**BAB I PENDAHULUAN**

 **I.1. Latar Belakang**

Dilihat dari maraknyan judul film yang tayang di bioskop Indonesia, bisa dikatakan perkembangan film di Indonesia saat ini cukup signifikan. Selain bioskop, perkembangan teknologi telah melahirkan platform streaming untuk menonton film dimana saja seperti Netflik, Bioskop online, Disney plus, dll. Berbagai genre dan tema film yang ditawarkan membuat dunia perfilman di Indonesia semakin berwarna. Tidak hanya film Hollywood tetapi film-film karya dari anak bangsa juga dihadirkan. Film termasuk produk seni budaya yang banyak dimanfaatkan untuk memberikan hiburan dan kepuasan batin kepada penontonnya. Sepanjang cerita, secara tidak langsung penonton diajak ikut merasakan berbagai macam persoalan kehidupan yang secara sadar ditawarkan sebagai hasil produk seni dan budaya yang bertujuan agar penonton lebih cerdas dan manusiawi, Anda dapat memahami dan mengambil pelajaran darinya (Nurgiyantoro, 2007:

40). ).

Perkembangan film juga diikuti dengan maraknya pertumbuhan komunitas film di Indonesia, melalui komunitas seseorang yang memiliki kecintaan pada sebuah karya seni berupa film dapat menemukan rekan sesamanya. untuk saling bertukar pendapat mengenai trend film dan belajar lebih jauh mengenai film. Ketertarikan seseorang untuk dapat bergabung dengan komunitas dapat dilihat dari hal apa saja yang ingin diperdalam. tidak hanya mendalami sebuah alur cerita film untuk didiskusikan , kegiatan komunitas film juga beragam dimulai dari pemutaran film, pengkajian teknis dalam pembuatan sebuah film, hingga membuat sebuah produksi film bersama dengan rekan sekomunitas bahkan beberapa komunitas ada yang hanya berfokus pada pemutaran film pendek di ruang-ruang alternatif.

Sinema mBatu Adem merupakan sebuah komunitas film yang lahir dari Kota Batu. Berdiri sejak tahun 2018, Sinema mBatu Adem merupakan komunitas film pertama di Kota Batu dan masih tergolong muda dengan program-program yang dijalankan yaitu pemutaran sekaligus diskusi dan produksi bersama. Komunitas ini mewadahi para pelaku film di Malang Raya terkhusus Kota Batu yang anggotanya didominasi anak muda dan memiliki tujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia dibidang perfilman dan mempererat tali silaturahmi antar sineas di Kota Batu. Dikarenakah kiprah perfilman dan insan film di Kota Batu, tidak hanya berputar di Malang Raya saja, namun banyak sineas dari Kota Batu yang telah menorehkan prestasinya di kancah nasional maupun internasional. Maka dari itu, dengan adanya wadah komunitas ini tetap diharapkan mampu mempererat silaturahmi sines di Kota Batu supaya terjaga daya

kreatifitasnya.

Dalam perkembanganya Sinema Mbatu Adem tentu ingin terus berkembang, yang didasari dengan hal-hal apa saja yang ingin jadikan tujuan. Menjadi eksis di kalangan komunitas film di Indonesia, tentu menjadi impian sebuah komunitas film. Namun tidak hanya sekedar menjadi eksis, adanya keinginan untuk dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti contoh pemerintah, antar sesama komunitas hingga pihak swasta. Tentu hal tersebut tidak mudah bagi sebuah komunitas yang baru. Perlu adanya branding kuat bagi komunitas agar dapat mencapai tujuan tersebut. Seperti yang dikemukakan (Landa. 2006) “*branding* tidak selalu terkait dengan yang namanya merek dagang sebuah produk ataupun jasa dari perusahaan tersebut. Akan tetapi, branding itu sendiri juga tidak sebatas diferensiasi produk, namun juga berkaitan dengan merek dagang, ciri visual, kredibilitas, persepsi, logo, citra, kesan, karakter dan juga anggapan dari konsumen itu sendiri atas produk tersebut”.

Salah satu faktor pendukung terbentuknya branding komunitas, logo menjadi sebuah hal yang krusial dan penting untuk dipertimbangkan secara matang. Logo biasanya digunakan sebagai tanda identifikasi atau pengakuan oleh perusahaan/ instansi, kelompok organisasi, atau produk untuk menyediakan fungsi unik yang membedakannya dari para

pesaingnya. Melalui logo, perusahaan/ instansi atau organisasi berusaha untuk menggambarkan atau menampilkan karakternya, kepribadian, dan budaya perusahaan, memperkenalkannya kepada masyarakat umum, mempromosikan dan mendapatkan pengakuan, serta menciptakan citra merek *(brand image)* yang positif dari identitas perusahaannya. Tjiptono

(2005:49), menjelaskan bahwa citra merek atau yang disebut *brand image* adalah penjelasan mengenai relevansi atas pandangan konsumen tentang suatu merek.

Logo tidak hanya diciptakan untuk spontanitas yang tidak berharga, tetapi juga memberi makna dan makna pada bentuk, desain, tipografi, simbol visual, skema warna, dan elemen lain yang terkandung dalam logo. Setiap elemen memiliki makna dan tujuan tersendiri untuk disampaikan. Ini memungkinkan Anda untuk membentuk citra, identitas, dan budaya perusahaan Anda. Mengekspresikan ciri dan individualitas suatu perusahaan sehingga citra positif perusahaan atau organisasi dapat berkembang di masyarakat. juga memberikan pengaruh positif bagi anggota organisasi dan masyarakat sekitar, dalam artian ketika logo dibuat tanpa adanya makna maka akan menyebabkan persepsi publik terhadap suatu organisasi terbatas pada kegiatan dan tidak terposisikan dengan baik di benak komunitas lain dan masyarakat umum.

Hal itu yang sekarang dialami oleh Komunitas Sinema Mbatu Adem yang memutuskan untuk mengubah ulang (*rebranding)* logo lama untuk diperbarui*. Rebranding* sendiri merupakan upaya perusahaan atau organisasi untuk memperbaharui merek yang sudah ada namun tidak mengabaikan atau melupakan tujuan awalnya atau bahkan filosofi perusahaannya. *Rebranding* oleh Muzellex dan Lambkin (2005) adalah nama baru yang tak terbantahkan, terminologi yang bertujuan untuk mengembangkan posisi (baru) yang berbeda di benak para pemangku kepentingan dan pesaing. , Simbol, desain, atau semua kombinasi. Ada banyak alasan mengapa Anda perlu melakukan rebranding. Perkembangan teknologi, ruang lingkup usaha yang sempit, penataan organisasi, era dan pengembangan serta kegiatan organisasi.

*Rebranding* logo yang dilakukan sinema batu adem bertujuan untuk mentransformasi citra komunitas secara terencana dan terorganisasi. *Rebranding* yang dilakukan dipicu karena seringnya terjadi perdebatan abstrak antara internal anggota mbatu adem dengan khalayak umum mengenai logo yang hanya menampilkan gambar thermometer,apel dan nama sinema mbatu adem tanpa adanya filosofis yang dapat dijelaskan. Menurut Dhea selaku ketua Komunitas Sinema Mbatu Adem menjelaskan bahwasanya pengerjaan logo pertama dirasa sangat terburu-buru dan tanpa mementingkan arti atau makna dari setiap elemen didalamnya. Hal ini yang menjadi dasar peneliti melakukan perancangan rebranding logo komunitas sinema mbatu adem dengan menerapkan disiplin ilmu desain komunikasi visual supaya dapat menciptakan citra atau *brand image* yang lebih dapat dipertanggungjawabkan.

 **I.2. Rumusan Masalah**

Menurut latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkam permasalahanya yaitu, bagaimana perancangan rebranding logo Komunitas Sinema Mbatu Adem Sebagai Upaya menciptakan *Brand*

*Image*.

 **I.3. Tujuan Penelitian**

Dapat disimpulkan dari rumusan masalah tersebut, perancangan ini bertujuan untuk menciptakan logo baru Komunitas Sinema Mbatu Adem sebagai upaya menciptakan *brand image.*

 **I.4. Manfaat Penelitian**

**1.4.1 Manfaat Teoritis**

* Hasil perancangan ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan perancangan serupa dan dapat menambah sumber pengetahuan mengenai perancangan logo.
* Hasil perancangan ini dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan perancangan serupa pada masa yang akan datang.
* Hasil perancangan ini memberikan kontribusi dalam bidang desain, khususnya mengenaiperancangan logo.

**1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Untuk Masyarakat Umum
	* + - * Penelitian ini ditujukan untuk masyarakat umum agar dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang re-branding yang mengacu pada ilmu Desain Komunikasi Visual.
				* Selain itu, diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan menambah sumber bacaan dalam bidang seni rupa yang

digunakan sebagai bahan kajian.

* + - * + Memberikan pengenalan tentang citra Komunitas Sinema Mbatu

Adem

1. Untuk Komunitas
	* + - Membentuk logo yang sesuai dengan Filosofi dari Sinema Mbatu Adem.
			- Menguatkan Brand Image Sinema Mbatu Adem di mata

masyarakat dan komunitas film lainya.

1. Untuk Perancang
	* + - Menambah wawasan tentang rebranding suatu merek dengan menerapkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan
			- Mampu membandingkan teori dan mengaplikasikan apa yang didapat di perkuliahan dengan praktek di lapangan secara langsung.
			- Merupakan salah satu uji syarat kelulusan.

1. Untuk Kampus
	* + - * Sebagai referensi untuk digunakan sebagai bahan

pengembangan terutama mengenai hal apa saja yang berkaitan dengan permasalahan desain untuk perancangan komunikasi

visual.

* + - * + Dapat menambah pembendaharaan kepustakaan, sebagai refrensi untuk laporan-laporan yang berhubungan dengan masalah terkait, dan sebagai media media peningkatan pengetahuan bagi sesame mahasiswa dan pembaca lainya.

 **I.5. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka batasan masalah yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

Logos sinema mbatu adem

Mengimplementasikan final desain logo pada media utama berupa *GSM (Graphict Standart Manual)* dan media pendukung berupa media lini atas seperti (brosur, x-banner, media sosial) juga media lini bawah seperti (stationery set, unifrorm set, marchindise, mobil, bangunan). yang disesuaikan dengan kebutuhan dari Komunitas Sinema Mbatu Adem.

 **I.6. Metode**

Dalam perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking,* yang merupakan pendekatan atau metode dalam perumusan pemecahan masalah secara praktis dan kreatif, yang memiliki focus utamanya yaitu pada users (manusia). Dalam hal ini memahami kebutuhan dan merancang solusi paling efektif merupakan hal penting dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. lima tahapan dalam *Design Thinking*, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test* dan metode pengumpulan data terdapat dua sumber yaitu, data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta data sekunder yang di dapat dari dokumentasi dan kepustakaan.

* + 1. **Tempat dan Waktu Penelitian**

Dilaksanakanya penelitian ini sesuai waktu tanggal dikeluarkannya ijin penelitian. Penelitian akan dilakukan secara offline dengan melakukan proses wawancaara dengan Pengurus dan

Anggota Komunitas Sinema Mbatu Adem di Kota Batu.

* + 1. **Bahan dan Alat Penelitian**

Dalam proses penelitian dibutuhkan bahan dan alat sebagai berikut:

* + - 1. Daftar Pertanyaan

Dalam proses tanya jawab pada sesi wawancara dibutuhkan daftar pertanyaan sebagai pedoman agar terstruktur dan terarah sehingga wawancara mencapai sumber data yang akurat dan dibutuhkan untuk penelitian.

* + - 1. Notebook dan pena

Digunakan sebagai instrumen merekam data verbal.

* + - 1. Kamera

Kamera merupakan alat terpenting sebagai pengabadian momen saat proses wawancara dilakukan dan sebagai bukti bahwa benar-benar melakukansebuah proses penelitian.

* + - 1. Software Perancangan

Dalam proses perancangan software aplikasi yang digunakan adalah *Adobe Illustrator* dalam pembuatan komponen-

komponen utama dari visual yang berbentuk *grafis vector* seperti logodan *Photoshop* untuk pembuatan media pendukung lainya.

**1.6.3 Pengumpulan Data dan Informasi**

Tahap pengumpulan data dan informasi menggunakan Teknik mengumpulkan data, informasi, dokumentasi, observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini dibutuhkan dua jenis data yakni, data primer dan data sekunder.

Data Primer

Pengumpulan data primer, data yang diperoleh langsung dari subyek agar supaya memperoleh data dan informasi yang akurat. Untuk itu peneliti mewawancarai pengurus komunitas sinema mbatu adem sebagai informan

Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dari berbagai sumber yang ada. Data diperoleh melalui dokumen dan literatur dari buku dan media lainnya.

* + 1. **Analisis Data**

Dari data yang terkumpul, peneliti menggunakan metode analisis SWOT untuk menganalisis data. Analisis SWOT merupakan gambaran tentang kekuatan *(strengths),* kelemahan *(weaknes)*, peluang *(opportunity),* dan ancaman *(threaths)* yang peneliti dapatkan sebagai acuan terpenting dan refrensi saat membuat sebuah logo.

* + 1. **Prosedur Penelitian**



# **Gambar 1.1** Diagram Design Thinking (Sumber: TugasKYN)

Prosedur perancangan yang digunakan penulis untuk membuat perancangan *rebranding* logo pada Komunitas Sinema Mbatu Adem adalah metode *design thinking* dan dengan tahapantahapan sebagai berikut.

1. *Emphatize*

Dalam tahapan ini dilakukan pengumpulan data verbal maupun visual serta dilakukan pendekatan terhadap objek penelitian. Peneliti perlu mengidentifikasi dan memahami kebutuhan, kemauan, serta tujuan pengguna saat menggunakan produk. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pengurus Komunitas Sinema Mbatu Adem untuk membangun kemistri dengan user agar dapat mengambil langkah yang lebih sesuai.

1. Define

Tahapan define adalah tahapan analisis masalah dan sintesis dari informasi-informasi yang telah dikumpulkan dalam tahap sebelumnya untuk mengidentifikasi masalah untuk mengetahui apa kebutuhan users. Pada tahap ini peneliti menggunakan metode analisis SWOT untuk menjelaskan kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang dapat dijadikan bahan dan sebagai dasar perancangan logo Komunitas Sinema Mbatu Adem.

1. Ideate

Setelah memahami permasalahan pada user dan menganalisis informasi-informasi tersebut, selanjutnya menentukan strategi kreatif, visual dan media pendukung. Dalam tahapan ini peneliti menggunakan metode braindstorming untuk menghasilkan ideide solutif yang dapat digunakan untuk mengatasi berbagai masalah yang telah ditentukan sebelumnya.

1. Prototype

Tahap prototype adalah tahap dimana perancangan karya dilakukan dan dapat dijadikan sebagai acuan final design. Pada tahap ini peneliti membuat model nyata dan menunjukan bagaimana masalah bisa diselesaikan melalui perubahan desain yang dibuat.

1. Test

Dilakukan setelah selesai tahap *prototype* dengan melakukan pengujian untuk mendapatkan *feedback* dari target audien sebagai bahan evaluasi.

**1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dari Perancangan *Rebranding* Logo Komunitas Sinema Mbatu Adem Sebagai Upaya Mencptakan Brand

Image adalah sebagai berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| BAB I  | PENDAHULUAN Menjelaskan latar belakang permasalah, rumusan masalah, batasan, tujuan, manfaat, serta sistem penulisan.  |
| BAB II  | TINJAUAN PUSTAKA Dalam bab 2 ini mengandung seluruh teori yang menjadi dasar dalam penelitian, perancangan dan pembangunan sistem.  |
| BAB III  | ANALISIS DAN PERANCANGAN  |

Menjelaskan tentang obyek penelitian, analisis semua permasalahan, dan menjelaskan perancangan sistem secara umum maupun spesifik.