

## Video Klip Lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” Band Rekayasa Genetik Kota Padang

Sepri Alvino Hendri<sup>1</sup>, Dwi Mutia Sari<sup>2</sup>

Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang

Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Email: [alvinosepri@gmail.com](mailto:alvinosepri@gmail.com)

Submitted: 2022-05-17

Accepted: 2022-05-21

Published: 2022-06-30

DOI: 10.24036/dekave.v12i2.117053

### Abstrak

Lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” adalah lagu/ single pertama dan menjadi sakral dari band Rekayasa Genetik namun tidak adanya media promosi berupa video klip terhadap lagu dan band tersebut sehingga membuat makna dari lagu tidak tersampaikan secara visual dengan baik. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan sebuah video klip yang kreatif dan komunikatif sebagai media yang efektif dalam mempromosikan lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band Rekayasa Genetik. Metode perancangan yang digunakan adalah metode kotak kaca atau disebut dengan *glass box method*. *Glass box method* merupakan metode berpikir secara rasional yang secara objektif dan sistematis dalam menelaah sesuatu hal secara logis dan terbatas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional. Untuk itu, maka dibuatlah video klip sebagai media promosi berupa audio visual. Analisis data yang digunakan adalah analisis 5W + 1H. Didukung dengan berbagai media pendukung terhadap lagu serta mempromosikan band Rekayasa Genetik, seperti: *T-Shirt*, Bendera band, *Scraf/Bandana*, *Sticker Pack*, *Poster*, *DVD*, *Lanyard*, *Social media (Instagram)*.

**Kata kunci:** video klip, rekayasa genetik

### Pendahuluan

Di Sumatera Barat khususnya kota Padang, musik genre *Pop-Punk* bukanlah hal yang baru, dan hanya sebagian dari masyarakatnya saja yang mengetahui, karena masyarakat kota Padang yang usia 18 – 35 tahun cenderung menyukai musik Pop dibanding dengan *Pop-Punk*, dengan alasan enak didengar dan berkesinambungan sama kehidupannya.

*Pop punk* merupakan sebuah genre musik yang berkembang pada awal tahun 90-an dengan memadukan permainan musik yang tidak terlalu rumit dengan diiringi tempo bit yang cepat dan nada yang *chatcy* (mudah diingat) ditambah dengan tema-tema lagu yang populer seperti: cinta, pertemanan, sosial, keresahan diri sendiri, dan sebagainya.

Namun musik Pop sangat erat kaitannya dengan *Pop-Punk*, karena musik genre *Pop Punk* mengakar pada musik genre *Punk* yang berkombinasi dengan kultur Pop. *Pop-punk* digemari dan ramai pada tahun 2009-2011-an dan menjadi populer didengarkan ketika itu. Akan tetapi di era sekarang ini band-band dengan genre *Pop-punk* sudah hilang dari peredaran industri musik khususnya di Kota Padang itu sendiri. Namun ada sebuah kelompok/grup band yang memainkan genre *Pop-Punk* tersebut yaitu ReKayasa Genetik.

Band ReKayasa Genetik beranggotakan 4 (empat) orang personil, yaitu Razi (Gitar/Vokal), Nando (Gitar), Gesta (Bass) dan Riski (drum). Dengan single “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” sebagai lagu pertama dari ReKayasa Genetik. Sejak berdirinya pada tahun 2019 September lalu, band ReKayasa Genetik belum dikenal luas oleh masyarakat hingga saat ini. Group Band ini termasuk ke dalam golongan band Indie. Indie bermakna *Independent* (mandiri), yang mana pergerakan musik dilakukan sendiri tanpa ada bantuan dari label sponsor.

Banyak hambatan/kendala yang wajib dihadapi oleh para musisi *indie*, salah satunya biaya produksi yang tidak murah. Selain itu terkait dengan produksi lagu, kendala selanjutnya adalah promosi band. kendala ini dapat diketahui dari banyaknya biaya yang dibutuhkan, mulai dari pembuatan lagu, rekaman, promosi di media sosial, sampai dengan pembuatan video musik/video klip musik. Kondisi ini berpengaruh pada promosi dan kelangsungan band tersebut.

Persoalan baru muncul beriringan terbentuknya band ReKayasa Genetik dengan mewabahnya pandemik virus COVID-19 yang membuat proses perilisasi *single*/lagu “Patah Tumbuh Hilang tak Berganti” terhambat hingga saat ini. Akibatnya band ReKayasa Genetik menjadi hilang dalam peredaran Industri musik.

Berdasarkan hal diatas, untuk memunculkan kembali band ReKayasa Genetik dalam kancah industri musik, dibutuhkan sebuah media promosi yang dapat menarik perhatian bagi masyarakat. Media promosi dimaksud adalah media yang dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan menarik perhatian. Maka dari itu, media promosi berupa Audio Visual/ Video Klip menjadi sebuah pilihan yang tepat terhadap lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti”.

Menurut Dzyak (2010: 11) bahwa, 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 di

ingat oleh masyarakat. Video klip dibuat terutama untuk menampilkan dan memasarkan musik dengan tujuan meningkatkan penjualan album rekaman.

Video klip mempunyai peranan penting dalam sebuah promosi *single* lagu, agar lagu tersebut dapat menjangkau target audiens yang lebih luas lagi. Di zaman serba digital saat sekarang ini tak semua orang menjadi tertarik dan merasa puas dengan hanya mendengarkan lagu (*audio*) saja. Dengan video klip tentunya pencapaian promosi dari lagu dapat disampaikan secara visual dan audio. Sehingga orang akan lebih tertarik untuk menikmati sebuah karya musik.

Hal inilah yang menjadi masalah bagi band Rekayasa Genetik, yang mana mereka mempunyai sebuah karya (lagu) akan tetapi belum memiliki sebuah video klip. Lagu yang mereka ciptakan memiliki banyak penikmat, dibuktikan dengan adanya lirikan dan liputan sosial media musik yang populer, seperti: Pophariini, *Rich Music Online*. Yang mana mempunyai puluhan ribu pengikut terhadap *social media* mereka. Walaupun adanya lirikan dari social media populer belum membuat band Rekayasa Genetik dikenal luas oleh masyarakat khususnya kota Padang.

Saat perancang mewawancarai salah satu personil dari band Rekayasa Genetik pada November 2020 lalu. Razi mengatakan bahwa walaupun banyak yang suka Lagu “Patah Tumbuh Hilang tak Berganti” ini, tapi ia merasa kurang tersampainya maksud dan makna lagu “Patah Tumbuh Hilang tak Berganti”. menurutnya tanpa adanya video klip tidak akan bisa mencapai apa yang ingin ia dan band Rekayasa Genetik sampaikan kepada publik.

Band Rekayasa Genetik ini tergolong band indie, namun band ini memiliki seorang manager yang mana berfungsi untuk *handle* jadwal dan kegiatan- kegiatan dalam band ini. Selain itu juga memiliki divisi kreatif yang bertugas mendokumentasikan band saat *perform* sekaligus membuat kebutuhan desain grafis untuk sosial media. Sejak tahun 2020 lalu, perancang direkrut menjadi *freelancer* dalam divisi kreatif band tersebut. Sehingga berlanjut dan menjalin kerjasama serta dipercayakan dalam penggarapan video klip band Rekayasa Genetik.

Berdasarkan latar belakang masalah, karena belum adanya media promosi dari lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti”. Maka, perancang membuat sebuah media promosi berupa Video Klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band Rekayasa Genetik kota Padang.

## Metode

Pada video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” ini, perancang memilih metode gelas kaca (*glass box*), Menurut Herdian, Diki (2019) dalam Andika Firsenda metode gelas kaca (*glass box*) merupakan metode yang berfikir secara rasional atau logis terhadap suatu permasalahan.

Proses Perancangan Video Klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band Rekayasa Genetik memakai analisis data 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, How*). Yang mana analisis ini dapat mengoptimalkan sisi positif yang mendukung, serta meminimalkan sisi negative yang dapat menghambat dalam proses perancangan.

1. *What* (Apa yang menjadi permasalahan)?

Yang menjadi permasalahan pada Lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” adalah lagu/ single pertama dan menjadi sakral dari band Rekayasa Genetik namun tidak adanya media promosi berupa video klip terhadap lagu dan band tersebut sehingga membuat makna dari lagu tidak tersampaikan secara visual dengan baik

2. *Where* (Dimana masalah ini terjadi)?

Permasalahan ini terjadi di daerah asal band Rekayasa Genetik ini terbentuk yaitu di Sumatera Barat khususnya kota Padang.

3. *When* (Kapan terjadi permasalahan tersebut)?

Sejak band Rekayasa Genetik mulai mempublish lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti”.

4. *Who* (Siapa target dari rancangan)?

Target *audience* pada video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band Rekayasa Genetik adalah masyarakat umum berusia 18 sampai dengan 35 tahun karena usia tersebut dekat dengan gaya hidup modern, kreatif dan bersahabat.

5. *Why* (Mengapa di publikasikan & di rancang)?

Perancangan video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang tak Berganti” band Rekayasa Genetik ini sengaja dipublikasikan karena lagu ini merupakan lagu pertama dan juga memiliki makna yang dalam dan berhubungan dengan kehidupan. Juga sebagai media promosi bagi band Rekayasa Genetik agar lebih dikenal luas oleh masyarakat.

6. *How* (Bagaimana mengatasi masalah tersebut)?

Rancangan yang akan dibuat berupa video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” dengan menggunakan “permainan puzzle” sebagai konsep dari video klip band Rekayasa Genetik yang nantinya akan berfungsi sebagai media untuk mempromosikan band Rekayasa Genetik itu sendiri. Perancangan video klip ini akan memperlihatkan bagaimana perkembangan band indie di kota Padang, kreatifitas, serta sumber daya pasar industri kreatif dan musik dalam negeri.

## Hasil & Pembahasan

### 1. Media Utama

Media utama yang digunakan yaitu video klip. Pada dasarnya video merupakan proses menangkap, memproses serta merekam gambar yang bergerak. Video berfungsi untuk menyampaikan pesan tertentu bagi penontonnya.

Perancangan Video Klip bertujuan untuk mempromosikan band Rekayasa Genetik beserta lagu Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti kepada masyarakat khususnya kota Padang.

Pada perancangan video klip ini menggambarkan kepada target *audience* masyarakat Kota Padang untuk membuat video klip yang lebih menarik dan video ini mempromosikan lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” kepada masyarakat Kota Padang, maka dirancanglah video klip tersebut.

Video klip ini menggambarkan sebuah cerita di sebuah basecamp anak band yang sedang menyusun sebuah puzzle. Kemudian di tengah keasyikan menyusun puzzle, mereka kehilangan sebuah potongan puzzle. Lalu mereka mencari kesana kemari potongan tersebut.

### 2. Media Pendukung & Final Design

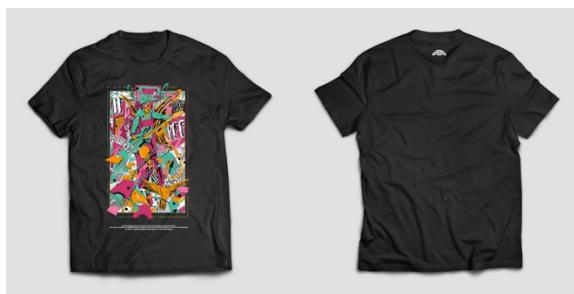
Dalam perancangan video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” yang mana media utamanya berupa sebuah video akan ditunjang melalui beberapa media pendukung baik itu media pendukung berupa cetak (*printed*) maupun non- cetak (*digital*). Adapun media pendukung yang perancang gunakan dalam video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang tak Berganti” band Rekayasa Genetik diantaranya adalah:

#### a. T-Shirt

Kaos/ *T-Shirt* merupakan media promosi yang sangat umum dan banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk barang & jasa seperti kampanye, politik dan juga sebagai identitas.

Kaos/ *t-shirt* juga erat kaitannya dengan suatu band. Setiap band mengeluarkan karya/lagu baru maka mereka juga akan mencetak kaos bertemakan lagu tersebut. *T-Shirt* dijual dalam bentuk *merchandise* dari band, dan juga sebagai sumber pendapatan dari band tersebut.

Ukuran : *All size*  
Material : Cotton combet 24s/30s  
Warna : (Hitam, Putih, Tosca) *full colour + Artwork*  
Teknis media : Sablon atau Print DTF



Final Desain yang dipilih untuk baju adalah alternative 2, dengan menampilkan *Artwork* dibagian depan dan logo dibagian belakang. Penempatan *artwork/ ilustrasi* dibagian depan memperkuat nilai jual dari baju itu sendiri

#### b. Bendera

Bendera biasanya banyak digunakan pada kampanye- kampanye politik. Namun dalam dunia permusikkan, bendera menjadi simbolis dari band, yang mana berfungsi sebagai bentuk tindakan *supportive* dari fans saat band melakukan tampil/*perform* dalam sebuah konser. Selain itu, bendera juga ada yang dijual namun hanya beberapa saja/ *limited edition*.

Ukuran : 1,5 meter x 1 meter  
Material : Kain Satin  
Warna : (Hitam) + *full colour*  
Teknis media : Sablon atau Cat Manual



Final *design* yang dipilih pada desain bendera adalah alternative 1, karena menampilkan dengan jelas identitas dari band Rekayasa genetik.

### c. Scraf/Bandana

*Scraf*/ bandana memiliki aksesoris yang banyak memiliki fungsi, seperti diikat ke kepala, sapu tangan, diletakkan di saku dan lainnya. *Scraf* dijual sebagai *merchandise* dari band.

- Ukuran : 50 cm x 50 cm
- Material : Kain Katun Tipis
- Warna : (Hitam) *full colour*
- Teknis media : Sablon atau Print DTF



Pada percangan media pendukung scraf/ bandana alternative 2 menjadi pilihan. Karena terdapat ilustrasi yang seimbang terhadap desain tersebut.

### d. Poster

Tujuan poster sebagai media pendukung menjadi informasi & promosi terhadap band tersebut. Penempatan poster yang digunakan yaitu untuk poster dalam ruangan.

- Ukuran : 31 x 47 cm
- Material : *Art Paper*

Warna : Full colour  
Teknis media : Printed & Digital



Final desain poster yang dipilih adalah semua dari alternative yang ada. Karena masing-masing poster yang menampilkan gaya yang berbeda-beda yaitu: Desain, Ilustrasi, dan *Photography*.

#### e. Lanyard

*Lanyard* merupakan sebuah aksesoris gantungan. Lanyard sangat sering digunakan pada saat sebuah acara, baik itu acara pameran, festival, acara music. Untuk itu lanyard dijadikan sebagai media pendukung serta merchandise dari band.

Ukuran : 2 x 40 cm  
Material : Polyester  
Warna : Full colour  
Teknis media : Printed





Alternatif 3 menjadi pilihan pada perancangan media pendukung lanyard karena menampilkan sebagian dari artwork. Hal ini menjadi unik dibandingkan media pendukung lainnya yang menampilkan keseluruhan dari artworknya. Selain itu, pada alternative 3 terdapat teks berukuran kecil yang membuat lanyard ini terkesan menarik elegan dan mahal.

#### f. Sticker Pack

Stiker merupakan media yang biasanya berukuran kecil dan dapat ditempel dimana saja sesuai kebutuhan. Karena itu stiker menjadi media pendukung cetak yang dapat mempromosikan suatu band.

*Sticker Pack* dijual dalam bentuk bungkus/ pack yang didalamnya terdapat beberapa stiker, sehingga media pendukung ini juga termasuk kedalam merchandise dari band. Namun, stiker yang tidak dalam pack/ bungkus nantinya dibagi-bagikan saat band melakukan penampilan/ *perform*.

Ukuran : 5 cm x 5 cm

Material : Vynil/ Tafeta

Warna : *Full colour*

Teknis media : Printed



Karena kebutuhan sticker pack yang banyak macamnya, maka dari itu seluruh alternative desain yang ada menjadi pilihan terhadap final desain Sticker Pack ini.

#### g. DVD

Dvd cover merupakan cetakan asli/ original dari sebuah lagu/ karya tersebut. Namun media pendukung ini dapat juga digunakan untuk cover digital nantinya.

Ukuran : 13 cm x 13 cm

Material : *Glossy/ Art Paper*

Warna : Full colour

Teknis media : Printed & Digital



Final Desain DVD ini dibuat tidak monoton dengan cara pada bagian luar menampilkan desain *puzzle*, sedangkan pada bagian dalam menampilkan ilustrasi. Hal inilah yang membuat perancang memilih *alternative 2*.

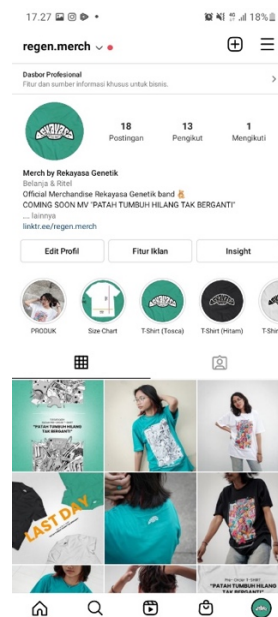
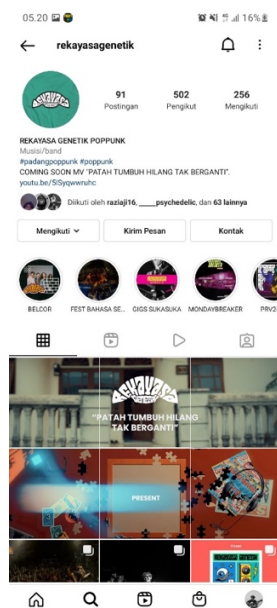
**h. Social Media (Instagram)**

Di era sekarang ini, Instagram merupakan media yang sudah digunakan setiap hari sebagai sarana informasi maupun promosi suatu produk, jasa dan sebagainya. *Social Media (Instagram)* sangat diperlukan sebagai penunjang dari media utama video klip band.

Ukuran : 1080 x 1080 pixel

Warna : Full colour

Teknis media : Digital



Final desain social media (Instagram) perancang memilih *alternative 1* untuk *social media utama/official* akun nya karena terlihat lebih rapi dan terorganisir. Sedangkan untuk social media *merchandise* nya perancang memilih *alternative 2* agar tidak monoton dan flexible

## Penutup

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Perancangan Video Klip Lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band ReKayasa Genetik kota Padang, maka perancang dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Video klip sebagai media promosi yang memvisualisasikan arti dan makna lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band ReKayasa Genetik. Dalam perancangan video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band ReKayasa Genetik, menggunakan media utama dalam bentuk karya audio visual/ video, perancangan ini juga merancang media pendukung seperti: Baju, Bendera band, Poster-poster band, *Lanyard*, *DVD cover/ Single Art*, *Sticker Pack*, *Scraf/ Bandana*, Social Media (Instagram). Media pendukung ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi dan promosi dari band ReKayasa Genetik kepada *target audience*.

### 2. Saran

Segala bentuk proses dilalui dalam pembuatan video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” band ReKayasa Genetik, berdasarkan hal tersebut maka dapat diberikan beberapa saran, yaitu:

- 1) Bagi tokoh- tokoh masyarakat agar ikut serta dalam mempromosikan video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti”band ReKayasa Genetik ini.
- 2) Dengan adanya video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang Tak Berganti” ini diharapkan juga kepada penyanyi solo maupun grup band lokal menjadi tertarik untuk mempromosikan karya- karya/ lagunya lewat media audio visual/ video klip.

- 3) Bagi band ReKayasa Genetik, video klip lagu “Patah Tumbuh Hilang tak Berganti” dapat menjadi batu loncatan untuk menghasilkan karya- karya musik/ lagu lainnya.

## RUJUKAN

- Andhika Firsenda, D. S. 2020. Perancangan Motion Graphic Promosi Wisata Alam Kota Padang. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*
- Dan M. 2011. *Redifining Music Video*. California: Major Written Assessment.
- Dyzak. 2011. *What I Really Want to do on set in Hollywood*. LA: Random House LLC.
- Hardian Tommy, H. A. (2018). Perancangan Promosi Grup Musik Lalang Melalui Video Klip. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Leo Andi Saputra, M. A. (2021). Perancangan Video Musik "Sorry" Sebagai media promosi band Bannedabsinthxx.
- Rabiger M. 2013. *Directing: Film techniques and Aesthetics*. Massachusetts: Focal Press.
- Stewart C, & Kowaltzke. A, 2007. *Media: New Ways and Meanings*. Australia: John Wiley & Sons Australia, Limited.