

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seni adalah sebuah kebudayaan yang dikagumi karena keunikan dan keindahannya. Menurut Widhyatama (2012) dalam buku *Sejarah Musik dan Apresiasi Musik di Asia*, musik adalah cara seorang manusia untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan melalui olahan bunyi. Selain dapat dijadikan hiburan, musik dapat menjadi cara bagi para musisi untuk memperoleh pendapatan. Sejak beberapa dekade terakhir, perkembangan seni musik telah berjalan cepat dan luas dapat dilihat dari mulainya penggunaan alat musik yang telah dikembangkan secara teknologi. Berdasarkan Kabe (2017), studio rekaman merupakan tempat di mana para musisi dapat merekam karya musik yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis alat musik yang dipadukan. Seiring perkembangan zaman, studio rekaman mengalami penyesuaian secara teknis. Pada 1932 perekaman musik dilakukan menggunakan *tape recording*, namun seiring dengan kemajuan teknologi di berbagai bidang, proses perekaman musik berevolusi dan tidak lagi menggunakan *tape recording* melainkan menggunakan rekaman digital.

Perusahaan dan label rekaman pertama Indonesia adalah Irama Records yang didirikan pada tahun 1951 (Fathurrozak, 2020). Rekaman musik pertama ditemukan pada tahun 1860an dan saat ini umumnya dilakukan secara digital. Perekaman musik bertujuan untuk merekam segala jenis suara, baik suara manusia maupun alat musik menjadi sebuah demo rekaman yang dapat diputar dan dinikmati kembali dalam berbagai bentuk seperti kaset, CD, MP3 dan lain-lain (Stewart, 2020). Dengan adanya studio rekaman, dokumentasi karya musik dalam bentuk rekaman audio mulai populer. Studio rekaman merupakan tempat yang memiliki berbagai peralatan yang dapat menunjang kebutuhan seniman musik untuk memproduksi karya dalam bentuk rekaman audio. Dengan menggunakan jasa

studio rekaman dengan perangkat digital dapat membantu para musisi untuk menghasilkan karya secara mudah dan efisien.

Teknologi perekaman dan pengedaran musik yang kian berkembang menyokong peningkatan laju perkembangan berbagai genre musik hingga semakin populer. Terutama di kalangan anak muda di Indonesia, tren musik yang sedang terkenal berpengaruh terhadap dorongan mereka untuk ikut serta membuat musik sendiri. Salah satu studio rekaman musik yang ada di kota Jakarta adalah BRO's Studio Jakarta. BRO's Studio Jakarta adalah studio rekaman musik yang didirikan pada tahun 2016 oleh musisi dan produser Bimo Saworno dan berletak di Jl. Intan RSPP Utara, Jakarta Selatan. Berdasarkan wawancara penulis dengan pihak BRO's Studio, Abhi Laksana, BRO's Studio memiliki tujuan untuk menjadi studio rekaman yang terbaik dan dapat menaungi dan membantu segala jenis musisi yang ingin berkarya dan berkembang. Sejak berdirinya, BRO's Studio Jakarta menaungi klien-klien seperti Isyana Sarasvati, Barasuara, Nadin Amizah, Rizky Febian, dan musisi-musisi ternama lainnya dari berbagai genre musik. Meski memiliki berbagai klien ternama, BRO's Studio memiliki identitas visual yang belum mampu mencerminkan kredibilitas dan kualitas sebagai sebuah studio musik yang dapat menjadi salah satu kekuatan dari *brand*-nya.

Pihak BRO's Studio juga menyatakan bahwa BRO's Studio juga memiliki tujuan untuk mengembangkan diri menjadi *recording label* ternama, serta mengembangkan unit layanan lainnya. Klien BRO's Studio saat ini terdiri atas klien-klien yang tergabung dalam *recording label* masing-masing. Hal tersebut menyebabkan BRO's Studio memiliki kecemasan sebagai bisnis karena *recording label* para klien perlahan membangun studio rekaman masing-masing, sehingga BRO's Studio harus mampu beradaptasi dengan cara memindahkan fokus segmentasi pasar ke musisi pendatang baru dan meraih kepercayaan dari target pasar tersebut. Dengan adanya tujuan untuk memposisikan diri dalam industri musik serta adanya keinginan untuk meraih *target market* yang lebih tepat maka dapat dilakukan perancangan ulang identitas visual sebagai solusi desain (Wheeler, 2018). Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh penulis, didapatkan bahwa

BRO's Studio belum dikenal dengan baik oleh *target market*-nya. Menurut Wheeler (2018), pembaharuan identitas *brand* (*rebranding*) perlu dilakukan apabila masyarakat belum mengenal jelas jati diri *brand* tersebut. Maka dari itu, *rebranding* merupakan cara bagi BRO's Studio Jakarta dalam menjangkau segmentasi baru berupa musisi pendatang baru dan membentuk *brand awareness*. Maka berdasarkan permasalahan tersebut, perancangan ulang identitas visual BRO's Studio dapat membuat masyarakat lebih mengenali BRO's Studio sebagai studio musik yang berkualitas dan terpercaya.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah dari latar belakang, penulis dapat menentukan rumusan masalah yaitu BRO's Studio memiliki keinginan untuk meraih *target market* baru serta memposisikan ulang dirinya sebagai *brand* di industri musik.:

1. Bagaimana perancangan ulang identitas visual BRO's Studio Jakarta?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan, dapat dibuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup

Perancangan ulang identitas visual BRO's Studio Jakarta ini akan dibatasi dengan perancangan identitas visual beserta *graphic standard manual*, serta pengaplikasiannya pada beberapa media yang meliputi media *collateral*, *stationery*, dan *merchandise*.

2. Subjek/Target Khalayak

- a. Demografis

- i. Usia: 17-25 Tahun
- ii. Pendidikan Akhir: SMP - Sarjana
- iii. Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
- iv. Status Ekonomi: SES A
- v. Kewarganegaraan: WNI

- b. Geografis

- i. Primer: DKI Jakarta
  - ii. Sekunder: Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi
- c. Psikografis
- i. Menyukai musik
  - ii. Giat mengulik musik
  - iii. Hobi bermain instrument/bernyanyi
  - iv. Mengikuti tren
  - v. Ingin membuat musiknya sendiri

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan tugas akhir ini adalah merancang ulang identitas visual BRO's Studio Jakarta.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, berikut merupakan manfaat dari tugas akhir bagi penulis, pihak BRO's Studio Jakarta, masyarakat, dan universitas.

##### **1. Bagi Penulis**

Melalui perancangan ini penulis dapat mengaplikasikan serta mengasah kemampuan dan pengetahuan tentang *brand design* yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Penulis juga mendapatkan pengalaman dalam meriset sebuah masalah kemudian merancang desain sebagai solusi.

##### **2. Bagi BRO's Studio Jakarta**

Melalui perancangan ulang identitas visual ini, harapannya dapat meningkatkan *brand awareness* dan mencerminkan *brand value* BRO's Studio Jakarta.

##### **3. Bagi Masyarakat**

Melalui perancangan ini masyarakat dapat mengetahui lebih dalam tentang BRO's Studio Jakarta dan dapat menjadi sumber informasi mengenai perancangan ulang identitas visual sebuah *brand*.

##### **4. Bagi Universitas**

Tugas akhir ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa/i dalam topik perancangan ulang *brand identity*.