

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia industri, identitas visual memegang peran penting dalam membentuk citra dan persepsi suatu entitas, baik itu perusahaan, organisasi, produk, maupun personal brand. Menurut (Justin et al., 2022) identitas visual yang kuat dan menarik berperan penting dalam menyampaikan pesan secara menyeluruh dan menggambarkan ciri khas dari suatu brand. Logo menjadi salah satu media komunikasi yang populer digunakan. Logo merupakan sebuah unsur visual dalam bentuk ideogram, simbol, perwujudan, ikon, atau lambang yang dipakai sebagai penanda suatu brand (Priyawan et al., 2025). Logo sebagai identitas perusahaan, pada dasarnya berfungsi sebagai penanda kualitas sekaligus mencerminkan tanggung jawab atas layanan atau produk yang ditawarkan, dengan kata lain identitas perusahaan dan logo memiliki keterkaitan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan (Handayani & Nuzuli, 2021).

Identitas visual dalam konteks industri musik sangatlah diperlukan untuk membuat strategi branding yang kuat, Hal ini menjadi faktor penting bagi musisi karena identitas visual yang baik bukan hanya mencerminkan karakteristik musik, tetapi juga dapat membangun citra yang kuat dan menarik perhatian audiens. Identitas visual yang konsisten dan menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan menciptakan pengenalan yang lebih baik terhadap band, dengan mempertimbangkan elemen-elemen seperti logo, warna, tipografi, hingga konsep visual yang digunakan dalam media promosi, seperti sampul album, dan merchandise. Selain logo, sampul album juga sangat penting digunakan untuk media komunikasi. Saat musisi atau grup musik akan merilis karya dalam bentuk album, mereka umumnya menginginkan sampul album yang menarik secara visual dan merepresentasikan karakter musik yang mereka usung. Dalam hal ini, para desainer grafis berperan dalam melakukan upaya merancang sampul album yang tak hanya menarik secara visual namun juga informatif. Sampul album dirancang dengan elemen-elemen visual yang mampu menyampaikan nuansa musik yang terkandung di dalamnya. Sampul album merupakan media yang cukup penting dan

juga diperhitungkan, karena selain berfungsi sebagai media pembungkus yang melindungi, sampul album juga berfungsi sebagai media visual yang menyampaikan pesan dan informasi mengenai isi album tersebut. Sebagai contoh, album *Another Day* dan logo milik grup musik The Sigit, album *Mazahare* dan logo milik grup musik Sigmun, serta album *The End* dan logo milik grup musik Black Sabbath. Setiap band memiliki logo yang menggunakan warna dan bentuk huruf tertentu secara konsisten, hal ini dikenal sebagai identitas perusahaan atau identitas fisik (Priyawan et al., 2025). Terlepas dari fungsi utama sampul album sebagai pelindung dan penyalur informasi, sampul album yang dirancang secara cermat dengan visualisasi yang menarik menjelma menjadi sebuah karya artistik yang mampu membangkitkan daya tarik tersendiri bagi para penikmatnya. Tidak sedikit musisi yang sukses membangun *brand awareness* di kalangan masyarakat, hingga mendorong para masyarakat untuk mengoleksi album musik mereka berkat karya musik yang memukau dan sampul album yang *eye-catching*.

Citra menurut (Maulyan et al., 2022) merupakan representasi dari identitas suatu perusahaan atau organisasi. Citra terbentuk secara alami berdasarkan persepsi public yang berasal dari pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap sesuatu. Seperti halnya menciptakan suatu produk, citra tidak dapat diciptakan, melainkan secara alami citra akan muncul sendiri sesuai persepsi yang diperoleh public dari pemahaman dan pengetahuan terhadap sesuatu yang mereka lihat (Maulyan et al., 2022). Citra perusahaan dalam konteks industri musik sangat lah penting. Citra yang kuat dan positif dalam band dapat meningkatkan loyalitas audiens, memperluas jangkauan audiens, dan membuka peluang kolaborasi dengan pihak lain. Sebaliknya, citra yang negatif dapat merusak reputasi dan mengurangi daya tarik band dimata public. Membangun dan mempertahankan citra yang konsisten dan positif adalah strategi penting bagi band untuk tetap relevan dan sukses dalam industri musik yang kompetitif. Hal ini melibatkan perpaduan antara identitas visual yang kuat, kualitas musik yang tinggi, interaksi yang bermakna dengan penggemar dan keterlibatan dalam aktivitas yang mencerminkan nilai-nilai band.

Dalam industri musik, terdapat dua label rekaman yang berbeda dan berlawanan, yaitu major label dan independent label. Menurut (Suwarna et al., 2022) label rekaman sendiri adalah entitas yang bertanggung jawab atas pemasaran,

produksi, distribusi, promosi, dan aspek hukum karya musik. Dengan demikian, industri label rekaman mencerminkan kemajuan teknologi, produktivitas musisi, dan ruang lingkup kebebasan artistic. Label rekaman besar atau disebut major label merupakan arus utama dalam industri musik label rekaman. Pada periode 90-an dan awal 2000-an, keberadaan label rekaman besar (major label) menyebabkan banyak musisi indie mengalami penurunan popularitas akibat persaingan dengan musisi-musisi lain yang dipromosikan oleh label-label tersebut. Pada awal 2000-an, label rekaman independen seperti Aksara Record dan Demajors, serta kemajuan teknologi internet, memfasilitasi musisi indie untuk memproduksi dan mempromosikan karya musik mereka secara mandiri (Riswa Jiyan Dusa, 2024).

Industri musik independen atau disingkat indie, merujuk pada band yang menciptakan sebuah musik secara mandiri, memberikan kebebasan berekspresi yang luas dan menghasilkan karya dengan ciri khas yang unik (Paleffi & Tjipto, 2024). Pada saat ini, kemajuan industri musik independen di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan juga berkat kontribusi para musisi serta produser musik tanah air. Di tengah arus musik saat ini, band-band indie hadir dengan beragam *genre* dan ekspresi kreatif, memperkaya dan mewarnai dunia musik dengan keragaman yang menarik. Fenomena ini terlihat dari maraknya band independen yang terus bermunculan. Musisi independen memiliki banyak peluang untuk mempublikasikan karya musik mereka ke berbagai platform musik digital seperti Spotify, Youtube Music, dan media sosial lainnya. Dibalik kemudahan yang ada, perputaran musisi baru dan lama serta naik turunnya popularitas karya musik menjadi lebih pesat. Musisi-musisi independen yang baru perlu merancang strategi agar tetap eksis di tengah persaingan yang ketat (Himawan, 2018).

Band adalah dua atau lebih musisi yang berkolaborasi untuk menciptakan dan memainkan musik. Sebuah band bisa terdiri dari sejumlah anggota yang memainkan berbagai alat musik, seperti gitar, bass, drum, keyboard, atau menjadi vokalis. Band memiliki ciri khas atau *genre* musik tertentu, seperti *rock*, pop, jazz, atau hip-hop, yang mencerminkan gaya musik yang mereka tampilkan. Karya seni musik terwujud dalam bentuk lagu atau komposisi bunyi, yang merupakan ungkapan emosi dan pemikiran sang pencipta melalui kesatuan unsur-unsur musik, yaitu irama, melodi, harmoni, bentuk lagu, dan ekspresi (Suwarna et al., 2022).

Fiuzzs adalah band rock independen asal Bandar Lampung. Fiuzzs memiliki perjalanan sejarah sebelum menjadi nama dan *genre* mereka yang sekarang. Awal terbentuk dari sebuah organisasi, yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Seni Musik yang ada di kampus Institut Informatika & Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung. Awalnya band ini terbentuk dengan nama 4SKS pada awal tahun 2022 dengan mengusung *genre* pop dan di tahun yang sama mereka berganti nama lagi menjadi *Sister Morphine* dengan mengusung *genre hardcore*. Lalu, pada awal tahun 2023 mereka memutuskan untuk memantapkan nama band mereka menjadi Fiuzzs dengan mengusung *genre rock*, dikenal dengan gaya musik mereka yang beragam, memadukan elemen *hard rock*, *blues*, *acid*, *stoner* dan *psychedelic*. memulai karirnya pada tahun 2023. Band ini terdiri dari lima personel, yaitu : Sab (vokal), Thomy (gitar), Rangga (gitar), Alen (bass), dan Amar (drum). Terinspirasi dari band *rock* ternama, seperti : Kyuss, The Sigit, Mooner, Sigmun, dan Black Sabbath. Fiuzzs telah merilis single perdana berjudul Tirani pada tahun 2023. Fiuzzs terus berkarya dan berinovasi, dengan merilis single terbaru berjudul Terdistraksi pada tahun 2024. Dan saat ini mereka sedang dalam proses pembuatan karya terbarunya berupa mini album *Soul Seeker* yang diperkirakan akan dirilis pada akhir tahun 2025. Mereka juga aktif di berbagai platform digital dan media sosial.

Band tidak hanya dikenal melalui karya musiknya, tetapi juga melalui tampilan visual yang merepresentasikan karakter dan nilai yang mereka usung. Fiuzzs sebagai band independen yang tengah berkembang memerlukan identitas visual yang kuat, konsisten dan relevan dengan perkembangan zaman serta selera target audiens. Fiuzzs sudah memiliki identitas visual berupa logo. Namun, sejauh ini logo mereka dibuatkan orang lain untuk membuat logo yang seadanya untuk kebutuhan poster acara dan sampul album mereka yang telah dirilis. Identitas visual Fiuzzs saat ini terdapat beberapa kelemahan mendasar jika dikaji menggunakan kriteria desain logo menurut (Said A. A., 2017). Pertama, dari segi kesederhanaan (*simple*), logo Fiuzzs saat ini cenderung kompleks dan memiliki bentuk tipografi yang sulit dibaca. Hal ini bertentangan dengan prinsip keterbacaan yang harus dimiliki sebuah logo agar mudah dikenali dan diingat. Kedua, dari aspek aplikatif, bentuk logo yang rumit dan tidak konsisten secara visual dapat menyulitkan penerapannya pada berbagai media promosi seperti *merchandise*, media sosial atau cetakan kecil

seperti stiker. Terakhir, secara ketahanan waktu (*timeless*), gaya desain yang mengikuti tren bentuk organic ini bisa jadi cepat usang jika tren visual berubah, sehingga logo berisiko kehilangan daya tarik dalam jangka panjang.

Fiuzzs memiliki kekurangan untuk bisa membangun citra yang menarik serta memiliki nilai yang mampu meningkatkan posisinya di pasaran. Karena Fiuzzs merupakan band independen yang tidak memiliki tim untuk membuat identitas yang kuat untuk bandnya, tidak seperti *major label* yang sudah memiliki tim untuk mengurus segala kebutuhan band dalam branding. Tak hanya terbatas pada identitas visual, Fiuzzs juga terbatas pada identitas visual mereka yang mencakup berbagai media pendukung promosi seperti poster, press kit, *merchandise*, stiker, spanduk, media sosial dan elemen visual lainnya. Dalam menghadapi dinamika industri musik independen yang kompetitif, penting bagi band untuk memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten sebagai sarana membangun citra serta menarik perhatian audiens. Beberapa kompetitor band independen yang sejenis dengan band Fiuzzs terkhususnya di Lampung, seperti Sunsetkilla, Mad Urban Terror, The Mokses, Cross Roots dan Garuntang Gank, menjadi tolak ukur sekaligus tantangan bagi Fiuzzs.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Redesain Identitas Visual Band Independen “Fiuzzs” Guna Membangun Citra dan Menarik Perhatian Audiens. Perancangan ulang identitas visual ini bertujuan untuk meningkatkan citra band, meningkatkan daya tarik visual serta memperluas jangkauan audiens secara lebih efektif. Fiuzzs. Melalui proses redesain ini, diharapkan keberadaan band Fiuzzs dapat lebih dikenal secara luas oleh masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka terdapat rumusan masalah peneliti, yaitu : perancangan ulang (redesain) identitas visual band independen Fiuzzs dilakukan guna membangun citra serta menarik perhatian audiens.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Band Fiuzzs sudah memiliki identitas visual berupa logo. Namun, masih terlihat rumit dengan tingkat keterbacaan yang rendah, belum menarik secara visual.
2. Band Fiuzzs belum memiliki dan menerapkan desain pada media promosi secara konsisten.

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, bisa disimpulkan batasan masalah yang digunakan untuk membatasi pembahasan masalah agar tidak semakin luas adalah sebagai berikut :

1. Membuatkan ulang identitas visual berupa logo untuk band Fiuzzs.
2. Membuatkan desain media promosi untuk band Fiuzzs.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari perancangan logo ini antara lain :

1. Membuatkan ulang identitas visual berupa logo dan media promosi yang merepresentasikan identitas band serta menarik secara visual guna membangun citra yang konsisten, mudah dikenali dan menarik perhatian audiens.

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Bagi Mahasiswa

Dapat meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam merancang identitas visual serta meningkatkan kemampuan dalam menganalisis suatu masalah tentang perancangan ulang identitas visual sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pihak usaha yang dibantu.

1.6.2 Bagi Institusi

Dapat meningkatkan reputasi yang baik dalam dunia akademik dibidang perancangan identitas visual, sehingga meningkatkan kualitas institusi dan dapat menjadi referensi untuk para peneliti selanjutnya.

1.6.3 Bagi Perusahaan

Dengan adanya bantuan dalam perancangan ulang identitas visual ini memberikan manfaat strategis bagi band Fiuzzs, antara lain membangun dan memperkuat citra band yang meningkatkan daya tarik visual pada target audiens.