



Redesain Logo Band Regian Music dalam Upaya Meningkatkan Nilai Profesionalitas visual

Deni Apriyanto^{1*}, Suhadi Parman², Linda Norhan³
^{1,2,3} Universitas Catur Insan Cendekia

Alamat: Jl. Kesambi No.202, Drajat, Kecamatan Kesambi, Kota Cirebon, 451833

*Korespondensi Penulis: Deni.apriyanto.dkv.20@cic.ac.id

Abstract. *Regian Music is a music service provider company established in 2021 and has been operating in the regions of Cirebon, Indramayu, Majalengka, and Kuningan, contributing to various events including parties. The Regian Music band has the potential to emphasize professionalism, but it faces challenges with its visual logo element. The current logo of Regian Music does not yet represent the band's vision and mission. In the old logo, there is inconsistency in the use of elements, typography, and colors. There is also a "Canva" watermark in the center of the logo, which detracts from its professionalism in a visual context. Therefore, a logo redesign is necessary to better reflect the characteristics of the Regian Music band. The logo redesign process follows the Brand Identity design method (Alina Wheeler, 2013). The new logo is created with a music theme and minimalist design style, using a combination of red, black, and white colors, as well as incorporating Japanese element concepts.*

Keywords: *Band, Logo, Brand Identity, Regian Music, Visual Identity*

Abstrak. Regian Music adalah perusahaan penyedia layanan musik yang berdiri sejak tahun 2021 dan telah beroperasi di wilayah Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan serta telah berkontribusi dalam berbagai acara diantaranya *event*, dan *party*. Band Regian Music memiliki potensi dalam menekankan *profesionalisme*, namun Regian Music menghadapi masalah dalam elemen visual logo. Logo Regian Music masih belum merepresentasikan visi dan misi band. Pada logo lama penggunaan elemen, tipografi dan juga warna yang tidak selaras, terdapat pula *watermark* "Canva" pada bagian tengah logo yang membuatnya tidak mencerminkan profesionalitas dalam konteks visual. Maka dari itu, perlu dilakukannya perancangan ulang logo yang mencerminkan karakteristik dari band Regian Music. Proses perancangan ulang logo menggunakan metode perancangan *Brand Identity* (Alina Wheeler, 2013). Logo baru dibuat dengan tema musik dan *style* desain minimalis dengan kombinasi warna merah, hitam dan putih serta penggunaan konsep elemen Jepang.

Kata kunci: Band, Logo, Brand Identity, Regian Music, Identitas Visual

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan budaya Jepang di Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa dekade terakhir, terutama melalui berbagai event budaya yang diadakan secara rutin di berbagai kota besar. Event-event yang bertemakan Jepang seperti festival budaya, konser musik J-pop, pameran anime, dan bazar kuliner khas Jepang, telah menjadi salah satu daya tarik utama bagi masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Popularitas budaya pop Jepang, seperti anime, manga, dan cosplay, turut berperan dalam meningkatkan minat terhadap event-event ini, yang tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga menjadi sarana edukasi tentang tradisi, seni, dan gaya hidup Jepang. Perkembangan ini juga mendorong berbagai perusahaan yang terlibat dalam penyelenggaraan event-event Jepang untuk memperkuat identitas mereka, baik melalui penyusunan strategi pemasaran maupun penciptaan logo yang mampu mempresentasikan nilai-nilai budaya Jepang secara autentik.

Logo atau identitas visual perusahaan berperan penting sebagai simbol yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membangun citra profesional dalam kepercayaan dikalangan audience, serta menjadi cerminan dari komitmen perusahaan dalam mempromosikan keragaman budaya melalui event-event. Dengan demikian untuk dapat dikenal oleh audience diperlukannya identitas yang sesuai dan merepresentasikan perusahaan, identitas yang dimaksud adalah logo.

Logo adalah lambang merk dari sebuah bisnis, dengan adanya logo dalam produk atau brand, konsumen dapat dengan mudah mengenali satu produk dengan produk lainnya. Logo memiliki peran penting dalam membangun citra merek, menciptakan kesan, dan meningkatkan daya ingat audience. Logo dapat memberikan kesan di awal untuk mewakili perusahaan (Muslim, Iriani & Rachmawati, 2023). Pada pesta pernikahan juga band yang tampil biasanya akan membawa identitas visual dari band tersebut seperti menempelkan banner dengan ukuran besar yang dimaksudkan untuk memberitahukan kepada para tamu undangan tentang identitas band yang sedang tampil. Banner tersebut akan menjadi media untuk promosi yang di mana banner tersebut akan menampilkan beberapa informasi mengenai band termasuk logo yang merupakan identitas visual dari brand identity, seperti salah satunya ialah Band regian musik.

Regian Music adalah perusahaan penyedia layanan musik yang berdiri sejak tahun 2021 yang beralamatkan di Perumahan Bumi Asri Dawuan B5 No. 18, Dawuan, Tengahtani, Kabupaten Cirebon. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara Regian Musik telah beroperasi di wilayah Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan kuningan serta telah berkontribusi dalam berbagai macam acara diantaranya event Jepang dan party. Regian Music juga dikenal dengan band yang dapat membawakan semua genre musik dan dapat menyesuaikan dengan sesuai permintaan dari penggunanya. Contohnya, dapat membawakan musik Jazz, Dangdut, Pop, dan Rock. Tidak hanya itu, Regian Music adalah band yang menekankan profesionalisme baik dalam kedisiplinan waktu, attitude, dan outfit pada setiap penampilannya. Selama berkontribusi dalam mengisi acara live musik, kelebihan yang dimiliki oleh Regian Music ialah dapat membawakan genre musik City Pop Jepang atau jenis musik Jepang lainnya. Namun, meskipun memiliki potensi yang sangat besar, Band Regian Music masih memiliki kelemahan pada logonya yang dimana logo adalah salah satu aspek yang paling penting dalam meningkatkan nilai profesionalitas pada band Regian Music adalah identitas visual terutama logo.

Logo Regian Music masih belum merepresentasikan visi dan misi band. Identitas yang kurang menarik dan tidak mencerminkan nilai profesionalitas band. Pada logo lama Regian

Music terdapat komponen-komponen yang tidak memiliki filosofi dan penggunaan warna yang dinilai kurang sesuai dengan karakteristik dari Regian Music. Pada logo lama juga penggunaan elemen, tipografi dan juga warna yang tidak selaras menjadikan band Regian Music kurang memiliki nilai jual yang tinggi terhadap karakteristik dari band itu sendiri, sehingga logo tersebut dapat berpengaruh dalam proses berkembangnya band Regian Musik. Selain itu, pada logo lama Regian Music terdapat watermark “Canva” pada bagian tengah logo yang membuat karakteristik dari band semakin menghilang karena pada logo lama tidak mencerminkan profesionalitas.

Maka dari itu, dalam pemecahan masalah tersebut, perlu dilakukannya perancangan ulang logo band Regian Music yang menarik dan mencerminkan karakteristik dari band Regian Music. Dengan demikian, logo baru dapat menjadi nilai jual yang lebih tinggi, meningkatkan kesadaran audiens, dan memperkuat identitas visual band dalam ruang lingkup industry musik. Proses perancangan ulang logo akan menggunakan metode perancangan Brand Identity (Alina Wheeler, 2013). Dengan dilakukannya perancangan ulang logo baru, diharapkan band Regian Music dapat meningkatkan nilai profesionalitasnya dalam lebih kompetitif dalam persaingan industry music di wilayah Cirebon dan sekitarnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Brand Identity

Brand identity adalah merek atau identitas suatu perusahaan, brand identity biasanya digunakan untuk menciptakan kesan audience terhadap suatu perusahaan dengan tampilan atau visual, brand identitas setiap perusahaan akan berbeda dan memiliki cirinya sendiri dengan begitu audience dapat dengan mudah membedakan satu produk dengan produk lainnya (Wheeler, 2013).

Musik

Musik adalah salah satu cabang seni yang dapat di dengar oleh indra pendengaran, atau definisi secara umum musik dapat di artikan sebagai nada atau suarang yang disusun sedemikia rupa sehingga menghasilkan irama. Di dalam musik pada proses pembuatannya dengan menggunakan alat yang dapat menghasilkan musik. Musik menurut (Jamalus, 1998) pada (Adhiantin, 2016) mengatakan musik adalah suatu hasil karya yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik seperti irama, melodi, harmoni, dan ekspresi sebagai satu kesenian.

Band

Band atau Grup Musik adalah kelompok yang terdiri beberapa orang yang memainkan alat musik dan menyanyi secara bersamaan dan menghasilkan irama dan nada sehingga menghasilkan sebuah karya. (Anam, 2021).

Logo

Logo adalah lambang merk dari sebuah bisnis, dengan adanya logo dalam produk atau brand, konsumen dapat dengan mudah mengenali satu produk dengan produk lainnya. Logo memiliki peran penting dalam membangun citra merek, menciptakan kesan, dan meningkatkan daya ingat audience. Logo dapat memberikan kesan di awal untuk mewakili perusahaan (Muslim, Iriani, & Rachmawati, 2023).

Tipografi

Tipografi adalah tulisan yang memiliki peran penting dalam setiap karya desain grafis. tipografi merupakan kombinasi antara seni dan teknik menata huruf untuk mengatur penulisan sehingga tujuan dan makna tulisan dapat disampaikan secara visual kepada pembaca (Kanta & Artayasa, 2022).

Warna

Warna adalah elemen yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari, perkembangan dan kemajuan teknologi. Warna juga memiliki falsafah, simbol, dan emosi yang berkaitan dengan penafsiran makna dengan warna tertentu sebagai bentuk dari psikologi warna (Paksi, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang digunakan pada penelitian ini penulis menggunakan metode Designing Brand Identity yang ditulis oleh Alina Wheeler. Metode ini adalah metode umum yang digunakan untuk merancang brand identity suatu produk. Pada metode ini terdapat lima tahapan, tahapan pertama melakukan penelitian, pada tahap ini penulis melakukan pengambilan data berupa wawancara dan observasi langsung kepada pemilik dari Regian Music untuk memperjelas Visi, strategi, tujuan, dan nilai-nilai. Dari hasil wawancara data-data yang di dapatkan penulis dapat merumuskan keyword dari penjelasan hasil wawancara. Tahap kedua memperjelas strategi, pada tahap ini penulis melakukan brief desain dengan pemilik dari Regian Music berupa ide kreatif dari hasil wawancara yang sudah dilakukan, dan

membantu penulis untuk memperjelas kata kunci dalam perancangan ini. Tahap ketiga merancang identitas, pada tahap ini penulis mulai merancang identitas visual berupa sketsa logo berdasarkan tahapan sebelumnya berupa keyword dan melakukan proses persetujuan desain pada pemilik Regian Music, kemudian logo yang sudah disetujui akan dibuat versi digital menggunakan software Adobe Illustrator. Tahap keempat menciptakan titik sentuh, pada tahap ini penulis merumuskan tampilan dan nuansa kemudian melakukan uji coba desain yang telah dibuat dengan membuat mockup seperti kartu nama, Id card, banner, kaos, stiker, kop surat, stempel, dan gantungan kunci. Tahap kelima mengelola aset, pada tahap kelima penulis membuat standar panduan dan pedoman dalam penggunaan logo, panduan ini di tujukan untuk menjaga konsistensi desain dalam penggunaannya agar tidak merusak citra dalam perusahaan pengimplementasiannya.

Pengumpulan data pada perancangan ini dibagi menjadi dua yaitu: primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini diantaranya wawancara, observasi, dan kuisiner. Wawancara pada penelitian ini dibutuhkan untuk pengambilan data pada Regian Music dan mendapatkan informasi mengenai latar belakang masalah yang ada pada Regian Music juga untuk mendapatkan pemecahan masalah yang ada pada penelitian ini. Observasi pada penelitian ini dibutuhkan untuk melihat dan terjun langsung di lapangan untuk mendapatkan informasi langsung, pada observasi penulis langsung mendapatkan pemecahan masalah dan apa saja yang dibutukan oleh Regian Music. Kuisiner pada penelitian ini digunakan sebagai metode pengumpulan data pada tahap testing. Kuisiner ini nantinya akan menggunakan google form. Data sekunder pada penelitian ini diantaranya studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka pada penelitian ini dibutuhkan untuk mendapatkan informasi mengenai penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan penelitian ini, dengan studi pustaka penulis mendapatkan referensi dalam merancang hasil dari penelitian ini. Dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan informasi, contohnya dari internet, foto, dan video. Dokumentasi pada penelitian ini juga dapat membantu penulis untuk mendapatkan data baik dari mitra bahkan penelitian lain.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari wawancara dan pemecahan masalah dengan menggunakan metode yang ditulis oleh Alina Wheeler *Designing Brand Identity*, 2013. Terdapatlah keyword sebagai brief design yang nantinya akan menjadi panduan desain dalam membentuk logo baru Regian Music.

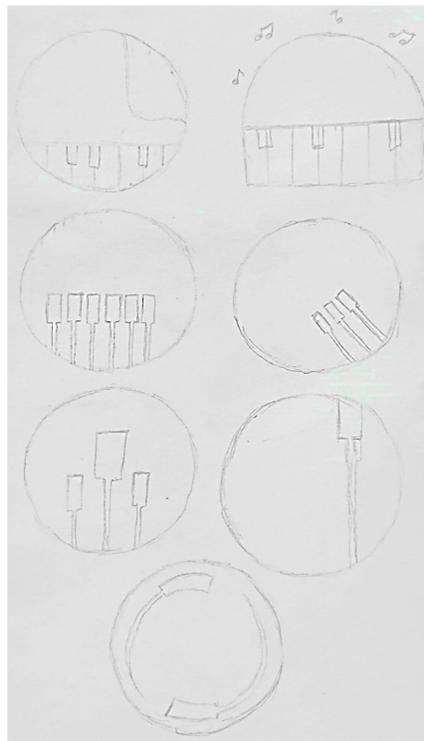


Gambar 1. Keyword Visual

Sumber: Penulis

Keyword Visual yang ada di gunakan sebagai bahan acuan dalam proses pembuatan penelitian ini, kemudian penulis merumuskan seluruh data yang sudah di dapatkan dan di realisasikan dalam proses mendesain, yaitu sebagai berikut:

Membuat alternatif desain berupa sketsa yang representasikan visi dan citra perusahaan, yang nantiya sketsa manual yang telah di buat akan di ajukan dan dipilih oleh pemilik. Kemudian dari hasil yang telah dipilih kemudian di buat versi digital menggunakan software adobe illustrator.



Gambar 2. Sketsa manual dan desain yang dipilih

Sumber: Penulis

Setelah proses sketsa manual dan pemilihan desain telah dilakukan tahap selanjutnya yaitu membuat logo versi digital dari pilihan sketsa yang di pilih.



Gambar 3. Desain digital dan evaluasi logo

Sumber: Penulis

Dalam pembuatan logo digital ini terdapat evaluasi desain dari pemilik, desain terakhir lah yang di setuju oleh pemilik. Langkah selanjutnya logo yang dipilih kemudian di gabungkan dengan logotype.



Gambar 4. Proses penggabungan logo simbol dan logotype

Sumber: Penulis

Dalam perancangan ini menggunakan tiga warna diantaranya merah, hitam, dan putih yang akan di gunakan sebagai identitas visual. Warna yang digunakan tersebut memiliki filosofi yang sesuai dengan visi dan citra Regian Music di masyarakat. warna merah bisa di artikan keberanian dan menggabarkan warna matahi pada budaya jepang. Warna hitam diartikan sebagai ketegasan yang kokoh. Putih diartikan sebagai kesucian dan keharmonisan.



Gambar 6. Mengkombinasikan logo kombinasi dan warna

Sumber: Penulis

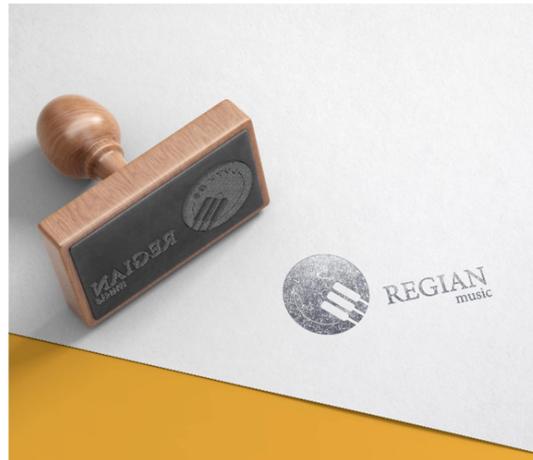
1. Penerapan Logo

Logo yang selesai dibuat kemudian diimplementasikan pada media yang sudah di tentukan, gambaran implementasi ini berupa mockup digital.



Gambar 7. Stationary

Sumber: Penulis



Gambar 8. Stempel

Sumber: Penulis



Gambar 9. Id Card

Sumber: Penulis



Gambar 10. Kaos

Sumber: Penulis



Gambar 11. Gantungan kunci dan stiker

Sumber: Penulis



Gambar 12. Banner

Sumber: Penulis



Gambar 13. Kwitansi

Sumber: Penulis

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada studi kasus ini ialah penulis meredesain ulang logo band Regian Music untuk meningkatkan nilai profesionalitas band. Pada perancangan ini penulis merancang ulang logo dari Regian Music yang sebelumnya tidak memiliki makna yang mendalam dan terdapat watermark canva di dalam logo tersebut, selain itu Regian Music belum memiliki kartu nama sebagai penghubung band dengan calon customer. Berangkat dari kekurangan itu penulis menjadikan kartu nama sebagai media penunjang dalam perancangan ini, tidak hanya kartu nama penulis juga menambahkan hal lain yang belum dimiliki oleh Band Regian Music yaitu stiker, kartu identitas, gantungan kunci, amplop, kop surat, stempel, baju, banner, price list, kwitansi dan GSM. Sebagai penyempurna dari perancangan ini.

Pada perancangan logo ini, penulis menyadari masih ada kekurangan yang belum bisa penulis selesaikan. Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk perancangan logo ini kedepannya. Penulis berharap pada peneliti selanjutnya untuk membuat logo yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Adhadiantini, A. (2016). Kajian Psikologi Para Pemain Band Sakadathu dalam musik club malam di liquid semarang. *Jurnal Seni Musik*, 5(2).
doi:<https://doi.org/10.15294/jsm.v5i2.10901>
- Anam, B. (2024, Mei 5). *Apa Itu Band? Mengenal Musikalitas yang Mendunia*. Diambil kembali dari simbolnext.com: <https://simbolnext.com/apa-itu-band/>
- Azalia, M., & Hasyim, N. (2021). PERANCANGAN ULANG VISUAL IDENTITY VNS MAKEUP UNTUK MEMPERKUAT KARAKTER. *Jurnal Citrakara*, 3(1), 94 - 111.
doi:<http://dx.doi.org/10.33633/ctr.v3i1.5106>
- De Riandra, N. C., & Islam, M. A. (2021). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL CATERING & BAKERY CHERRY. *Jurnal Barik*, 2(2), 43 - 56.
doi:<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/40987>
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI Film Fotografi Televisi & Media Baru*, 12(2), 90-97. doi:<http://dx.doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Firmansyah, M. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kanta, I. D., & Artayasa, I. (2022). ANALISIS TIPOGRAFI PADA LOGO SPRITE. *Jurnal Penalaran Riset*, 1(2), 130-134.
- Marta, W., Akmal, & Usman, R. (2022). Perancangan Visual Identity Regina Catering. *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 4(1), 10-19.
doi:<http://dx.doi.org/10.35134/judikatif.v4i1.46>
- Muslim, A. A., Iriani, D., & Rachmawati, I. (2023). REBRANDING IDENTITY MD 7 HOTEL CIREBON. *Jurnal Grafis*, Vol. 1, No.2.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wirawan, D., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2019). Perancangan Brand Identity Band Cool And The Gang. *Jurnal Imajinasi*, 13(1), 58-68.
doi:<https://doi.org/10.15294/imajinasi.v13i1.21925>
- Yudianita, T., Bangun, D. A., & Maheni, M. T. (2020). PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY UMKM BOLU UMMI. *Journal Printing and Packaging Technology*, 1(1), 81-91.