

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak jenis kesenian yang ada di Indonesia salah satu dari kesenian itu adalah seni tari. Seni tari adalah sebuah bentuk seni pertunjukkan gerak tubuh yang ritmis [1]. Sehingga dalam seni tari sang pelaku tari dapat mengekspresikannya melalui gerakan dan juga didukung dengan mimik wajah. Menurut Pangeran Soeyodiningrat yang dikutip dari jurnal ilmiah pendidikan guru Sekolah Dasar mengungkapkan bahwa definisi tari adalah menggerakkan semua tubuh dengan diiringi bunyi gamelan sesuai irama lagunya (gending), kemudian ekspresi muka dan gerak selaras dengan isi dari makna tarinya [2]. Maka dari itu di dalam sebuah tarian harus memperlihatkan gerakan tubuh yang indah sehingga orang yang melihat dapat menikmati tarian tersebut. Di dalam penciptaan seni tari harus sangat memperhatikan gerakan-gerakan kombinasi.

Gerakan kombinasi terdiri dari unsur-unsur tari. Unsur tari tersebut di antaranya adalah wiraga (raga), wirama (irama), dan wirasa (rasa). Selain terdapat unsur tari, seni tari juga memiliki tiga jenis yaitu tari rakyat atau tari daerah, tari tradisonal (klasik), dan tari kreasi [1]. Seni tari menjadi aset kebudayaan daerah Indonesia. Banyak upaya dalam melestarikannya, salah satunya dengan membuat sanggar tari. Sanggar tari merupakan sebuah sarana atau tempat digunakan oleh sekumpulan orang atau komunitas untuk berkegiatan seni tari. Menurut Jazuli sanggar tari adalah suatu organisasi yang dikelola secara profesional pada bidang tari [3]. Di seluruh wilayah Indonesia terdapat banyak sanggar tari untuk menampung para seniman tari dengan ciri khasnya masing-masing. Salah satu sanggar tari yang terdapat di wilayah Kab. Banyumas, yaitu Sanggar Tari Bontot Basuki.

Sanggar Tari Bontot Basuki atau STBB adalah sanggar seni tari yang menampung para seniman tari untuk mengembangkan bakatnya di bidang

tari. Sanggar ini berada di wilayah Purwokerto tepatnya di Jalan. Brigjend Encung No.19 Pakembaran, Bancarkembar, Kec.Purwokerto Utara, Kab. Banyumas, Jawa Tengah. Pemilik dari sanggar tari ini bernama Pak Basuki Setiawan. Pak Basuki merupakan lulusan SLTA, namun karena kecintaanya terhadap seni tari beliau terus belajar tari secara otodidak. Sejak saat itulah beliau memiliki keinginan besar untuk mempunyai sebuah sanggar tari, sehingga beliau mendirikan sebuah sanggar tari di Purwokerto. Sanggar tari ini didirikan sejak tahun 2011. Sanggar ini berdiri karena pemilik sanggar merupakan seniman tari dan guru tari panggilan. Pak Basuki telah melatih banyak anak-anak. Pada awal mendirikan sanggar, sanggar ini hanya beranggota 8 anak dari sekolah yang dimana pak Basuki ajar. Salah satu prestasi yang diperoleh dari Sanggar Tari Bontot Basuki ialah anak-anak memenangkan perlombaan Tari di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Sehingga Pak Basuki ingin membuat sanggar tari yang bernama STBB atau yang lebih di kenal dengan Sanggar Tari Bontot Basuki. Bontot Basuki merupakan nama panggung dari sang pemilik sanggar. Kata Bontot Basuki berasal dari kata Bontot yang memiliki arti terakhir karena Pak Basuki merupakan anak terakhir, dan Basuki merupakan nama panggil beliau. Sanggar Tari Bontot Basuki ini juga memiliki visi misi yaitu nguri-uri budaya Jawa dan menjadikan putra-putri berkarakter seni.

Namun terdapat permasalahan yang ada pada Sanggar Tari Bontot Basuki. Permasalahan utama yang dihadapi oleh Sanggar Tari Bontot Basuki adalah rendahnya tingkat *brand awareness* atau kesadaran merek di kalangan masyarakat sekitar Purwokerto dan wilayah Kab. Banyumas. Meskipun sanggar ini telah berdiri sejak tahun 2011 dan memiliki prestasi dalam bidang seni tari, namun masih sedikitnya pengetahuan masyarakat tentang apa yang ada dalam kegiatan sanggar menjadi kendala yang perlu diatasi. Kurangnya *brand awareness* dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan sanggar ini, mengurangi potensi mendapatkan calon anggota ataupun pelanggan baru, serta membatasi dukungan finansial yang diperlukan untuk mengembangkan sarana dan fasilitas yang lebih baik. Dalam proses

rebranding yang dijalankan ini, Sanggar Tari Bontot Basuki berkomitmen untuk menciptakan citra yang sepenuhnya sesuai dengan visi dan misi sanggar. Visi dan misi yang ditekankan adalah nguri-uri budaya Jawa serta mengembangkan putra-putri berkarakter seni, dengan menghadirkan sanggar sebagai tempat pengajaran seni tari yang kreatif, inovatif, dan *modern*, dengan tetap mempertahankan unsur-unsur tradisional. Sebelumnya, citra yang ingin dicapai belum sepenuhnya terwujud, karena desain sederhana dan tidak teratur yang digunakan dalam *branding* sebelumnya tidak mampu menonjolkan identitas sebenarnya dari sanggar.

Pemilik sebelumnya sudah melakukan *branding* terhadap Sanggar Tari Bontot Basuki. Namun *branding* yang dilakukan masih kurang mendapatkan respon dari masyarakat. Pemilik sendiri merasa desain yang di buat kurang menarik untuk perhatian masyarakat. *Branding* sebelumnya mencakup logo, brosur, stempel, gantungan kunci, dan media digital *Instagram*. Namun, desain *branding* yang sederhana dan kurang teratur sulit menarik perhatian dan menciptakan identitas yang kuat untuk Sanggar Tari Bontot Basuki. Logo menggunakan latar belakang putih dengan siluet penari dan tulisan "STBB Entertainment" berwarna-warni, Meskipun sudah ada identitas "Sanggar Tari Bontot Basuki" di bagian bawah, namun logo Sanggar Tari Bontot Basuki belum pernah diubah sejak tahun 2011. Media promosi seperti stempel, brosur, dan gantungan kunci juga memiliki tampilan sederhana dengan perbedaan *font* yang tidak teratur. Interaksi minim di *Instagram*, ditunjukkan dari sedikitnya jumlah *like* dan komentar pada postingan. Sehingga dari masalah tersebut penulis akan melakukan *rebranding* terhadap Sanggar Tari Bontot Basuki. Dengan lebih menarik dan memvisualkan citra dari Sanggar Tari Bontot Basuki yang mana nantinya desain akan dibuat menarik dan menggunakan warna biru dan merah, dengan tetap memasukan unsur tradisional.

Branding adalah sebuah kegiatan komunikasi, memperkuat, mempertahankan sebuah *brand* dalam rangka memberikan perspektif kepada

orang lain yang melihatnya [4]. *Rebranding* yang dilakukan yaitu dengan merubah atau memperbaharui suatu *brand* yang telah ada supaya semakin baik namun dengan tidak mengabaikan tujuan utama. Menurut Muzellec dan Lambkin menyatakan bahwa *rebranding* adalah proses dimana membuat gambaran yang baru dalam pikiran konsumen terhadap sebuah *brand* yang sudah ada, kemudian membangun kembali *positioning* yang beda di mata konsumen juga kompetitor [5]. Tujuan dari *rebranding* adalah supaya konsumen lebih tertarik terhadap *brand* atau layanan jasa yang ditawarkan. Akibat Sanggar Tari Bontot Basuki tidak dikenal secara luas memberi dampak negatif yang dapat timbul antara lain ialah keterbatasan pertumbuhan karena rendahnya tingkat *brand awareness* dan kesadaran merek yang menghambat daya tarik bagi anggota, peserta, dan pelanggan baru, daya minat rendah karena kurangnya popularitas yang menyebabkan masyarakat kurang tertarik terlibat dalam kegiatan seni tari, keterbatasan dukungan finansial yang menghambat pengembangan sarana dan fasilitas, kehilangan potensi *talent* karena bakat-bakat mungkin mencari sanggar tari yang lebih terkenal.

Pengurangan dampak sosial dan budaya karena popularitas yang rendah menghambat upaya melestarikan budaya Jawa melalui seni tari. Terbatasnya peluang kerjasama dengan sanggar atau lembaga seni lainnya serta rendahnya reputasi yang mengurangi kepercayaan masyarakat dan potensi dukungan dari berbagai pihak. Meskipun popularitas bukan tujuan utama, memiliki *brand awareness* yang baik akan membantu sanggar mencapai misi dan tujuan mereka dengan lebih efektif serta memberikan dampak yang lebih luas dalam melestarikan seni dan budaya lokal serta memberikan kontribusi bagi masyarakat.

Oleh karena itu, melalui *rebranding* ini, Sanggar Tari Bontot Basuki berharap dapat menciptakan gambaran dan citra yang baru di mata masyarakat, menggambarkan identitas budaya Jawa yang kuat dan nilai-nilai seni yang membangun karakter setiap orang. Mereka juga berharap dapat

menciptakan *positioning* yang lebih menarik dan meningkatkan minat. Sanggar ingin memberikan kesan yang lebih kuat dan menarik bagi masyarakat dengan menggunakan desain yang menarik, teratur, dan berdaya saing. Mereka juga ingin meningkatkan kesadaran akan keberadaan mereka sebagai tempat pengembangan seni tari yang unik dan relevan dengan perkembangan zaman. Dengan mempertimbangkan masalah yang ada di Sanggar Tari Bontot Basuki, *rebranding* ini dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dengan membangun fasilitas yang diperlukan oleh Sanggar Tari Bontot Basuki dan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat umum di Purwokerto dan daerah Banyumas.

Dari permasalahan yang ada pada Sanggar Tari Bontot Basuki tujuan dari *rebranding* ini agar Sanggar Tari Bontot Basuki dapat diketahui oleh masyarakat secara luas di sekitar Purwokerto maupun di wilayah Kab. Banyumas serta meningkatkan ekonomi dalam mengembangkan fasilitas yang diperlukan oleh Sanggar Tari Bontot Basuki. Penulis ingin membuat *rebranding* terhadap sanggar tari tersebut. Maka dari itu penulis akan membuat tugas akhir ini dengan judul *Rebranding Sanggar Tari Bontot Basuki untuk Meningkatkan Brand Awareness*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *rebranding* Sanggar Tari Bontot Basuki untuk meningkatkan *Brand Awareness*?
2. Bagaimana menerapkan *rebranding* yang tepat dan sesuai dengan Sanggar Tari Bontot Basuki?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari hasil rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut

1. Untuk merancang *rebranding* Sanggar Tari Bontot Basuki untuk meningkatkan *brand awareness*.
2. Untuk menerapkan *rebranding* terhadap Sanggar Tari Bontot Basuki yang tepat dan efektif di masyarakat.

1.4 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, guna menghindari meluasnya pokok permasalahan maka batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Perancangan ini hanya melakukan *rebranding* terhadap Sanggar Tari Bontot Basuki (STBB).
2. Perancangan dibuat untuk mengaplikasikan desain sehingga mendukung kegiatan *rebranding* tersebut sesuai bidang Desain Komunikasi Visual).
3. Untuk merancang media pendukung seperti poster, *Hanging banner*, *merchandise* dan media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang membutuhkan serta relevan terhadap penelitian yang penulis buat, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi keilmuan DKV, hasil penelitian ini berguna sebagai bahan informasi untuk mahasiswa di Institut Teknologi Telkom Purwokerto terkhususnya untuk mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual.
2. Bagi Institusi, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mendorong peran aktif institusi dalam melestarikan budaya lokal.
3. Bagi masyarakat, perancangan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan inspirasi promosi *branding* terhadap sanggar tari, sehingga promosi ini dapat tersampaikan pada masyarakat. Sehingga masyarakat dapat mengenal Sanggar Tari Bontot Basuki.