

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki berbagai macam jenis suku, budaya dan agama yang membuat pengaruh terhadap dunia seni, salah satunya adalah musik. Musik merupakan bentuk ekspresi atau ungkapan seni dari seseorang yang dituangkan melalui media bunyi. Musik juga sebuah gagasan yang memiliki unsur dasar berbentuk melodi, irama dan harmoni dan didukung dengan unsur warna bunyi (Soeharto, 1992). Di negara Indonesia musik mempunyai perjalanan sendiri, dimulai dari abad 16, musik di Indonesia pada era ini adalah musik yang masih tradisional dengan memanfaatkan alat musik seperti gamelan, gambus, dan lain sebagainya dan menghasilkan jenis musik seperti keroncong, tanjidor, gambang kromong dan musik nusantara lainnya. Setelah era penjajahan dan faktor globalisasi musik di Indonesia berkembang yang memunculkan sebutan genre seperti *pop*, *jazz*, dan *blues*. Munculnya jenis musik tersebut tepatnya era 60an sampai 2000an dan terus berkembang sampai sekarang hingga memunculkan genre musik *alternative*, *hip – hop* dan lainnya. Perkembangan tersebut tentu dipengaruhi oleh pelaku musik yang bekerja di dalamnya, di Indonesia sendiri secara umum terdapat dua kelompok yang bertanggung jawab dalam proses pembuatan musik yaitu *major label* dan musik *indie* (Santoso, 2019).

Label *major* pada umumnya merupakan perusahaan rekaman besar yang memiliki sumber daya yang lebih besar, jaringan distribusi yang luas dan akses pasar cenderung lebih luas. Era 2000an *major label* mendominasi industri musik di Indonesia. Musisi yang dinaungi oleh *major label*, cenderung lebih cepat mendapat popularitas pada era itu karena band atau musisi dipasarkan meluas secara nasional maupun internasional menggunakan media promosi yang cenderung konvensional seperti media massa dan cetak (Resmadi, 2017). Musik bergenre *pop* era 2000 mendominasi *major label* dan mereka sangat populer di kalangan penikmat musik, dilihat dari kinerja *major label* mereka mengutamakan atau mengikuti *demand*

pasar, maka tidak jarang apabila penikmat musik menganggap musik yang dinaungi *major label* cenderung monoton dan tidak bebas. Sedangkan musik bergenre lain seperti *rock, blues, jazz* mereka bergerak secara mandiri atau tidak di bawah naungan *major label* tersebut, penikmat musik mengategorikan aliran ini menjadi musik indie (Santoso, 2019).

Musik indie berasal dari kata *independent* atau berdiri sendiri, mereka memiliki ideologi teguh “*Do It Yourself*” atau biasa dikenal dengan D.I.Y. Ideologi tersebut memiliki arti penting bagi band atau solois yang berada di jalur indie, karena ideologi menggambarkan identitas mereka dalam bermusik, D.I.Y yang berarti melakukan semuanya sendiri, baik dari pembuatan karya, proses rekaman, distribusi dan promosi karya (Naldo, 2012). Musik indie juga memiliki ciri tersendiri, mereka menyajikan musik yang berbeda dengan selera pasar yang ada pada umumnya dan memiliki unsur – unsur yang menarik dengan warna musiknya tersendiri (Kim, 2019, dalam Abdullah & Mulyana, 2023). Pernyataan tersebut menyimpulkan bahwasanya musik indie memberikan sentuhan keunikan dan orisinalitas karya dalam bermusik, maka tak jarang banyak penikmat musik yang tertarik mendengarkan musik – musik indie daripada musik yang *mainstream* di pasaran. Faktor tersebut yang membuat industri musik di Indonesia mengalami perkembangan (Ruddin, 2020).

Industri musik indie di Indonesia terus mengalami perkembangan, dimulai pada tahun 1970an musik indie masuk di Indonesia dengan ditandai munculnya band band baru seperti *God Bless, Giant Step, Super Kid* dan *Guruh Gips*, namun pada era ini musik indie lebih dikenal dengan sebutan musik *underground*, sebutan ini karena aliran musik di Indonesia berkiblat pada band-band yang tumbuh di Prancis pada waktu itu. Musik indie kemudian tumbuh di kota di Indonesia yang menjadi pelopor musik dengan jalur ini adalah Kota Jakarta, Bandung, Surabaya, Malang dan Yogyakarta (Santoso, 2019). Aliran band dari kota tersebut cenderung beraliran rock dengan ciri melibatkan isu sosial dan keresahan mereka dalam menanggapi sebuah fenomena dan era ini juga mulai muncul band band baru seperti *The Sigit, The Brandals, Efek Rumah Kaca, Seek Six Sick* dan *The Adams* yang

ditandai dengan meraih nominasi album indie terbaik versi majalah *Rolling Stone* pada tahun 2008. Tetapi perjuangan musisi indie di era ini sangatlah susah karena mereka melakukan promosi dengan mempertunjukan musiknya di acara kolektif atau gigs-gigs kecil karena jarang mempunyai koneksi media besar layaknya *major label* dan media-media musik yang masih cenderung konvensional (Santoso, 2019). Namun dewasa ini hadirnya era digital memberikan keuntungan bagi musisi indie.

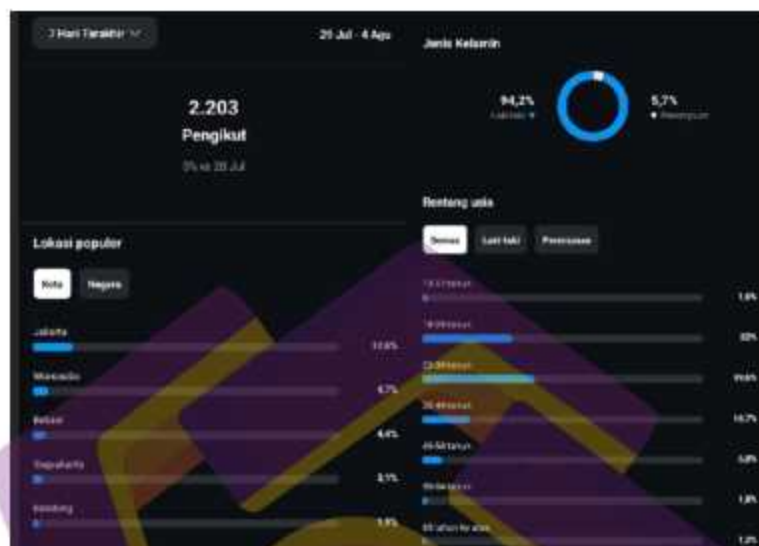
Menurut Ruddin (2022) digitalisasi memunculkan kemudahan bagi pelaku musik indie, kemudahan tersebut dapat kita lihat dari proses produksi musik, kini memproduksi musik sudah berganti ke digital tidak seperti era 2000 yang semuanya serba analog. Selain itu juga, munculnya platform *streaming* musik seperti *Spotify*, *Amazon Music*, *Apple Music*, *Youtube Music*, dan *streaming* lainnya membuat distribusi karya musik mereka bisa lebih cepat didengar oleh penikmat musik. Promosi musik juga terbilang mudah mereka bisa memanfaatkan platform media sosial dan media musik *online* yang banyak ditemui seiring dengan perkembangan teknologi ini. (Morris, 2023, dalam Kisela et al., 2023). Dari pernyataan tersebut, tidak bisa dipungkiri apabila banyak musisi indie yang muncul ke permukaan karena proses produksi dan distribusi yang mudah dan cepat.

Era digital membuat banyak musisi baru yang berkeinginan untuk meramaikan persaingan pada industri musik indie di Indonesia. Banyak band yang baru lahir dari generasi muda yang berkualitas menggunakan aliran musik masing masing. (Yahya, Ade, 2016). Dikutip dari layanan *streaming Spotify* pada tahun 2023, dalam *Playlist IndieNesia* dan *SkenaGres* yang dibuat oleh *spotify*nya sendiri terdapat 140 musisi indie yang populer dan mempunyai pendengar terbanyak di setiap bulannya. musisi tersebut diantaranya adalah Pamungkas, Hindia, Nadin Hamizah, Soegi Bornean, Salpriadi dan masih banyak lainnya, dalam playlist ini Pamungkas menjadi urutan nomor satu terpopuler dengan 7.614.766 pendengar di setiap bulannya. Kemudian dalam *Playlist Skena Gres* terdapat *Reality Club*, *Grrrl Gang*, *Lomba Sihir*, *Sore*, *Romantic Echoes* dan lainnya. *Reality Club* menduduki pendengar terbanyak di playlist ini dengan 2.977.472 pendengar per bulannya. Data tersebut menunjukan musisi indie yang populer di Indonesia dan belum termasuk

data mengenai jumlah musisi indie secara keseluruhan dan resmi di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan jumlah musisi indie tidak dapat diprediksi dan tidak ada lembaga secara resmi yang mengelola seperti *major label* atau lembaga secara pemerintahan. Selain itu, pertumbuhan musisi indie menjadi lebih cepat karena faktor kemudahan distribusi yang memungkinkan tidak ada pencatatan secara resmi. Terlepas dari hal tersebut kita masih bisa melihat banyaknya musisi indie melalui daerah atau kota-kota besar yang ada di Indonesia untuk dijadikan tolak ukur, sebagai contohnya kota Yogyakarta.

Menurut Djuhana (2010) sebagai pengamat musik senior dari label Sony Musik, Kota Yogyakarta dijadikan *trend setter* dan tolak ukur dalam industri musik di Indonesia dikarenakan kota ini memiliki pertumbuhan yang pesat dalam 5 tahun terakhir dengan melahirkan musisi indie baru dengan *genre* yang belum ada di pasaran. Dikutip dari DJN NEWS tahun 2020, beberapa musisi indie di kota ini mempunyai pangsa pasar yang jelas sebagai lahan penjualan album mereka. Musisi tersebut diantaranya *FSTVLST*, *Star and Rabbit*, *JENNY*, *Something Wrong* dan lain lain sebagai awal tolak ukur tembusnya di pasar musik nasional dan baru baru ini musisi indie yang populer seperti *Grrrl Gang*, *The Kick*, *Lor*, *Olsky*, *Nona Sepatu Kaca* dan lainnya dan sebagian menembus pasar Internasional. Melihat potensi yang bagus di jalur indie membuat motivasi bagi banyak musisi yang akan terjun di industri musik, salah satunya adalah band Takabur.

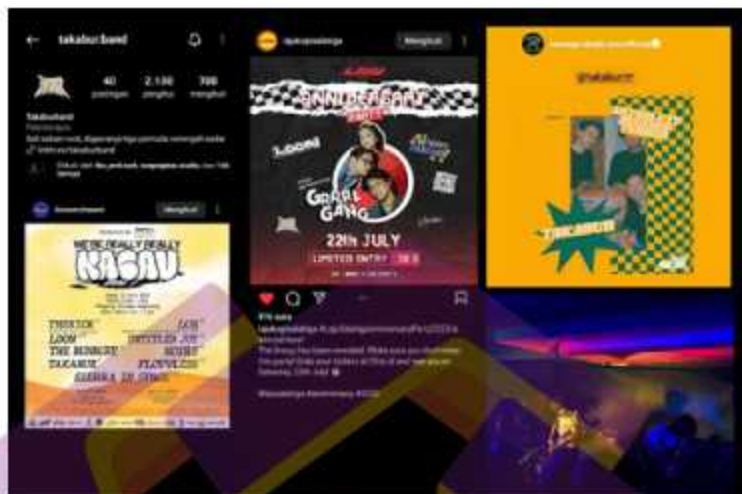
Takabur merupakan musisi indie yang berasal dari kota Yogyakarta dengan format band yang memiliki aliran *rock* 70an sampai 90an. Takabur dibentuk pada akhir tahun 2022 oleh sekumpulan anak rantau dari kota Wonosobo oleh Djoelin Soeprapto (vocal/gitar), Adika Gilang Satria (vocal/gitar) dan Abam Virga (drum). Hasil dari proses observasi dan wawancara, band Takabur mengawali karir musiknya di ranah musik *underground*, sehingga membentuk segmen pendengar yang mempunyai kesukaan akan musik keras atau dapat disebut dengan *genre rock*, *heavy metal*, *hardcore*, *genre alternative* yang rata-rata berusia 18 – 34 Tahun dan didominasi dengan jenis kelamin laki-laki. Berikut merupakan pantauan data pendengar band Takabur.



Gambar 1. 1 Segmentasi band Takabur melalui akun Instagram

Sumber, Instagram Takaburband, 2023

Dari data di atas, menunjukkan bahwa band Takabur mempunyai potensi yang baik dikalangan penikmat musik indie. Selain itu, potensi band Takabur juga dibuktikan ketika mengeluarkan single musik berjudul "Residivis" di awal tahun 2023 mendapat apresiasi yang baik di kalangan penikmat musik indie dan dilirik oleh band tanah air yaitu *Teenage Death Star* membuat beberapa demo musik Takabur diputar di salah satu stasiun radio di Jakarta. Takabur juga pernah dipercaya untuk membuka beberapa acara musik yang menghadirkan band band populer seperti *Grrrl Gang*, *Shgydog*, *The Kick*, dan *Lor* pada tahun 2023. Melihat respon yang baik dari penikmat musik, Takabur akan mengeluarkan album yang diberi judul "Mantra Petaka".



Gambar 1. 2 Poster Acara band Takabur

Sumber: Instagram.com, 2023

Pada Tahun 2024 ini Takabur akan mengeluarkan album musik berisikan 8 *track* lagu dengan mengangkat isu sosial dan keresahan mereka dalam melihat fenomena yang ada. Dalam album ini Takabur mengangkat kembali musik dengan model 70an yang menggabungkan genre *Heavy Metal* dan *Psycedelic* untuk dikenalkan lagi di era sekarang. Tentu adanya album ini membuat nuansa yang lebih *fresh* dalam industri musik indie terutama dalam model musik rock. Pernyataan tersebut divalidasi oleh Firman *ex drummer Teenage Death Star* dan The Brandals yang mengatakan bahwa grup musik Takabur memiliki karakter yang unik dan menarik untuk didengarkan oleh teman-teman penikmat musik dalam acara *Artsolutebeginerterror*, 2023 di OZ Radio Jakarta. Walaupun band Takabur mempunyai potensi dalam segi musikalitas tetapi harus memikirkan sebuah strategi promosi karena tingginya persaingan di industri musik indie agar album ini bisa tersampaikan dengan baik dan menembus pasar nasional maupun internasional.

Promosi musik dapat dilakukan melalui berbagai macam media salah satunya adalah visual. Layanan streaming menjadi media promosi dalam segi musikalitas tetapi platform tersebut membutuhkan *display* sebuah visual sebagai

identitas dan untuk menarik perhatian pendengar. Aspek visual memainkan peran penting dalam sebuah karya musik, tidak jarang musisi juga merancang visual sesuai karakter yang akan diberikan atau biasa kita sebut dengan identitas visual (Wiradi, 2017).

Identitas visual merupakan representasi visual dari suatu perusahaan yang berupa tanda atau symbol yang mencakup berbagai macam elemen desain grafis seperti kartu nama, logo, kop surat kemasan dan situs web. (Wiradi, 2017). Dengan mempunyai sebuah identitas visual, grup musik atau musisi dapat memberikan persepsi yang kuat tentang karakter dalam benak audiens, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat ditangkap dengan baik dan dengan adanya identitas visual yang unik grup musik lebih mudah dikenali. Tidak jarang banyak logo band yang ikonik atau lebih dikenal daripada musiknya oleh masyarakat (Santoso, 2019). Dikutip dari eventori.id tahun 2023, terkait logo band yang paling ikonik di dunia dan menjadikannya populer dalam segi musikalitasnya seperti logo *Rolling Stone*, *AC/DC*, *Red Hot Chili Peppers* dan lain sebagainya.



Gambar 1. 3 Logo Band Ikonik

Sumber: eventori.id, 2023.

Selain logo, identitas visual band juga terdapat dalam cover album, dimana album musik merupakan sebuah produk dari musisi itu sendiri, maka tidak jarang apabila grup musik juga *ternotice* oleh audiens melalui desain sampul albumnya. Desain sampul album rekaman dapat menjadi medium bagi musisi untuk berkomunikasi dengan pendengar. Identitas musisi juga dapat terbentuk melalui desain sampul album rekaman, karena visual pada desain tersebut membentuk citra musisi dalam benak pendengar (Respati, 2016). Desain sampul album juga diterapkan dalam media promosi dengan bentuk *merchandise* seperti vinyl, label CD, kaos, poster sampai *media ambience* di ruang-ruang public, selain itu juga desain sampul album juga digunakan sebagai alat komunikasi dengan pendengar, maka tak jarang apabila musisi merencanakan sampul album secara matang dan serius (Santoso, 2019).

Sampul album yang dihasilkan dengan perencanaan yang matang dan memiliki aspek estetika yang kuat juga merupakan faktor penentu bagi penggemar musik untuk mengoleksi atau tertarik pada album tersebut (Santoso, 2019). Tak jarang grup musik berhasil menciptakan sampul album yang menjadi ikonik, dikenang oleh para penikmat musik, serta mendapatkan apresiasi dan pengakuan dari berbagai pihak. Dikutip dari *eventori.com* tahun 2023 mengenai album musik paling ikonik seperti sampul album *Abbey Road* oleh *The Beatles*, dan album musik *Nevermind* oleh band *Nirvana* yang paling populer. Selain untuk sampul album, desain sampul juga diterapkan dalam berbagai *merchandise* untuk mendukung sebuah promosi. Sebagai contoh, dikutip dari media online *kumparan.com* tahun 2023 tak jarang apabila band – band indie di Indonesia lebih dulu di notice melalui *merchandise* daripada musiknya karena sering di pakai oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari sebagai *fashion* atau outfit dalam menonton konser contohnya seperti band *Morfem*, *Seringai*, dan *Teenage Death Star*.



Gambar 1. 4 Desain Album Musik Ikonik dan Merchandise Band Ikonik

Sumber: eventor.com, 2023

Instagram.com, 2019

Berdasarkan contoh di atas, identitas visual memainkan peran penting dalam mendukung promosi karya musik, konten visual yang menarik akan membentuk identitas band/ *brand image* yang mempunyai *value* (Santoso, 2019). Sebuah karya musik yang tidak ada sentuhan visual akan kurang lengkap, karena logo dan sampul album menjadi objek utama mata manusia saat mendapatkan album musik. Menurut Bushak (2014) yang mengutip dari *Medical Daily*, “Manusia dapat lebih ringan untuk mengingat visual seseorang (wajah) daripada nama seseorang tersebut, karena manusia dilengkapi otak yang mampu memproses data visual secara lebih cepat”. Dalam segi promosi, pesan dan konsep menjadi hal tersirat yang harus dimiliki oleh sampul album agar mempunyai daya tarik pendengar untuk mendengarkannya. Menurut Rekti Yoewono, sebuah *artwork*

album hendaknya selaras dengan materi musik, pertama kali audiens mengenal sebuah grup musik atau album musik melalui media tradisional yaitu cover album (Santoso. 2019).

Mengambil inspirasi dari contoh dan problematika yang telah diuraikan diatas, identitas visual menjadi bagian yang penting dalam sebuah band sebagai pendukung karya musiknya. Sementara itu, seiring dengan perilisan album Mantra Petaka di tahun 2024 ini, band Takabur belum memiliki identitas yang dapat merepresentasikan atau memvisualkan nilai dari karakter bandnya. Elemen identitas visual seperti logo band Takabur saat ini belum dapat mewakili filosofi atau visi yang akan diangkat, selain itu logo dari band Takabur saat ini juga memiliki potensi akan permasalahan hak cipta dan bentuk logo yang masih cenderung *mainstream* di kalangan industri musik, sehingga identitas visual band Takabur akan sulit diingat oleh penikmat musik.



Gambar 1.5 Logo Band Takabur

Sumber: Instagram Takabur Band, 2023

Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang identitas visual band Takabur yang nantinya bisa diimplementasikan kedalam berbagai medium salah satunya adalah album musik Mantra Petaka yang akan rilis di tahun 2024 dan menjadi album pertama band Takabur yang dirilis secara luas baik dalam bentuk digital maupun fisik. Dengan demikian, tujuan dilakukan perancangan ini agar identitas visual band Takabur bebas dari potensi pelanggaran hak cipta dan kegiatan

plagiarism dan dapat teraplikasikan dengan baik pada album musik Mantra Petaka. Dengan demikian, secara tidak langsung akan meningkatkan minat penikmat musik untuk mendengarkan ataupun membeli hasil karya dari Takabur dan meningkatkan citra Takabur di mata pendengar musik nasional maupun internasional. Selain itu, dengan penyampaian dan pendekatan yang tepat dalam menciptakan identitas visual band Takabur diharapkan mampu mendukung dengan rilisan grup musik indie lain yang memiliki kualitas sepadan juga secara tidak langsung dapat memberikan kesan pada penikmat musik sebagai rilisan yang *collectable*.

Berdasarkan seluruh pemaparan di atas, penulis memutuskan untuk memilih Band Takabur sebagai objek perancangan dalam penelitian ini. Pemilihan ini didasari oleh urgensi momentum perilisan album debut Mantra Petaka yang menjadi titik krusial pembuktian eksistensi Takabur di kancah nasional. Penulis melihat adanya ketimpangan di mana kualitas musikalitas yang tinggi belum didukung oleh manajemen visual yang sepadan. Oleh karena itu, perancangan ulang ini menjadi langkah strategis untuk menyeimbangkan kualitas audio dan visual, agar citra band dapat tersampaikan secara utuh kepada audiens.

1.2 Fokus Masalah dan Rumusan Masalah

Fokus permasalahan dalam penelitian ini berpusat pada pentingnya identitas visual bagi band indie, khususnya band Takabur yang belum mempunyai identitas secara kuat. Dengan memperhatikan bahwa identitas visual dapat menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian audiens dan memperkuat citra musisi selain karya musiknya, maka dari itu ditemukan rumusan masalah "*Bagaimana perancangan ulang dan implementasi identitas visual band Takabur dalam album mantra petaka*"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini antara lain:

1. Merancang ulang identitas visual Band Takabur yang mampu merepresentasikan filosofi dan karakter band dalam album musik Mantra Petaka, serta mengimplementasikan hasil perancangan tersebut ke dalam berbagai media promosi dan *merchandise* pendukung untuk memperkuat strategi promosi album.
2. Merancang Graphic Standard Manual (GSM) sebagai panduan teknis yang sistematis guna memastikan konsistensi dan keseragaman penerapan elemen identitas visual di berbagai medium, sehingga integritas karakter visual Band Takabur tetap terjaga saat diaplikasikan.

1.4 Manfaat Penelitian

Perancangan tugas akhir mengenai identitas visual ini diharapkan memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis
 - 1) Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi ataupun rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan identitas visual dan promosi album musik, yang meliputi penerapan elemen desain seperti logo, tipografi, dan warna.
2. Manfaat Praktis
 - 1) Bagi Band Takabur, identitas visual menarik, unik dan professional dapat meningkatkan upaya dalam pemasaran karya musik dan dapat membangun rasa kebanggaan dan identitas bersama di kalangan musisi indie.
 - 2) Bagi penikmat musik, identitas visual yang menarik dapat memudahkan untuk mengingat keberadaan band takabur dan dapat membantu untuk mempermudah dalam menangkap sebuah pesan dari karya musik band Takabur.