



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 V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Musik di Indonesia merupakan salah satu warisan budaya negeri ini. Irama Nusantara menjadi satu-satunya yang menjadi wadah untuk menjaga warisan budaya tersebut. Dengan inisiatif tinggi, David Tarigan beserta teman-temannya memiliki semangat tersendiri dalam menjalankan organisasinya demi menjaga kelestarian budaya. Berawal dari kecintaan mereka terhadap musik hingga terbentuknya sebuah organisasi pengarsipan musik yang sampai sekarang akhirnya mendapat dukungan dari BEKRAF. Seiring berjalannya waktu, Irama Nusantara memiliki target pengarsipan setiap bulannya yang mengharuskan mereka untuk lebih semangat dalam mengarsipkan musik. Namun, tanpa dukungan dari pihak-pihak yang memiliki visi dan misi yang sama, seperti halnya para musisi dan *music enthusiast*, Irama Nusantara tidak akan bisa bertahan untuk menjalani organisasinya.

Tanpa adanya Irama Nusantara, kekayaan musik Indonesia akan hilang begitu saja. Sayang sekali, salah satu harta benda budaya Indonesia tidak tersimpan dan terjaga dengan baik seiring berjalannya waktu. Generasi mendatang, tidak akan pernah tahu ragam musik yang dimiliki Indonesia. Padahal, musik-musik Indonesia memiliki khas dan keunikan tersendiri. Disamping itu, musik-musik Indonesia di masa mendatang bisa menjadi referensi musik untuk generasi musisi yang akan datang.

Irama Nusantara sudah sering tampil dihadapan publik. Mengikuti event musik hingga masuk dalam acara salah satu pertelevisian Indonesia. Namun, dari hasil data yang didapatkan penulis, masih banyak *mispersepsi* terhadap identitas Irama Nusantara. Dari hasil yang didapatkan penulis terhadap musisi dan music enthusiast, logo Irama Nusantara banyak yang mengatakan bahwa mereka bukanlah lembaga pengarsipan musik, melainkan Manajemen musik, radio, hingga media publikasi musik jawa.

Dari hasil riset yang didapatkan, dapat disimpulkan bawah, Irama Nusantara membutuhkan identitas visual yang baru melalui perancangan ulang *brand identity*. Setelah melakukan tahap riset, penulis menentukan strategi yang akan dipakai untuk identitas visual Irama Nusantara yang baru. Melalui *mindmapping* dan *brainstorming*, penulis membuka wawasan mengenai permasalahan Irama Nusantara dan juga organisasi tersebut. Hingga akhirnya penulis menentukan *big idea* serta *tone of voice* untuk identitas visual yang baru Irama Nusantara. Konsep yang diusung oleh penulis adalah "*fresh & festive*".

Konsep tersebut akan menjadi acuan penulis dalam menentukan visual dan juga strategi komunikasi untuk membangun identitas visual yang baru Irama Nusantara. Identitas visual yang sudah ditentukan akan menjadi landasan penulis untuk menerapkannya kedalam kolateral desain, media publikasi serta *merchandise* Irama Nusantara. *Graphic Standard Manual* juga dirancang oleh penulis untuk tetap menjaga konsistensi dan juga citra dari brand Irama Nusantara.

5.2. Saran

Dalam melakukan perancangan ulang *brand identity*, diperukannya penelitian serta kebutuhan data yang mendalam mengenai identitas visual yang akan dirancang. Dengan data yang tepat, penyelesaian masalah yang dilakukan akan lebih relevan dengan permasalahan yang ada. Urgensi dari topik yang akan diangkat kedalam tugas akhir juga harus diperhatikan agar hasil dari perancangan bisa tercapai dengan optimal. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang penulis lakukan terhadap perancangan ini. Hal ini menjadi pengalaman dan pembelajaran penulis setelah menajalani tugas akhir.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA