

Visual Branding Band *The Brotherhoods* Di Kota Padang

Tommy Pratama¹, San Ahdi²

Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang

Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Email: tomypratamaa12@gmail.com

Submitted: 2022-05-19

Accepted: 2022-05-21

Published: 2022-06-30

DOI: 10.24036/dekave.v12i2.117099

Abstrak

The Brotherhoods adalah band yang memiliki genre *blues* di Sumatera Barat. Akan tetapi disebabkan kurangnya *branding* pada band tersebut menyebabkan masih sedikit masyarakat yang mengetahui identitas band *The Brotherhoods*. Perancangan ini bertujuan agar dapat menghasilkan rancangan *visual branding* band *The Brotherhoods* untuk mengoptimalkan identitas band agar dapat diingat oleh *audience*. Metode dalam perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* yang dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan ini suatu masalah bersumber pada empati, kebutuhan solusi dari masalah yang ada, dan terus dilakukannya penyempurnaan. Untuk itu, maka dibuatlah manual book sebagai media utama pengenalan band *The Brotherhoods* kepada target *audience*. Analisis data yang digunakan adalah analisis 5W + 1H. Didukung dengan berbagai media pendukung terhadap branding band seperti diadakannya program *minigigs* serta meningkatkan *visual branding* *The Brotherhoods* melalui: *T-Shirt*, Bendera band, *Sticker Pack*, *Poster*, *Instagram*, dan tiket.

Kata kunci: *visual branding, the brotherman*

A. Pendahuluan

Genre atau aliran musik merupakan pengelompokan musik sesuai dengan kemiripannya satu sama lain. Sebuah genre dapat didefinisikan oleh teknik musik, konteks dan tema musik. Genre musik yang di gemari oleh masyarakat salah satunya adalah *blues*.

Di Indonesia sendiri tidak tahu pasti kapan, dimana dan siapa yang pertama kali mempopulerkan musik *blues* di Indonesia. Musisi yang mempopulerkan musik *blues* di Indonesia diantaranya adalah *Gugun blues shelter*, *Slank*, *Adrian Adioetomo*, *Rama Satria Claproth*, *Endah n Rhesa*, *Ginda Bestari*, *B.I.P*, *Blues Libre* dan masih banyak lagi.

Di Sumatera Barat khusus nya di kota Padang ada kelompok *band* yang beraliran *blues* yaitu *The Brotherhoods*. *The Brotherhoods* merupakan band yang

beranggotakan 3 (tiga) orang personil, yaitu Ray Nanda (vokal/gitar), Reski Wardana (bass), dan ada Wahyu Kurniawan (drum). The Brothermans berdiri sejak tahun 2017 tepatnya tanggal 17 Desember 2017 dan sudah melakukan performance di beberapa acara yaitu *Soundsation Intimate*, *Menacespace*, *MOVEMENT*, *Artsurfer*, *KMDGI13* dan acara lainnya.

Dewasa ini Genre *blues* di Sumatera Barat kurang dapat perhatian lebih dari *audience* maupun pelaku musik itu sendiri, untuk itu *The Brothermans* memiliki visi untuk menghidupkan kembali genre *blues* sekaligus menjadi pionir Band *blues* di Sumatera Barat.

Untuk mempopulerkan musik *blues* di Sumatera Barat *The Brothermans* membutuhkan sebuah identitas visual untuk mendukung karakter band dan sebagai *positioning* pembeda dengan band lainnya yang ada di Sumatera Barat dengan itu di harapkan *The Brothermans* lebih mudah di ingat oleh penikmat musik secara visual dan mendukung eksistensi band di kancah musik Sumatera Barat.

Pada saat sekarang band tanpa merek atau brand menjadi pengaruh besar dalam kemajuan sebuah band, apalagi dalam era digital saat ini dengan gaya brand menjadi sebuah trend tersendiri sebagai identitas dan media penghubung dengan apresiator, maka kurang sekali tanpa adanya *branding* yang dilakukan pada sebuah band tersebut. Semenjak terbentuknya band ini belum memiliki *visual branding* yang optimal yang digunakan sebagai pengingat dari band tersebut. Hal ini dapat dilihat dari belum adanya konsistensi penggunaan logo, warna, tipografi, visual band, elemen grafis serta media promosi yang digunakan, seperti merchandise dari band *The Brothermans*. Salah satu untuk mendapatkan hasil yang baik dalam kegiatan *branding* dengan didukung *visual branding* yang baik juga. *Visual branding* sangat berpengaruh dalam pengenalan/informasi dan identitas untuk membentuk visual yang kuat sehingga dapat menggambarkan si band tersebut. Selanjutnya *visual branding* dapat membantu untuk membentuk citra merek yang dibangun agar tersampaikan secara efektif kepada target *audience* yang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Dan dapat disimpulkan bahwa *visual branding* merupakan pengaruh yang diakibatkan oleh suatu bentuk visual dan bagian yang terpenting dalam melakukan kegiatan *branding*.

Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan kepada salah satu personil band pada 11 Februari 2021 Medan nan balinduang atau pendopo Fakultas Bahasa dan Seni Ray Nanda lalu mengatakan kurangnya atau belum optimalnya brand yang menggambarkan atau mewakili citra dari band *The Brotherhoods* tersebut sehingga susah dalam memperkenalkan dan mempengaruhi *audience* dalam mengingat band *The Brotherhoods*, oleh karena itu *visual branding* menjadi salah satu solusi dari penulis dalam mengangkat citra merek dari band *The Brotherhoods* yang di personil oleh mahasiswa tersebut. Perancangan *visual branding* band *The Brotherhoods* dibuat melalui media komunikasi visual yang dapat diterapkan pada kegiatan marketing sehingga mampu memperkenalkan dan meningkatkan merek yang akan berdampak dan berpengaruh besar pada target *audience* dan apresiator dalam bersaing di dunia musik. Untuk itu penulis dituntut untuk mengangkat/ menginterpretasikan band tersebut lewat perancangan *visual branding tersebut*, sehingga mendapat respon *audience* dan apresiator musik tersebut. Maka dari itu, judul karya akhir yang penulis ambil adalah **“Perancangan Visual Branding Band The Brotherhoods di Kota Padang”**.

B. Metode Perancangan

Metode perancangan dimaksudkan sebagai acuan rangkaian proses kreatif dalam merancang sesuatu. Dalam perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* yang dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan ini suatu masalah bersumber pada empati, kebutuhan solusi dari masalah yang ada, dan terus dilakukannya penyempurnaan. *“Design is a creative process that encapsulates experimentation and the development of visual and physical ideas”* (Ambrose, g. 2009:92). Memaknai arti kalimat tersebut, perancangan sebagai suatu kegiatan eksperimen berfikir kreatif merangkai rupa dan manifestasi solusi atas adanya suatu masalah yang mengganggu keberlangsungan hidup.

Proses Perancangan Visual Branding Band The Brotherhoods di Kota Padang menggunakan analisis data 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, How*). Menggunakan analisis ini dapat mengoptimalkan sisi positif yang mampu

mendorong, serta meminimalisasi sisi negatif yang dapat mengganggu dalam proses perancangan.

1. *What* (Apa yang menjadi permasalahan)?

Permasalahan terjadi pada band *The Brotherhoods* yaitu belum adanya *visual branding* yang optimal sebagai pengenalan/informasi dan identitas untuk membentuk visual yang kuat sehingga dapat menggambarkan *band The Brotherhoods*.

2. *Where* (Dimana masalah ini terjadi)?

Permasalahan terjadi pada band *The Brotherhoods* yang berlokasi di kota Padang provinsi Sumatera Barat.

3. *When* (Kapan terjadi permasalahan tersebut)?

Permasalahan yang terjadi pada band *The Brotherhoods* ketika band membutuhkan media pengenalan dan penguat citra band sebagai media komunikasi, yang bertujuan untuk menginformasikan band *The Brotherhoods* kepada audience dan penikmat musik.

4. *Who* (Siapa)?

The Brotherhoods beranggotakan 3 (tiga) orang personil, yaitu Ray Nanda (vokal/gitar), Reski Wardana (bass), dan ada Wahyu Kurniawan (drum).

5. *Why* (Mengapa di publikasikan & di rancang)?

Belum banyak yang mengetahui band *The Brotherhoods* sehingga berdampak pada menurunnya semangat para personil dalam berkarya dan ini menjadi alasan utama perancangan.

6. *How* (Bagaimana mengatasi masalah tersebut)?

Dibentuknya *Visual branding* band *The Brotherhoods* dengan maksud untuk membangun citra positif band *The Brotherhoods* dan di harapkan *The Brotherhoods* lebih mudah di ingat oleh penikmat musik secara visual dan mendukung eksistensi band di kancah musik Sumatera Barat.

C. Hasil & Pembahasan

1. Media Utama

Media utama yang akan dipakai dalam perancangan *visual branding* band The Brotherhood adalah *Manual book*. Pada *manual book* terdapat pedoman dan pemahaman tentang band *The Brotherhood* dan elemen – elemen visual dari *The Brotherhood*, meliputi logo, warna, tipografi, dan *layout* yang dirangkum dalam bentuk buku.

Ukuran : 42 x 14,8 cm
Material : Art papper 240gr
Teknis media : Digital printing
Warna : Full Color
Software : Adobe illustrator



Gambar 1. Cover dan isi halaman manual book

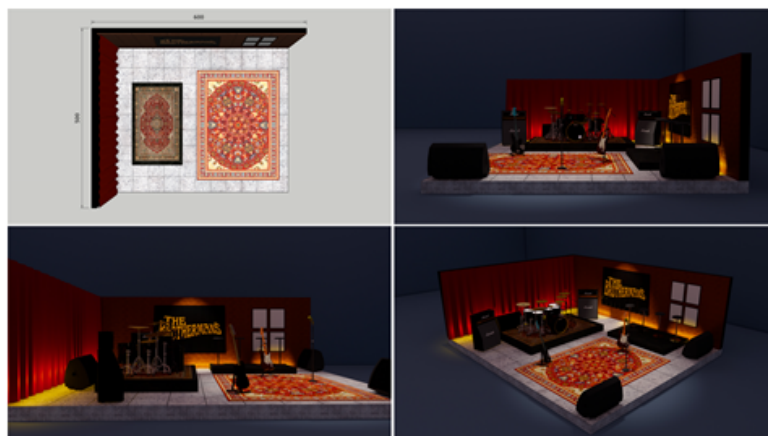
2. Media Pendukung & Final Design

Dalam perancangan *visual branding* band *The Brotherhoods* di Kota Padang yang mana media utamanya berupa *manual book* akan ditunjang melalui beberapa media pendukung baik itu media pendukung berupa cetak (*printed*) maupun non- cetak (*digital*). Adapun media pendukung yang perancang gunakan dalam *visual branding* band *The Brotherhoods* di Kota Padang adalah:

a. Program Minigigs

Gig merupakan skala kecil dari sebuah pagelaran musik biasanya berkapasitas kurang dari 100 penonton dan setiap gig biasanya juga hanya berfokus pada satu genre/aliran musik tertentu dan tak jarang musisi yang bersangkutan memprakarsai sebuah gig. Dengan jumlah penonton sedikit bisa dibayangkan gig merupakan *intimate session* karena para penggemar bisa langsung berinteraksi dengan para musisi. Lokasi untuk gigs ini juga fleksibel tidak harus di tempat yang besar, bisa digelar di taman, resto atau event kecil. Pada program mini gigs akan menghadirkan konsep panggung yang didalamnya terdapat elemen – elemen visual pendukung brand dari *The Brotherhoods*.

Ukuran	: 5 x 6 m
Material	: kayu dan kain
Warna	: coklat dan merah
Software	: sketchup



Gambar 2. Layout panggung minigigs

b. T-shirt

T-shirt bisa dibilang sebagai barang yang sangat penting dalam dunia merchandising band. T-shirt dianggap barang yang sangat collectible dan menjadi bagian branding personal bagi para penggemar untuk menunjukkan genre musik yang menggambarkan diri mereka dan juga sebagai bentuk apresiasi terhadap sebuah band.

Ukuran : M, L & XL
Material : Combed 30s
Teknik media : Sablon
Warna : Putih
Software : Adobe illustrator



Gambar 3.t-shirt The Brotherhood

c. Bendera

Tidak jarang perancang menemui penggunaan bendera pada penampilan band. Penggunaan bendera menjadi salah satu ungkapan antusias dari penonton konser kepada band yang sedang tampil, dan sekaligus dapat menjadi media komunikasi yang bisa dipakai ketika konser.

Ukuran : 1,5 m x 1 m
Material : Kain satin
Teknik media : Sablon
Warna : Hitam, merah, coklat
Software : Adobe illustrator



Gambar 4. Bendera The Brotherhood

d. Poster

Sebagai media promosi pendukung media utama yang mengedepankan informasi tentang program mini gigs dan juga dianggap sebagai barang yang collectible dalam dunia musik.

Ukuran : 42cm x 59,4cm

Material : Art paper

Teknik media : Print out

warna : Putih, hitam dan merah

software : Adobe illustrator

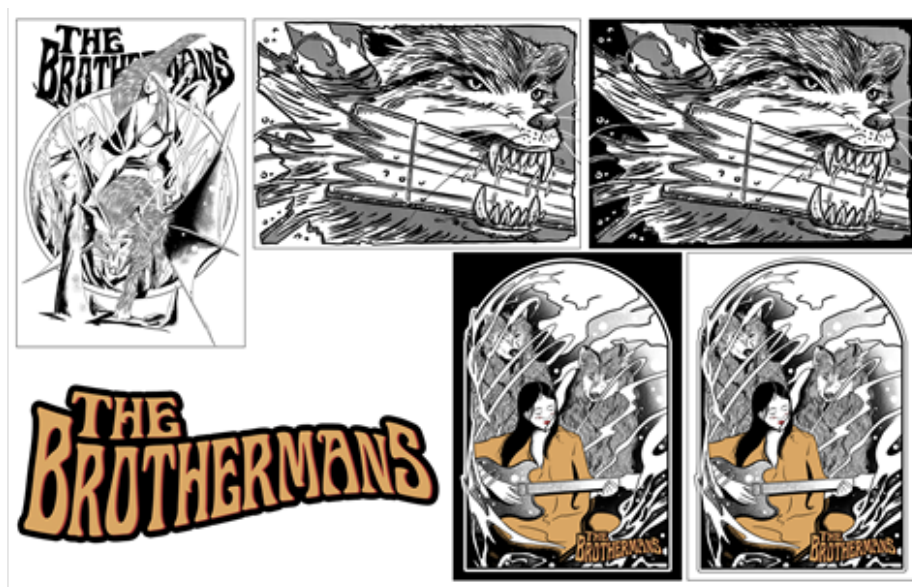


Gambar 5. Artwork The Brotherhood

e. Stiker Pack

Sticker pack merupakan media kecil yang efektif baik sebagai cenderamata maupun sebagai alat promosi.

Ukuran	: 5cm x 5cm
Material	: Vynil
Teknik media	: Print out
Warna	: Hitam dan putih
Software	: Adobe illustrator



Gambar 6. Sticker pack The brothermans

f. Pick Gitar & Stick Drum

Pick gitar adalah alat yang digunakan untuk memetik atau membunyikan alat musik gitar dan biasanya gitaris memiliki pick gitar yang sudah di *custom* sebagai penanda dari sebuah band, dan tak jarang perancang menemukan beberapa musisi yang melemparkan pick gitar ke penonton ketika penampilan band. Begitu juga stick drum, alat yang digunakan *drummer* untuk menggebuk drum.

1) Pick Gitar

Ukuran	: 3 x 2,5 cm
Material	: Pvc plastic
Teknik media	: Sablon

Warna : Hitam
Software : Adobe illustrator

2)Stick drum

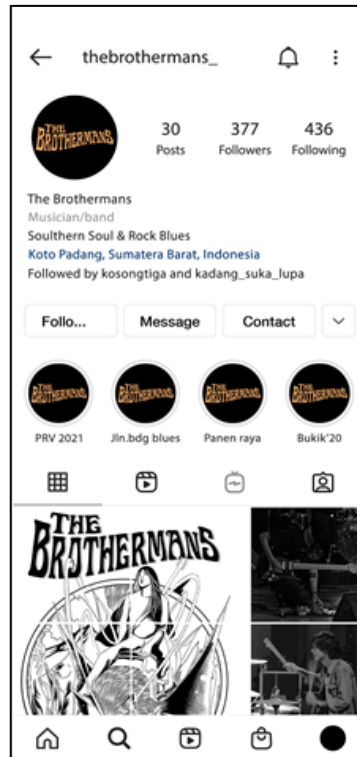
Ukuran : 40,64 cm
Material : Sapodilla wood (sawo)
Teknik media : Sablon
Warna : Kayu
Software : Adobe illustrator



Gambar 7. Pick gitar dan stick drum The brothermans

g. Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial berbagi foto dan video yang akrab dengan keseharian masyarakat dalam membagikan aktifitas atau membagikan hal-hal tertentu. Pada Instagram akan dibagikan mengenai aktifitas dan informasi kepada penggemar dari band *The Brotherhood*



Gambar 8. Instagram The Brothermans

h. Tiket

Tiket merupakan salah satu bagian dari program mini gigs band The Brothermans sebagai tanda support terhadap band dan acara mini gigs yang akan diadakan.

Ukuran : 12 x 4 cm

Material : Art papper

Teknik media : Print out

Warna : Putih, hitam dan merah



Gambar 9. Tiket The Brothermans

D. Penutup

1. Kesimpulan

Proses perancangan visual branding band The Brotherhoods di kota Padang, diawali dengan observasi. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data primer yang nantinya diolah menjadi karya visual. Dengan melakukan observasi langsung diharapkan dapat memahami dan memfokuskan ide-ide rancangan yang sesuai dengan tahapan visualisasi nantinya.

Setelah observasi terhadap band the Brotherhoods dan mendapatkan data primer, penulis menggali data sekunder dengan dukungan literasi, internet dan sebagainya. Menyeleksi ide-ide yang dirasa relevan dengan segmentasi yang telah ditentukan sebelumnya dan menjadikan acuan pokok dalam perancangan visual branding.

Bantuan media masa yang dapat diakses dengan mudah menjadikan proses perancangan efektif, banyaknya literatur menjadikan data-data yang dimiliki menjadi valid. Mengacu pada segmentasi demografi dan kecenderungan masyarakat mengakses media masa, memfokuskan dalam visual branding yang dapat dipahami dengan mudah.

Dalam membangun karakter band the brothermans di kota padang menggunakan logotype sebagai tanda grafis. Logotype pada band The Brotherhoods dirancang dengan cara mengoptimalkan logo yang sudah ada sebelumnya. Konseptual irama dan pergerakan yang dimaknai melalui layout yang bergelombang, irama musik blues yang dimainkan The Brotherhoods yaitu penggunaan nada dan intonasi yang bergelombang /wavy. Bentuk yang bergelombang juga menggambarkan pergerakan dari band The Brotherhoods dalam bermusik seperti visi mereka memperkenalkan musik blues kepada penggemar dan bersenang-senang dalam berkarya. Dalam pemilihan warna ditetapkan 4 warna yaitu coklat, merah, hitam dan putih. Visual branding band The Brotherhoods ini nantinya akan diterapkan pada media-media seperti, manual book, program mini gigs dalam bentuk panggung, T-shirt, tiket, bendera band, sticker pack, poster, sosial media Instagram, pick gitar dan stick drum.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penulis berharap dengan adanya perancangan visual branding band The Brothermans dikota padang ini, diharapkan audience dapat mengenal dan mengapresiasi band The Brothermans.
2. Dengan adanya visual branding bagi band The Brothermans diharapkan dapat menunjang perjalanan karir band dalam industri musik. Memiliki

RUJUKAN

- Airey, David. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. United States: Peachpit.
- Alessandri, Susan Westcott. (2009). *Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization*, New York: Routledge
- Ambrose, Gavin & Paul Harris. 2009. *Basics Design 08: Design Thinking*. Laussane: AVA Publishing SA.
- Anggraini, Lia & Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Hendratman, Hendri. *Computer Graphyc Desain Edisi Revisi Ke-3*. Bandung: Informatika Bandung, 2017.
- Kaputa, Catherine. 2011. *You Are A Brand!*. Jakarta: Gagas Media.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Putra, A. N., & Lakoro, R. (2012). Perancangan Buku Ilustrasi Sejarah Musik Keroncong. *JURNAL TEKNIK POMITS* Vol. 1, No. 1, (2012).
- Rustan, Suriyanto. (2010). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soedarso, Nick. 2014. *Perancangan buku ilustrasi perjalanan mahapatih gajah mada. Volume 5 Nomor 2. Visual Communication Design BINUS University*.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Dewanty, Dewi Perdana. 2009. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Maskapai Penerbangan Batavia Air*. *Jurnal Administrasi Universitas Diponegoro*.