

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bangsa Indonesia terkenal akan kebudayaan yang beranekaragaman dan unik yang tidak dimiliki bangsa lain di dunia. Adanya kesenian yang kental dengan nuansa kedaerahannya. Setiap daerah memiliki kesenian yang berbeda-beda. Mulai dari seni tari, bahasa, makanan tradisional dan alat musik. Keberagaman budaya itu memunculkan sebuah aset tersendiri bagi setiap daerah di Indonesia. Alat musik misalnya, telah menjadi bagian khas dari setiap daerah. Kulintang di daerah Sulawesi, Gamelan di Jawa dan masih banyak lagi yang tersebar di seluruh penjuru negeri ini.

Dewasa ini alat musik modern sudah menjadi bagian dari masyarakat Indonesia. Karena keberadaannya yang mudah didapat dan dipelajari dengan cepat dari berbagai kalangan dan umur. Mulai dari anak-anak sampai orang tua dapat memainkannya dan memilikinya dengan mudah. Ada alat musik yang digemari oleh masyarakat luas yaitu alat musik gitar. Gitar merupakan suatu seni kerajinan yang terbuat dari kayu. Kerajinan ini tersebar di beberapa wilayah, diantaranya yang terkenal adalah di Desa Mancasan Baki, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Di wilayah ini, kerajinan gitar telah menjadi tulang punggung perekonomian utama masyarakatnya. Gitar adalah sebuah alat musik berdawai yang dimainkan dengan cara dipetik, umumnya menggunakan jari maupun plektrum. Gitar

terbentuk atas sebuah bagian tubuh pokok dengan bagian leher yang padat sebagai tempat senar yang umumnya berjumlah enam didempetkan. Desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetik. Elemen-elemen desain yang utama terlibat dalam desain grafis adalah sebagai bahan pokok (ingredients) yang berupa : garis, huruf, bentuk (shape) dan tekstur. Sedangkan struktur (structure)-nya adalah pengorganisasian elemen-elemen desain tersebut. Struktur desain yang baik adalah hasil integrasi prinsip-prinsip desain yang akurat pada proses penempatannya. Prinsip-prinsip desain yang utama terdiri dari : keseimbangan (balance), kontras, unity, nilai (value) dan warna. Desain Visual Branding adalah proses melakukan visualisasi pada sebuah merek baik itu pada nama maupun pada logonya. Sehingga, memiliki ciri khusus yang mudah diingat oleh masyarakat. Melakukan visualisasi pada brand menjadi salah satu proses yang krusial dan harus dijalankan dengan baik. Ciri khas ini berupa merek atau logo yang memiliki makna visual tertentu serta menjadi pembeda dengan brand lain.

Salah satunya adalah pengrajin Gitar Terate Musik itu nama usahanya. Pendirinya Bernama Mas Sri Mulyanto Dukuh Kulon RT 01 / RW 03 Mancasan Baki Sukoharjo, Sudah berdiri sejak 2010. Pengrajin gitar terate musik memproduksi gitar merk-merk tiruan gitar elektrik yang terkenal dan juga menurut pemesanan konsumen seperti APX, Ibanez, Yamaha, Cole Clark, Cort, Ukulele dan lain-lain. Pengrajin gitar kampung

Gitar Mancasan, banyak belum memiliki merek sendiri. Desain Branding Visual ada cocok untuk promosi Gitar Terate Musik untuk meningkatkan omset dan memperkenalkan produk lokal Mancasan, Baki, Sukoharjo.

Gitar merupakan alat musik yang paling jamak dijumpai dan dimainkan oleh banyak orang. Tak hanya oleh para musisi andal, gitar juga menjadi "senjata" bagi para musisi jalanan, bahkan sebagai pelengkap nongkrong.

Di Jawa Tengah, tepatnya di Desa Mancasan, Kecamatan Baki, Sukoharjo, menjadi pusat pembuatan gitar berbasis home industry. Sampai pada akhirnya daerah ini dijuluki sebagai 'Kampung Gitar'. Sudah ada sejak tahun 1975, hampir 90% warga yang tinggal di Kampung Gitar Baki Sukoharjo bermata pencaharian dan menggantungkan hidupnya dengan membuat gitar. Konon, bertahannya Kampung Gitar Baki Sukoharjo menjadi desa wisata dan sentra gitar berawal dari pemberdayaan masyarakat yang selalu mengedepankan kearifan lokal. Bahkan, dikabarkan jika kemampuan membuat berbagai macam alat musik gitar sudah dimiliki warga secara turun-temurun. Meski begitu, membuat gitar bukan perkara mudah, karena setiap pengrajin membutuhkan keahlian khusus dan ketelatenan agar menghasilkan alat musik yang mulus dan nyaman dimainkan.

Pembuatan alat musik gitar memerlukan proses panjang. Bermula dari penghalusan dengan ampelas, pendempulan, mengampelas kembali,

memasuki tahap pengecatan, pelapisan melamin, hingga dikeringkan dengan cara dijemur. Menariknya lagi, ternyata Kampung Gitar Baki Sukoharjo menawarkan pemesanan gitar *custom* khusus yang tidak dijual di pasaran. Anda bisa menentukan desain dan bahan yang ingin digunakan sesuai keinginan, baik itu dari kayu mahoni, kayu jati Belanda, kayu waru, maupun kayu sengon. Seiring berjalannya waktu, industri gitar terus berkembang dan meluas hingga ke seluruh wilayah desa. Bermula dari Desa Mancasan, saat ini industri kreatif pembuatan gitar telah meluas sampai ke Desa Ngrombo di Kecamatan Baki dan Desa Pondok di Kecamatan Grogol. Bukan hanya pengrajinnya yang bertambah, pelanggan yang mengincar gitar lokal buatan Kampung Gitar Baki juga semakin meluas. Tidak hanya dibeli oleh pecinta dan pemain alat musik petik dari Indonesia, gitar asli pengrajin lokal berhasil menarik perhatian pasar internasional.

Industri kecil kerajinan gitar di desa Mancasan pada mulanya berproduksi dalam skala kecil atas permintaan dari masyarakat lokal saja, namun lama-kelamaan, industri ini mulai meningkatkan produksinya karena banyak permintaan dari masyarakat lokal maupun dari masyarakat luar daerah bahkan sampai pada luar negeri. Dalam proses produksinya industri gitar di daerah penelitian mempunyai ciri pada pembagian proses produksi untuk setiap rumah usaha. Setiap rumah usaha industri gitar mempunyai pembagian proses produksi yang berbeda yaitu terdapat rumah usaha yang hanya mengerjakan bagian gagang gitar saja, ada juga yang mengerjakan bagian badan gitar serta bagian finishing saja. Jadi setiap rumah usaha

nantinya saling berhubungan. Pada umumnya setiap rumah usaha itu memperkerjakan 5-15 orang karyawan. Bahkan industri gitar ini justru menarik datangnya pekerja dari daerah lain, seperti daerah Pracimantoro (Wonogiri), Wonosari (Gunung Kidul), Tawangmangu dan daerah lainnya. Jadi industri ini bisa dikatakan memerlukan jumlah tenaga kerja yang tidak sedikit sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru. Bahan baku industri kerajinan gitar desa Mancasan berasal dari dalam negeri yang mudah didapatkan dari daerah sekitar Mancasan maupun dari daerah luar kota yang masih mudah dijangkau dengan alat transportasi yang ada. Selain bahan baku dari dalam negeri, industri kerajinan gitar desa Mancasan juga membutuhkan bahan baku dari luar negeri (import) untuk gitar jenis elektrik. Bahan baku industri gitar pada umumnya hanya memerlukan papan kayu serta lembaran triplek yang merupakan bahan baku utama yang didapatkan pengusaha industri gitar dari daerah sekitarnya. Sedangkan triplek didapatkan pengusaha gitar dari toko-toko bahan bangunan atau di stok langsung oleh para distributor dari daerah sekitarnya, misalnya dari Kartasura ataupun dari Kota Surakarta. Kemajuan industri kerajinan gitar di desa Mancasan Kecamatan Baki tidak lepas dari faktor-faktor produksi, diantaranya adalah bahan baku, modal, tenaga kerja, dan pemasaran. Keberadaan industri kerajinan Gitar di desa Mancasan Kecamatan Baki cukup dominan mempengaruhi kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat. Karena sifatnya padat karya, industri kerajinan gitar mampu mengurangi jumlah pengangguran dan memberi tambahan pendapatan.

Dengan pendapatan yang diperoleh dari rangkaian hasil aktifitas dalam usaha industry kerajinan gitar tersebut, maka akan terjadi peningkatan pendapatan dan ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi terciptanya kehidupan masyarakat pengrajin yang sejahtera. (*BETY NIAS ROKAH K4407012*, n.d.) Beberapa negara yang pernah menjadi negara tujuan ekspor gitar akustik hingga ukulele buatan dari Kampung Gitar Baki Sukoharjo di antaranya: Singapura, Filipina, Malaysia, Jerman, Italia, dan sejumlah negara di Eropa lainnya.

Menurut Derry (2012:1) Gitar adalah alat musik yang memiliki dawai (senar) dan dapat dibunyikan dengan cara dipetik atau digenjreng (Strumming). Bunyi yang dihasilkan gitar berasal dari getaran dawai. Pada dasarnya gitar memiliki dua jenis, yaitu gitar elektrik dan gitar akustik. Kedua gitar ini memiliki fungsi yang sama, tetapi memiliki perbedaan pada karakter dan bagiannya. Gitar elektrik adalah jenis gitar yang menggunakan beberapa pick up untuk mengubah bunyi getaran dari senar gitar menjadi arus listrik, lalu akan dikuatkan kembali dengan menggunakan seperangkat amplifier dan loud speaker. Bunyi yang dihasilkan dari getaran senar gitar akan mengenai kumparan yang ada dibadan gitar yang biasa disebut pick up. Terkadang sinyal yang keluar dari pick up diubah secara elektronik dengan menggunakan guitar effect, sehingga suara yang dihasilkan menjadi lebih kuat dan lebih beragam karakter suara yang muncul.

Sedangkan Gitar akustik adalah jenis gitar yang suaranya dihasilkan dari getaran senar gitar yang dialirkan melalui sadel dan jembatan tempat

pengikat senar ke dalam ruang suara. Suara didalam ruang suara ini akan beresonansi terhadap kayu badan gitar. Jenis kayu yang digunakan akan mempengaruhi suara yang dihasilkan oleh gitar akustik tersebut. Berdasarkan paparan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa gitar adalah alat musik yang tergolong kedalam jenis instrumen chordophone yaitu sumber bunyi melalui getaran senar (dawai), khususnya gitar elektrik sumber bunyi berasal dari pick up yang telah mengubah getaran senar menjadi arus listrik yang dikuatkan dengan amplifier.

Di Jawa Tengah Selain Sukoharjo, masih ada pengrajin gitar seperti di Jogja, Purworejo dan masih banyak lagi di kota-kota lain seluruh Indonesia.

Alat musik gitar adalah alat musik yang kekininan, yang digemari oleh masyarakat dari anak-anak hingga orang dewasa yang setiap tahunnya bermunculan model-model dari luar negeri.

Alat musik gitar adalah alat musik yang kekinian yang digemari oleh masyarakat dari anak-anak hingga orang dewasa. Yang setiap tahunnya bermunculan model-model baru dan model dari luar negeri hal tersebut menyebabkan pengrajin Gitar Terate Musik selalu menghasilkan produk baru dengan berkembang alat musik gitar. Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan terjamin, seperti bahan kayu, triplek, besi dan lem.

Disamping itu Gitar Terate Musik memberikan kemudahan cara pemesanan atau pembelian melalui calling dan chatting via whatsapp,

Facebook, Instagram dan Market Place dapat dilayani diantar, dikirim via paket dan bisa datang langsung ditempat alamat usaha.

Hal yang menjadi permasalahan pada usaha ini cenderung masyarakat belum mengenal usaha ini menurut wawancara dengan narasumber atau pemiliknya yaitu Mas Sri Mulyanto Gitar Terate Musik Mancasan, Baki, Sukoharjo. Produk ini belum memiliki brand yang kuat untuk mewakili produknya. Produk-produk gitarnya belum memiliki merek, yang diprodukannya merek-merek tiruan. Sehingga produk ini belum banyak diketahui oleh masyarakat, walaupun sudah berdiri sejak tahun 2010.

Pengertian Brand menurut Kotler adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing. Kotler berpendapat bahwa pengertian branding adalah pemberian nama, istilah, symbol, tanda, atau kombinasi dari semuanya yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan barang atau jasa pesaing. (Kotler, 2009:332)

Desain Visual branding merupakan tampilan dari sebuah brand yang memiliki makna visual tertentu serta menjadi pembeda dengan brand lain. Tampilan visual tersebut mencakup identitas brand, logo, kemasan, dan lain-lain. Brand Identity adalah suatu kumpulan dari aspek-aspek yang bertujuan untuk menyampaikan merek: latar belakang merek, prinsip-

prinsip merek, tujuan dan ambisi dari merek itu sendiri. Dan menurut Susanto dan Wijanarko (2004). (Maharani, 2013)

Selain itu, promosi yang digunakan secara langsung yang menyebabkan kurangnya penyebaran informasi mengenai usaha ini ke area masyarakat yang lebih luas. Tujuan promosi adalah memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan (Sistaningrum, 2002:98) (Setyawan et al., n.d.)

Tidak adanya identitas (brand) produk yang dapat menjadi tanda, ciri khas dan pembeda serta pendukung untuk membuat brand yang kuat menjadi salah satu permasalahan dari usaha ini. Oleh sebab itu dibutuhkan identitas (brand) yang jelas agar keberadaan Gitar Terate Musik ini diketahui oleh masyarakat sekitar khususnya masyarakat yang tinggal di Sukoharjo dan sekitarnya. Perancangan branding dengan berfokuskan untuk memperkenalkan usaha Gitar Terate Musik dengan membentuk identitas dan citra dengan cara pembuatan visual branding. Dengan merancang visual branding, selain dapat untuk memberikan identitas juga dapat menjadi sebuah pembeda, meningkatkan awareness.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut

1. Bagaimana konsep visual branding yang unik, menarik, dan komunikatif untuk mempromosikan Gitar Tertate Musik?
2. Bagaimana merancang bentuk dan promosi visual branding yang efektif untuk mempromosikan Gitar Terate Musik?

C. Tujuan

Beberapa tujuan yang ada dalam perancangan visual branding ini antara lainnya adalah :

1. Dapat mendiskripsikan konsep visual branding yang berisi tentang Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo
2. Dapat menghasilkan rancangan visual branding yang menarik tentang Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo yang nantinya dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membeli gitar produk lokal.

D. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari adanya perancangan ini, yaitu dapat memberikan kontribusi, diantaranya :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menjadi tempat aktualisasi penerapan ilmu semasa perkuliahan, menjadi lahan untuk mengembangkan ide dan pengalaman Ketika akan terjun dalam dunia kerja yang khususnya pada

industri kreatif serta dapat membantu untuk mengembangkan produk lokal.

2. Bagi Akademik

Diharapkan menjadi salah satu referensi dalam perancangan visual branding suatu produk lokal. Selanjutnya diharapkan juga dasar atas pengembangan karya sehingga dapat menghasilkan brand produk lokal yang lebih baik lagi.

3. Bagi Konsumen

Diharapkan masyarakat dapat mengetahui informasi dari produk lokal dan dapat membantu untuk meningkatkan brand awareness perusahaan.

E. Tinjauan Pustaka

Tugas akhir milik Dany Setiawan yang berjudul “Perancangan Visual Branding Gitar Elektrik Seviaji Edisi Produk 1 (Edisi PR 1) Sebagai Produk Hand Made di Yogyakarta” Dany Setiawan Institut Seni Indonesia Yogyakarta membahas tentang pentingnya perencanaan dan perancangan visual branding gitar elektrik Seviaji di sini menampilkan brand yang sudah ada namun diperbaiki Imagenya demi menimbulkan rasa percaya kepada konsumen. Adapun perancangan branding yang dilakukan meliputi perancangan logotype, logogram, poster, dan dibantu dengan menggunakan

media pendukung yang memang dapat diaplikasikan sebagai pembantu untuk memunculkan rasa percaya terhadap target audience, media pendukung tersebut meliputi, Tas gitar, Strape gitar, Pick gitar, Kartu nama, Kertas Surat, Kwitansi, Kaos, dan Leafleet.

Sedangkan untuk tugas akhir ini sama membahas perencanaan Visual Branding Gitar. Tetapi Tugas Akhir ini membahas perencanaan untuk memajukan usaha gitar yaitu produk-produknya bermacam-macam gitar elektrik dan akustik. Visual Branding yang berupa logo sebagai media utama Tugas Akhir milik Dany Stiawan sangat berguna dan membantu sebagai acuan untuk menyelesaikan tugas. (*Dany Setiawan ISI Yogyakarta, n.d.*)

Perbedaannya dengan Tugas Akhir ini yaitu membahas perencanaan produk-produk Gitar Teratemusik yang belum memiliki visual branding atau merek gitar produk lokal untuk memajukan usahanya.

Perancangan Visual Branding Makanan Rakyat Tiwul Ayu Indrokilo di Boyolali (oleh Dina Margareta) Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta. Tugas Akhir ini mempromosikan produk baru yaitu makanan rakyat Tiwul Ayu. Tugas akhir ini bedanya mempromosikan gitar dengan makanan dan gitar. Tetapi mempromosikan dengan visual branding media utamanya berupa logo. Tugas akhir terdapat upaya untuk meningkatkan awaranees. Tugas akhir

milik Dina Margareta sangat membantu sebagai acuan untuk menyelesaikan tugas. (Margareta et al., n.d.)

Perancangan Visual Branding dan Promosi Kopi Java Lawu melalui Media Komunikasi Visual oleh (Arief Nashruddin) Program Studi Desain Komunikasi Visual. Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta 2019. Perbedaannya dengan Tugas Akhir ini sangat berbeda yaitu membahas produk minuman dan alat musik gitar Tugas Akhir ini membahas perencanaan produk Gitar Terate Musik yang belum memiliki visual branding supaya memiliki cirikhas sendiri dan mudah dikenali oleh masyarakat, supaya juga usahanya bertambah maju.

Tugas Akhir menjelaskan visual branding kopi lawu mempunyai cita rasa yang unik keduanya sangat berbeda tetapi Tugas Akhir milik Arief Nashruddin ini sangat membantu untuk acuan menyelesaikan tugas. (Sebagai et al., n.d.)

Pada jurnal milik Cornelli Kwanda yang berjudul Perancangan Visual Branding Sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto di Surabaya. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal ini menjelaskan visual branding dapat menjadi Langkah awal untuk membentuk identitas yang sesuai sekaligus berguna sebagai pendukung promosi produk batik ikat celup agar lebih dikenal oleh masyarakat. Sedangkan Visual Branding Gitar Teratemusik untuk menamai atau

memperkuat branding dan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Jurnal ini milik Cornelli Kwanda sangat membantu untuk acuan menyelesaikan tugas ini. (Kwanda et al., n.d.)

Pada buku yang berjudul “Mendesain Logo” milik Suriyanto Pustan yang diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, tahun 2009 menjelaskan bahwa buku tersebut membahas tentang berbagai macam jenis logo serta fungsinya dan logo merupakan identitas brand yang diutamakan sehingga dapat dijadikan sebagai pembeda dengan lainnya. Bahwa buku tersebut sangat bermanfaat sebagai acuan untuk menyelesaikan tugas akhir ini, karena dalam buku tersebut terdapat berbagai informasi mengenal logo berupa jenis logo, sejarah, istilah, jenis-jenis, anatomi serta tahapan untuk membuat desain dan kriteria desain logo yang baik.

F. Landasan Teori

1. Pengertian Desain

Desain berasal dari bahasa inggris (design) yang berarti rancangan. Rupa” dari design, muncullah kata desain yang berarti mencipta, memikir atau merancangan. Desain dapat diartikan sebagai rancangan yang merupakan susunan dari garis, bentuk, ukuran, warna, serta nilai dan benda yang dibuat berdasarkan prinsip desain.

Menurut Anindita dan Riyanti (2016 : 3) Desain adalah suatu perancangan yang melibatkan kreativitas manusia yang bertujuan

membuat suatu benda, system, dan sejenisnya yang memiliki manfaat bagi umat manusia. Menurut Supriyono (2010: 136) Desain merupakan art direction, yaitu penampilan visual secara menyeluruh dari iklan. Hasil kerja sama antara art direction dan copywriter (berupa konsep verbal dan visual) dipadukan secara sinergis ke dalam desain melalui proses standar, yaitu membuat sketsa-sketsa kasar, menentukan alternatif desain, hingga Final Art Work (FAW). Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan, desain merupakan sebuah proses pemecahan masalah dalam pembuatan karya agar sesuai dengan fungsi dan tujuan pembuatan suatu karya tanpa menghilangkan unsur seni di dalamnya. (Oleh, n.d.)

2. Pengertian Visual

Visual berhubungan erat dengan mata atau penglihatan. Menurut beberapa ahli, visual juga merupakan salah satu bagian dari aktivitas belajar. Dimana aktivitas belajar itu sendiri terdiri dari : somatis (belajar dengan bergerak dan berbuat), auditori (belajar dengan berbicara dan mendengar), intelektual (belajar dengan memecahkan masalah dan merenung), dan visual (belajar dengan cara melihat, mengamati, dan menggambarkan). Keempat aktivitas belajar tersebut harus dikuasai supaya proses belajar dapat berlangsung secara optimal. Sedangkan menurut Frans m. Royan merupakan visual adalah orang yang lebih suka menggunakan penglihatan dalam menerima informasi. Sedangkan

menurut Budiman Hakim visual merupakan sebuah syarat mutlak untuk memperkenalkan sebuah brand kepada konsumen.

Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa visual merupakan salah satu bagian dari aktivitas belajar dan meningkatkan kemampuan berfikir serta berkomunikasi.

3. Pengertian Brand

Brand atau biasa disebut juga dengan istilah merek merupakan identitas atau nama yang mewakili produk secara keseluruhan baik produk itu sendiri maupun jasa yang diberikan produk tersebut, perusahaan yang memproduksi, maupun hal-hal yang terkait lainnya. Sedangkan Brand menurut Bilson Simamora (2001 : 149) adalah nama, tanda, istilah, simbol, desain atau kombinasinya yang ditunjukkan untuk mengidentifikasi dan mendiferensiasi (membedakan) barang atau layanan suatu penjual dari barang atau layanan penjual lain. Sedangkan menurut Janita (2005:15) brand merupakan ide, kata, desain grafis, dan suara/bunyi yang menisymbolisasikan produk, jasa, dan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa (Janita, 2005:15) Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa brand merupakan suatu identitas tambahan dari produk yang tak hanya membedakannya dari produk pesaing, namun juga merupakan kepercayaan dari produsen kepada konsumen.

4. Pengertian Branding

Branding merupakan sebuah kegiatan komunikasi, memperkuat, dan mempertahankan sebuah brand dalam rangka memberikan perspektif kepada orang lain yang melihatnya. Menurut Landa Pengertian Branding menurut Landa telah berkembang dari sekedar merk atau nama dagang dari produk, jasa atau perusahaan yang berkaitan dengan hal kasat mata dari merek seperti nama dagang, logo, atau ciri visual lainnya, kini juga berarti citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan di benak konsumen. Menurut Kotler, (2009:332), branding merupakan nama istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa pesaing. Kotler, (2009:332) Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand.

5. Pengertian Visual Branding

Anita (2006:17) menyebutkan “kata visual mempunyai arti yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan. Visual branding memberikan peranan grafik dalam branding serta bagaimana mereka dapat dipengaruhi untuk membangun sebuah kesan merek yang kuat dan selalu di ingat. Sehingga dapat membantu perkembangan penghargaan tinggi dan pada akhirnya merek yang telah diciptakan

dapat selalu di ingat oleh masyarakat. secara garis besar visual branding dapat dikatakan sebagai disiplin yang terlibat dalam menciptakan dan mempertahankan sebuah merek dan mengingatkan sebuah merek melalui media atau komponen visual. Sehingga visual branding mampu menyampaikan suatu pesan dengan mengidentifikasi dan menjaga karakteristik inti desain yang dibuat, serta mewujudkan segala sesuatu untuk kepuasan tujuan dan harapan masyarakat yang akan menggunakannya. Visual branding memberikan pelayanan sebagai sebuah bentuk visual yang komprehensif dan konsisten tentang sebuah produk. (Yohanes Satrio Hutomo Pratisis_BAB I_2015023007 - Yohanes Satrio, n.d.)

Definisi visual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dapat dilihat dengan indra penglihat (mata); berdasarkan penglihatan bentuk. Berdasarkan definisi terpisah dari Visual dan Brand, visual branding dapat disimpulkan menjadi suatu cara dalam menciptakan perbedaan antarproduk dengan menggunakan penglihatan sebagai alatnya. Budiman dalam Mulia (2019 : 31) mendefinisikan visual branding sebagai pengaruh yang diakibatkan oleh suatu bentuk visual untuk mendiferensiasikan brand. Mendiferensiasikan brand yaitu membuat perbedaan brand tersebut dari brand-brand kompetitor, sehingga dapat terlihat dan dirasakan menonjol dibanding yang lain dan paling diingat audiensinya (tingkat remindingnya tinggi). Pada penelitian ini, peneliti akan lebih terfokus pada visual yang dimiliki oleh

subjek penelitian. Visual branding juga memiliki elemen pondasi yang terpenting menurut Budiman dalam Mulia (2019 : 31) seperti.

- a. Brand (merk, logo) yang bisa berbentuk visual, susunan huruf atau keduanya.
- b. Warna (produk, korporat)
- c. Komposisi semua elemen penyusunnya.

Tujuan ketiga elemen-elemen itu agar brand dan produk tersebut dapat di kenal dan visualnya bisa diingat oleh audiens, bisa juga menarik hati calon pembeli.

6. Pengertian Gitar

Gitar adalah alat musik yang memiliki dawai (senar) dan dapat dibunyikan dengan cara dipetik atau digenjreng (Strumming) Bunyi yang dihasilkan gitar berasal dari getaran dawai. Pada dasarnya gitar memiliki dua jenis, yaitu gitar elektrik dan gitar akustik. Menurut Derry (2012:1)

Gitar adalah sebuah alat musik berdawai yang dimainkan dengan cara dipetik, umumnya menggunakan jari maupun plektrum. Gitar terbentuk atas sebuah bagian tubuh pokok dengan bagian leher yang padat sebagai tempat senar yang umumnya berjumlah enam didempetkan.

Gitar secara tradisional dibentuk dari berbagai jenis kayu dengan senar yang terbuat dari nilon maupun baja. Beberapa gitar modern dibuat dari material polikarbonat.

Secara umum, gitar terbagi atas 2 jenis: akustik dan elektrik. Gitar akustik, dengan bagian badannya yang berlubang (hollow body), telah digunakan selama ribuan tahun. Terdapat tiga jenis utama gitar akustik modern: gitar akustik senar-nilon, gitar akustik senar-baja, dan gitar archtop.

7. Pengertian Logo

Logo merupakan sebuah penyingkatan dari logotype. Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual. (Rustan, 2009: 13). Seorang desainer terkemuka, John Williams, mengatakan, “Jika anda melihat logo selama kurang dari 10 detik kemudian anda tidak mampu untuk mengingat dan menggambarkan logo tersebut maka kemungkinan logo tersebut terlalu rumit untuk diingat”. Selain terlalu sulit untuk diingat logo tersebut kurang efektif jika dikecilkan ataupun jika dicetak dalam putih-hitam.

Senada dengan John Williams, desainer grafis Australia, Jacob Cass, memberikan tips atau prinsip-prinsip desain logo sebagai berikut :

- a. Logo harus mampu mendeskripsikan perusahaan atau produk (*describable*).
- b. Jika dicetak hitam-putih (tanpa warna), logo tetap efektif dan menarik (*effective without colour*).
- c. Logo harus simpel dan mudah diingat (*memorable*)
- d. Dalam ukuran kecil, logo masih bisa dibaca dan dapat dikenali (*scalable*)

G. Identifikasi Data

1. Sejarah Perusahaan

Perusahaan ini berdiri pada tahun 2010 oleh Pak Sri Mulyanto (pemilik). Pada awal mula beliau berniat untuk merintis usahanya di bidang alat musik yaitu gitar. Pak Sri Mulyanto merintis usahanya maju semula di kerjakan sendiri. Kemudian usahanya maju berkembang sekarang sudah mempunyai karyawan 4 orang sampai saat ini usahanya di beri nama Terate Musik. Perusahaan Terate Musik bisa memproduksi bermacam-macam gitar. Perusahaan Terate Musik alat musik gitar sudah bisa membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat maupun luar daerah.

Awal mula di beri nama Terate Musik, Terate dari nama bunga artinya keindahan. Produksi Gitar Terate Musik Mancasan Baki

Sukoharjo indah bentuknya dan nyaring suara gitarnya. Supaya disukai banyak orang dan mempunyai daya tarik orang melihat gitar yang bermacam-macam produksi sehingga tertarik untuk membelinya.

2. Produksi Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo

- a. Ukulele varian warna
- b. Gitar APX murah tanem besi
- c. Gitar tanem besi hitam pemula senar biasa
- d. Gitar akustik cole clark stelan crom
- e. Gitar akustik cort tanam besi setelan crom
- f. Gitar akustik jumbo tanam besi stelan crom

3. Analisis Data

Proses Desain Visual Branding Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo akan tercapai jika target juga ditemukan dan dengan berbagai pertimbangan seperti berikut ini :

a. Segmentasi

1) Demografi

Membagi pasar kedalam kelompok-kelompok berdasarkan variable demografi. Berikut variable demografi Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo :

Usia	: 15 - 30 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Agama	: Semua agama
Status ekonomi	: Menengah ke atas

2) Geografis

Wilayah khusus : Sukoharjo dan Solo Raya

Wilayah umum : Indonesia

3) Psikografi

Masyarakat yang tinggal di sukoharjo masyarakat Indonesia yang menyukai alat musik gitar.

4) Behaviour

Masyarakat yang tinggal di sukoharjo maupun luar kota yang ingin membeli untuk dipakai sendiri maupun untuk cindramata.

b. USP (Unique Selling Proposition)

Dalam melakukan usaha positioning, dibutuhkan USP (Unique Selling Proposition) yaitu suatu untuk memunculkan keunikan individu. Sebuah perusahaan atau sebuah produk yang tidak dimiliki oleh pesaing. Maka sebuah perusahaan ataupun produk perlu membangun citra dan ciri khas yang tersendiri untuk menempati posisi tertentu dalam benak atau di hati masyarakat.

Pengrajin alat musik menggunakan alat baku yang asli, kayu dan tripek yang berkualitas yang baik dan dikerjakan oleh tenaga yang bandal. Dan selalu mengikuti inovasi model varian.

c. Positioning

Desain-desain yang akan ditampilkan supaya bisa menambah citra dan cirikas perusahaan. Perancangan desain supaya bisa

menambahkan pendapatan penjualan dan mudah diingat dihati masyarakat.

4. Data Kompetitor

1. Vipitt Saputro

a. Nama Perusahaan

Vipitt Saputro

b. Alamat

Kalongan RT 2 / RW 2 Mancasan, Kec. Baki, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57556

c. Produk Gitar

1. Ukulele
2. Gitar Pemula
3. Gitar Gibson
4. APX Semi

d. Media Promosi

1. Facebook
2. Instagram

2. Pirantilaras

a. Nama Perusahaan

Pirantilaras

b. Alamat

Klampisan RT 3 / RW 1 Mancasan Baki, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57556

c. Produk

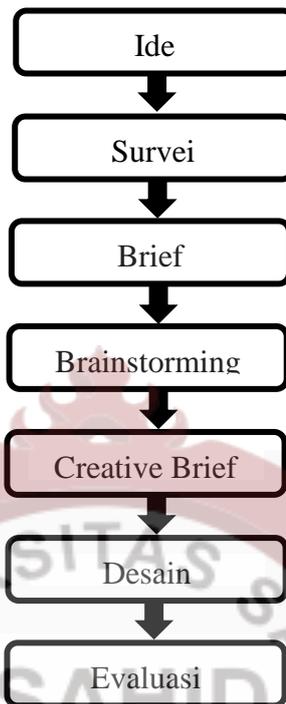
1. Gitar blok
2. Ukulele
3. Alat-alat mesin pembuatan gitar

d. Media Promosi

1. Facebook
2. Instagram
3. Market Place

H. Metode Perancangan

Merencanakan suatu hal yang baru untuk menyelesaikan suatu masalah. Yang mana suatu perancangan desain akan melewati proses penentuan konsep, penentuan ide sesuai data. Perancangan *visual branding* Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, serta untuk menanamkan citra perusahaan yang nantinya sebagai pembeda dengan produk-produk serupa yang ada di pasaran dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen terhadap *brand* Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo. Pembuatan perancangan *visual branding* diperlukan metode atau strategi-strategi perancangan yang tepat dan efektif agar dapat menggapai target sasaran. Berikut ini adalah kerangka pemikiran dalam perancangan *visual branding* dari Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo.



Gambar 01 : Bagan Metode Perancangan
 Sumber : (Vijay Kumar,2016: 184-193)

1. Ide

Ide merupakan perancangan yang tersusun dalam pemikiran. Perancangan desain visual branding ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik lebih terhadap konsumen, agar dikenal oleh masyarakat luas, serta menciptakan media promosi melalui Desain Komunikasi Visual.

2. Survei

Melakukan kegiatan yang berupa mendatangi lokasi objek atau Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo dan mengambil foto produk.

3. Brief

Brief merupakan kumpulan dari data-data yang didapatkan dari observasi.

Berikut observasi yang dilakukan :

a. Sumber Data

1) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik dari Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan.

2) Pustaka

Pengumpulan dan mengenai teori, fungsi dan kegunaan desain visual branding, perancangan melalui media visual, media cetak dan lain-lainnya.

3) Dokumentasi

1. Pengambilan foto untuk melengkapi data yang sudah ada sebelumnya.
2. Data tentang bagaimana merancang desain visual branding yang dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi merupakan kegiatan terhadap suatu objek dengan maksud memahami pengetahuan sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Untuk mendapatkan informasi tersebut dibutuhkan untuk observasi.

Objek yang utama dalam perancangan ini adalah membuat *desain visual branding* dari Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo.

Identitas yang dapat membedakan antara satu penjual dengan penjual

lainnya dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra yang bisa menjadikan sebagai daya Tarik kepada konsumen.

2) Pustaka

Semakin banyak adanya Pustaka maka semakin banyak pula informasi dan data yang membantu untuk perancangan.

3) Metode Dokumentasi

Berfungsi sebagai pembantu penelitian terhadap peristiwa yang terjadi.

4. Brainstorming

Brainstorming merupakan upaya untuk mengembangkan ide yaitu dengan cara berkonsultasi dengan dosen pembimbing dan berdiskusi dengan teman.

5. Creative Brief

Creative Brief merupakan Langkah penting yang diperlukan dalam menghasilkan perancangan yang sesuai dengan latar belakang masalah. Dalam hal ini creative brief mencakup strategi kreatif dan media apa yang akan digunakan dalam proses perancangan *desain visual branding* sebagai media promosi.

a. Media yang digunakan untuk media promosi dapat berupa media cetak dan media digital, yang berisi gambar atau tulisan, foto yang mudah untuk dimengerti.

b. Penempatan media dilakukan diberbagai tempat, agar masyarakat dapat melihatnya.

c. Waktu dari penelitian data tidaklah cepat, sehingga akan membutuhkan waktu yang cukup lama.

6. Desain

Desain merupakan karya visualisasi dari ide kreatif yang telah ditentukan sebelumnya. Perancangan *desain visual branding* ini akan mewujudkan desain yang dapat menarik perhatian konsumen.

7. Evaluasi

Evaluasi dilakukan terhadap hasil perancangan yang akan dilakukan. Evaluasi perancangan ini akan menjadi tahapan penting, sehingga dilakukan dengan teliti.

I. Sistematika Penulisan

BAB I

Pada bab ini berisi penjelasan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Tinjauan Pustaka, dan Landasan Teori. Bab ini berfungsi untuk mengetahui permasalahan desain visual branding yang akan di bahas dan media yang dipilih sebagai perancangan tugas akhir.

BAB II

Pada bab ini berisi identifikasi data dari objek yang sudah terkumpul yang nantinya digunakan untuk menyelesaikan perancangan tugas akhir.

BAB III

Pada bab ini berisi tentang penjelasan konsep perancangan desain visual branding dari Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo.

BAB IV

Pada bab ini berisi tentang perwujudan dari sebuah karya perancangan desain visual branding Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo yang sesuai dengan analisa data dan strategi kreatif yang telah ditentukan pada bab sebelumnya.

BAB V

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari perancangan desain visual branding Gitar Terate Musik Mancasan Baki Sukoharjo, serta saran dan daftar Pustaka yang berisi tentang referensi yang terdapat dari buku, artikel dan internet.