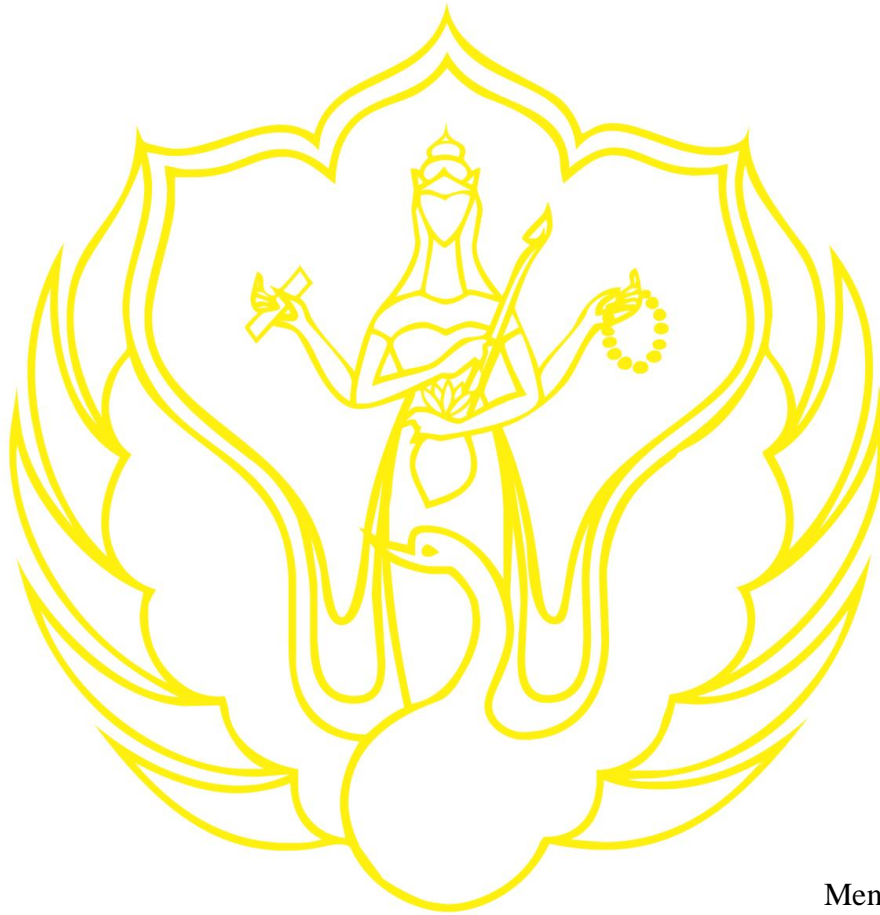


Jurnal Tugas Akhir Perancangan berjudul:
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL GRUP RAP *DIRTY CONNECTION*
YOGYAKARTA Diajukan Vino Satria Sanjaya, NIM 1312257024. Program Studi
Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni
Indonesia Yogyakarta, telah disetujui tim pembina Tugas Akhir pada 27 Juni 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.



Mengetahui,

Ketua Program Studi S1
Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

ABSTRAK

Identitas Visual adalah upaya untuk menciptakan citra merek dan karakter menjadi mudah diingat atau lebih dikenal. Identitas visual terdiri dari elemen grafis yang mencakup logo, warna, tipografi, dan elemen lain yang nantinya akan diterapkan ke sejumlah media dan aplikasi lain yang terkait dengan kebutuhan. Salah satu grup *Rap* yang membutuhkan identitas visual yang kuat adalah *Dirty Connection*. Karena identitas visual mereka sepertinya kurang konsisten dan tidak ada ciri yang tidak mewakili karakter. Berdasarkan masalah ini membuat orang merasa bingung sehingga membuatnya terlihat tidak profesional di benak masyarakat luas. Oleh karena itu kelompok *Rap Dirty Connection* memutuskan untuk membuat identitas visual yang kuat dan konsisten dengan penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual sebagai bentuk pemecahan masalah atau memberikan solusi yang mereka hadapi.

Dalam perancangan ini perancangan menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk wawancara mendalam sehingga hasil pengumpulan data sesuai kebutuhan. Metode analisis data yang digunakan dalam desain ini adalah *SWOT* untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Karya terakhir pada desain ini adalah dalam bentuk identitas logo visual yang akan diterapkan ke sejumlah media dan aplikasi lain yang terkait dengan kebutuhan. Tidak luput diiringi dengan penggunaan aplikasi identitas visual dalam berbagai aplikasi.

Kata Kunci: Identitas Visual, Grup *Rap* Bawah Tanah, *Dirty Connection*

ABSTRACT

Visual Identity is an effort to create a brand image and a character becomes easy to remember or familiar. Visual identity consists of graphic elements that include logos, colors, typography, and other elements which will later be applied to a number of media and other applications related to needs. One of RAP group that needs a strong visual identity is Dirty Connection. Because their visual identity seems to be less consistent and there are no traits that do not represent the character. Based on these problems make people feel confused so that it makes it look unprofessional in the minds of the wider community. Therefore the Rap Dirty Connection group decided to create a visual identity that is strong and consistent with the application of the science of Visual Communication Design as a form of solving problems or providing the solutions they face.

In this design the design uses qualitative methods by collecting data and information in the form of in-depth interviews so that the results of data collection are as needed. The data analysis method used in this design is SWOT in order to achieve the desired goals. The final work on this design is in the form of a visual logo identity that will be applied to a number of media and other applications related to needs. Not escaped accompanied by the use of the application of visual identity in various applications.

Keywords: *Visual Identity, Underground Rap Group, Dirty Connection*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Musik *hip hop* di Kota Yogyakarta berkembang sangat pesat. Banyak bermunculan grup *Rap* yang para pelakunya mulai dari anak yang masih duduk di sekolah dasar hingga kalangan orang dewasa. Selain itu, melalui *Graffiti* yang berkembang pesat menghiasi setiap tembok-tembok jalanan di Yogyakarta, pelaku *Graffiti*-pun tak sedikit pula yang memiliki grup *Rap* dan terbentuklah beberapa aliran ataupun sub-genre *Rap* yang berkembang di Kota Yogyakarta.

Banyak sekali acara *gigs hip hop* di Yogyakarta yang memberi wadah dan kesempatan untuk para *Rapper* menunjukkan kebolehannya. Akan tetapi, akhir-akhir ini semangat *hip hop* di Yogyakarta mulai pudar dan redup, bahkan tidak sedikit grup *Rap* yang kurang produktif lagi dalam membuat karya dan tidak sedikit pula banyak grup *Rap* yang bubar. Hal ini dikarenakan surutnya acara *hip hop* sendiri, banyaknya konflik dan *gap* dari berbagai komunitas *hip hop* di Yogyakarta yang malah menjadi pemisah. Namun, ada salah satu grup *Underground Rap* yang masih bertahan dan produktif hingga sekarang, yaitu *Dirty Connection*. *Dirty Connection* merupakan grup *Rap* yang pernah memberikan pengaruh besar bagi perkembangan musik *Rap* di Yogyakarta. *Dirty Connection*, grup *Rap* dengan genre *Underground Rap* yang pertama kali dapat tampil di acara luar komunitas *hip hop* atau berseberangan dengan genre *Rap*.

Dirty Connection berasal dari kota Yogyakarta yang terbentuk sejak tahun 2011. Sayangnya identitas visual yang mereka miliki kurang konsistensi seperti logo sudah sembilan kali berganti dalam kurun waktu delapan tahun yaitu sejak 2011 sampai 2019. Serta pengenalan *brand* mereka kurangnya promosi yang bisa dijadikan alat efektif untuk mengenalkan *Dirty Connection* dan *merchandise* kurang memiliki karakter karena efek logo yang menjadi identitas utama sering berganti. Kegunaan logo adalah sebagai tanda kepemilikan dan tanda jaminan kualitas yang berfungsi untuk membedakan identitas *brand* satu dengan identitas *brand* yang lain, serta memundahkan

target audience mengidentifikasi sebuah *brand*. Identitas merupakan suatu kemasan berupa kode-kode visual yang dapat mencerminkan kepribadian, potensi, dan aspirasi. Identitas juga merupakan hal yang mutlak diperlukan untuk menampilkan citra yang baik di mata publik. Identitas dapat dibuat atau diciptakan, sedangkan citra harus selalu diupayakan. Oleh karenanya peran logo sangat penting untuk menjaga identitas sebuah *brand*.

Melalui latar belakang masalah tersebut, perancangan yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Grup *Rap Dirty Connection* Yogyakarta” ini hendak menjawab permasalahan yang ada melalui perspektif dan keilmuan desain komunikasi visual.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual untuk grup *Rap Dirty Connection* yang mewakili karakter *Dirty Connection* dan menarik bagi *target audience*?

3. Tujuan Perancangan

Merancang identitas visual grup *Rap Dirty Connection* dengan menggunakan ilmu dan teori identitas visual agar mampu menciptakan karakter dan menjadi pembeda identitas *Dirty Connection* dengan identitas lainnya.

B. Identifikasi Problematika Perancangan

Dalam kurun waktu delapan tahun *Dirty Connection* berdiri, sudah terjadi sembilan pergantian logo yang mengakibatkan susahya pembentukan identitas dan tidak ada kejelasan mengenai karakter serta tidak ada kesepakatan visual *Dirty Connection* itu sendiri. Susahnya narasumber untuk ditemui menjadi kendala tersendiri bagi perancang untuk mendapat data secara langsung. Juga tidak menyebarnya informasi secara menyeluruh tentang penampilan *Dirty Connection* agar data dalam sudut pandang penonton (masyarakat) didapatkan. Masalah yang perlu diselesaikan adalah menciptakan

identitas visual baru yang dapat mewakili karakter *Dirty Connection* agar memiliki citra yang baik di masyarakat.

C. Metode Analisis Data

Analisa data penelitian ini menggunakan metode *SWOT*. Analisis *SWOT* juga dapat digunakan sebagai alat formulasi strategi. Menurut Rangkuti (1997:18), bahwa analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *S* dan *O*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan *W* dan *T*. Analisis *SWOT* membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, dengan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

S: Strength (Kekuatan)

- 1) *Dirty Connection* adalah salah satu grup *Underground Rap* yang masih bertahan dan produktif hingga sekarang sehingga mereka mempunyai *power* dan sejarah yang telah terbentuk dibandingkan grup *Rap* lainnya.
- 2) *Dirty Connection* pernah memberikan pengaruh besar bagi perkembangan musik *Rap* karena mereka adalah salah satu pengusung genre *Underground Rap* pertama di Yogyakarta.
- 3) *Dirty Connection* sering kali tampil di acara yang bahkan berseberangan dengan genre *Rap* karena itu banyak pendengar dari musik *Dirty Connection* memiliki latar belakang yang juga beragam.

W: Weakness (Kelemahan)

- 1) Kelemahan yang di dapat pada identitas visual *Dirty Connection* adalah kurang konsistennya identitas visual yang dipakai sehingga menyebabkan kebingungan kepada masyarakat.
- 2) Citra dan informasi yang ingin disampaikan *Dirty Connection* kurang terinformasikan kepada masyarakat karena kurangnya kejelasan identitas visual *Dirty Connection*.

O: Opportunities (Peluang)

- 1) Musik *Rap* semakin populer karena mulai banyak pula penikmatnya.

- 2) Banyak grup *Rap* sejenis yang lebih baik ataupun lebih dulu terbentuk khususnya dari kota Yogyakarta, namun mereka sudah tidak lagi berkarya, sehingga membuka ruang *Dirty Connection* untuk lebih menonjol di kota Yogyakarta.
- 3) Banyak bermunculan *Rapper* baru yang mengunggah karya mereka ke media sosial *YouTube* dan menjadikan media sosial *YouTube* sebagai wadah ekspresi mereka. Selain itu media sosial *YouTube* menjadi salah satu tujuan utama mayoritas anak muda pengguna internet untuk mencari, menonton, berbagi video dan mendengarkan musik *Rap* ataupun musik lainnya, sehingga menjadikan *YouTube* sebagai media yang efektif.

T: Threat (Ancaman)

- 1) Ancaman yang dimiliki *Dirty Connection* dari grup *Rap* sejenis yang memiliki identitas visual lebih kuat.
- 2) Banyak bermunculan *Rapper* baru yang lebih baik, sehingga mengancam eksistensi dari *Dirty Connection*.

D. Kesimpulan Analisis Data

Identitas visual grup *Rap Dirty Connection* merupakan objek fokus dari perancangan ini. Berangkat dari permasalahan masyarakat yang dibingungkan dengan identitas visual *Dirty Connection*, maka perancang akan membuat logo baru yang konsisten pada penerapannya. Tidak hanya sekedar membuat logo saja tetapi nantinya logo ini perlu diaktifkan, dapat berinteraksi, dinamis dan pendekatan visual pada target rancangan dengan penjembutan pemilihan pada aktivasi video profil.

Video profil dipilih karena video profil merupakan media yang sangat efektif untuk kegiatan publikasi dan promosi, serta media yang dapat menyajikan gambar bergerak (video) dan suara (audio). Menurut Kuswandi (2011:47), video profil adalah sebuah gambaran informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan

diterima di kalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarakan berbentuk audio visual atau video. Sehingga diharapkan dapat menyampaikan informasi dan pendekatan identitas visual *Dirty Connection* dengan lebih menarik. Adapun beberapa media pendukung pula yang berupa *merchandise*, *stationery* dan media sosial *kit* untuk membantu mengaktifkan media utama yang perancang sebutkan.

E. Konsep Perancangan

1. Konsep Kreatif

Grup *Rap Dirty Connection* adalah grup *Rap Underground* yang diringi beat *Boombap* era tahun 90an. Grup *Rap Dirty Connection* mempunyai tema perlawanan, yaitu perlawanan terhadap rasa rendah diri, tidak percaya diri dan depresi.

Dengan cara menciptakan identitas visual berupa logo baru dan mengangkat tema klasik dan *Underground* adalah upaya yang dibangun untuk memunculkan citra yang mampu mewakili citra grup *Rap Dirty Connection*. Melalui pendekatan video profil sebagai media utama pengaktifan logo serta pengaplikasian logo oleh media pendukung berupa *merchandise*, *stationary* dan media sosial *kit*. Nantinya logo tersebut dengan jenis *picture mark* dan *letter mark* supaya *flexible* serta lebih mudah diingat.

2. Strategi Kreatif

a. What to say

Yang ingin disampaikan adalah menciptakan identitas visual berupa logo baru yang mewakili karakter dan memiliki citra rasa dengan mengangkat tema klasik dan *Underground*, pada penggambaran simbolisasi kaset pita pada logo. Serta dengan penyampaian pesan yang lebih mudah diingat, terlihat profesional, dan mengkomunikasikan visi, misi, target, keunggulan yang dimiliki tidak membingungkan *target audience*.

b. How to say

Merupakan bentuk dari strategi kreatif dalam menyampaikan pesan sehingga pesan yang disampaikan dapat melekat di benak *target audiens* ketika menyebutkan musik *Underground Rap* yang ada di Kota Yogyakarta langsung menyebutkan *Dirty Connection*. Untuk membangun citra tersebut pesan yang disampaikan haruslah menarik, dengan mengangkat tema klasik dan *Underground* menggunakan gaya desain *Grunge Style* dipilih karena mengingat *Dirty Connection* adalah grup *Rap Underground* yang menggunakan *beat Boombap* era tahun 90an. *Boombap* adalah jenis *beat* yang sering digunakan *pioneer hip hop* pada awal mula *hip hop* lahir serta memiliki keunggulan dan originalitas musik *Rap*.

Untuk memunculkan citra logo perlu diaktivasi melalui pendekatan video profil, karena video profil merupakan media yang sangat efektif untuk kegiatan publikasi dan promosi, serta media yang dapat menyajikan gambar bergerak (video), suara (audio) dan mampu membawa rasa emosi kepada *target audience*. Nantinya video profil ini menceritakan tentang sejarah, latar belakang, visi misi yang mereka anut dan pendekatan dengan pengaktifan logo pada kaos yang mereka kenakan dalam video profil tersebut. Oleh karena itu diharapkan pesan yang disampaikan akan lebih dapat mudah diingat, dicerna dan tidak membingungkan *target audience*.

F. Konsep Media

1. Tujuan Media

Tujuan media adalah menetapkan apa yang hendak dituju dalam perancangan desain komunikasi visual. Dalam perancangan identitas visual grup *Rap Dirty Connection* Yogyakarta tujuan medianya adalah untuk mengenalkan identitas visual berupa logo untuk diaktifkan serta diterapkan pada berbagai media yang dekat dengan *target audience* untuk memunculkan citra, mampu mewakili karakter, agar lebih mudah diingat, dan juga terlihat profesional memberikan kesan yang baik di benak *target audience*.

2. Strategi Media

Strategi media adalah metodologi yang diterapkan untuk mencapai sebuah tujuan media. Dengan demikian strategi media adalah cara yang dipakai untuk mencapai tujuan media yang telah direncanakan.

a. Target Audience

1) Demografis

- a) Jenis kelamin : Pria
- b) Umur : 18-25 tahun
- c) Status : Belum menikah
- d) Tingkat ekonomi : Semua kalangan, SES A-C
- e) Pendidikan : SMA-setara perguruan tinggi

2) Geografis

Berdomisili di Pulau Jawa, terutama masyarakat Kota Yogyakarta.

3) Psikografis

Memiliki tekanan sosial sehingga mengakibatkan rasa rendah diri, tidak percaya diri dan depresi.

4) Behaviour

Memiliki jiwa tinggi peduli dan ingin ikut melestarikan perkembangan budaya *hip hop* khususnya musik *Rap* yang berubah secara perlahan mengikuti perkembangan zaman. Secara lingkup pergaulan biasa bersosialiasi ditempat tempat tongkrongan pinggir jalan dari sanalah *target audience* biasa mendapatkan informasi tentang perkembangan musik *hip hop Underground*. Selain mendapatkan informasi dari tempat berkumpul mereka juga mendapatkan informasi dari media sosial.

b. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah ini mencakup logo dan *Graphic Standard Manual (GSM)* yang diaktifkan melalui pendekatan video profil. Video profil dipilih karena video profil adalah cara yang efektif, efisien, mampu membawa rasa emosi kepada *target audience*

untuk mendekatkan dan mengenalkan identitas visual *Dirty Connection*, serta video profil memiliki keunggulan kepada masyarakat umum yang dapat menyajikan gambar bergerak (video), suara (audio) dan berguna untuk meningkatkan kualitas.

Nantinya video profil tersebut akan diunggah di jejaring sosial *YouTube*, karena *YouTube* menjadi salah satu tujuan utama mayoritas anak muda pengguna internet untuk mencari, menonton, berbagi video, mendengarkan musik *Rap* ataupun musik lainnya, sehingga menjadikan *YouTube* sebagai media yang efektif dan dapat menyebar ke seluruh *target audience*.

c. Media Pendukung

Media pendukung yang dipilih dalam perancangan ini guna untuk mendukung media utama dan sebagai sarana mempromosikan serta keunggulan yang dimiliki kepada masyarakat. Dengan menggunakan pengaplikasian logo berupa *stationary*, *merchandise* dan media sosial *kit*.

G. Hasil Penelitian

1. Media Utama

a. Logo



b. Video Profil



2. Media Pendukung

a. Media Promosi dan Aplikasi



b. Stationary



c. Merchandise



H. Kesimpulan

Proses membuat identitas visual grup *Rap Dirty Connection* perlu proses melewati tahapan–tahapan seperti pencarian data baik secara langsung dengan pihak *Dirty Connection* berupa wawancara maupun dengan menggunakan studi literatur karena perlu mempertimbangkan *target audience* untuk mencapai tujuan yang diharapkan sehingga menghasilkan karya yang tepat dan mampu tersampaikan dengan baik oleh masyarakat luas.

Peran Identitas visual sangatlah berpengaruh penting terhadap citra, *image*, dan karakter grup *Rap Dirty Connection*. Perancangan logo berfungsi sebagai identitas visual dan diikuti dengan perancangan elemen visual lainnya seperti panduan penerapan identitas, warna, tipografi dan penerapan lainnya yang terkait dengan keperluan. Untuk itu pengaplikasian logo ke ragam media diharapkan dapat memperkuat dan menjaga konsistensi baik visual maupun keseluruhan dan menjadi pembeda identitas *Dirty Connection* dengan grup *Rap* lainnya.

Pengaplikasian logo melalui pendekatan video profil adalah cara untuk menyampaikan pesan ke *target audience* untuk menciptakan citra, *image* dan karakter grup *Rap Dirty Connection*. Karena video profil merupakan media yang sangat efektif untuk kegiatan publikasi dan promosi, serta media yang dapat menyajikan gambar bergerak (video) dan suara (audio).

Seperti contohnya *Wutang Clan*, *House of Pain*, *Onyx*, *Public Enemy* dan sebagainya, memiliki identitas visual yang sangat kuat. Dengan adanya perancangan inidiharapkan mampu menyadarkan betapa pentingnya identitas visual untuk sebuah grup *Rap* maupun musik diluar musik *Rap*, sehingga masyarakat luas lebih teredukasi.

Daftar Pustaka

- Kuswandi, Wawan. 2011. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



