

Visual Branding Single Band *The Secret* Bertajuk "Di Hadapan Meja Kayu Dan Angka Enam" Berupa Video Motiongraphic

Dyah Wahyuningrum¹, Dwi Mutia Sari²

Universitas Negeri Padang

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

Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Email: Dheadyah.januari22@gmail.com

Submitted: 2022-10-20

Accepted: 2022-11-21

Published: 2022-12-30

DOI: 10.24036/dekave.v12i4.119706

Abstrak

Permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini adalah usaha dan perkembangan dalam pembentukkan sebuah band tanah air dari waktu ke waktu namanya sudah tak asing di telinga masyarakat kota Padang. Hal ini dilakukan personil band *The Secret* bertujuan untuk menarik perhatian khalayak umum. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mengusung genre Folk dan Alternatif Pop, di pilihnya aliran lagu ini agar bisa menyesuaikan semua subgenre dalam lagu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode 4D. Metode 4D (*Deflne, Deslgn, Develop dan Disseminate*). (1) Pendeflnslan (*Define*); (2) Perancangan (*Design*); (3) Pengembangan (*Develop*) dan (4) Penyebarluasan. Karya akhir dari perancangan Visual Branding Single Band *The Secret* ini adalah video motiongraphic. Pada *video motiongraphic* terdapat unsur kreatif seperti tipografi, ilustrasi, logo, dan lagu dari band *The Secret* dan ditunjang melalui beberapa media pendukung lainnya baik itu media pendukung berupa cetak (printed) maupun non-cetak (digital).

Kata kunci: *visual branding, motiongraphic, the secret*

Pendahuluan

Musik alternatif adalah istilah untuk genre atau warna musik baru. Dalam hal ini, mereka atau para pengikut jenis musik ini berusaha untuk mendobrak standar musik yang sudah mapan yang sudah ada. Istilah alternatif sendiri mulai banyak digunakan atau dikenal oleh masyarakat luas pada tahun 1990-an. Biasanya jenis musik ini merambah ke dunia musik indie. Mereka yang termasuk dalam musik minoritas adalah band lokal yang biasanya bermain di klub-klub kecil. Itu direkam pada label mereka sendiri dan didistribusikan ke komunitas itu sendiri dari mulut ke mulut, karena tidak mungkin untuk menerima pewarnaan musik mereka dalam nomenklatur arus utama. Varian musik pop selanjutnya, sub-genre ini merupakan gaya baru musik pop Indonesia. Musik pop alternatif Indonesia muncul dan berkembang pada saat pop rock mendominasi tren global saat itu. Wayak (2008) mencatat bahwa "grup musik paling sukses di Indonesia dari tahun 1997 hingga 2001 termasuk lain Cokelat, Dewa 19, Padi, Potret, Sheila on 7 dan Wong diketahui menampilkan jenis pop ini." Musik pop alternatif di Indonesia.

Bahkan, tren pop ini berkembang dan berakar pada era musik pop tahun 70-an dan 80-an. Seperti gerakan piano, pop alternatif berkembang dalam siklus: ia berubah seiring waktu, tetapi kecepatan perubahan selalu kembali ke masa lalu. Di Sumatera Barat khususnya Padang *The Secret* merupakan salah satu atau satu-satunya band yang memainkan genre *Alternative Pop* di Padang pada saat ini. Dikarenakan genre *Alternative Pop* di Sumatera Barat kurang dapat perhatian lebih dari audiens maupun pelaku musik itu sendiri, untuk itu *The Secret* memiliki visi untuk menghidupkan kembali genre *Alternative Pop* sekaligus menjadi pionir Band *Alternative Pop* di Sumatera Barat.

The Secret adalah band yang lahir membawakan aliran Alternatif Pop yang lahir di kota Padang. Filosofi dari nama *The Secret* di ambil dari keisengan dari para personil yang menciptakan cover lagu melalui platform Youtube. Awal mula *The Secret* terbentuk pada 9 Desember 2019 di Universitas Andalas dengan formasi Muhammad Haekal, Indah Permata Sari, dan Fajri yang merupakan mahasiswa dari Universitas Andalas. Pada awal kemunculan nya band ini bernama *Sekret, Trio Sekret*, lalu pada akhir tahun 2019 mereka berganti nama menjadi *The Secret* dengan alasan agar memudahkan pada waktu mengupload hasil coveran di youtube dapat di kenal oleh khalayak umum. *The Secret* mengawali karir bermusik dengan beberapa project cover di youtube yang di lakukan di ruang sekre unit kegiatan mahasiswa UKS di Universitas Andalas. Kegiatan bermusik di lakukan pada saat pandemi dilakukan karena virus corona mulai menyebar di Kota Padang. Untuk genre musik, *The Secret* mengusung genre Folk dan Alternatif Pop, di pilihnya aliran lagu ini agar bisa menyesuaikan semua sub genre lagu. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 9 Juli 2022 di Parewa Coffee, personel band Indah Permata Sari menjelaskan banda *The Secret* terbentuk pada akhir tahun 2019, band ini beraliran *Alternative Pop* dan Folk. Dari tahun 2019 *The Secret* telah mengikuti acara yang di adakan oleh organisasi, komunitas, dan juga acara yang di adakan oleh beberapa kafe yang ada di Sumatera Barat. Selama pandemi *The Secret* sudah beberapa kali tampil dalam panggung, baik secara offline maupun online. Selain itu *The Secret* juga sudah melakukan tour dalam rangka memperkenalkan single perdana mereka "Di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam" pada tahun 2020 di beberapa titik di Kota Padang. Di tahun 2022, tepatnya pada bulan Mei, *The Secret* ikut serta dalam "Hometown Tour by Zizi" menjadi pembuka penampilan Zizi di setiap kota yang dikunjungi (Bukittinggi, Payakumbuh, Solok, dan Padang). Indah juga mengatakan keluhan yang mereka rasakan bahwa tidak mudah dikenalnya band *The Secret* karena belum memadainya identitas dari band sebagai identitas visual dari band dan juga media promosi yang belum efektif dikarenakan mereka hanya berfokus dalam bermusik, sehingga kurang memperhatikan visual band sebagai pendukung dari band *The Secret*, setelah penulis berdiskusi dengan para personel lainnya, di ambil keputusan dengan membuat perancangan visual branding Single band *The Secret* bertajuk " Di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam" untuk mengoptimalkan identitas band dan juga media promosi yang efektif agar dapat diingat oleh *audience*.

Metode

Dalam suatu penelitian, metode memegang peranan yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena semua kegiatan yang dilakukan dalam penelitian sangat bergantung kepada metode yang digunakan. Metode perancangan dimaksudkan sebagai acuan

rangkaian proses kreatif dalam merancang sesuatu. Dalam perancangan ini menggunakan metode FOUR-D. Metode FOUR-D (*Define, Design, Develop dan Disseminate*). (1) Pendefinisian (*Define*); (2) Perancangan (*Design*); (3) Pengembangan (*Develop*) dan (4) Penyebarluasan (*Disseminate*) merupakan 4 tahapan utama dalam model pengembangan FOUR-D. Pengembangan model dan prosedur penelitian FOUR-D akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

1. Pendefinisian (*define*)

Tahap ini merupakan tahapan untuk menetapkan data-data yang di butuhkan dalam perancangan.pada tahap ini penulis menentukan target *audience* yang akan menjadi tujuan perancangan dari promosi mini album band *The Secret* bertajuk “Dihadapan Meja Kayu dan Angka Enam”. Target audience dengan rentang usia 17-30 tahun terutama di wilayah provinsi Sumatera Barat khususnya kota Padang.

2. Perancangan (*design*)

Tahap ini merupakan lanjutan yaitu merancang elemen-elemen yang di gunakan untuk tujuan promosi album, seperti desain artwork, Music video berupa motiongraphic, dan elemen penunjang lainnya.

3. Pengembangan (*develop*)

Pada tahap ketiga ini, dilakukan pengembangan dari tahapan perancangan sebelumnya. Thiagarajan (1974: 8) membagi tahap pengembangan dalam dua kegiatan yaitu: *expert appraisal* dan *developmental testing*. *Expert appraisal* merupakan teknik untuk memvalidasi atau menilai kelayakan rancangan produk. *Developmental testing* merupakan kegiatan uji coba rancangan produk pada sasaran subjek yang sesungguhnya. Eksperimen ini meminta data tanggapan, umpan balik, atau umpan balik dari target pengguna model. Hasilnya digunakan untuk menyempurnakan produk. Setelah memperbaiki produk, uji ulang untuk hasil yang berhasil.

4. Penyebarluasan (*disseminate*)

Tahapan yang terakhir ialah untuk menyebarluaskan video motiongraphic beserta penunjang lainnya dan juga menarik perhatian target audience dengan cara mendistribusikan dan mempublikasikan menggunakan media utama dan media pendukung.

Proses Perancangan Visual Branding Single Band *The Secret* Bertajuk “di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam” menggunakan analisis data metode SWOT. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategi klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Sebagai metode analisis yang paling dasar, analisis SWOT dianggap memiliki banyak manfaat atau kelebihan dibandingkan dengan metode analisis yang lain.

Berikut beberapa tahapan analisis SWOT yang digunakan dalam proses perancangan, yaitu :

1. Kekuatan (*strengths*)

Keunggulan dari potensi yang dimiliki oleh Single band The Secret ialah lagu yang di rilis merupakan lagu original pertama yang di rilis oleh band yang di tulis dan di susun langsung oleh anggota band.

2. Kelemahan (*weakness*)

Yang menjadi kelemahan dari Single tersebut ialah belum memiliki visual branding yang menggambarkan cirri khas lagu “Dihadapan Meja Kayu dan Angka Enam” sehingga kurang dikenalnya karya original band tersebut.

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang yang di temukan dalam perancangan lagu “Dihadapan Meja Kayu dan Angka Enam” ialah terdapatnya bentuk wajah baru dari band The Secret yang dapat mendukung promosi band.

4. Ancaman (*threats*)

Ancaman yang dapat ditemukan ialah banyak orang yang kurang tahu mengenai lagu “Dihadapan Meja Kayu dan Angka Enam” yang menjadi simbol kemunculan band The Secret pertama kali dibandingkan dengan karya coveran lagu lain dari band The Secret.

Hasil dan Pembahasan

Media Utama

Media utama yang merupakan inti dari karya akhir perancangan Visual Branding Single Band The Secret Bertajuk “Di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam” yang di sajikan dalam bentuk video motiongraphic. Pada video motiongraphic terdapat unsur kreatif seperti tipografi, ilustrasi, logo, dan lagu dari band The Secret . Perancangan video motiongraphic sebagai salah satu media untuk mempromosikan band The Secret melalui lagu yang berjudul “Di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam” kepada masyarakat Khususnya kota Padang. Format yang digunakan dalam video motiongraphic ini memiliki durasi 2-3 menit, dan resolusi 1920x1080 pixel dengan 26 fps dengan kualitas video mp4 (HD). Format ini bertujuan dengan standar perangkat media elektronik seperti TV, LCD, Komputer, dan Smartphone.

Video motiongraphic menggambarkan kisah seorang gadis yang berada di sebuah hutan sambil bernyanyi tentang lagu yang biasa dia nyanyikan bersama teman-temannya di hutan dahulu. Sang gadis merasa sangat sedih saat menyanyikan lagu tersebut sehingga kesedihannya di dengar oleh penghuni hutan disekitar gadis itu dan mencoba menghiburnya. . Ilustrasi yang digunakan adalah *digital painting* yang dapat memvisualkan gambar karakter/objek dalam bentuk visual, seperti karakter burung, serigala, burung merpati, buku “The Secret Story”, dan tinta. Dari beberapa karakter memiliki arti/makna masing-masing, pertama karakter cewe yang merupakan tokoh dalam cerita di balik lagu yang mengenang kenangannya bersama pasangannya dahulu, karakter serigala menggambarkan cerita diantara cewe dan pasangannya yang memiliki banyak momen saat menjalin hubungan, kemudian karakter burung merpati menggambarkan arti kebebasan, dan karakter tinta merupakan ungkapan rasa bahagia dan penyesalan sang gadis.

Dalam pemilihan warna pada video motion graphic lagu “Di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam” perancang memilih warna cool tone, karena warna cool tone juga memiliki arti dalam psikologis dan latar suasana yang sendu, suram, fantasi, ketenangan. Selain itu warna lebih dominan yang digunakan adalah biru, hijau, ungu coklat. Berikut penggunaan warna pallete dalam perancangan, yaitu:



Gambar 1. Pallete warna

Tipografi yang dipakai harus memiliki unsur keterbacaan yang jelas, sehingga bisa digunakan pada media cetak manapun maupun media elektronik. Jenis font atau Tipografi yang digunakan adalah:

- a) Astila Reguler



- b) Montserrat

MONTERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTERRAT HAIRLINE
MONTERRAT ULTRA LIGHT
MONTERRAT LIGHT
MONTERRAT REGULAR

MONTERRAT SEMI BOLD
MONTERRAT BOLD
MONTERRAT EXTRA BOLD
MONTERRAT BLACK

Proses pembuatan video motiongraphic ini mempunyai beberapa tahapan yang harus dilakukan, beberapanya seperti pra produksi yaitu brainstorming membuat ide, menentukan format desain, menentukan jenis font, menentukan warna yang akan digunakan, membuat storyboard, dilanjutkan tahap produksi yaitu melakukan pembuatan dan elemen desain yang dibutuhkan dalam video motion dan mixing music background, dan pasca produksi berupa editing. Perangkaian media utama dalam video motiongraphic ini dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Praproduksi

1) Ide

Ide dasar dalam pembuatan video *motiongraphic* ini terinspirasi dari sebuah film anak Alice in Wonderland, dimana dikisahkan ada seorang anak perempuan yang jatuh kedalam lubang yang terhubung dengan dunia fantasi dimana terdapat berbagai macam jenis tumbuhan, hewan, manusia yang aneh dan beraneka bentuk. Perancang terinspirasi dengan karakter gadis pada film tersebut dan juga cerita dalam lagu "Di Hadapan Meja Kayu dan Angka Enam". Kemudian konsep yang akan diterapkan dalam video *motiongraphic* yaitu dimana ada seorang gadis yang berada di sebuah hutan sambil bernyanyi tentang lagu yang biasa dia nyanyikan bersama teman-temannya di hutan dahulu. Sang gadis merasa sangat sedih saat menyanyikan lagu tersebut sehingga kesedihannya di dengar oleh penghuni hutan disekitar gadis itu dan mencoba menghiburnya.

2) Biaya Produksi

Tabel Biaya Produksi

No.	Nama Produksi	Satuan (Rp)	Unit	Jumlah
1.	Media Utama (Motiongraphic)	-	-	Rp. 1.000.000,00.-
2.	Media Pendukung :			





	a. Booklet	Rp. 20.000,00.-	3	Rp. 60.000,00.-
	b. Dvd	Rp.50.000,00.-	3	Rp. 150.000,00.-
	c. T-shirt	Rp. 90.000,00.-	3	Rp. 270.000,00.-
	d. Enamel Pin	Rp. 30.000,00.-	12	Rp. 360.000,00.-
	e. Tumbler	Rp. 55.000,00.-	3	Rp. 165.000,00.-
	f. Poster	Rp. 30.000,00.-	3	Rp. 180.000,00.-
	g. Sticker Pack	Rp. 40.000,00.-	3	Rp. 120.000,00.-
	Total		30	Rp. 2.305.000,00.-


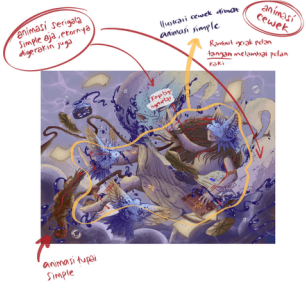

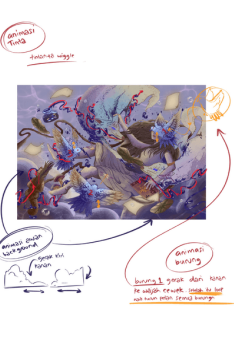
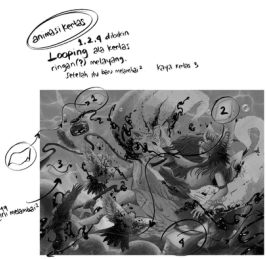
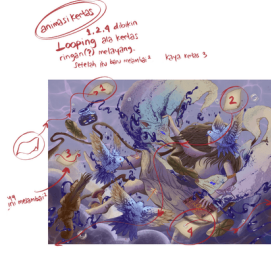
Tabel 1. Biaya Produksi

b. Produksi

1) *Storyboard*

Storyboard adalah tahap menerjemahan data verbal menjadi gambar sketsa yang disertai arahan dan dialog yang mempersentasikan pengambilan gambar beserta urutannya yang akan dilakukan dalam sebuah produksi iklan dan film.

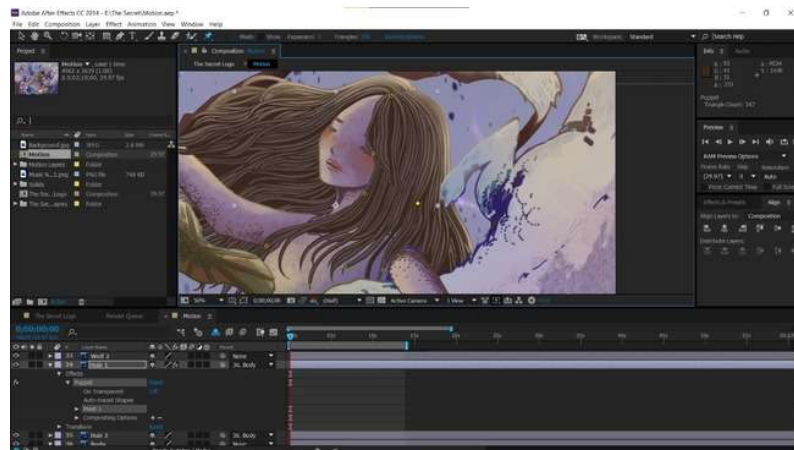
No.	Scene	Final	Keterangan
1.			Zoom in
2.			Zoom out

<p>3.</p>			<p>Sound+ looping</p>
<p>4.</p>			<p>Sound+ looping</p>
<p>5.</p>			<p>Sound +looping</p>

Tabel 2 Storyboard

2) Menggerakkan Objek (animation)

Menggerakkan objek ini dilakukan ketika aset-aset ilustrasi telah selesai dibuat. Selanjutnya pergerakan ke semua elemen-elemen desain yang dibuat dalam aplikasi adobe ilustrator seperti karakter, icon, font, ilustrasi yang akan digerakkan melalui software adobe after effect untuk dijadikan animasi bergerak, agar objek yang telah dirancang menjadi lebih hidup dan bergerak sesuai dengan konsep *Storyboard*.

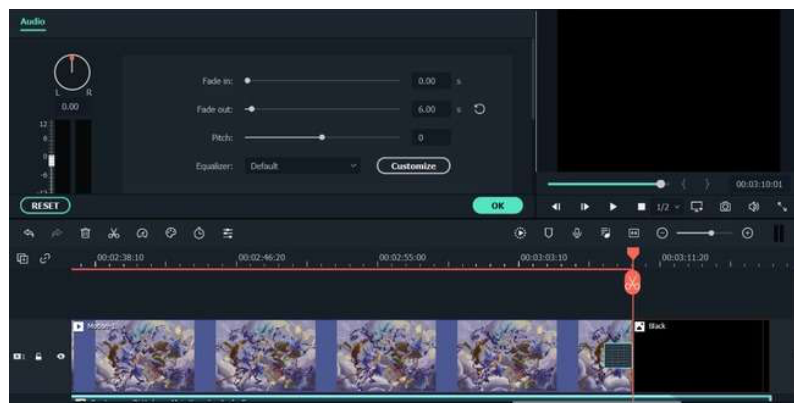


Gambar 2. Proses menggerakkan objek (animation)

c. Pasca Produksi

1) Editing

Tahapan selanjutnya ialah melakukan penggabungan tiap-tiap scene berdasarkan storyboard yang telah ada. Penggabungan scene dilakukan antara composition satu ke composition yang lain, Sehingga setiap *Scene* yang telah dibuat digabung menjadi satu bagian ide cerita yang mengalir dalam satu video. Kemudian dilanjutkan ke langkah timeline pada setiap *Composition* untuk menampilkan scene didalam waktu show yang berbeda.

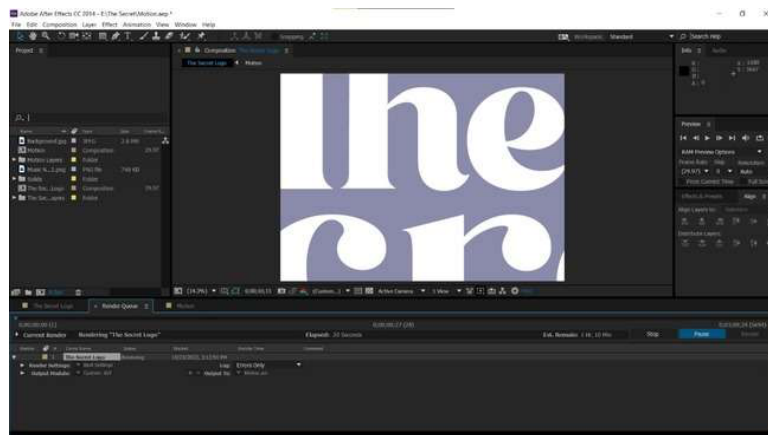


Gambar 3. Proses penggabungan scene

2) Rendering

Proses terakhir ialah rendering, *rendering* dilakukan pada semua scene dan audio beserta *soundeffect* yang telah diatur berdasarkan storyboard yang di buat. Kemudian untuk proses *rendering* melalui proses klik File-Export-Add to render queue pada software after effect. Sebelum export untuk dijadikan video, file dipastikan berformat H264 atau MP4, karena format MP4 mampu membuat gambar terlihat bersih dan tidak

terkompres namun memiliki size file yang kecil dari AVI. Serta ukuran resolusi HDTV 1080p 26 fps menyesuaikan ukuran dari proses editing.



Gambar 4. Proses rendering

Program branding pada video motiongraphic yang akan dilakukan setelah hasil video selesai di render, hasil video tersebut akan di posting dalam social media pribadi band seperti instagram band The Secret dalam bentuk reels video dengan 3 menit. Estimasi waktu postingan video yaitu kurang lebih 2 minggu, dalam mendukung program launching lagu terbaru The Secret dengan judul "Trilogy". Dengan tujuan untuk mempromosikan lagu "Di hadapan Meja Kayu dan Angka Enam" agar diingat oleh para audience dan khalayak umum.

Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan terdahulu dapat disimpulkan bahwa dilakukannya perancangan visual branding single band The Secret bertajuk "Di Hadapan meja Kayu dan Angka Enam" dengan tujuan mempromosikan kembali karya Band The Secret melalui video *motiongraphic* dan media pendukung berupa *merchandise boxset* seperti CD, *booklet*, *t-shirt*, enamel pin, *sticker pack*, *tumbler*, dan poster dengan menggunakan tahapan dan strategi kreatif seperti, melakukan pengumpulan data, menentukan target audience, menentukan *storylines* dan *storyboard*, kemudian berlanjut ketahapan Praproduksi, produksi, dan pasca produksi.

Oleh karena itu diharapkan perancangan Visual Branding Single oleh Band The Secret ini dapat membantu promosi dan memperkuat bentuk visual dari band agar terus menghasilkan karya-karya nya yang dapat menginspirasi pendengar baik di lingkungan music maupun khalayak umum.

Rujukan

- Adiwijaya, F. M., Wicandra, O. B., & Asthararianty, A. (2020). Perancangan Ilustrasi Tentang Edukasi Gejala Gangguan Bipolar Bagi Remaja Di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 9.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). Teknik analisis SWOT. *Anak Hebat Indonesia*.
- Kwanda, C., Hagijanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2019). Perancangan Visual Branding Sebagai Pendukung Promosi Produk Batik Ikat Celup UMKM Siwalankerto di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Saputra, A. B. (2018). Pembuatan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Untuk Proyek Datsun Sigap. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer*, 2(2), 84-97.
- Rustan, Suriyanto (2017). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wallach, J. (2008). *Modern noise, fluid genres: popular music in Indonesia, 1997–2001*. Univ of Wisconsin Press.