

**PERANCANGAN PROMOSI GRUP MUSIK LALANG MELALUI VIDEO
KLIP**

JURNAL

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**HARDIAN TOMMY
53195/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

**PERANCANGAN PROMOSI GRUP MUSIK LALANG MELALUI VIDEO
KLIP**

JURNAL

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**HARDIAN TOMMY
53195/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

*Validasi Turnitin : 17%
(FAUZAN AULIA)*

HALAMAN PERSETUJUAN JURNAL

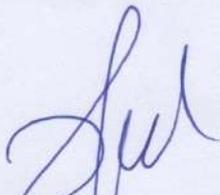
**“PERANCANGAN PROMOSI GRUP MUSIK LALANG MELALUI
VIDEO KLIP”.**

*Artikel ini disusun berdasarkan skripsi Hardian Tommy diajukan untuk
persyaratan wisuda periode september 2018 telah disetujui oleh kedua
pembimbing*

Padang, 19 Juli 2018

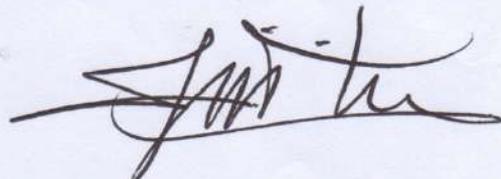
Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I



Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn
NIP. 19770401.200812.1.002

Pembimbing II



Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn
NIP. 19801023.200812.1.002

**Mengetahui :
Ketua Jurusan Seni Rupa**



Drs. Syafwan, M.Si
NIP.19570101.198101.1.010

ABSTRAK

Hardian Tommy¹, Hendra², Riri³. 2018

Perancangan Promosi Grup Musik Lalang Melalui Video Klip

Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : hrtomypradipta@gmail.com

Lalang salah satu band indie beraliran folk yang mengusung karya eksplorasi dari musik daerah Indonesia yang berasal dari kota Padang yang turut meramaikan belantika music di Indonesia. Lalang adalah band indie yang memiliki ciri khas tersendiri dimana lirik-liriknya menyuarakan tentang alam dan kehidupan, hal ini yang menjadikan karakter kuat band lalang. Kekuatan itu tidak bertahan lama karena kurangnya promosi dari band Lalang.

Tujuan perancangan promosi grup musik lalang melalui video klip tentunya diharapkan agar grup music Lalang lebih di kenal oleh masyarakat.

Metode perancangan Video Klip ini melalui metode deskriptif kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka, melainkan data yang berasal dari wawancara dan dokumentasi.

Video Klip ini dirancang dengan menggunakan teori desain komunikasi visual, sinematografi, audio-visual, ilustrasi, tipografi dan warna. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisa data dengan menggunakan teknik 5W+1H (*what, when, where, why, who + how*)

Perancangan Video Klip sebagai media utama juga didukung oleh beberapa media seperti, cd cover, t-shirt, poster, stik drum, pik gitar, gantungan kunci dan stiker. Yang berguna sebagai penunjang media utama dan media promosi.

Kata kunci : Band, Indie, Folk, Lalang, dan Video klip.

1Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

2Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

3PembimbingII, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

ABSTRAK

Hardian Tommy¹, Hendra², Riri³. 2018

Designing Promotion of Lalang Group Music Through Video Clip

Major Visual Communication of Design

FBS Universitas Negeri Padang

Email : hrtomypradipta@gmail.com

Lalang is an indie folk band formed in padang with an exploration of local music of indonesia that contributed for the musics of indonesia. Lalang is an indie band that has it's own characteristic where the lyric vocalize about nature and life. This things makes their character even stronger.

The purpose of designing promotion lalang music group thought video clip to be expected that lalang would be more known in the public.

Designed method of video clip is using descriptive qualitative method it means that the datas collected are not in the form of number, but the datas form an interviews ans documentation.

This video clip is designed using visual communications of design theory, cinematography, audio visual, illustration, typography and colours. Datas collection was carried out using observation, interview and documentation methods. Data analysis method uses 5w+1h (why, when, where, why, who + how).

Video clip design as the main media are also supported by another supporting medias, such as cd covers, posters, t-shirts, drumsticks, guitar picks, key chains and stickers. Which is useful as a supported of the main media and promotion.

Keyword : Band, Indie, Folk, Lalang, dan Video Clip.

1Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

2Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

3PembimbingII, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

A. PENDAHULUAN

Industri musik dewasa saat ini berkembang dengan pesat. Banyak grup band maupun penyanyi solo yang bermunculan dalam meramaikan belantika musik nusantara dengan berbagai macam *genre* baru. Hal ini membuka kesempatan bagi para musisi baru untuk dapat mengapresiasi kreatifitasnya.

Seiring pesatnya perkembangan industri musik saat ini, banyak pula musisi baru yang tergabung dalam *major label* maupun *indie label*. *Major label* dan *indie label* pada dasarnya sama, hanya sistematisnya yang berbeda. *Indie label* berarti *independent* (mandiri), pergerakan musik dilakukan sendiri tanpa campur tangan pihak *major*. Berbeda dengan *major label*, dimana hampir keseluruhan produksi, promosi, distribusi dibiayai oleh label itu sendiri.

Keuntungan utama band yang masuk pada *major label* adalah memiliki semua lini kekuatan untuk menjaga kelangsungan hidup band tersebut, kekuatan jaringan yang luas membantu dalam proses promosi dan pemasaran.

Sedangkan pada Band *Indie*, jaringan yang terbatas membuat proses promosi dan pemasaran menjadi tidak terlalu luas sehingga berakibat pada kelangsungan Band tersebut. Hal ini mengakibatkan banyak Band *Indie* di Indonesia menjadi tidak terlalu dikenal oleh masyarakat.

Lalang adalah salah satu band indie yang berada di Sumatera Barat, bergenre Folk dan beranggotakan 5 personil yaitu Ranggon sebagai

Vocalist, Abudzar sebagai *Guitar*, Eko sebagai *Bassist*, Hakim sebagai *flute/accordion* dan Wawa sebagai *Perkusi*.

Folk merupakan sebuah genre dalam dunia musik yang baru digemari oleh kaum remaja dan dewasa, musik folk adalah musik country dan orang-orang tua yang bernyanyi dan menari heboh tanpa peduli keadaan sekitarnya. (<https://www.djarumcoklat.com/article/sejarah-folk/> diakses 5 september 2017). Folk berarti musik rakyat yang penuh dengan kesederhanaan dan keseharian dalam lagunya.

Sejatinya dalam meramu musik itu sendiri terdapat banyak unsur-unsur tradisi dan kebudayaan memberikan warna pada *part-part* musiknya, oleh karena itu Lalang menciptakan karya dengan menggusung *genre* ini.

Sekarang ini Lalang memerlukan sebuah promosi agar karyanya dapat dikenal oleh kalangan masyarakat. Dalam upaya mempromosikan Lalang, penulis menemukan fakta bahwa saat ini Lalang belum memiliki *video klip* yang seharusnya menjadi elemen penting sebagai penunjang lagu Lalang tersebut.

Video klip merupakan sebuah visualisasi dari lagu yang dinyanyikan oleh seorang musisi baik solo maupun Band. Walaupun *video klip* tidak selalu memvisualisasikan makna dari sebuah lagu, namun *Video klip* adalah salah satu media penting yang dapat membuat lagu tersebut menjadi lebih menarik dan mudah diingat oleh masyarakat. *Video Clip* dibuat terutama untuk menampilkan dan memasarkan musik dengan tujuan meningkatkan penjualan album rekaman (Dzyak 2010: 11).

B. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan adalah suatu cara atau tahapan yang dilakukan dalam sebuah proses perancangan, metode ini dibutuhkan untuk memudahkan perancang dalam mengembangkan ide rancangan.

Menurut Rido Rumarta (2017) metode perancangan adalah perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamandalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek, dan mengidentifikasi factor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak.

1. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam Perancangan Promosi Grup Musik Lalang Melalui Video Klip ini adalah wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara,

Melakukan wawancara dengan bertanya langsung kepada narasumber tentang pengalaman lalang dari awal berdiri sampai sekarang,

b. Dokumentasi,

Memperoleh informasi mengenai dan menanyakan serta meminta dokumentasi tentang apa-apa saja media promosi sebelumnya sebagai pembanding ide baru dan hasil media yang lama sehingga media *audio*

visual yang baru ini untuk mempromosikan lebih menarik dan lebih meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengenal *Band Lalang*.

2. Metode Analisa data

Proses Perancangan Promosi Lalang Melalui *Video Clip* digunakan analisis data 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, How*). Yaitunya rancangan apa yang akan dibuat (*What*), dimana akan diletakkan (*Where*), kapan akan dipublikasikan (*When*), siapa target (*Who*), mengapa dibuat (*Why*), dan bagaimana merancang (*How*). Karena analisis ini dapat mengoptimalkan segi positif yang mendukung, serta meminimalkan segi negative yang dapat menghambat dalam proses perancangan.

1. *What* (rancangan apa yang akan dibuat)

Rancangan yang akan dibuat berupa *video klip* yang akan berfungsi sebagai media untuk mempromosikan Lalang.

2. *Where* (dimana)

Di publik melalui kaset CD/ DVD dan di internet (youtube).

3. *When* (kapan akan dibuat rancangan)

Pembuatan *Video klip* akan dibuat oleh penulis pada jadwal penyusunan proposal tugas akhir.

4. *Who* (siapa target)

Target yang akan dicapai pada Perancangan Promosi Lalang Melalui *Video Clip* ini adalah kalangan masyarakat umum berusia 17 sampai dengan 40 tahun.

5. *Why* (mengapa dipublikasikan)

Perancangan Promosi Lalang Melalui *Video Clip* ini sengaja dipublikasikan karena kurang terkenalnya Band Indie dikota padang, sehingga minat masyarakat kepada industri musik dalam negeri menurun.

6. *How* (bagaimana merancang)

Perancangan *video clip* ini akan memperlihatkan perkembangan band indie Padang, kreatifitas, serta potensi pada pasar industri musik dalam negeri.

C. PEMBAHASAN

1. Media Utama

Media *Video Clip* merupakan sebuah media komunikasi yang berbentuk audio visual yang juga disebut dengan *video*, dimana pesan yang disampaikan dalam bentuk gambar dan suara akan memberikan dampak pemahaman lagu menjadi lebih.

Perancangan *Video Clip*, unsur-unsur yang digunakan seperti gambar dan suara, yang nantinya disatukan menjadi sebuah kesatuan yang menarik, dan informasi yang disampaikan melalui media *Video Clip* ini nantinya lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh *target audience* itu sendiri. *Video Clip* ini akan menampilkan teknik-teknik *cinematography* dan narasi, adapun tujuan *Video Clip* yang berjudul Asa ini ini adalah

untuk mengekspos musisi lokal agar lebih diminati oleh masyarakat dan lebih dikenal sebagai *band profesional* yang berada dalam negeri.

Proses pembuatan *Video Clip* ini mempunyai beberapa tahapan yang harus dilakukan, beberapanya seperti pra produksi yaitu membuat ide cerita, *sinopsis*, naskah, *shotlist*, pembentukan tim, pencarian *talent*, dilanjutkan tahap produksi yaitu melakukan *shooting*, dan pasca produksi berupa editing dan mastering.

2. Sinopsis

Video clip Asa bercerita tentang seorang lelaki kurus sedang duduk di sebuah kursi kayu tanpa sandaran dalam sebuah ruangan gelap. Lelaki itu tidak peduli pada sandaran, baginya sandaran bisa berupa apa saja, bahkan angin pun bisa menjadi sandaran yang kuat bila itu memang dibutuhkan.

Lelaki itu duduk dengan pasti menghadap jendela lebar di depannya. Wajahnya menyiratkan kepastian, keras dan tanpa ragu. Guratan itu terlihat dari cara dia memandang ke luar jendela, imajinasinya bermain, hatinya teguh memilih dan menatap satu tujuan seiring nada-nada lembut yang menjadi latar belakang lamunannya.

Secara bersamaan muncul dua orang penari yang menjadi simbol kebebasan imajinasi dan idealisme yang dijaganya selama ini. Penari-penari itu menguarkan gerakan yang memberi impian, melambungkan banyak keinginan, dan menjadi satu dengan hati si lelaki.

Lelaki itu melangkah sambil memikirkan sesuatu, entah apa. Lalu dia melangkah lebih cepat menuju pintu keluar. Kedua penari menghadang dan mengikatnya kembali ketempat semula, imajinasi liar membawanya ke dunia imajinasi yang ia yakini adalah kebebasan yang sebenarnya, lelaki itu bermain di taman imajinasinya dan semakin yakin bahwa kebebasan miliknya itu hidup didalam pikirannya.

Tiba-tiba, lelaki itu bangkit dari lamunannya. Bergerak cepat ke arah pintu keluar. Lalu dihadang penari, dengan bersusah payah akhirnya lelaki itu terlepas dari penari yang mencoba manghalangi tujuannya itu. Kemudian semua sekan melambat. Lelaki itu telah sampai di luar kembali. Menatap jalanan, sore yang hampir tergelincir, keriuhan yang pasti, dan kesibukan yang tiada henti. Dia tidak tahan, dia ingin kembali pada imajinasi, dia berbalik dan membuka pintu, ingin masuk. Namun, pintu telah terkunci, mimpi sudah mati suri, dan realitas dengan cepat menguasai. Lelaki itu terpaku.

3. Program Kreatif

a. Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi ini penulis melakukan pembentukan tim produksi, observasi lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat untuk mengambil video, pembuatan *shooting schedule* kemudian mencari *talent* dan penari yang akan di pakai dalam pembuatan *video clip* lagu Asa. Setelah itu masuk pada tahapan *reading* naskah bersama

talent dan penari agar para pemeran tidak kesulitan saat proses produksi.

b. Tahap Produksi

Tahap produksi dilakukan pengambilan gambar di beberapa lokasi dengan menggunakan teknik *cinematography*, dibutuhkan pemahaman seorang *direct of photography* dalam membaca *shootlist* dari sutradara untuk mendapatkan hasil gambar sesuai dengan cerita video tersebut, tidak hanya piawai dalam membaca *shootlist*, seorang *direct of photography* juga harus cerdas dalam pengambilan gambar dengan lokasi, dan cahaya yang berubah-ubah agar hasilnya memuaskan.

Dalam hal pencahayaan, video clip ini menggunakan cahaya alami (sinar matahari). Mencari *framing* terbaik merupakan hal yang sangat menentukan untuk menjaga kesan sinematik video tersebut.

Proses pengambilan ini juga ditentukan oleh talent/artis, bagaimana akting, ekspresi wajah, *gesture*, pemilihan make up dan baju, hingga tata lokasi sesuai dengan arahan Sutradara.

c. Tahap Pasca Produksi

Adapun tahap pasca produksi dalam video clip grup musik ini adalah editing dan beberapa langkah dalam pengeditan media utama Video Clip.

- 1) **Import**, merupakan proses pemindahan gambar yang telah direkam menggunakan kamera Mirrorless Sony A7rMkII ke komputer PC dengan menggunakan stick memory extreme. Video diambil dengan resolusi *1080p 60fps Full HD* agar memberikan kualitas gambar yang jernih, dan *720p 120fps HD* untuk mendapatkan *framerate* yang tinggi, agar memperhalus bagian video yang membutuhkan *slowmotion* ketika di edit.
- 2) Pemilihan stock shoot, proses pemilihan diambil berdasarkan kelayakan gambar yang sesuai dengan narasi.
- 3) Editing video, editing merupakan proses penyusunan gambar agar menjadi kesatuan yang utuh. Proses pengeditan menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2018, setelah itu baru gambar memasuki proses editing. Mulai dari pemotongan gambar, penyusunan gambar, penambahan effect, transisi dan color grading.
- 4) Mastering atau *export*, merupakan proses akhir dalam tahap pengerjaan *video clip*. Video yang sudah di edit di ekspor ke dalam format H.264 1080p. Agar nanti video bisa dimainkan dalam bentuk *software player* maupun dimainkan di internet.

D. Final Artwork

1. Media Utama

Pertama video ini dibuka dengan memperlihatkan landscape padang rumput dan perbukitan. Kemudian seorang pemuda muncul terlihat menikmati landscape.



Gambar 4.34
Landscape padang
rumput dan perbukitan



Gambar 4.35 Pemuda berada di
padang rumput



Gambar 4.36
Pemuda
berada di ruangan



Gambar 3.37 Pemuda
berbaring



Gambar 4.38
Pemuda duduk



Gambar 4.39
Penari dalam ruangan



Gambar 4.40 Pemuda
berada dalam ruangan
bersama penari



Gambar 4.41 Pemuda berada dalam
ruangan



Gambar 4.42 Celah
cahaya dalam
ruangan.



Gambar 4.43 Kedua penari
menghalangi pemuda



Gambar 4.44
Pemuda berada di
padang rumput



Gambar 4.45 Pemuda menari
di padang rumput



Gambar 4.46 Penari menghalangi pemuda



Gambar 4.47 Tempat penuh keramaian dan aktifitas manusia

2. Media Pendukung



Gambar 5 Media Pendukung

E. PENUTUP

a. Kesimpulan

Video klip merupakan media promosi yang memvisualisasikan arti dari lagu yang dinyanyikan oleh Lalang yang berjudul aAa. Dengan menyajikan tampilan gambar yang bergerak dan audio untuk memperjelas tampilan visual.

Pembuatan video klip Asa ini merupakan suatu upaya untuk mengenalkan Band Lalang kepada *target audience* agar *target audience* dapat mengetahui bahwa Band Lalang bukan hanya sekedar Band local melainkan Band yang mempunyai *single* yang tidak kalah dengan Band lainnya.

Dalam pembuatan Video klip ini juga menggunakan media pendukung seperti *CD cover, Poster, Keychain, Drum Stick, Pick Gitar, T-Shirt, dan Stiker*. Media pendukung ini diharapkan dapat menjangkau dan memberikan informasi kepada *target audience*.

b. Saran

Proses yang panjang dalam pembuatan video klip lagu Asa grup music Lalang, namun kesempurnaan video klip ini belum terpenuhi, oleh sebab itu penulis memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Video klip yang baru saja selesai dibuat ini masih bisa dikembangkan dengan menambahkan scene lain yang dapat menunjang penyampaian makna dan lebih memudahkan penonton memahaminya.

2. Dapat menjadi batu loncatan bagi grup musik Lalang untuk lebih mengembangkan karya musiknya kedepan melalui media video klip.
3. Dalam pembuatan video, pengeditan harus memperhatikan keserasian antara gambar, suara, *backsound* serta narasi.

DAFTAR RUJUKAN

Brian, Dyzak. What I Really Want to Do on Set in Hollywood. LA: Random House LLC.

Rido Rumarta. 2017, M.Nasrul Kamal, Riri Trinanda, Jurnal Google Scholar Perancangan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) Pelestarian Ikan Bilih Danau Singkarak Dalam Media Ruang Baliho.

DAFTAR RUJUKAN ONLINE

Sejarah Folk. 2017. *Mode* (Online),
(<https://www.djarumcoklat.com/article/sejarah-folk//diakses> 8 maret 2018).