkategorikan ide-ide dalam identitas visual ke dalam konsep desain. Kemudian direalisasikan dalam bentuk logo. Dari

logo yang terbentuk akan dibuat desain turunan sebagai kebutuhan layout dalam media promosi.

4. Perancangan (Visualisasi)

Setelah konsep dikembangkan, penulis mulai menuangkan ide-ide konsep secara visual dalam bentuk *draft* kasar. Perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan prinsip dan elemen desain yang ditunjang hasil olahan data riset, sampai menemukan visualisasi yang tepat sasaran. Dimulai dengan perancangan logo lalu menyusun *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai acuan keseluruhan aplikasi desain pada media-media.

5. Implementasi

Setelah logo dan GSM dibuat, penulis mulai mengaplikasikan logo ke dalam desain identitas visual pada media lain seperti menu, kolateral, kemasan kopi bubuk (*house blend*), dan kemasan *take-away*. Semua aplikasi desain dibuat dengan menggunakan GSM sebagai acuannya.

Pada tahap ini juga penulis mengambil keputusan untuk produksi dan jumlah anggaran.

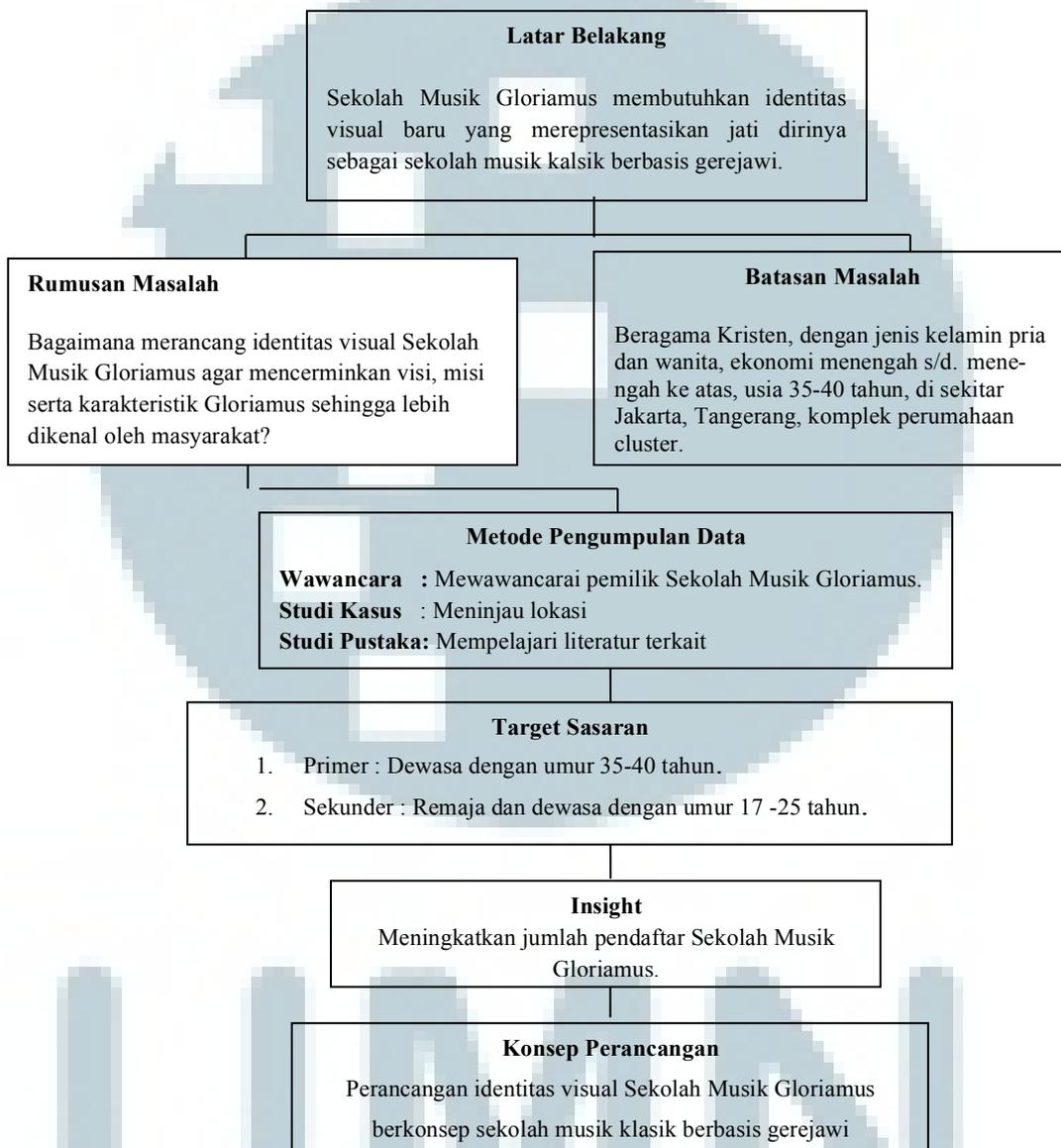
1.8. *Timeline Perancangan*

Tabel 1.1. *Timeline Perancangan*

Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Identifikasi Masalah																		
Riset Awal																		
Perumusan masalah																		
Studi Literatur																		
Penyusunan Proposal (Pra Sidang 1)																		
Proses Penelitian																		
Penentuan Konsep																		
Sketsa Perancangan																		
Visualisasi																		
Implementasi Desain																		
Sidang Kelayakan																		
Budgeting																		
Proses Cetak Final																		
Penyusunan Laporan (Sidang Akhir)																		
Display Tugas Akhir																		

UMN

1.9. Skematika Perancangan



Gambar 1.1 Bagan Skematika Perancangan

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2016)