



### **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

Wayang orang adalah kesenian yang berasal dari Jawa Tengah dengan cerita yang diambil dari kisah Mahabarata dan Ramayana yang memiliki pesan moral. Seni pertunjukan tradisional ini diciptakan oleh KGPAA Mangkunegoro 1 dan pertama kali muncul pada abad ke-18 di solo. Pada tahun 1899, Taman Sriwedari diresmikan sebagai taman hiburan untuk umum oleh Paku Buwono X dan pada saat itu terdapat pertunjukan wayang orang yang bertahan hingga kini. (dikutip dari <https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/wayang-orang>, diakses pada September 2017).

Di Jakarta sendiri masih ada masyarakat yang melestarikan kesenian wayang orang. Berlokasi di Senen, Jakarta Pusat, gedung pertunjukan Wayang Orang Bharata telah berdiri dari tahun 1972 dan merupakan satu-satunya wayang orang profesional yang masih bertahan hingga sekarang. Dari hasil wawancara dengan pak Marsam, pada tahun 1963 gedung ini dikelola oleh kelompok pertunjukan wayang orang Pantjamurti. Karena sebuah alasan, Pantjamurti harus meninggalkan gedung pertunjukan tersebut. Sebagian memilih ikut dengan Pantjamurti pindah dan sisanya memilih untuk tinggal dan terbentuklah Wayang Orang Bharata. Di tahun 1999, gedung tersebut direnovasi selama 6 tahun. selama gedung direnovasi, Wayang Orang Bharata (WOB) vakum. Lalu pada tahun 2005,

Pemerintah Daerah DKI meminta pak Marsam yang sekarang merupakan ketua paguyuban WOB untuk mengaktifkan kembali pertunjukan wayang tersebut. Pak Marsam mengajak anak-anak muda untuk bergabung bersama dalam melestarikan seni kebudayaan Wayang Orang. Selain pemain-pemainnya sudah banyak yang muda, paguyuban ini berinovasi dengan membawakan carita dengan guyonan yang sudah disesuaikan dengan jaman. Setelah itu, paguyuban wayang orang tersebut masih aktif hingga sekarang.

Tahun 1980 hingga 1999 merupakan masa jaya dari Wayang Orang Bharata. Kejayaan mereka ini mampu menerbangkan mereka untuk mengikuti beberapa acara internasional seperti di Jerman (1981), Turki (1983) dan Belanda (1999). Dengan tujuan pelestarian budaya, wayang orang Bharata berusaha untuk mempertahankan eksistensinya di tengah arus globalisasi.

Akan tetapi, sekarang tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang wayang orang ini. Pertunjukan yang awalnya setiap hari, menjadi sekali seminggu. Setelah diamati, dari hasil observasi yang penulis lakukan, masalah yang ada ialah penonton yang datang sebagian besar merupakan penonton dengan rentan usia 45-65 tahun dan sudah rutin menonton pertunjukan ini. Bila ada penonton muda yang datang, biasanya hanya untuk kebutuhan penelitian saja. Dari hasil kuesioner dengan responden 80 orang di Jabodetabek dengan usia 17-35, diketahui 61.3% tidak mengetahui ttg wayang orang ini. Dengan tidak adanya regenerasi penonton, dikhawatirkan akan terjadi kepunahan terhadap Wayang Orang Bharata. Dari identifikasi masalah yang ada, diperlukan pembaharuan generasi penonton yaitu dengan cara membuat *brand identity* yang baru. Hal ini

dikarenakan menurut Keller (2002) dalam sebuah penjualan barang dan jasa, *brand identity* dapat memberikan efek positif serta keuntungan yang baik (hlm. 152).

Maka penulis akan merancang *brand identity* yang baru untuk kelompok Wayang Orang Bharata.

### 1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *rebranding* Wayang Orang Bharata melalui perancangan ulang *brand identity*?
2. Bagaima merancang visual dan *brand identity guideline* logo Wayang Orang Bharata beserta pengaplikasiannya?

### 1.3. Batasan Masalah

1. Perancangan *Brand Identity* dengan target sasaran:

a. Geografis:

Berdomisili di JaBoDeTaBek.

b. Demografis

Laki-laki dan perempuan usia 17- 35tahun.

c. Prilaku

Masyarakat yang sering menonton pertunjukan seni pertunjuksn seperti musik, tari dan drama.

d. Psikologis

Masyarakat yang memiliki ketertarikan untuk menonton seni dan kebudayaan.

2. Merancang *brand identity* berupa logo dan membuat *GSM* dari logo kelompok Wayang Orang Bharata.

#### 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk merancang *brand identity* dari kelompok Wayang Orang Bharata yang dapat mengkomunikasikan entitas dari kelompok wayang tersebut.

#### 1.5. Manfaat Tugas Akhir

a. Bagi penulis

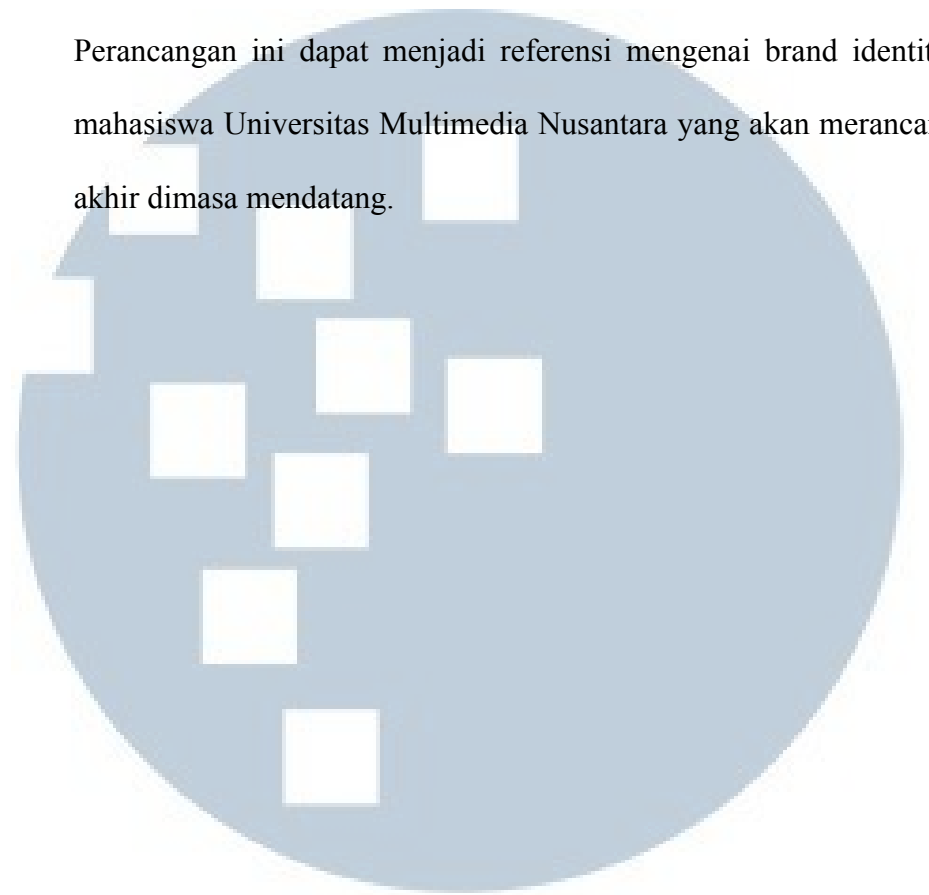
Penulis dapat menerapkan secara langsung ilmu yang telah penulis dapatkan di masa perkuliahan.

b. Bagi Wayang Orang Bharata

Dengan adanya perancangan *brand identity* ini diharapkan akan memudahkan kelompok Wayang Orang Bharata untuk berkomunikasi dengan publik melalui *brand identity* dan dapat mengembalikan eksistensinya.

c. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Perancangan ini dapat menjadi referensi mengenai brand identity untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan merancang tugas akhir dimasa mendatang.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA