

PERANCANGAN BRAND IDENTITAS GRUP CALUNG HIBURAN LAGU DAN BODOR (HIBLADOR) SUKABUMI UNTUK MEMPERTAHANKAN TRADISIONAL BUDAYA SUNDA

MOCH FAISAL RIFANDA¹, DRS, AGUS RAHMAT MULYANA M.DS²,

1. Moch Faisal Rifanda
2. Drs. Agus Rahmat Mulyana, M.Ds

Email : moCHFaisal699@itenas.ac.id

ABSTRAK

Bobodoran Sunda merupakan seni pertunjukan komedi tradisional dari Jawa Barat, Indonesia, yang menggunakan bahasa Sunda. Bobodoran Sunda sering memuat karakter sentral yang menjadi pusat perhatian dalam pertunjukan dengan menghadirkan lelucon, cerita lucu, dan interaksi dengan penonton. Pertunjukan ini juga sering melibatkan musik tradisional Sunda, seperti calung, gendang, untuk menciptakan atmosfer yang mendukung humor. Bobodoran Sunda tidak hanya bertujuan untuk menghibur, tetapi juga untuk menyampaikan pesan sosial dan kritik terhadap berbagai isu dalam masyarakat. Maka dari itu adanya HIBLADOR merupakan bagian penting sebagai contoh kecil untuk mempertahankan dan tidak hilangnya warisan budaya Jawa Barat yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Namun Grup Hiblador ini masih kurang terekspos dalam identitas visual, maka dengan perancangan brand komunikasi ini diharapkan bisa menjadi solusi untuk memecahkan masalah dalam grup hiblador.

Kata kunci: Branding, Komunikasi, Hiburan,, Seni, Budaya sunda

ABSTRACT

Sundanese bobodoran is a traditional comedy performance art from West Java, Indonesia, which uses the Sundanese language. Sundanese Bobodoran often contains a central character who is the center of attention in the performance by presenting jokes, funny stories and interactions with the audience. This performance also often involves traditional Sundanese music, such as calung, drum, to create an atmosphere that supports humor. Sunda Bobodoran not only aims to entertain, but also to convey social messages and criticism of various issues in society. Therefore, the existence of HIBLADOR is an important part as a small example of maintaining and not losing the cultural heritage of West Java which has been passed down from generation to generation. However, the Hiblador Group still lacks exposure in terms of visual identity, so by designing this communication brand, it is hoped that this can be a solution to solving problems within the Hiblador Group.

Keywords: Branding, Communication, Entertainment, Arts, Sundanese culture

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bobodoran merupakan bagian dari perjalanan sebuah sejarah dari masyarakat suku sunda dan kemudian menjadi salah satu budaya yang berasal dari tanah sunda yang turun temurun sampai sekarang. Bobodoran berkembang terus dari generasi ke generasinya, dan dari tiap generasi pun bobodor orang yang melakukan cerita bobodoran berbeda-beda, dan mempunyai ciri khas masing masing baik dari segi cara penyampaian bobodorannya ataupun dari tema bobodoran yang diangkat. seperti dikutip Kurnia, 2006 "Berbeda dengan pada masa dulunya, kini pementasan bobodoran kurang orisinil, karena pementasan bobodoran yang dulu selalu diiringi dengan tarian jaipong dan sinden".

Perkembangan bobodoran memang diikuti dengan modernisasi budaya yang ada. Dengan ketertarikan masyarakat sunda terhadap bobodoran dapat memperkuat budaya lokal dan tradisional ini semakin diketahui dan berkembang, karena tidak mudah membuat sebuah budaya yang tadinya dengan dasar main-main. Dalam setiap cerita bobodoran berisi kandungan pesan yang tersembunyi dalam setiap pementasannya, tetapi tidak semua orang dapat mengerti kandungan pesan yang disampaikan, karena diterjemahkan dalam sifat yang humoris, biasanya pesan yang disampaikan dalam cerita bobodoran berisi pesan moral yang bagus untuk diikuti, ada pula dalam cerita bobodoran yang berpesan tentang pembangunan kepada masyarakat baik pembangunan untuk diri sendiri, lingkungan disekitar sampai pembangunan untuk negara, kemudian ada juga bobodoran yang mengandung pesan tentang ketidakpuasan terhadap segala yang ada di Negara, seperti dikutip Kurnia, 2006 "Pada dulunya kandungan pesan yang biasa ada pada bobodoran adalah tentang keakraban masyarakat dengan masyarakat lainnya, walaupun penampilan bobodoran yang dilakukan adalah dengan saling melempar ejekan kepada yang lainnya".

Hiburan Lagu dan Bodor ini merupakan grup komedi atau lawakan tradisional sunda di kabupaten sukabumi, atau lebih dikenal dengan singkatan HIBLADOR, Grup lawak ini terdiri dari kurang lebih 10 orang, 5 orang memainkan alat musik, dan 5 orang lainnya menjadi pemain utama yang memainkan sketsa. Grup lawak ini tidak hanya memainkan materi kata, tetapi mereka sambil diiringi dengan alat musik modern seperti, Calung, Orgen, gitar melodi, bass, kendang rampak, tamborin dan gong (full music), Grup ini dibentuk pada tahun 28 september 2007 oleh Wanwan Juanda (cuwaw) sebagai founder, Ujang Hermawan (Dalang), Encep (Cepot) dan Alvin (emak ijem), grup lawakan ini biasanya tampil dalam sebuah acara pernikahan, dan juga samenan (Acara Kenaikan Kelas/perpisahan SD, Madrasah dll) biasanya hibrador menjadi bagian penutup acara tersebut.

Awal mula dibentuknya grup ini mereka terinspirasi dengan seniman dari bandung seperti kang Ibing, Asep Yana, D bodors kemudian kebetulan ada sebuah lomba calung bodoran sunda pada tahun 2007, dan sebelumnya Cuwaw ini senang sekali dengan lawakan, dan waktu zamannya itu saat ramai ramainya grup lawakan seperti srimulat, cagur, warkop dki dan juga operavan java ditrans7, kemudian saat itu memutuskan untuk membuat team untuk memainkan sketsa, saat itu mereka sempat memenangkan lomba di festival se kota/kab sukabumi dan mendapatkan juara kedua, lalu mereka memutuskan untuk melanjutkan grup itu dan akhirnya sampai saat ini mereka masih eksis di dunia hiburan terutama di sukabumi.

1.2. Rumusan Masalah

Data dan Fakta

HIBLADOR (HIBURAN LAGU DAN BODOR)

Awal mula dibentuknya grup ini mereka terinspirasi dengan seniman dari Bandung seperti Kang Ibing, Asep Yana, dan D Bodors, kemudian kebetulan ada sebuah lomba calung bodoran Sunda pada tahun 2007, dan sebelumnya Cuwaw (Founder) senang sekali dengan lawakan, dan waktu itu sedang ramai juga grup lawak dan sketsa komedi, kemudian saat itu memutuskan untuk membuat team untuk memainkan lawakan, lalu mereka sempat memenangkan lomba di festival se kota/kab Sukabumi dan mendapatkan juara kedua, lalu mereka memutuskan untuk melanjutkan grup itu dan akhirnya sampai saat ini mereka masih eksis di dunia hiburan terutama di Sukabumi.

Grup Hiblador mempunyai karakter khusus yang menjadi icon dari grup Hiblador yaitu Emak Emak yang disebut Emak Ijem (Alvin) pencipta kelucuan dan dengan gaya yang lincah, Anak Kecil (Encep/Cepot) dengan gaya yang unik dan selalu menjadi korban untuk mendapatkan punchline, ada yang berperan menjadi dalang (Ujang Hermawan) yang mengatur alur cerita komedi dengan pembawaan berwibawa, kemudian ada yang sebagai pemancing (Wanwan/Cuwaw) untuk membuat setup atau premis, semua pemain kecuali anak kecil dan Emak Ijem dalam Hiblador memakai baju adat Sunda dengan menonjolkan ciri khas dari Jawa Barat (Suku Sunda). Dalam pemain alat musik grup Hiblador memakai alat yang modern dan dipadukan dengan alat musik calung yang nanti di dalam adegan para karakter memainkannya, alat musiknyanya tersebut terdiri dari :

- Gitar melody
- Gitar Bass
- Kendang Rampak
- Tamborin
- Organ (Keyboard)
- Gong
- Calung

Grup Hiblador ini menjadi sebuah Grup Calung bodoran yang sudah legenda dari karyanya dan karakter tokohnya, History dalam Grup ini sudah lumayan panjang dengan mengeksplor panggung dari sekolah sekolah atau acara acara di daerah perkotaan sampai ke pedalaman Sukabumi yang masih erat dalam budaya atau tradisi Sunda, dan mendapatkan sebuah respon positif dan banyak yang menggemari grup ini dari beberapa masyarakat Sukabumi dengan pembawaan panggung yang bisa membangun suana nyaman dan humor kepada penonton.

Kiasan Komedi yang digunakan dalam permainan sketsa grup Hiblador ini yaitu:

- Satire - Bentuk humor yang menggunakan ironi, berlebihan, atau ejekan untuk mengkritik dan mengungkap kelemahan atau kebodohan individu atau masyarakat secara keseluruhan.
- Slapstick – Komedi fisik yang sering kali melibatkan gerakan berlebihan terjatuh, atau lelucon visual lainnya.
- Pembalikan peran - Kiasan ini melibatkan pergantian peran atau identitas karakter, seringkali dengan cara yang tidak terduga atau tidak masuk akal.

- Mendobrak tembok keempat - Ini melibatkan karakter yang menyapa penonton atau mengakui fakta bahwa mereka ada dalam sketsa, dan dalam praktiknya bahwa karakter "menerobos" tembok antara dirinya dan penonton dan mengakui penonton sebagai suatu entitas

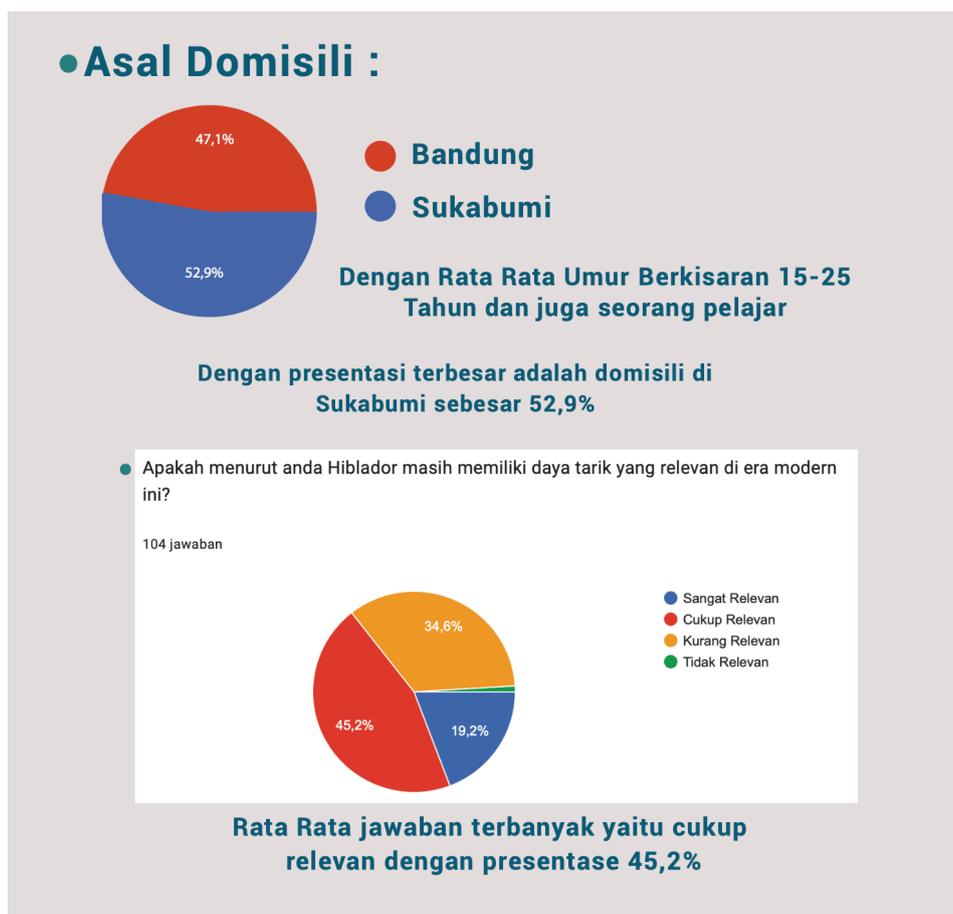
- Tipe karakter - Tipe karakter ini adalah yang menjadi ciri khas atau icon grup seperti anak tk, nenek nenek, dan dalang.

- Permainan Kata - Ini melibatkan penggunaan permainan kata-kata, makna ganda, atau bentuk permainan kata cerdas lainnya untuk menciptakan situasi yang lucu atau tidak masuk akal.

Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti melakukan survei kuisisioner melalui google forms secara kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan data yang nantinya akan membantu penelitian dalam perancangan karya.

Dan berikut ini merupakan hasil data dari kurang lebih 104 orang responded yang telah berhasil di kumpulkan oleh peneliti.



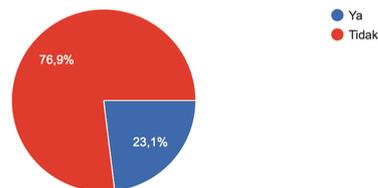
- Bagaimana pendapat anda tentang unsur-unsur yang membuat Hiblador menarik bagi penonton (Contohnya :Lelucon,Cerita,dll

Dengan Rata-Rata Jawaban terbanyak yang di katakan responded adalah:

Memiliki alur cerita yang menarik, pembawaan lelucon yang tidak membosankan dan Tokoh karakter dari personil Grup yang menarik

- Apakah Anda tau bahwa Bobodoran Sunda telah menjadi bagian dari identitas budaya Jawa Barat yang diwariskan dari generasi ke generasi?

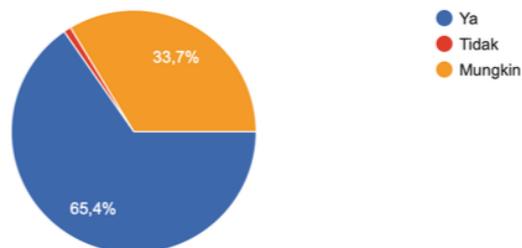
104 jawaban



Kebanyakan orang orang tidak tau bahwa bodoran sunda merupakan identitas budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi maka dari itu masalah ini jadi problem statement pembahasan perancangan ini dengan presentase 76,9%

- Apakah Anda melihat adanya potensi Hiblador untuk tetap menarik minat generasi muda dalam hiburan?

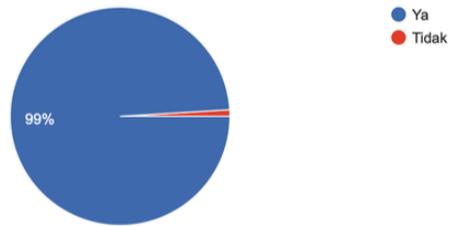
104 jawaban



Rata Rata jawaban terbanyak yaitu memiliki potensi untuk menarik minat generasi muda dengan presentase 65,4%

- Apakah menurut anda Hiblador merupakan bagian penting dari warisan budaya Jawa Barat yang harus dijaga dan dilestarikan?

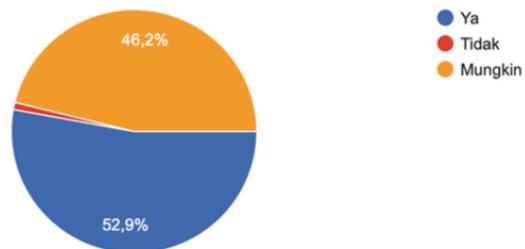
104 jawaban



sebagian besar dalam pertanyaan ini para responded menyetujui bahwa Grup Hiblador menjadi bagian penting budaya jawa barat dengan presentase 99%

- Apakah menurut anda Hiblador memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk identitas budaya masyarakat di Jawa Barat?

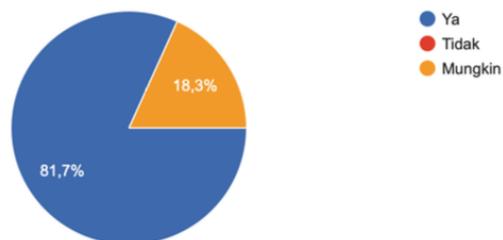
104 jawaban



Rata Rata jawaban terbanyak responded yaitu grup Hiblador memiliki pengaruh signifikan dalam bentuk identitas budaya dengan presentase 52%

- Apakah menurut anda keberadaan Hiblador dapat memberikan dampak positif pada pelestarian budaya dan nilai-nilai tradisional?

104 jawaban



Rata rata jawaban dalam pertanyaan ini adalah "YA" untuk Grup yang dapat memberikan dampak positif pada budaya jawa barat dengan presentase 81,7%

1.3 Tujuan Dan Manfaat Perancangan

Tujuan jangka pendek :

- Mengenalkan salah satu budaya lokal turun temurun di Indonesia khususnya di Jawa Barat.
- Mengetahui bahwa ada grup Calung HIBLADOR sebagai perkembangan edukasi
- Merancang Identitas Brand dan penyampaian informasi yang efektif untuk daya tarik masyarakat terhadap Grup Calung Hiblador.

Tujuan Jangka Panjang :

- Meningkatkan pengetahuan dan ekonomi kreatif masyarakat melalui Grup Calung Hiblador.
- Lebih memperkenalkan bahwa di Sukabumi ada sebuah grup Calung Hiblador icon, dan karya yang khas.

Manfaat :

Manfaat dari perancangan ini yaitu menambah nilai estetika terhadap visual yang ditampilkan serta menetapkan identitas brand dan manfaat dari segi informasi yaitu untuk menarik perhatian masyarakat dan lebih mengapresiasi bahwa ada Grup Seniman Sunda dan karyanya dari Sukabumi. Serta menumbuhkan rasa memiliki bahwa bobodoran yang berasal dari budaya Sunda yang menjadikan masyarakat lebih mengapresiasi baik dari segi bahasa Sunda itu sendiri ataupun dari tokoh atau budayawan Sunda. Dengan begitu masyarakat akan lebih mengetahui bahwa bobodoran Sunda sebagai hasil seni dan budaya lokal.

Target Luaran :

- Perancangan visual identity yang berupa key visual Hiblador
- Graphic Standard Manual (GSM) - Poster & Sticker
- Merchandise – Banner

1.4 Tinjauan Pustaka

Hiburan: mengkaji konsep hiburan sebagai cara untuk mengalihkan perhatian, merangsang emosi positif, atau menghasilkan pengalaman positif bagi penonton, bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang menghibur dan memuaskan.

Branding : Menurut David Aaker adalah salah satu kontributor utama dalam penelitian branding, David Aaker, menggaris bawahi pentingnya elemen inti dari merek (seperti identitas, nilai-nilai, dan citra) dan bagaimana merek tersebut dapat membentuk persepsi dan loyalitas konsumen.

Budaya dan Identitas: Bobodoran Sunda mencerminkan budaya dan identitas suku Sunda yang melibatkan studi tentang budaya Sunda, norma-norma sosial, dan bagaimana seni pertunjukan ini memperkuat atau merefleksikan identitas budaya.

Visual Identity : Visual identity adalah representasi visual dari suatu merek yang mencakup element element seperti logo, warna, tipografi, desain grafis, dan gaya fotografi yang digunakan secara konsisten untuk mengkomunikasikan identitas dan citra merek kepada audiens atau konsumen. Ini bertujuan untuk menciptakan kesan yang konsisten, membedakan merek dari pesaing, membangun kesetiaan pelanggan, serta menciptakan citra merek yang kuat dan mudah dikenali.

Desain informasi : Desain informasi bisa dikatakan merancang informasi dalam format visual yang mudah di pahami dan efektif. Desain informasi menurut Nigel Holmes adalah seni dan ilmu dalam merancang tampilan visual dari beberapa informasi yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman dan komunikasi. Pada umumnya setiap orang akan mengartikan desain informasi secara berbeda.

Graphic Standard Manual : Graphic Standard Manual (GSM) merupakan sebuah buku atau pedoman yang berisikan tentang aturan logo, pemilihan jenis font, layout, pattern dan segala elemen yang digunakan oleh sebuah perusahaan guna membangun identitas yang kuat. Biasanya aturan ini digunakan sebagai panduan dasar untuk desainer supaya konsisten dalam membuat logo di berbagai bidang.

Graphic standard manual ini terdiri atas petunjuk manual meliputi proses perancangan, konsep serta pengaplikasian visual identity itu sendiri. Hal ini tentunya bertujuan supaya audience lebih mudah mengerti serta mengamati secara fisik atau langsung mengenai visual identity ini.

Dalam mengaplikasi Graphic Standard Manual yang sudah dibuat oleh Kementerian/ Instansi, pengelola media sosial harus memperhatikan beberapa elemen penting dalam mendesain media sosial, agar informasi logo dan keseluruhan visual identity yang dibangun dapat tersampaikan, yaitu : makna logo; ukuran dan tata letak logo; color Pallette, tipografi, jenis font dan sebagainya.

2. METODOLOGI

2.1 Metode Penelitian

Metode Penelitian Pada tahap penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami fenomena dengan mendalam, menggali pemahaman tentang konteks, makna, dan pengalaman grup hoblador dalam konteks alami, Penguatan data terdiri dari beberapa tambahan metode penelitian seperti

- Wawancara : sangat dibutuhkan dari para tokoh grup hoblador, agar mengetahui data perkembangan dari awal berdiri sampai saat ini. wawancara dilakukan juga kepada pengurus atau pemilik ekosistem grup yang dituju, untuk memperoleh profile grup tersebut.
- Observasi: Observasi Fasilitas Grup hoblador, atau situasi yang mencakup grup tersebut, agar mengetahui kelayakan tempat dan kondisi untuk menjadi layak dalam parameter pariwisata
- Analisis Dokumen: dapat melibatkan analisis dokumen, seperti tulisan, catatan lapangan, laporan, dan rekaman arsip.
- Studi literatur untuk mengumpulkan data yang berbentuk artikel, jurnal, ataupun buku yang masih relevan dengan penelitian ini.
- Dokumentasi menjadi bukti hipotesis dan laporan untuk penelitian ini

2.2 Metode Perancangan

Pada tahapan perancangan ini menggunakan metode design thinking

1. Emphatize

Pada tahap emphatize ini peneliti menentukan masalah dan meninjau ulang segala bentuk kekurangan informasi mengenai Bodoran Sunda dengan meninjaunya langsung ke lapangan menggunakan teknik pengumpulan data seperti : - Wawancara - Observasi
- Analisis Dokumen - Dokumentasi - Studi Literatur.

2. Define pada tahap ini setelah menentukan masalah yang akan dibahas, akan menetapkan satu masalah inti yang akan dibahas mengenai grup Bodoran/lawakan Sunda Sukabumi.

3. Ideate Lalu pada tahap ketiga ini akan mengembangkan ide awal konsep perancangan kedalam bentuk Graphic Standart Manual

4. Prototype Dalam tahapan ke empat ini, mengimplementasi yang di rancang berdasarkan data-data pada tahap sebelumnya menjadi rancangan fisik agar memudahkan audiens mengakses informasi di dalamnya.

5. Test Pada tahapan ini melakukan perancangan desain kedalam bentuk GSM yang secara langsung dapat diakses secara langsung oleh audiens guna memperhitungkan efektifitas desain dalam pemecahan masalah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

• Problem Statement

- Kurangnya pengetahuan tentang adanya grup Hiblador seniman lokal terutama di sukabumi dan saat ini budaya grup Bodoran kurang terekspos, maka dari itu perlu adanya informasi informasi tentang grup dan lebih menonjolkan icon karakter Grup dan originalitas karakter atau materi kata grup Hiblador.

• Problem Solution

- Merancang Brand Komunikasi dan identitas visual tentang grup Hiblador sehingga tidak hilangnya budaya lokal sunda di indonesia khususnya di jawa barat.
- Menjadikan grup calung hiblador sebagai grup yang mempertahankan budaya lokal sunda sebagai media edukasi dan apresiasi bagi masyarakat jawa barat dengan merancang brand komunikasi/identitas berjalannya waktu karena kurangnya minat generasi muda dalam mempelajari dan meneruskan tradisi ini.
- Informasi dan edukasi mengenai grup calung hiblador masih minim di kalangan masyarakat sunda.

Identifikasi Masalah

Kondisi Saat Ini

Saat ini Grup hiplador sedang mengalami permasalahan dalam segi informasi dan identitas di dalam media promosi sehingga membuat masyarakat kurang pengetahuan dengan adanya grup Hiplador.

Kondisi Ideal

Dengan memiliki karakter yang menjadi icon dari grup hiplador seharusnya mampu memberikan suguhan penampilan yang edukatif dan memiliki bentuk visual yang kuat kemudian dikemas dengan sebuah hiburan yang konsisten dan memperkenalkan kepada generasi muda dari masyarakat sekitar maupun luar.

Masalah Umum

- Kurangnya pengetahuan bahwa bobodoran sunda merupakan warisan budaya atau tradisi dari suku sunda (Jawabarat).
- Kesenian tradisional ini dapat terancam punah seiring berjalannya waktu karena kurangnya minat generasi muda dalam mempelajari dan meneruskan tradisi ini.

Masalah DKV

- Kurangnya media Informasi mengenai keunikan dan ciri khas grup hiplador.
- minimnya pengimplementasian identitas visual yang kuat juga salah satu faktor yang menyebabkan kurang dikenalnya grup hiplador

Dalam metode analisis data perancang menggunakan metode SWOT yang bertujuan untuk memperjelas detail dari Strength, Weakness, Opportunities dan Threat dari kompetitor musisi bergenre yang sama.

a. Analisa SWOT

- Strength (S)

- Grup hiplador yang memadukan dengan alat musik modern dengan diiringi oleh jaipong/sinden di awal penampilan, dan penggabungan alat musik modern dengan calung sehingga menjadi instrument suara yang khas.
- Grup yang sudah lumayan dikenal di sukabumi dan mendapatkan juara kedua di lomba grup calung dan bodor se kab/kota sukabumi pada tahun 2008
- Keunikan personil/karakter emak ijem, dan karakter anak tk sebagai icon dari grup yang bisa menarik perhatian orang lain
- Hiplador memiliki delivery kata yang saling respon dari pemain maupun alat musik sehingga menjadikan penyampaian komunikasi yang baik serta bisa menghidupkan suasana panggung.
- Grup dengan penggunaan Bahasa mudah dimengerti dan dinikmati audiens (tidak ada Bahasa kasar/berlebihan)
- tema yang sesuai lingkungan dengan mengemas menjadi komedi, dan spontanitas yang mudah dimengerti dengan kelancaran bahasa dan komunikasi.
- Penguasaan panggung dan penguasaan audiens dengan gaya, mimik dan improvisasi (act out) yang sangat ekspresif

- Weakness (W)

- Materi yang tidak sesuai apa yang sudah di tentukan (brief) sama penyampaian pemain.
- Tidak sesuai apa yang di harapkan pemain tentang respon penonton atau kata ada yang tidak jelas.
- Ketika pemain tidak bisa menghadiri acara karena sakit atau musibah.
- Kurangnya pengetahuan tentang tradisi bodoran dan juga kurangnya informasi pada media promosi hiblador sehingga kurang eksplorasi panggung

- **Opportunities (O)**

- dikemas dengan penggabungan musik tradisional dan modern dengan lagu yang diciptakan sehingga bisa menarik perhatian masyarakat.
- adanya kemajuan teknologi saat ini masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi melalui internet atau media social.
- Menghilangkan stress dan buat refreasing.
- Menjadi terkenal, dan menjadikan sebuah kolaborasi dengan komedian kelas atas.
- Dijadikan jokes tongkrongan.

- **Threats (T)**

- Hilangnya budaya lokal turun temurun orang sunda, dan kurangnya informasi nama Hiblador sehingga kurangnya ekplorasi panggung di sukabumi,bandung (jawabarat).
- Keterbatasan Bahasa menjadi kurang ekspolarasi panggung dan target audiens
- Target audiens tersinggung dengan materi yang dilemparkan pemain
- respon penonton yang tidak dalam tempatnya (timing tidak pas) sehingga dapat memotong kata
- Dilempar sesuatu oleh penonton, atau penghinaan
- Kekerasan verbal yang dapat menimbulkan permasalahan umum yang dapat mencoreng nama grup
- Plagiarisme antar seniman di indonesia

b. Matriks SWOT

Strenght & Opportunities	Strenght & Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Dengan meningkatkan keunikan icon tokoh dari grup hblador melalui media yang sedang trend/kekinian agar bisa lebih cepat terkenal dan bisa menjadikan kolaborasi antar seniman/komedian 	<ul style="list-style-type: none"> • Penguasaan panggung dan audiens agar lebih banyak orang yang tertarik lebih menikmati komedi. • Membuat penonton terbawa suasana seru dengan permainan kata dan chemistry antar pemain dari hblador agar lebih banyak orang yang tertarik untuk menonton
Weakness & Opportunities	Weakness & Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan informasi/ identitas visual agar menjadi daya Tarik masyarakat sunda ada rasa ingin tau dengan grup hblador dari segi seniman dan tradisionalnya • Mempelajari penggunaan Bahasa di setiap daerah agar eksplorasi panggung lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan originalitas/identitas grup lebih luas agar tidak ada plagiarisime materi maupun tokoh antar seniman. • Menarik generasi muda agar tertarik mempertahankan atau melanjutkan budaya lokal suku sunda yang turun temurun untuk mengurangi resiko punahnya budaya lokal bodoran sunda.

c. Segmentasi Target

- Geografis

Masyarakat yang tinggal di perkampungan dan perkotaan di sukabumi maupun di sekitarnya

- Demografis

Semua jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan dengan kategori usia minimal 15 sampai 50 tahun diutamakan kepada anak-anak sekolah dan mahasiswa/pemuda.

- Psikografis

Rasa antusias yang tinggi terhadap karya seni maupun kebudayaan tradisional dan Orang yang tidak mudah tersinggung.

- Teknografis

Mereka buat para pengguna internet seperti handphone, komputer yang lainnya dengan keseharian menonton video dan juga ketertarikan datang ke suatu tempat untuk menonton live.

d. Personifikasi Target



Gambar 3 : Photo sesi wawancara Fajar Naufal

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Fajar Naufal, merupakan seorang yang baru saja lulus kuliah di Bandung dengan jurusan Desain Komunikasi Visual, sebelumnya Fajar Naufal mahasiswa yang cukup aktif di dalam kampus maupun diluar kampus, dan saat ini dia bekerja di sebuah agensi di Kota Sukabumi, dia sekarang ini berusia 23 tahun dan berdomisili di Sukabumi.

Dia mengatakan cukup sering menonton video komedi di media digital maupun live dan memiliki selera humor yang cukup baik di tongkrongannya, dia juga bisa dibilang seseorang yang selalu menghidupkan sebuah tongkrongan dengan candaan. Fajar Naufal ini selalu update dengan acara-acara hiburan untuk menghibur dirinya sendiri maupun di aplikasikan ke orang lain, mengatakan sebuah komedi adalah hal yang bebas berekspresi, mereka bebas mengatakan hal apapun seperti isu sosial, politik dan lainnya yang dikemas sebagai hiburan, dan edukasi yang mudah dicerna dan dinikmati oleh masyarakat. Fajar Naufal ini juga memiliki rasa ingin tau yang dalam, seperti ia mencari materi keresahan di lingkungan sekitar, menurut Fajar komedi ini adalah salah satu seni yang tidak gampang dilakukan, kita harus tau timing jokes, penataan sebuah kata dan mimik atau ekspresi harus sinkron sehingga apa yang di bahas bisa nyampai ke orang disekitar, kita harus memiliki storytelling dan komunikasi yang baik, tidak hanya asal ngomong saja.

Selain itu Fajar Naufal juga adalah salah satu orang yang mengikuti budaya Sunda, karena dilingkungannya dan daerahnya masih erat dengan budaya Sunda, dia sering juga memainkan alat musik seperti Karinding dan selalu bertukar informasi dengan temannya mengenai budaya Sunda.

e. Consumer Insight

Needs

- Pelemparan materi kata (jokes) yang sesuai dengan respon penonton
- Edukasi tentang hal yang sakral dijadikan becanda
- Kekompakan antar personil
- Mendapatkan ilmu dalam setiap kata yang dilemparkan.

Wants

- Ingin mengetahui informasi tentang sketsa komedi • dapat menghibur semua orang
- hidup sejahtera
- menjadikan jokes di setiap tongkrongan

Fears

- Takut materi yang terlalu berlebihan/menyinggung.
- Hilangnya sketsa komedi karena terganti oleh standup komedi • Delivery komunikasi yang tidak sesuai
- Kekerasan verbal sehingga dapat menimbulkan permasalahan

Dreams

- Menghilangkan stress
- Kolaborasi antara komedian kelas atas
- Terkenal
- Menjadi orang terpandang dan dihormati orang lain.

Likes

- Hal-hal yang menghibur
- Jiwa humor yang baik
- Suka menonton hal yang lucu
- Sesuatu yang mudah di terima orang lain

f. Message Planning (Laswell Model)

Model komunikasi yang di gunakan adalah model komunikasi Lasswell yang bersifat satu arah artinya hanya komunikator yang aktif menyampaikan pesan. sementara komunikan digambarkan hanya menerima pesan dari komunikator tanpa memberi umpan balik.



Gambar 4 : Skema model komunikasi Lasswell

(Sumber : Dokumen Pribadi)



Komunitas Humor Sunda merupakan wadah untuk para komedian khususnya jawa barat yang bisa mengkoneksikan dengan para komedian kelas atas atau kolaborasi.



Dinas Kebudayaan dan Pariwisata jawa barat merupakan salah satu pihak yang memiliki kewenangan merencanakan dan melaksanakan terhadap pengembangan budaya di jawa barat, sehingga membuat icon budaya sunda masih bisa dinikmati oleh generasi sekarang.

Say What :

"Irama Calung Gembira, Canda Tawa Bodoran Sunda"

Melalui Brand Komunikasi Grup Hiblador bisa mempertahankan budaya bodoran sunda khususnya suku sunda atau jawa barat, diharapkan masyarakat sukabumi maupun jawa barat lebih aware terhadap budaya sunda sehingga bisa meneruskan dan dinikmati oleh generasi sekarang dan seterusnya.

To Whom :

Para remaja di sukabumi, bandung atau jawa barat dengan usia minimal 15 tahun berjenis kelamin laki laki dan perempuan, dengan keingin tahanan tentang budaya sunda dan orang orang yang humoris atau mempunyai bakat seni.

In Which Channel :

Melakukan perancangan brand Identitas yang meliputi segala kebutuhan grafis atau visual yang diperlukan oleh grup Hiblador untuk menjadi sebuah icon Grup maupun sukabumi, Meliputi Logo, Poster Merchandise, Banner, Sticker, dan Content media sosial.

With What Effect

Think

Target disuguhkan dengan konten yang menguatkan identitas visual Hiblador dengan keunikannya dan pengetahuan informasi mengenai Grup Hiblador.

Feel

Pada tahap ini target memiliki sudut pandang sendiri tentang Grup Hiblador yang mengedukasi dan kelucuan atau keunikannya sehingga memunculkan simpati dan rasa bangga pada budaya sunda

Do

Target datang ke penampilan panggung secara live yang digelar di salah satu daerah dengan mendukung, mera- maikan dan menikmati penampilan Hiblador.

g. Perancangan Media (Prototyping)

Tone & Manner



Konsep warna yang saya pakai dalam Grup dari Tradisional budaya jawa barat yang mempunyai warna yang khas dengan budaya sunda, terlihat dari beberapa panggung para personil Hiblador lebih sering menggunakan kostum yang lebih dominan ke warna yang saya pakai. Dengan sedikit kombinasi pastel dan lebih soft agar lebih terlihat vintage dan sedikit tambahan ala ala modern, sama halnya Grup Hiblador adalah grup yang lumayan lama, sehingga tidak menghilangkan karakter dari zaman ke zaman, dengan penggabungan itu warna menjadi perangkat yang ikonik dan dapat memicu emosional dan membangkitkan grup Hiblador tersebut.

Key Visual

“Playfull & Fun”

Main Typeface

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz 1234567890

Default Typeface

Roboto

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890**

**Thin / ItalicLight / Italic Book / Italic Regular / Italic Medium / Italic Semi Bold
/ Italic Bold / Italic Black / Italic**

Logo



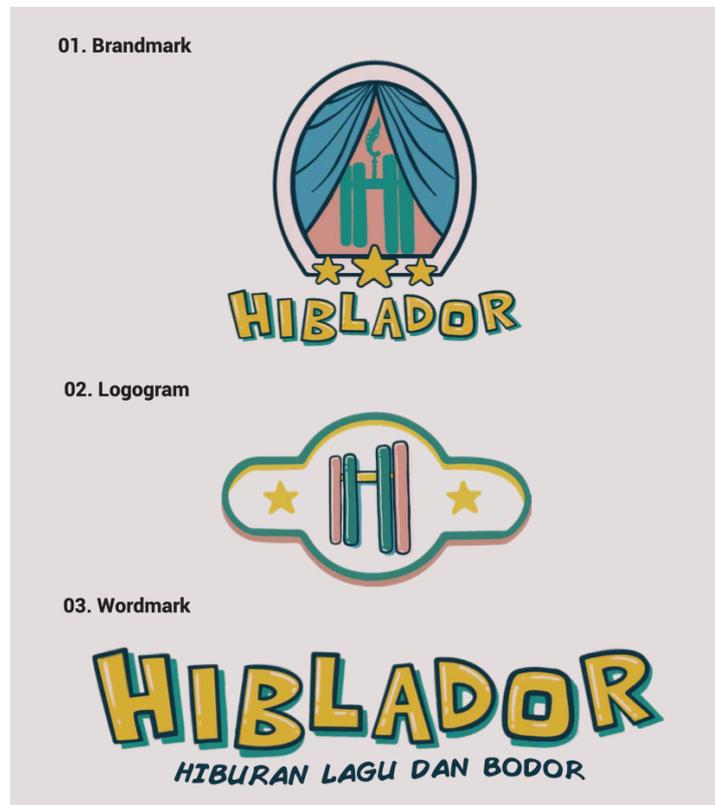
Gambar 4 : Logo Hiblador

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Logo Identitas Grup Calung HIBLADOR ini diambil dari sebuah simbol dari logo jawa barat yang berbentuk opal, dan saya menambahkan sebuah tirai panggung untuk menambahkan sebuah karakter dari grup hiblador saat pementasannya, lalu siluet alat musik tradisional calung agar menambahkan ciri khas dari grup Hiblador, dan juga sebuah visual juga font yang playfull yang bisa ingin lebih dekat dengan penonton atau target audiens seperti halnya

semangat dalam pertunjukan seni bodoran dan juga selaras dengan penampilan grup Hiblador ala ala tradisional.

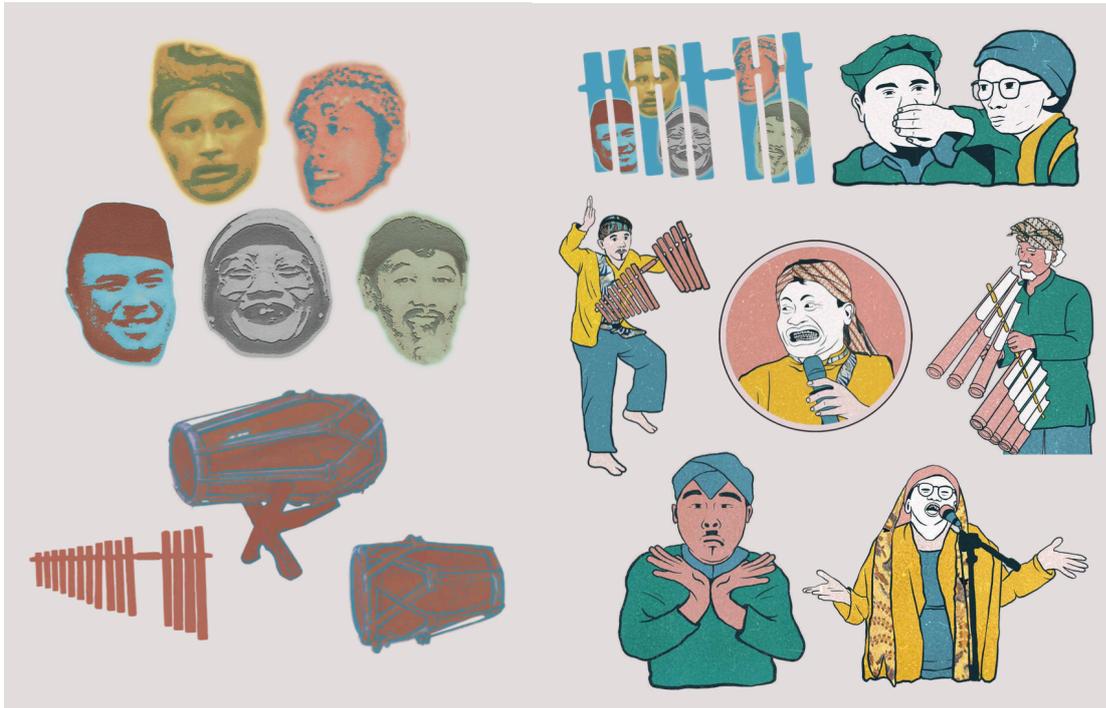
Variant Logo



Gambar 5 : Variant logo
(Sumber : Dokumen Pribadi)

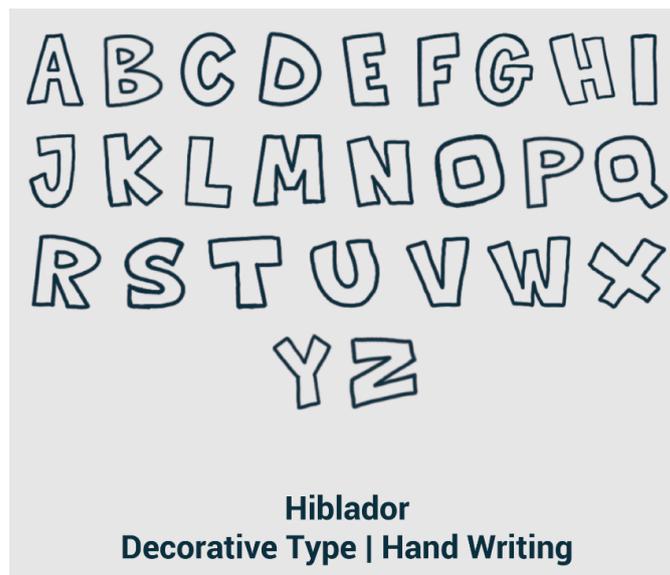
Variant logo ini berfungsi sebagai bentuk variasi yang kemudian di sesuaikan dengan kebutuhan desain atau layouting pada media yang akan di gunakan.

Visual Asset



Gambar 6 : Visual Asset
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Custom Type Hiblador



Gambar 6 : Custom Type Hiblador
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Typography Hiblador Terbentuk dari Implementasi gaya yang modern playfull dan dekoratif untuk menampilkan sebuah identitas yang menarik perhatian target audiens. Setiap garis dan bentuk dari font ini mengartikan karakter yang selalu berbahagia dan selalu ingin membuat semua orang terhibur dan bersenang senang dan juga memperlihatkan tidak ada batasan untuk berekspresi kemudian dibumbui dengan warna dengan pesan keberagaman budaya sunda di jawabarat.

Kombinasi Warna

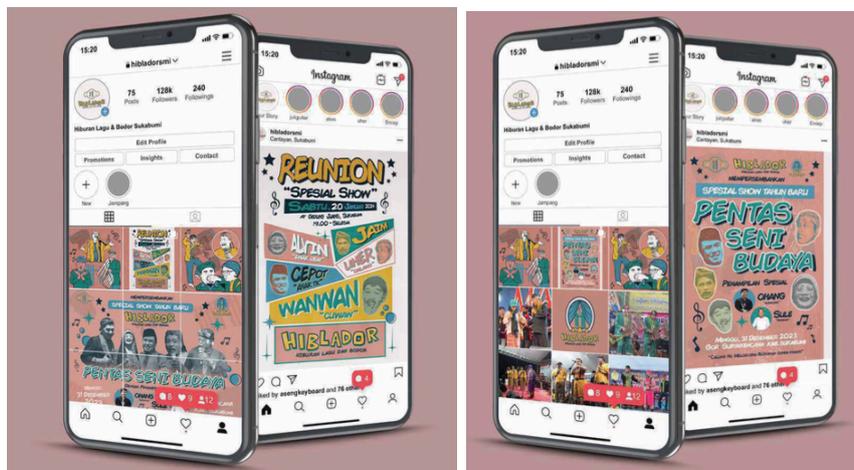


Gambar 7 : Variasi Custom Type Hiblador

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Media Aplikasi

a. Social Media Konten



Gambar 8 : Media Social Konten

(Sumber : Dokumen Pribadi)

b. Poster



Gambar 9 : Poster
(Sumber : Dokumen Pribadi)

c. T-Shirt



Gambar 10 : Tshirt
(Sumber : Dokumen Pribadi)

d. Stationary Set



Gambar 11 : Stationary Set
(Sumber : Dokumen Pribadi)

e. Banner



Gambar 12 : Banner
(Sumber : Dokumen Pribadi)

f. Backdrop Panggung



Gambar 13 : Backdrop Panggung
(Sumber : Dokumen Pribadi)

g. Van Car



Gambar 14 : Van
(Sumber : Dokumen Pribadi)

h. Kartu Nama



Gambar 15 : Kartu Nama
(Sumber : Dokumen Pribadi)

i. Hand Tag



Gambar 16 : Hang Tag
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 17 : Guide Standar Manual, Merchandise, Sticker
 (Sumber : Dokumen Pribadi)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari analisis data yang telah di peroleh pada perancangan Brand identitas Grup Calung Hiblador dapat di simpulkan bahwasannya logo yang telah di buat oleh Hiblador sebelumnya belum cukup mampu mencerminkan atas apa yang target audience persepsikan. dengan di rancang sebuah visual identity yang baru yang selaras dengan persona dan juga keinginan para target audience yang di tuju di harapkan dapat mendobrak sekaligus memperkuat dari persona Grup Hiblador yang ramah dan sederhana sesuai dengan semangat atas Budaya Tradisional Sunda itu sendiri. beragam media pendukung di ciptakan agar dapat mendukung dan juga sebagai media pengenalan atas karya perancangan yang telah di buat agar target audience yang di tuju dapat langsung mengenali akan Grup Hiblador itu sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas bantuannya saya dapat menyelesaikan jurnal ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual yang saya tempuh di Institut Teknologi Nasional Bandung. Saya menyadari tanpa berbagai bantuan pihak mungki akan cukup sulit untuk saya dapat menyelesaikan karya tulis jurnal ini, maka dari itu saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Wanwan Juanda dan Ipa Ripani selaku orang tua saya yang selalu mendukung penuh atas mimpi dan cita cita anaknya.
2. Drs. Agus Rahmat Mulyana yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir perancangan tugas akhir ini.
3. Seluruh personil hiblador dan terutama kepada Wanwan Juanda selaku ayah saya sendiri dan juga founder dari Grup Calung Hiblador, yang selalu mensupport baik secara materi dan imateri dalam perancangan Grup Hiblador
4. Seluruh teman satu permainan di DKV ITENAS yang telah banyak membantu memberikan berbagai macam referensi dan pertemanan yang baik.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Anonim. (2012). Bobodoran Sunda. Diperoleh 16 Oktober 2014,dari:
<http://tanahair.kompas.com/read/2012/09/10/15401781/Bobodor-an.Sunda>.
- [2] Ekajati, Edi. (1995). Kebudayaan Sunda. Jakarta Timur: Pustaka Jaya. [3] Tim Brown. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation [4] Journal Sketsa UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA. (2014).
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/sketsa/article/view/419>
- [5]<https://www.logique.co.id/blog/2021/01/07/pengertian-de-sign-thinking/>
- [6] Tim Brown. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation
- [7] http://repository.upi.edu/17548/7/S_SOS_1101548_Chapter1.pdf
- [8] "Design Thinking: Pengertian, Tahapan, dan Contoh Penerapannya".
<https://www.gramedia.com/>.
- Diakses 26 September 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/de-sign-thinking/>.
- [9] Asni Ovier Selasa, 10 April 2018 <https://www.beritasatu.com/nasion->
- [10] Gimbel, Steven. Isn't That Clever: A Philosophical Account of Humor and Comedy. Routledge, 2018 [11].<https://www.kai.or.id/wp-content/uploads/2020/06/S-YARAT-DAN-KETENTUAN-STAND-UP-COMEDY-CONTEST.pdf>