

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelestarian dan pengembangan budaya memerlukan wadah sebagai sarana implementasi nilai-nilai budaya dalam kehidupan masyarakat (Sari & Pramono, 2021). Salah satu bentuk wadah tersebut berupa sanggar seni yang berperan sebagai tempat berkegiatan seni, media pelestarian budaya lokal, penguatan identitas daerah (Putro & Yuliadi, 2022). Melalui berbagai aktivitas yang dilakukan, sanggar seni menjadi sarana pewarisan nilai-nilai tradisi kepada generasi muda sekaligus merepresentasikan karakter budaya yang menjadi ciri khas suatu daerah (Putriani et al., 2024). Peran strategis tersebut menunjukkan kontribusi penting sanggar seni dalam menjaga keberlanjutan budaya di tengah perkembangan zaman. Perkembangan sanggar seni di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pengelolaan informasi dan promosi kepada masyarakat (Mailani et al., 2024). Banyak sanggar memiliki potensi besar, belum mampu menjangkau audiens secara luas akibat keterbatasan pemanfaatan media digital serta pengelolaan promosi yang belum optimal (Pratama & Hidayat, 2023).

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan pola penyebaran informasi dengan masyarakat yang lebih banyak mengakses informasi melalui media digital (Hidayat & Pratama, 2023). Kondisi ini menuntut sanggar seni menyesuaikan cara penyampaian informasi agar lebih menarik, mudah diakses, relevan dengan kebutuhan audiens. Keterbatasan dalam pengelolaan media dan strategi promosi menyebabkan informasi mengenai aktivitas dan potensi sanggar sering belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat (Nugroho et al., 2022). Dalam konteks pengembangan, peran sanggar mencakup ruang edukasi nonformal yang berkontribusi dalam proses pembelajaran dan pewarisan budaya kepada masyarakat (Murcahyanto, 2023). Melalui kegiatan berbasis praktik, sanggar seni menanamkan nilai-nilai budaya sekaligus

mengembangkan keterampilan peserta didik secara berkelanjutan (Safitri et al., 2025). Peran strategis tersebut belum sepenuhnya didukung oleh pengelolaan informasi dan promosi yang efektif, potensi sanggar dalam membangun keterhubungan dengan masyarakat serta memperkuat eksistensi masih belum optimal.

Kota Semarang memiliki karakter sosial dan budaya yang beragam serta potensi besar dalam pengembangan sektor seni dan budaya (Portal Data Jawa Tengah, 2022). Keberagaman budaya terlihat melalui berbagai aktivitas seni seperti pertunjukan wayang, campur sari, dan tari tradisional yang masih aktif diselenggarakan di ruang publik, salah satunya kawasan Taman Srigunting (Aprininta E. B., 2023). Potensi tersebut didukung oleh keberadaan komunitas dan sanggar seni yang berperan dalam pelestarian budaya lokal (Rahayu et al., 2025). Jumlah sanggar kesenian tradisional di Kota Semarang tergolong cukup tinggi, menunjukkan berkembangnya ekosistem seni budaya melalui berbagai lembaga dan komunitas seni aktif. Kondisi tersebut mencerminkan tingginya minat dan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan seni budaya, baik sebagai pelaku maupun penikmat seni. Berdasarkan data Portal Data Jawa Tengah (2022), sanggar kesenian di Kota Semarang tersebar pada bidang seni tari, karawitan, pedalangan, seni rupa, dan seni pertunjukan lainnya. Data tersebut menunjukkan sektor seni tari memiliki jumlah sanggar paling banyak dibandingkan bidang kesenian lainnya.

Tabel 1. 1 Data sanggar kesenian tradisional Kota Semarang 2022

No	Kelompok Seni Tradisional	Jumlah sanggar Kesenian
1	Seni Tari	40
2	Seni Karawitan	13
3	Seni Pedalangan	10
4	Seni Rupa	4
5	Seni Pertunjukan Lain	11

(Sumber: Portal Data Jawa Tengah)

Menjembatani kesenjangan antara potensi dan eksistensi sanggar seni di Kota Semarang, keberadaan Sanggar Tari Juju merepresentasikan upaya pelestarian dan pengembangan seni tari berbasis masyarakat. Sanggar seni memiliki fungsi strategis sebagai ruang transmisi budaya dari generasi sebelumnya kepada generasi muda sebagai pewaris budaya (Koentjaraningrat, 2015). Berdasarkan data Portal Data Jawa Tengah (2022), Kota Semarang memiliki berbagai sanggar kesenian pada bidang seni tari, karawitan, pedalangan, seni rupa, dan seni pertunjukan lainnya. Kondisi tersebut menempatkan sanggar seni sebagai aktor penting dalam menjaga keberlanjutan nilai-nilai tradisional di tengah perkembangan budaya global. Sanggar Tari Juju berdiri pada tahun 2019 di Desa Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Desa Kandri dikenal sebagai kawasan desa wisata berbasis budaya yang masih mempertahankan tradisi lokal seperti Nyadran Kali dan Festival Obang-Abing sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Sanggar Tari Juju menjadi satu-satunya sanggar tari yang aktif di wilayah tersebut, sehingga berfungsi sebagai pusat pembinaan seni tari sekaligus representasi budaya lokal di lingkungan masyarakat. Keberadaan sanggar di kawasan desa wisata memperkuat fungsi edukatif dan atraktif dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis budaya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Kondisi tersebut mendorong pendiri membangun wadah pembinaan generasi muda melalui pendekatan adaptif, khususnya dalam menghadapi perkembangan budaya populer seperti *K-Pop* dan tari modern.

Sanggar Tari Juju menyelenggarakan program pelatihan tari dengan sistem pembelajaran terstruktur menyerupai manajemen pembelajaran formal. Kelas dibagi berdasarkan kelompok usia dan tingkat kemampuan peserta. Sanggar Tari Juju membina sekitar 140 peserta yang terdiri dari kelas pendidikan anak usia dini (PAUD), sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), kelas dewasa,

serta kelas lanjutan. Kurikulum pembelajaran menggunakan sistem semester yang dimulai pada bulan Juni. Kegiatan latihan rutin dilaksanakan setiap hari Minggu dengan durasi satu jam per sesi latihan. Evaluasi pembelajaran dilakukan secara berkala melalui ujian tengah semester setiap tiga bulan dan pagelaran akhir semester setiap enam bulan. Penilaian mencakup aspek daya ingat, teknik gerak, serta unsur estetika tari berupa wiraga, wirama, dan wirasa. Materi pembelajaran meliputi tari tradisional Jawa, tari nusantara, dan tari mancanegara sebagai upaya memperluas wawasan budaya peserta sekaligus memperkuat identitas lokal dalam konteks perkembangan budaya modern (Safitri et al., 2025). Penanaman nilai karakter menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran, meliputi nasionalisme, toleransi, kerukunan, kedisiplinan, dan kepercayaan diri. Penguatan kompetensi peserta juga didukung melalui pelatihan tambahan berupa tata rias tari, penggunaan kostum secara mandiri, serta kemampuan *public speaking*. Kompetensi tersebut relevan dengan kebutuhan profesionalisme seni pertunjukan yang menekankan kesiapan teknis dan nonteknis (Murcahyanto, 2023).

Tabel 1.2 Jumlah peserta didik Sanggar Tari Juju tahun 2026

No	Kelas	Jumlah Peserta
1	Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)	13
2	Sekolah Dasar (SD)	45
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	32
4	Sekolah Menengah Atas (SMA)	25
5	Kelas Dewasa	5
6	Kelas Lanjutan	20
Total		140

(Sumber: Olah data peneliti)

Sanggar Tari Juju aktif membina sekitar 140 peserta dan terlibat dalam berbagai kegiatan pertunjukan seni. Partisipasi kegiatan meliputi peringatan Hari Tari Dunia, kolaborasi dengan Yayasan Kanker Indonesia

Kota Semarang, kegiatan penyambutan tamu instansi, serta keterlibatan dalam aktivitas budaya Desa Kandri berdasarkan hasil wawancara pengelola Sanggar Tari Juju. Sanggar turut memperkenalkan seni tari tradisional kepada wisatawan sebagai bagian dari atraksi budaya desa wisata. Kegiatan tersebut menunjukkan peran sanggar dalam pelestarian budaya sekaligus pengembangan potensi seni berbasis masyarakat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Pengembangan kompetensi peserta tidak hanya difokuskan pada kemampuan menari, tetapi juga pengalaman tampil, kerja sama tim, disiplin, serta kepercayaan diri melalui berbagai kegiatan pertunjukan dan lomba seni (Safitri et al., 2025). Alumni yang telah memiliki kompetensi tertentu direkrut sebagai pelatih untuk mengajar kelas pemula tingkat PAUD hingga SD di bawah pengawasan pimpinan sanggar berdasarkan data internal Sanggar Tari Juju.

Sanggar juga menetapkan standar kualifikasi pelatih berasal dari lulusan seni tari atau sedang menempuh pendidikan bidang seni tari sebagai upaya menjaga kualitas pembelajaran dan profesionalitas sanggar (Murcahyanto, 2023). Peran pelestarian budaya diwujudkan melalui keterlibatan dalam tradisi masyarakat, salah satunya pertunjukan Tari Matirto Suci Dewi Kandri pada tradisi Nyadran Kali. Tari Matirto Suci Dewi Kandri dipersembahkan oleh sembilan pasang penari putra dan putri dengan syarat penari berstatus lajang atau belum menikah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik sanggar, selain merepresentasikan Desa Kandri, Tari Matirto Suci mengandung pesan tentang kesetaraan gender dalam seni tari. Stereotip yang memandang penari didominasi oleh perempuan dan gerakan gemulai, dipatahkan melalui penampilan penari laki-laki yang menampilkan gerakan gagah dan kuat dalam tarian tersebut. Tarian yang dipertunjukan dan dipelajari di Sanggar Tari Juju membuka ruang eksplorasi dalam penciptaan karya baru. Sanggar Tari Juju

menghasilkan karya tari ciptaan sendiri, seperti Tari Obang Abing, Tari Sampah Serapah, dan Tari Pasar Gunungpati.

Upaya penciptaan karya turut didukung oleh penyediaan layanan yang menunjang kebutuhan seni tari. Layanan pendukung seperti penyewaan busana tari bagi masyarakat turut disediakan sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya. Konsistensi dalam pengembangan karya dan aktivitas pertunjukan, pada akhirnya berdampak pada capaian prestasi yang diraih oleh sanggar. Berbagai prestasi telah diraih oleh Sanggar Tari Juju, di antaranya juara tiga pada tingkat nasional, juara satu, juara dua, juara tiga, dan juara harapan di tingkat kota. Prestasi-prestasi yang diraih Sanggar Tari Juju menunjukkan eksistensi dan kontribusi sanggar dalam pengembangan seni tari di Kota Semarang. Tarian tersebut merepresentasikan nilai spiritual masyarakat terhadap sumber mata air sebagai sumber kehidupan (Syifani & Utina, 2025). Karya tari lain yang dihasilkan meliputi Tari Obang Abing, Tari Sampah Serapah, dan Tari Pasar Gunungpati. Produksi karya menunjukkan adanya eksplorasi kreatif berbasis kearifan lokal. Layanan pendukung berupa penyewaan busana tari juga disediakan sebagai bagian dari aktivitas ekonomi kreatif berbasis seni. Konsistensi dalam pembinaan dan aktivitas pertunjukan menghasilkan capaian prestasi pada tingkat kota dan nasional. Meskipun memiliki berbagai aktivitas, prestasi, dan potensi yang baik, citra Sanggar Tari Juju di masyarakat belum terbentuk secara optimal. Masyarakat lebih mengenal kegiatan yang dilakukan dibandingkan identitas sanggar itu sendiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *brand image* Sanggar Tari Juju belum terbangun secara kuat karena belum didukung oleh *brand identity* yang mampu merepresentasikan karakter, nilai, dan profesionalitas sanggar secara konsisten.

Pencapaian tersebut menunjukkan kualitas dan potensi Sanggar Tari Juju dalam pengembangan seni tari. Tingkat visibilitas dan pengenalan masyarakat terhadap Sanggar Tari Juju belum sebanding dengan aktivitas

dan capaian yang dimiliki. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pengelola, kegiatan promosi masih terbatas pada komunikasi dari mulut ke mulut, penggunaan media sosial belum konsisten, serta belum tersedia identitas visual yang terstruktur dan representatif. Kondisi tersebut menyebabkan pengenalan masyarakat terhadap sanggar belum optimal. *Brand image* merupakan persepsi yang terbentuk di benak masyarakat berdasarkan pengalaman, informasi, dan identitas visual yang diterima secara berulang. *Brand image* yang positif membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkuat pengenalan, membedakan sanggar dari kompetitor. Kondisi Sanggar Tari Juju menunjukkan bahwa persepsi tersebut belum terbentuk secara maksimal karena identitas visual yang digunakan belum konsisten dan belum mampu merepresentasikan karakter sanggar secara utuh.

Kesenjangan antara potensi internal dan persepsi publik menunjukkan pentingnya pengelolaan identitas visual sebagai bagian dari strategi komunikasi sanggar. Identitas visual berperan dalam merepresentasikan nilai, karakter, serta diferensiasi sanggar di tengah persaingan (Putri & Maharani, 2023). Persaingan antar sanggar seni di Kota Semarang juga menunjukkan kebutuhan akan strategi komunikasi yang terencana melalui penguatan *brand identity* dan konsistensi media promosi. Beberapa sanggar tari di Kota Semarang telah memiliki positioning dan pengelolaan media yang lebih aktif sehingga lebih dikenal masyarakat. Analisis terhadap kompetitor menjadi penting untuk mengidentifikasi posisi Sanggar Tari Juju di tengah persaingan, melihat peluang dalam penguatan identitas merek yang lebih strategis. Analisis dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang keunggulan dan kelemahan Sanggar Tari Juju dibandingkan dengan lembaga pesaing. Hasil riset kompetitor disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. 3 Analisis Kompetitor Sanggar Tari di Kota Semarang

No	Nama Sanggar	Fokus Kegiatan	Segmentasi Peserta	Kekuatan	Kelemahan
1	Sanggar Sabo Karti	Pembinaan seni tari dan pertunjukkan budaya	Anak-anak & remaja	Pengelolaan media promosi lebih aktif, dokumentasi visual cukup baik	fokus identitas lokal belum spesifik
2	Sanggar Ngesti Pandowo	Seni pertunjukkan tradisional (wayang orang & tari)	Remaja & dewasa	Memiliki nilai historis dan budaya kuat	Kurang menarik bagi generasi muda
3	Sanggar Raras Budaya	Tari tradisional & kreasi	Anak-anak hingga remaja	Variasi repertoar cukup beragam	Branding belum kuat
4	Sanggar Tari Juju	Tari tradisional, nusantara & kontemporer	PAUD hingga dewasa	Program terstruktur, peserta ± 140 , aktif <i>event</i>	Promosi masih <i>word of mouth</i>

(Sumber: olah data peneliti)

Identitas sanggar yang mencakup nilai, karakter, keunikan yang dimiliki belum terkomunikasikan secara konsisten kepada masyarakat melalui media visual maupun media digital. Identitas yang kuat dan terstruktur berperan penting dalam membangun daya tarik, memperkuat posisi sanggar di tengah persaingan industri seni. Dalam konteks persaingan industri seni tari di Kota Semarang, keberadaan sanggar seni berada dalam dinamika kompetisi antar lembaga dengan fokus pada pelatihan dan pertunjukan tari. Beberapa sanggar tari di Kota Semarang telah memiliki identitas yang kuat, dikenal oleh masyarakat melalui karakteristik program, gaya pertunjukan, pengelolaan media promosi yang lebih aktif. Keberadaan kompetitor menunjukkan bahwa setiap sanggar dituntut memiliki kualitas pembelajaran yang baik, kemampuan membangun identitas, citra yang membedakan dari sanggar lain. Beberapa

sanggar tari di Kota Semarang dapat dikategorikan sebagai kompetitor Sanggar Tari Juju, merupakan sanggar dengan fokus pada pelatihan tari tradisional, aktif dalam pertunjukan, memiliki visibilitas yang cukup baik di masyarakat. Perbedaan dalam pengelolaan program, segmentasi peserta, strategi promosi menjadi faktor yang memengaruhi tingkat eksistensi masing-masing sanggar. Keberhasilan kompetitor dalam membangun identitas visual menunjukkan bahwa *brand identity* berpengaruh terhadap pembentukan *brand image*. Logo yang konsisten, penggunaan elemen visual yang seragam, pengelolaan media komunikasi yang baik membantu masyarakat mengenali dan mengingat suatu sanggar. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang membedakan posisi Sanggar Tari Juju dengan kompetitor.

Berdasarkan hasil analisis terhadap kompetitor pada segmen sanggar seni tari di Kota Semarang, diketahui sebagian besar sanggar telah memanfaatkan media digital sebagai sarana utama dalam membangun visibilitas serta memperluas jangkauan audiens. Informasi mengenai profil sanggar, program pelatihan, jadwal kegiatan, prestasi, dokumentasi pertunjukan disajikan secara terstruktur melalui berbagai platform digital seperti media sosial dan situs web resmi. Pengelolaan informasi yang sistematis memungkinkan sanggar menjangkau berbagai pemangku kepentingan meliputi pemerintah, institusi pendidikan, orang tua peserta, komunitas seni, mitra kerja sama. Konsistensi dalam penyajian konten berperan dalam membentuk citra profesional, memperkuat identitas sanggar di mata publik. Sanggar Tari Juju sebagai salah satu pelaku pelestarian seni tari tradisional masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan media dan distribusi informasi secara mandiri melalui kanal digital. Kegiatan promosi masih didominasi komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dokumentasi belum terkelola secara optimal, informasi mengenai aktivitas, program, capaian sanggar belum tersampaikan secara luas kepada masyarakat. Keterbatasan sumber daya

manusia dalam pengelolaan komunikasi, belum optimalnya pemanfaatan platform digital, rendahnya intensitas publikasi menjadi faktor yang berkontribusi terhadap belum maksimalnya tingkat brand identity Sanggar Tari Juju di kalangan masyarakat (Murni et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan kesenjangan antara potensi internal dengan tingkat pengenalan publik, diperlukan strategi pengelolaan identitas dan komunikasi yang lebih terstruktur guna memperkuat eksistensi serta citra sanggar di tengah persaingan industri seni tari yang semakin kompetitif. Pemahaman kondisi secara komprehensif memerlukan analisis yang mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan serta pengembangan Sanggar Tari Juju. Perkembangan teknologi digital, meningkatnya persaingan antar sanggar seni menunjukkan perubahan signifikan dalam pola promosi, penyebaran informasi, pengelolaan sanggar seni, media digital menjadi sarana utama dalam membangun visibilitas dan keterlibatan publik (Hidayat & Pratama, 2023; Nugroho et al., 2022).

Kondisi eksisting Sanggar Tari Juju menunjukkan permasalahan pada aspek identitas visual sebagai bagian penting sistem komunikasi sanggar. Ketiadaan logo profesional, belum tersedianya pedoman identitas visual, ketidakkonsistenan penggunaan elemen visual menyebabkan pemanfaatan media digital belum optimal serta diferensiasi sanggar belum terbentuk secara kuat di tengah persaingan sanggar seni Kota Semarang (Putri & Maharani, 2023). Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya konsistensi visual, kurang optimalnya penyampaian informasi, belum terbentuknya identitas sanggar yang representatif di masyarakat (Kusuma & Andriani, 2022). Perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju melalui pengembangan logo dilakukan sebagai solusi atas permasalahan identitas visual yang belum terstruktur. Perancangan menghasilkan logo profesional beserta *brand guideline book* sebagai pedoman penerapan identitas visual secara konsisten pada berbagai media komunikasi. Melalui identitas visual

yang kuat dan konsisten tersebut, diharapkan terbentuk brand image yang positif sehingga Sanggar Tari Juju lebih mudah dikenali masyarakat, memiliki citra yang profesional, serta mampu memperkuat posisinya sebagai sanggar seni yang berperan dalam pelestarian budaya di Kota Semarang.

Tabel 1. 4 Analisis SWOT Sanggar Tari Juju

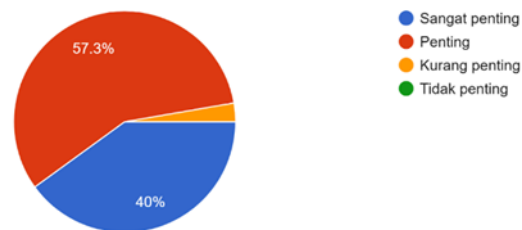
<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
- Nilai budaya kuat sebagai dasar identitas merek. - Program pelatihan terstruktur (citra profesional). - Aktif dalam kegiatan budaya (eksposur tinggi)	- Belum memiliki logo dan brand guideline yang konsisten. - Pengelolaan media digital belum terstruktur. - <i>Brand awareness</i> dan <i>brand recall</i> masih rendah.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
- Tren penggunaan media digital meningkat. - Dukungan pemerintah terhadap budaya. - Peluang kolaborasi event & pariwisata.	- Persaingan sanggar dengan branding kuat. - Dominasi budaya populer modern. - Keterbatasan jangkauan informasi menurunkan daya saing.

(Sumber: Oleh data peneliti)

Perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden sesuai target audiens sanggar. Kuesioner bertujuan mengidentifikasi tingkat pengenalan masyarakat terhadap Sanggar Tari Juju, memahami persepsi responden terhadap elemen identitas seperti logo, tampilan visual, konsistensi penyampaian informasi. Kuesioner digunakan untuk mengukur tingkat *brand identity*, *brand recall* masyarakat terhadap sanggar sebagai dasar perancangan identitas visual yang lebih kuat, konsisten, mudah diingat. Data hasil kuesioner telah dibagikan pada tanggal 11 Maret 2026 dengan karakteristik responden pelajar SMP, SMA dan orang tua. Hasil diharapkan menjadi landasan dalam perancangan desain logo, *brand guideline book*.

Seberapa penting sebuah sanggar tari memiliki brand identity yang jelas (logo, warna, dan tampilan visual yang konsisten)?

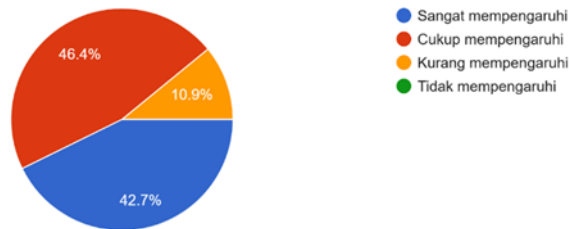
110 responses



Gambar 1. 1 Survei pra produksi *Brand Identity* Sanggar Tari Juju
(Sumber: Olah data peneliti)

Data hasil kuesioner melalui *Google Form* yang dibagikan secara daring pada tanggal 11 Maret 2026 pukul 08.20 WIB hingga 17 Maret 2026 pukul 09.00 WIB kepada 110 responden dengan karakteristik pelajar SMP, SMA, dan orang tua menunjukkan persepsi positif terhadap pentingnya *brand identity* pada sanggar tari. Sebanyak 57,3% responden menyatakan *brand identity* merupakan hal penting, 40% responden menyatakan sangat penting, sedangkan sebagian kecil responden menyatakan kurang penting dan hampir tidak ada responden menyatakan tidak penting. Hasil tersebut menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya identitas visual yang jelas dan konsisten melalui penggunaan logo, warna, tipografi, serta tampilan visual sanggar. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Putri dan Maharani (2023) yang menyatakan *brand identity* berperan penting dalam membangun pengenalan, profesionalitas, dan diferensiasi sanggar di mata publik. Penelitian Kusuma dan Andriani (2022) juga menjelaskan bahwa konsistensi identitas visual mampu meningkatkan efektivitas komunikasi sanggar melalui media visual dan media digital.

Ketika melihat identitas visual sebuah sanggar tari (seperti logo atau tampilan media sosial), apakah hal tersebut mempengaruhi kesan pertama Anda terhadap sanggar tersebut?
110 responses

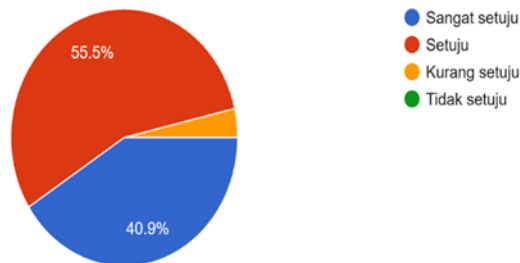


Gambar 1. 2 Survei pra produksi Identitas Visual Sanggar Tari Juju
(Sumber: Olah data peneliti)

Aspek pengaruh identitas visual terhadap kesan pertama menunjukkan persepsi responden yang cenderung positif. Sebanyak 46,4% responden menyatakan identitas visual cukup memengaruhi kesan pertama, 42,7% responden menyatakan sangat memengaruhi, sedangkan 10,9% responden menyatakan kurang memengaruhi. Tidak terdapat responden yang menyatakan identitas visual tidak memengaruhi kesan pertama. Hasil tersebut menunjukkan elemen visual seperti logo, warna, serta tampilan media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi awal masyarakat terhadap suatu sanggar tari. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Hidayat dan Pratama (2023) yang menyatakan identitas visual berfungsi sebagai elemen komunikasi visual dalam membangun persepsi dan pengenalan sanggar. Penelitian Putri dan Maharani (2023) juga menjelaskan bahwa konsistensi tampilan visual mampu memperkuat citra dan profesionalitas sanggar di mata publik.

Jika sebuah sanggar tari memiliki brand identity yang konsisten (logo, warna, dan tampilan visual yang seragam), apakah hal tersebut membuat sanggar terlihat lebih profesional?

110 responses



Gambar 1. 3 Survei pra produksi Jika Sanggar Tari Juju Memiliki *Brand Identity* Profesional
(Sumber: Olah data peneliti)

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat menilai identitas visual yang konsisten memberikan kesan lebih profesional dan mudah dikenali. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *brand identity* berkontribusi terhadap pembentukan *brand image*. Semakin baik identitas visual yang dimiliki suatu organisasi, semakin positif pula persepsi masyarakat terhadap organisasi tersebut. konsistensi *brand identity* berpengaruh terhadap tingkat profesionalitas sanggar tari. Sebanyak 55,5% responden menyatakan setuju, 40,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa identitas visual yang konsisten membuat sanggar terlihat lebih profesional. Sebagian kecil responden menyatakan kurang setuju, tidak terdapat responden yang menyatakan tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan konsistensi penggunaan elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan desain media menjadi faktor penting dalam membangun profesionalitas sanggar di mata masyarakat. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Kusuma dan Andriani (2022) yang menyatakan konsistensi identitas visual berpengaruh terhadap kredibilitas dan efektivitas komunikasi sanggar. Penelitian Putri dan Maharani (2023) juga menjelaskan bahwa penerapan *brand identity* secara konsisten mampu memperkuat citra dan profesionalitas sanggar secara berkelanjutan.

Sanggar Tari Juju memiliki potensi besar dari segi program, prestasi, aktivitas budaya, pengelolaan identitas visual serta media komunikasi belum optimal menyebabkan tingkat pengenalan masyarakat terhadap sanggar masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan kesenjangan antara potensi internal dengan tingkat pengenalan publik. Diperlukan perancangan *brand identity* yang tidak hanya berfokus pada aspek visual, didasarkan pada pemahaman terhadap audiens. Untuk mendukung proses tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada khalayak sebagai upaya pengumpulan data. Penerimaan khalayak terhadap pengisian kuesioner menunjukkan respons yang baik, ditandai partisipasi sebanyak 110 responden yang bersedia mengisi kuesioner. Hal ini mencerminkan keterbukaan, ketertarikan khalayak terhadap topik yang diangkat, data yang diperoleh dinilai relevan sebagai dasar dalam proses perancangan.

Pengumpulan data melalui kuesioner berfungsi sebagai dasar identifikasi persepsi masyarakat terhadap pentingnya *brand identity* pada sanggar tari. Data responden digunakan untuk mengetahui pandangan audiens mengenai pengaruh identitas visual terhadap profesionalitas, kesan pertama, serta pengenalan sanggar. Hasil kuesioner tersebut menjadi landasan dalam perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju agar sesuai dengan kebutuhan audiens, mendukung konsistensi komunikasi visual, serta memperkuat identitas sanggar di masyarakat (Putri & Maharani, 2023; Kusuma & Andriani, 2022).



Gambar 1. 4 Logo lama Sanggar Tari Juju
(Sumber: <https://www.instagram.com/sanggartarijuju/>)

Perancangan *brand identity* Sanggar Tari Juju dilatarbelakangi kondisi identitas visual sanggar yang belum terstruktur dan konsisten. Berdasarkan hasil observasi, Sanggar Tari Juju telah menggunakan logo berupa ilustrasi figur penari dengan warna kontras sebagai representasi unsur seni tari. Logo tersebut belum menunjukkan sistem identitas visual yang jelas, belum memiliki standar penggunaan visual, belum didukung pedoman penerapan identitas visual pada media komunikasi. Kondisi tersebut menyebabkan identitas visual sanggar belum merepresentasikan karakter, nilai, profesionalitas sanggar secara optimal. Kondisi tersebut tidak hanya memengaruhi konsistensi identitas visual, tetapi juga berdampak terhadap pembentukan *brand image* Sanggar Tari Juju di mata masyarakat. *Brand image* merupakan persepsi, kesan, dan penilaian yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap suatu organisasi berdasarkan pengalaman maupun komunikasi yang diterima. Ketika identitas visual tidak konsisten dan belum mampu merepresentasikan karakter organisasi secara jelas, masyarakat akan lebih sulit mengenali, mengingat, maupun membangun persepsi positif terhadap sanggar. Sebaliknya, identitas visual yang dirancang secara profesional dan diterapkan secara konsisten mampu memperkuat *brand image* sehingga Sanggar Tari Juju dipersepsikan sebagai sanggar seni yang kredibel, profesional, dan memiliki karakter budaya yang kuat (Kotler & Keller, 2016; Aaker, 1996). Berdasarkan

kondisi tersebut, perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo dan penyusunan *brand guideline book* menjadi langkah strategis untuk membangun identitas visual yang konsisten. Identitas visual yang kuat diharapkan mampu meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap Sanggar Tari Juju, membentuk persepsi positif, serta memperkuat *brand image* sebagai sanggar seni yang profesional, representatif, dan berkomitmen dalam pelestarian budaya. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya berfokus pada penciptaan elemen visual, tetapi juga pada upaya membangun citra sanggar melalui sistem identitas visual yang terencana.

Perspektif desain komunikasi visual menunjukkan logo tersebut belum konsisten dalam penerapan elemen visual seperti komposisi warna, tipografi, keseimbangan bentuk, belum didukung pedoman visual yang jelas, menyulitkan penerapan konsisten pada berbagai media. Ketidakkonsistenan penggunaan elemen visual menghambat proses pembentukan identitas merek, menurunkan tingkat pengenalan audiens terhadap sanggar (Putri & Maharani, 2023). Kondisi ini mengindikasikan logo belum berfungsi sebagai identitas visual yang kuat, mudah dikenali oleh masyarakat, padahal logo yang dirancang secara sistematis dan konsisten berperan penting dalam membangun dan memperkuat citra sanggar di benak audiens (Baalbaki & Guzmán, 2022; Hermawan & Nugroho, 2023). Diperlukan upaya penguatan melalui perancangan *brand identity* yang mencakup pembuatan logo profesional, penyusunan *brand guideline book* guna memastikan konsistensi visual dan keberlanjutan penggunaan pada berbagai media komunikasi. Keberadaan *brand guideline* berfungsi sebagai acuan dalam menjaga keseragaman elemen visual, setiap bentuk komunikasi sanggar memiliki identitas yang konsisten, mudah dikenali (Setiawan & Lestari, 2021). Media digital berfungsi sebagai sarana dokumentasi, representasi

identitas sanggar yang mampu meningkatkan daya tarik, kredibilitas, pengenalan merek secara lebih luas di kalangan masyarakat.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, Sanggar Tari Juju memerlukan perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo dan penyusunan *brand guideline book* sebagai identitas visual yang representatif. *Brand identity* yang dirancang diharapkan mampu membangun *brand image* yang lebih profesional, meningkatkan pengenalan masyarakat, memperkuat karakter sanggar, dan membedakan Sanggar Tari Juju dari sanggar seni lainnya di Kota Semarang. *Brand identity* sebagai representasi visual sanggar memiliki peran penting dalam menyampaikan karakter, nilai, *positioning* lembaga kepada publik (Baalbaki & Guzmán, 2022). Identitas visual yang kuat seperti logo profesional, penerapan elemen visual yang konsisten membantu memperkuat citra sanggar di benak masyarakat (Hermawan & Nugroho, 2023). Tanpa pengelolaan *brand identity* yang terstruktur dan terstandarisasi, identitas Sanggar Tari Juju berpotensi sulit dikenali secara luas, tidak memiliki diferensiasi yang kuat dibandingkan sanggar lain. Kondisi ini menghambat efektivitas komunikasi visual pada berbagai media. Perancangan *brand identity* mencakup pembuatan logo profesional, penyusunan *brand guideline book* menjadi pedoman dalam menjaga konsistensi visual, memperkuat representasi identitas sanggar secara berkelanjutan (Setiawan & Lestari, 2021). *Brand identity* yang dirancang secara sistematis berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya dalam bentuk visual yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Melalui identitas visual yang kuat dan konsisten, Sanggar Tari Juju meningkatkan daya tarik di kalangan generasi muda, memperkuat eksistensi sebagai lembaga pelestarian seni budaya di Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah bagaimana menghasilkan *brand identity* Sanggar Tari Juju Kota Semarang melalui pengembangan logo dan penyusunan *brand guideline book* yang mampu

merepresentasikan karakter sanggar, menciptakan identitas visual yang konsisten, meningkatkan pengenalan masyarakat, dan membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni yang profesional.

1.3 Tujuan Karya Bidang

Tujuan karya bidang dalam tugas akhir ini adalah menghasilkan logo dan *brand guideline book* sebagai *brand identity* Sanggar Tari Juju Kota Semarang yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai sanggar, menjadi pedoman penerapan identitas visual secara konsisten pada berbagai media komunikasi, meningkatkan pengenalan masyarakat, dan membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni yang profesional.

1.4 Manfaat Karya Bidang

Berdasarkan tujuan penulis, proyek tugas akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Karya bidang ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi dalam pengembangan kajian desain komunikasi visual, khususnya mengenai perancangan *brand identity* melalui pengembangan logo dan penyusunan *brand guideline book* sebagai upaya membangun *brand image* pada Sanggar Tari Juju.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Bagi Sanggar Tari Juju

Karya bidang ini diharapkan dapat menjadi identitas visual resmi Sanggar Tari Juju melalui logo dan *brand guideline book* yang mampu merepresentasikan karakter sanggar, menjaga konsistensi penggunaan identitas visual, memperkuat *brand image*, dan meningkatkan profesionalitas dalam kegiatan komunikasi dan promosi.

- Bagi Penulis

Tugas akhir ini menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu di bidang Informasi dan Hubungan

Masyarakat. Proses perancangan juga memberikan pengalaman dalam menghasilkan karya *brand identity* yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

- Bagi Masyarakat

Karya bidang ini diharapkan dapat meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap Sanggar Tari Juju melalui identitas visual yang lebih jelas, konsisten, dan mudah dikenali, sekaligus mendukung upaya pelestarian seni tari dan budaya lokal di Kota Semarang.

1.5 Luaran

Luaran karya bidang dalam tugas akhir ini berupa *brand identity* Sanggar Tari Juju Kota Semarang yang terdiri atas logo sebagai identitas visual utama, *brand guideline book* sebagai pedoman penggunaan identitas visual, serta implementasi *brand identity* pada media komunikasi digital berupa *website* dan *Instagram*. Luaran tersebut diharapkan mampu mendukung konsistensi identitas visual, meningkatkan pengenalan masyarakat, dan membangun *brand image* Sanggar Tari Juju sebagai sanggar seni yang profesional.