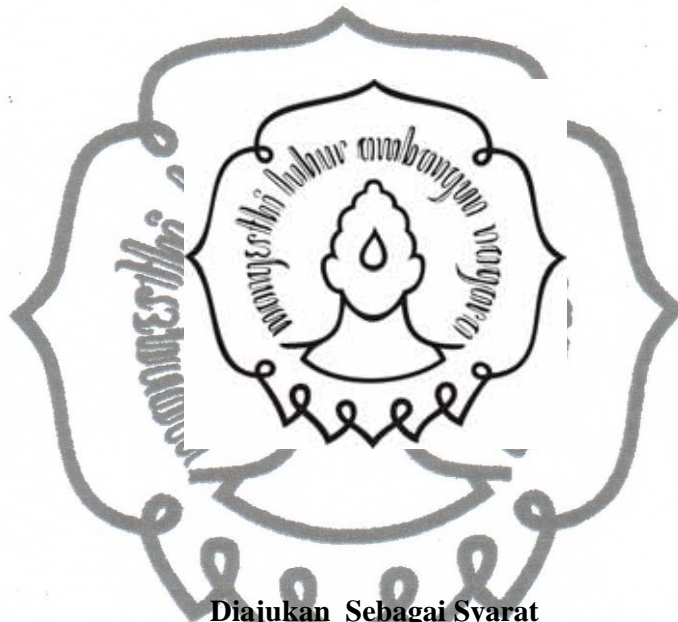


PENGANTAR TUGAS AKHIR

PEMBUATAN VIDEO KLIP GROUP BAND
INDEPENDENT LETTER OF MEMORIES SEBAGAI
MEDIA PROMOSI



Diajukan Sebagai Syarat
Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir Guna Mencapai Ahli Madya
D3 Desain Komunikasi Visual

Disusun Oleh :

BASKORO LANJAR P
C.9506022

PROGRAM STUDI D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010

commit to user

LEMBAR PERSETUJUAN

Konsep Karya Tugas Akhir dengan Judul :

PEMBUATAN VIDEO KLIP GROUP BAND INDEPENDENT LETTER OF MEMORIES SEBAGAI MEDIA PROMOSI



Mengetahui

Koordinator Tugas Akhir

Arief Iman Santoso, S.Sn
NIP. 19790327 20050 1 1002

commit to user

PENGESAHAN

Pengantar Karya Tugas Akhir
Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Tugas Akhir
Pada tanggal 23 Juli 2010

Panitia Penguji

Ketua Sidang Tugas Akhir
Drs. Ahmad Kurnia W. (.....)
NIP. 19430726 198003 1 001

Sekretaris Sidang Tugas Akhir
Anugrah Irfan Ismail, S.Sn (.....)
NIP. 19790327 200501 1 002

Pembimbing Tugas Akhir I
Arief Iman Santoso, S.Sn (.....)
NIP. 19790327 20050 1 1002

Pembimbing Tugas Akhir II
Andreas S.Widodo, S.Sn (.....)
NIP. 19751201 200112 1 002

Mengetahui
Dekan Fakultas Saatra dan Seni Rupa

Ketua Program
D3 Desain Komunikasi Visual FSSR

Drs. Sudarno, MA
NIP. 19530314 198506 1 001

Andreas S. Widodo, S.Sn
NIP. 19751201 200112 1 002

commit to user

MOTTO



“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.”

commit to user

PERSEMBAHAN



Kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya selalu.

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT serta sholawat kepada junjunganku Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul

**“PEMBUATAN VIDEO KLIP GROUP BAND INDEPENDENT
LETTER OF MEMORIES SEBAGAI MEDIA PROMOSI”.**

Adapun Tugas Akhir ini disusun guna mencapai gelar Ahli Madya Diploma III Program Studi D III Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesainya Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan baik secara spiritual maupun material dari semua pihak yang telah membantu, baik keluarga maupun lingkup kampus Universitas Sebelas Maret Surakarta, karena itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Sudarno, MA. selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
2. Andreas S. Widodo, S, Sn selaku Ketua Program Studi D III Desain Komunikasi Visual Universitas Sebelas Maret dan Pembimbing I Tugas Akhir.
3. Arief Iman Santoso, S. Sn, selaku Pembimbing II Tugas Akhir.
4. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah banyak membantu dalam penyusunan karya Tugas Akhir ini.

commit to user

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT, maka penulis menyadari bahwa konsep Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan dan segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan. Semoga penulisan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua, amin.



Surakarta, 23 Juli 2010

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Perancangan.....	2
BAB II IDENTIFIKASI DATA	4
A. Data Produk.....	4
B. Target Audience.....	7
C. Target Market.....	7
D. Kompetitor	8
BAB III KONSEP PERANCANGAN DAN PERENCANAAN MEDIA.....	10
A. Metode Perancangan	10
B. Konsep Kreatif.....	15
C. Konsep Visual.....	17
D. Proses Pembuatan Video Klip.....	17
E. Pemilihan Media Promosi Pendukung.....	26
BAB IV VISUALISASI KARYA	37
A. Bentuk dan Format Video Klip.....	37
B. Detail Visualisasi Karya.....	37

commit to user

BAB V	PENUTUP	55
	A. Simpulan.....	55
	B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia musik terdapat berbagai jenis *genre* salah satunya *metal*. Musik bergenre *metal* ini sendiri masih terdiri dari banyak sekali jenis – jenis *genre* seperti : *Trash metal, Black metal, Power metal, Death metal*, dan sebagainya.

Musik *metal* mulai terbentuk pada pertengahan tahun 60'an digawangi oleh band *Deep Purple* disusul oleh *Black sabbath* yang lebih mengenalkan musik *metal* kepada masyarakat dunia. Tetapi *genre metal* itu sendiri masih kurang mempunyai banyak peminat mungkin dikarenakan *distorsi* kencang dan *beat – beat* yang cepat terkadang membuat musik ini kurang banyak diterima dikalangan masyarakat awam. Sehingga membuat Industri – industri musik di dunia masih menempatkan musik bergenre *metal* ini dalam golongan *minoritas*.

Di Indonesia sendiri pergerakan musik *metal* masih sangat sempit, mungkin hanya dalam kalangan – kalangan remaja dan dalam komunitas musik *metal* itu sendiri. Dengan sedikitnya *space* tersebut membuat persaingan antar band – band menjadi sangat besar dan mengharuskan band – band *metal* tersebut bergerak secara *independent*.

Hal inilah yang melatarbelakangi perancangan promosi dari group band *independent* “ LETTER OF MEMORIES “. Media utama yang dipilih adalah video klip dari group band tersebut, dan sebagai media penunjangnya dipilih cover cd, poster, kaos, label cd, dan sebagainya. Video klip sangat efektif sebagai media promosi karena video klip merupakan gabungan antara audio dan visual jadi *audiens* dapat mendengar musiknya dan sekaligus dapat melihat konsep visual yang ditampilkan.

commit to user

Oleh karena itu untuk membantu group band *independent* “ LETTER OF MEMORIES “ dalam mempromosikan musik mereka agar dapat bersaing di dalam industri musik metal, penulis mengangkat “ Pembuatan video klip group band independent LETTER OF MEMORIES sebagai media promosi “ .

B. Perumusan Masalah

Setelah menentukan latar belakang masalah , maka langkah selanjutnya adalah perumusan masalah diantaranya :

1. Bagaimana membuat suatu perancangan komunikasi visual video klip group band *independent* “ LETTER OF MEMORIES “ yang menarik dan komunikatif sehingga dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan dari band “ LETTER OF MEMORIES “ sebagai media promosi band tersebut?
2. Bagaimana menaikkan minat masyarakat terhadap “ LETTER OF MEMORIES “ melalui media penunjang (poster, cover cd, label cd, kaos, dan sebagainya)

C. Tujuan Perancangan

Setelah menentukan perumusan masalah, langkah berikutnya menentukan tujuan perancangan yakni :

1. Merancang sebuah video klip yang sesuai dengan karakteristik dari band “ LETTER OF MEMORIES “ tersebut, dan memasarkan disertai dengan media penunjangnya.
2. Merancang media penunjang (poster, cover cd, label cd, kaos, dan sebagainya) semenarik mungkin sehingga dapat menaikkan minat masyarakat.

commit to user





BAB II IDENTIFIKASI DATA

A. Data Produk

Band indie dari kota Solo yang bergenre musik *rock/metal/hardcore* atau biasa disebut *metalcore* . Berawal dari 5 remaja yang mempunyai kesamaan visi dan misi serta idialisme dalam bermusik ini, mencoba untuk eksis di komunitas musik metal kota solo dengan membentuk band bernama LETTER OF MEMORIES pada awal tahun 2008.

Maksud dari nama band LETTER OF MEMORIES sendiri adalah agar kita semua tidak melupakan apa yang sudah terjadi kemarin karena introspeksi untuk menjadi lebih baik atas hari sebelum hari ini . Warna musik dari LETTER OF MEMORIES banyak dipengaruhi dari band – band seperti Metallica, Soilwork, After the burial, Rage againts the machine, Avanged sevenfold.

1. Formasi dari band LETTER OF MEMORIES :

a. Kate (Vocal)

Seorang yang sudah lama berkecimpung di dunia *skateboarding* ini telah terbangun untuk sebuah proyek *metalcore* melalui pergerakan yang dimulai dari obsesinya pada Zack De La Rocha. Pula *terinfluence* oleh sound dari RATM, Darkesthour, serta Lamb Of God yang telah menggugahnya untuk menjadi seorang vokalis Letter Of Memories. Kate berperan penting dalam menentukan nada vokal beserta liriknya.

b. Ganjar (Guitar 1)

Gitaris dengan attitude metal yang cenderung mengarahkan melodinya pada speed metal ini telah membantu mengembangkan aliran musik Letter Of Memories. Sound dari After the Burial, Bloodsimple, dan juga Soilwork banyak membantunya menguasai teknik melodi yang cukup baik. Dari kemampuannya yang cukup menguasai elektronika, ganjar sangat bereperan dalam mengatur sound baik dalam recording maupun ketika live.

c. Bagas (Guitar 2)

Berbekal sound gitar As I Lay Dying dan memaksimalkan kemampuan yang dimilikinya, mulai merubahnya menjadi gitaris Letter Of Memories yang cenderung mengandalkan kualitas permainan power chord. Beberapa band seperti Trivium, Metalica, dan Slipknot menjadi acuannya untuk menciptakan sound yang sedikit berbeda.

d. Gilbert (Bass)

Anggota paling muda dari band ini, tidak mengendorkan mental dalam mengeluarkan kemampuannya untuk melengkapi lagu dengan alunan power picking. Sound Bass yang mengacu pada Bring Me The Horizon, Caliban, dan Rage Against The Machine telah menjadikannya sebagai attitude metal yang melekat.

e. Deny (Drum)

Permulaan atas kekagumannya pada A Life Once Lost, At The Throne of Judgement, Embrace The End, dan Avanged Sevenfold telah merubahnya menjadi drummer Letter of Memories yang membuat mereka sedikit mengarah pada

heavymetal. Denny cenderung mengandalkan kekuatan double pedal untuk melengkapi komposisi musik disemua lagu letter of memories.

2. Pengalaman manggung band LETTER OF MEMORIES :

- a. Opening act Drive tour 3 town
- b. Opening act Rocket Rockers
- c. Guesstar at Moveable gathering
- d. Guesstar at Bazar Soloradio
- e. Guesstar at Gudang Garam unplug
- f. Pekan Raya Indonesia at alun alun Keraton
- g. Studioshow at 57studio
- h. Opening act launching Youth Disorder
- i. Studioshow “ide dan darah”(Star FM, GelagatHitam) at 42coffe corner
- j. Pensi SMA 4 Surakarta
- k. Rock To Heroes 1&2

3. List lagu LETTER OF MEMORIES :

- a. Your behaviour
- b. Take it back
- c. Sisa sebuah asa
- d. Fatamorgana ucapan
- e. New skin must be done
- f. Penghianatan oleh murka

B. Target Audience

Target *Audience* adalah orang - orang warga Negara Indonesia khususnya anak SMA dan para komunitas musik metal.

C. Target Market

1. Target menurut geografis:

Daerah sasaran : Kota Solo dan seluruh Indonesia.

2. Target menurut demografis:

- a. Umur : 17-30 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Agama : Semua agama
- d. Pendidikan : Minimal SMA
- e. Status social : Menengah - kebawah
Menengah - keatas

3. Target menurut psikografis:

Orang yang masih dalam masa pencarian jati diri dan orang yang benar – benar menyukai hentakan beat – beat musik metal.

4. Target market menurut psikografis:

Orang-orang yang dinamis, suka tantangan, stres.

D. Kompetitor

Semakin ketatnya persaingan antar band – band metal tersebut, semakin banyak pula band – band yang melakukan promosi semenarik mungkin seperti membuat video klip.

1. Burger kill

Burger kill adalah band indie dari Bandung yang *bergenre metalcore* ini juga menggunakan media video klip untuk mempromosikan bandnya dan media – media penunjang albumnya.

- a. Kelebihan dari band Burger kill adalah band ini lebih dulu berdiri dari pada Letter of memories, Burger kill mungkin lebih mempunyai penggemar dari pada Letter of memories.
- b. Kekurangan dari band Burger kill adalah mereka sudah kurang produktif dalam pembuatan album jadi memungkinkan untuk Letter of memories dapat bersaing.

2. Down for life

Down for life adalah band metalcore yang berasal dari kota Solo ini juga menggunakan media video klip dan media penunjang lainnya untuk mengenalkan bandnya dan mempromosikan albumnya kepada komunitas musik metal di kota Solo dan sekitarnya.

- a. Kelebihan dari band Down for life adalah salah satu anggotanya mempunyai *event organizer* yang sering membuat acara atau event musik metal jadi memungkinkan untuk band Down for life selangkah lebih maju dan mereka juga lebih dulu berdiri.

- b. Kekurangan dari band Down for life adalah banyaknya pergantian personel di dalam band membuat mereka kurang solid dan produktifitas materi lagu mereka kurang.

Dengan banyaknya band yang sudah menggunakan media video klip dan media penunjang sebagai promosi bandnya, mengharuskan membuat rancangan konsep video yang menarik dan semaksimal mungkin agar mampu bersaing dan mendapatkan hasil yang memuaskan dan dapat bersaing dengan band – band yang sudah membuat video klip tersebut.



BAB III KONSEP PERANCANGAN DAN PERENCANAAN MEDIA

A. Metode Perancangan

1. Tujuan Media

Dengan kemajuan teknologi sekarang ini berdampak juga pada perkembangan musik metal di Indonesia. Banyaknya band metal baru yang bermunculan membuat persaingan yang ketat antara musisi satu dengan yang lain, oleh karena itu kita harus merencanakan media promosi semenarik mungkin untuk membuat pecinta musik metal tertarik pada media promosi yang kita buat untuk bersaing dengan band - band yang lain.

Media merupakan alat yang dipergunakan dalam kegiatan periklanan, media itu sendiri mempunyai pengaruh yang besar terhadap pesan yang akan disampaikan. Media komunikasi yang dipergunakan dalam kegiatan promosi mini album grup band Letter of memories merupakan media lini atas dan media lini bawah dengan pemilihan yang utama sebagai visualisasi adalah melalui media audio visual dan media penunjang lainnya.

Perencanaan media bertujuan untuk :

- a. Agar dapat bersaing dengan band lainnya di kalangan musik metal
- b. Menyampaikan informasi yang efektif, efisien dan mudah diingat kepada penggemar musik metal .
- c. Menggali dan memaksimalkan media kreatif.

2. Strategi Media

Strategi media adalah bagaimana memilih dan menentukan media yang tepat untuk menjangkau sasaran sehingga mampu menarik minat para konsumen, hal yang menjadi bagian paling penting dalam mengambil keputusan mengenai periklanan adalah menggunakan media yang paling tepat untuk menyampaikan pesan kepada konsumen yang menjadi sasaran. Media adalah pesan-pesan yang disampaikan melalui alat (sarana) komunikasi yang disebarkan kepada khalayak sasaran. Pemakaian jenis media tergantung kepada tujuan iklan itu sendiri. Sebenarnya semua jenis media dapat saling diperbandingkan berdasarkan faktor-faktor tertentu sampai sejauh mana perusahaan harus menggunakan media. Ada tiga faktor yang harus diperhatikan:

- a. Kebiasaan seseorang yang menjadi sasaran media.
- b. Efektifitas media untuk menyajikan iklan.
- c. Biaya golongan masing-masing media.

(Radionusu 1987 : 215)

Media adalah sebuah alat yang dipergunakan dalam kegiatan periklanan. Media bukan merupakan alat penyampaian berita yang pasif bahkan sering media itu dapat mempengaruhi pesan yang ingin disampaikan. Media komunikasi yang dipakai dalam kegiatan promosi band Letter of memories meliputi media lini atas dan media lini bawah, dengan pemilihan media utama sebagai visualisasi adalah media audio visual dan media audio berupa CD.

Media yang dipilih juga menentukan visualisasi dan pesan berdasarkan kelompok sasaran :

commit to user

a. Media Youtube

Youtube mempunyai potensi yang sangat besar sebagai sarana iklan dalam menyampaikan pesan, Karena di era sekarang ini internet sangat lekat sekali dengan masyarakat selain itu juga dapat meminimalis biaya untuk promosi. Youtube adalah website untuk video yang sering digunakan untuk promosi video klip, iklan produk dan sebagainya.

Keberadaan Youtube sangat besar pengaruhnya bagi kampanye periklanan, baik itu iklan komersial atau iklan layanan masyarakat lainnya.

Keunggulan media youtube secara umum adalah :

1) Efisiensi biaya

Salah satu keunggulan media ini adalah bisa menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas. Sebagian besar masyarakat menggunakan internet setiap harinya, jangkauan yang luas ini dapat menimbulkan efisiensi biaya dalam jangkauan setiap individu, sesuai target *audience*.

2) Pengaruh yang kuat

Youtube sangat berpengaruh sekali di era sekarang ini, karena sebagian besar promosi iklan maupun setiap hal mengenai promosi dengan audio visual menggunakan youtube, sehingga berpotensi besar tersampaikan sesuai target *audience*.

Iklan Media Cetak

1) X-Banner

Sebagai media komunikasi, X-Banner mempunyai beberapa kelebihan dalam menyampaikan pesan :

- a) Dapat ditempatkan di tempat-tempat umum dan strategis yang biasa dijadikan jalur mobilitas masyarakat dalam beraktivitas.
- b) Tayangan audio visual mungkin saja cepat terlupakan dan kelemahan ini dapat diatasi dengan memadukannya dengan media iklan lain, dalam hal ini X-Banner memiliki nilai lebih sebagai media pelengkap

2) *Sales Promotions*

Sales promotions atau promosi penjualan adalah kegiatan promosi yang berhubungan dengan penjualan produk dengan diskon atau pembelian produk dengan bonus barang. Sales promotion yang digunakan kali ini adalah penjualan cd mini album group band disertai bonus t-shirt dan poster dari group band Letterof memories, Bertujuan agar para penggemar musik metal lebih berminat membeli cd mini album dari group band Letter of memories.

Packaging merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) dan pembungkusan (*wrapper*) untuk suatu produk. Tujuan penggunaan kemasan antara lain meliputi :

- a) Sebagai pelindung isi (*protection*)
- b) Untuk memberi kemudahan dalam penggunaan (*operating*)
- c) Bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reuseable*)
- d) Memberi daya tarik (*promotion*)
- e) Sebagai identitas (*image*)
- f) Distribusi (*shipping*)

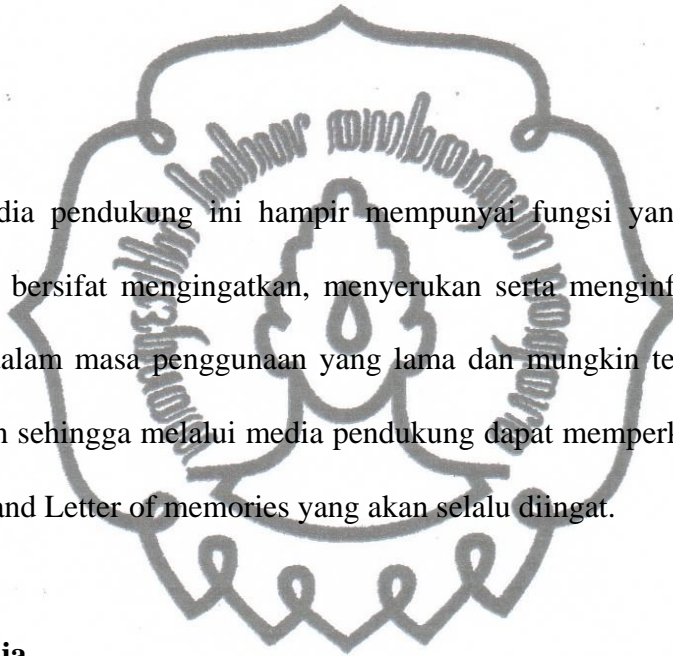
- g) Informasi (*labeling*)
- h) Sebagai cermin inovasi produk

b. Media pendukung

Desain perlengkapan lain sebagai penunjang promosi ini adalah :

- 1) Stiker
- 2) *T-Shirt*
- 3) Pin
- 4) Poster

Media pendukung ini hampir mempunyai fungsi yang sama. *Headline* yang sama bersifat mengingatkan, menyerukan serta menginformasikan kepada khalayak dalam masa penggunaan yang lama dan mungkin tercipta ketertarikan pada desain sehingga melalui media pendukung dapat memperkenalkan khas atau ciri grup band *Letter of memories* yang akan selalu diingat.



3. Program Media

Strategi pemilihan kelompok sasaran (*target audience*), tujuan beriklan dan kemampuan anggaran merupakan hal-hal yang harus diperhatikan di dalam pengambilan keputusan untuk menentukan program media. Oleh sebab itu pihak pengiklan harus lebih cerdas dalam memprioritaskan media apa yang dirasa efisien dan efektif yang sesuai dengan sasaran yang dituju.

Program media adalah menentukan waktu dan media sebagai jalur utama dalam penyampaian pesan, sehingga waktu dan frekuensi penayangan/ penyiaran

tidak dapat ditargetkan oleh pihak pengiklan dan biro iklan, karena pengiklan dan biro iklan hanya sebatas memprogramkan saja.

B. Konsep Kreatif

1. Pendekatan kreatif

Ada berbagai macam pendekatan kreatif, dimana itu tergantung pada strategi konsep periklanan serta siapa khalayak sasaran yang dituju. Adapun penyampaian pesan dari iklan tersebut dilakukan dengan banyak alternatif, apakah dengan *hard sell*, *soft sell*, *information*, *emotion*, membuka citra, melawan *competitor*, dan sebagainya. Dalam rangka peluncuran *mini album* Letter of memories , maka pendekatan yang digunakan adalah :

a. *Informational*

Pesan-pesan yang disampaikan dibuat berdasarkan fakta dan logika, yaitu informasi mengenai *mini album* group band Letter of memories berikut materi yang ditawarkan.

b. *Emotional*

Berdasarkan materi lagu yang ada, maka pendekatan psikologi secara emosional yang diterapkan adalah kepedulian terhadap konflik-konflik sosial, kritik sosial. Bentuk pendekatan yang membangkitkan emosi dan merangsang perasaan tertentu cenderung tidak mudah untuk dilupakan.

c. *Image*

Image atau citra dibangun berdasarkan gaya atau makna kehidupan, serta nilai-nilai yang diinginkan. Dalam hal ini citra yang ingin dibangun adalah ungkapan tentang kasih sayang, kesedihan dan penyesalan, yang menjadi fenomena kehidupan masyarakat.

2. *Unique Selling Proposition*

Keunikan yang dimiliki group band Letter of memories selain musiknya yang kreatif adalah dari karakter *growl vocal* yang cocok untuk aliran musik *Hardcore metal*.

3. *Positioning*

Positioning merupakan sebuah inti dari segala sesuatu yang kita inginkan agar dipikirkan, dirasakan dan dipercaya oleh para penggemar musik metal sasaran mengenai produk kita, dimana kita yakin akan dapat membedakannya dari produk-produk lain yang sejenis. Grup band Letter of memories diposisikan sebagai sebuah grup band aliran musik *Hardcore metal* yang memberikan nuansa baru yang kreatif di kancah dunia musik Metal.

C. Konsep Visual

Pada prinsipnya seseorang yang ingin melakukan perancangan video klip perlu suatu ketekunan dan kejernihan berpikir dalam memandang masalah yang terjadi dan kaitannya dengan masyarakat. Untuk itu perlu adanya perencanaan sebelum memasuki tahap pengerjaan. Hal ini memerlukan dukungan data berupa hasil penelitian yang dilakukan untuk menjamin obyektifitasnya. Perancangan ini juga perlu memperhatikan

commit to user

biaya produksi video klip, untuk itu perlu perhitungan biaya yang tepat agar tidak terbuang sia-sia.

Ada beberapa hal yang mendasari perencanaan suatu kegiatan promosi agar karya yang dihasilkan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Untuk itu perlu adanya langkah-langkah atau metode perancangan yang digunakan dalam rangka pemecahan masalah tersebut antara lain :

1. Pengumpulan dan pengolahan data,yang merupakan bahan dan pedoman untuk merumuskan tema sentral untuk menghasilkan ketepatan dalam perancangan.
2. Merancang komunikasi visual atas dasar konsep perancangan, sesuai dengan tema yang telah dirumuskan.
3. Memilih media dan penempatan yang tepat sebagai perantara antara komunikator dengan komunikan.

D. Proses Pembuatan Video Klip

Dalam pembuatan video klip band “Letter of memories” ini diperlukan sebuah kerja tim yang baik. Dimana dalam pengerjaannya telah dibagi-bagi dalam sistem mekanisme kerja masing-masing. Pembuatan video klip tersebut dibagi dalam beberapa tahap, yaitu :

1. Pra Produksi

Pra produksi disebut juga masa persiapan sebelum membuat video klip. Dimana pertama yang akan dibuat adalah *story line* tersebut sudah jadi dan telah disetujui oleh sutradara dan para personel band “Letter of memories” maka akan

commit to user

dibuatkan sebuah *story board* dimana akan mempermudah menentukan jalan cerita dari lagu tersebut dan untuk menentukan pengambilan gambar yang bagus didalam proses produksi video klip tersebut. Kemudian barulah sutradara mencari pemain yang cocok untuk memainkan karakter dalam cerita video klip tersebut. Untuk penataan artistik *setting* juga mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan, membuat *setting* dan properti yang dibutuhkan nantinya dalam pengambilan gambar. Setelah dilakukan persiapan dan mencakup semua *hunting* lokasi yang sesuai dengan cerita, dan juga mencari properti yang akan digunakan dalam video klip tersebut maka dari semua aspek baik dari kameraman, tata lampu, artistik *setting* tempat, kostum pemain, *make up*, dan segala keperluan dibidang keproduksian harus sudah dipersiapkan dengan baik. Selain itu, juga harus dipersiapkan dengan teliti dari aspek diluar kreatif antara lain dari segi akomodasi, konsumsi pada saat produksi, transportasi pemain dan *crew*, ijin penggunaan tempat, seksi keamanan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan pembuatan video klip tersebut.

Storyline :

Konsep yang akan digunakan dalam video klip Letter of memories “Murka pengkhianatan” ini secara keseluruhan mengambil inti cerita dari lagu yang dibawakan, dimana cerita dalam lagu tersebut mengisahkan tentang Sebuah persahabatan yang hancur karna pengkhianatan.

Ketika Pria A melihat sebuah foto pacarnya bersama pria B yang juga teman pria A. Pria A kemudian emosi karena dia dikhianati oleh temannya sendiri. Emosinya yang tak terkendali dilihat dari raut wajah pria A yang garang hingga merobek – robek foto tersebut lalu sang pria A menelpon seorang untuk menghabisi nyawa pria B dengan

keji. Dengan menggunakan cara pria A mengundang pria B disuatu ruangan tertutup, Ditempat itulah pria B dihabisi dengan keji oleh orang suruhan pria A. .

Selain cerita yang ada tersebut video klip ini juga memasukan visualisasi masing-masing personil band “Letter of memories” yang sedang bermain alat musik disuatu ruangan yang menggunakan ruang galeri FSSR. Para personil band “Letter of memories” juga menunjukkan *performance* mereka masing-masing di dalam video klip ini. Didalam cela-cela video klip tersebut, isi cerita dalam video klip ini banyak ditekankan pada isi lagu cerita tersebut.

2. Produksi

Setelah segala sesuatu yang dibutuhkan sudah siap dan semua proses pra produksi telah matang maka pengambilan gambar sudah bisa dilakukan. Pada saat pengambilan gambar sutradara mengarahkan pemain, menentukan gambar yang akan diambil, kameraman siap dengan kameranya untuk merekam gambar. Segala sesuatu yang terjadi pada saat pengambilan gambar merupakan tanggung jawab sutradara selaku pimpinan dalam pengambilan gambar. Pada saat pengambilan gambar atau *shooting* diperlukan kerja tim yang bagus, karena dalam pembuatan video klip satu aspek dengan aspek lainnya saling berhubungan. Sutradara membuat *screenplay* atau jika di perlukan *storyboard* sebagai pegangan pada saat *shooting*. Adapun proses yang dilakukan dalam tahap produksi , yaitu sebagai berikut :

- a. Dengan pengambilan gambar tahap 1 adalah pengambilan *performance* band dari *full shot* sebagai master kemudian lanjut ke *medium close up* , *close up*, *big close up* sebagai *insert* sesuai dengan *storyboard* yang dibuat.

- b. *shooting* tahap 2, lokasi difokuskan di kamar sebuah rumah. Di mana kamar dibuat sedemikian rupa agar menyerupai ruang kerja pria A yang digunakan untuk adegan pria melihat foto dan pengambilannya menggunakan *full shot* dan *medium close up, close up* sesuai dengan konsep video klip.
- c. *Shooting* tahap 3 di fokuskan pada pengambilan gambar saat adegan Pria B dipukuli dan dibunuh oleh orang suruhan pria A dan dalam pengambilannya menggunakan *full shot* dan *medium close up, close up* dan dalam adegan pengambilannya kamera sering di *moving* agar lebih terlihat keras dan sesuai dengan konsep video.

3. Pasca Produksi

Rekaman hasil *shooting* kemudian dilanjutkan ke studio untuk melakukan pengeditan, masa paska produksi berarti masa setelah *shooting*. *editing* merupakan pekerjaan dalam studio yaitu pekerjaan menyusun gambar sesuai dengan *storyboard*. Dalam pembuatan film dengan format *seluloid* prosesnya tidak langsung setelah *shooting* film, tetapi harus dicuci terlebih dahulu menjadi film negatif, lalu editor memotong gambar yang di inginkan lalu disusun kembali sesuai dengan cerita, teknik tersebut dinamakan *analog*. Dengan perkembangan teknologi, sekarang menjadi lebih praktis lagi yaitu dengan *system digital*, berbeda dengan film *video tape* hasil rekaman pada saat *shooting* biasa langsung diedit secara digital. *Tape* hasil *shooting* biasanya terlebih dahulu di transfer melalui komputer yang sudah tersedia perangkat untuk mentransfer, proses ini disebut *card capture*. Mekanisme berawal dari kamera yang berisi kaset atau bisa juga menggunakan *tape rewinder* untuk memutar kaset kemudian menghubungkan alat tersebut dengan komputer dengan kabel RCA,

Firewire, maupun kabel data lain. Kemudian di komputer dilakukan perekaman lagi sesuai dengan durasi pada kaset itu, pada saat tersebut biasanya editor memilih gambar yang terpilih dengan panduan *Shooting scrip*. Di sini editor diberi kebebasan untuk berkreasi seperti memberikan efek-efek juga memberikan sentuhan warna sehingga menghasilkan gambar yang atristik tetapi tidak keluar dari konsep yang telah ditentukan oleh sutradara. Dalam bekerja penulis biasanya ditemani rekan ataupun bekerja sendiri. Editing dalam video klip “Murka pengkhianatan” menggunakan teknik *cut to cut* sesuai dengan *storyboard*, proses *editing*nya tidak memerlukan visual efek yang banyak, karena video klip ini dibuat dengan konsep cinta yang dikemas secara brutal, dengan *cut to cut* yang cepat. Diupayakan perpotongan antar gambar dapat menceritakan apa maksud dan konsep dari video klip itu sehingga penonton tertarik untuk mengikuti jalan cerita video klip ini. Adapun beberapa tahap dalam proses *editing*:

- a. *Logging*, proses editor memotong gambar, mencatat waktu pengambilan gambar dan memilih *shoot-shoot* yang ada di sesuaikan dengan kamera *report*.
- b. *Digitizing*, proses merekam / memasukan gambar dan suara yang telah di *logging* tadi.
- c. *Offline editing*, sebuah proses menata gambar *digitizing* sesuai dengan skenario dan urutan *shoot* yang telah ditentukan oleh sutradara.
- d. *Online editing*, proses *editing* ketika sorang editor mulai memperhalus hasil *offline editing*, memperbaiki kualitas hasil dan memberi tambahan transisi serta efek khusus yang di butuhkan.

- e. *Mixing*, berkaitan dengan proses *syncroning audio* dan juga memberi ilustrasi musik maupun audio efek. Yang harus di *mixing* adalah efek, dan musik.

Video klip merupakan hasil kreasi dari beberapa orang, bukan hanya karya satu orang. Walaupun sutradara yang sangat berkuasa atas karyanya, tetapi dia bekerja dengan orang lain. Sejah mana sutradara berhasil membuat video klip yang layak ditonton dengan tim yang solid. Kreativitas banyak orang juga mempengaruhi hasil jadi video klip, oleh karena itu sutradara harus membangun tim kreatif yang baik. Semua itu akan berpengaruh sejauh mana sang sutradara berhasil dengan video klipnya. Proses *editing* video klip “Murka pengkhianatan” cukup lumayan memakan waktu yang lama, Karena sutradara selain memaksimalkan hasil *shooting* menginginkan juga hasil editing yang memuaskan. Efek itu berupa penambahan atau memodifikasi warna sehingga gambar yang dihasilkan lebih artistik, perpindahan dari suatu gambar ke gambar lain menyesuaikan dari keadaan alur pada cerita dan *storyboard*, proses *editing* menggunakan beberapa program *editing* antara lain *Adobe premier* dan program pendukung lain, antara media promosinya menggunakan *CorelDraw* dan *Adobe Photoshop*.

a. Teknik Pengambilan Gambar

Sebelum seorang sutradara mengarahkan semua pemain dalam sebuah produksi, ada baiknya sutradara memiliki kepekaan terhadap **Rumus 5 C** (Hartako 1997: 17), yakni :

1) Pengambilan jarak dekat (*Close Up*)

Unsur ini diartikan sebagai pengambilan jarak dekat. Sebelum produksi (*shooting* di lapangan) harus mempelajari dahulu *storyboard*, lalu diuraikan

dalam bentuk *shooting script*, yakni keterangan rinci mengenai shot-shot yang harus dijalankan juru kamera.

2) Sudut pengambilan kamera (*Camera Angle*)

Unsur ini sangat penting untuk memperlihatkan efek apa yang harus muncul dari setiap *scene* (adegan). Jika unsur ini diabaikan bisa dipastikan video klip yang dihasilkan cenderung monoton karena *camera angle* dan *close up* sebagai unsur visualisasi yang menjadi bahan mentah dan harus diolah dengan secermat mungkin dalam proses *editingnya*.

3) Komposisi (*Composition*)

Unsur ini berkaitan erat dengan bagaimana membagi ruang gambar dan pengisiannya untuk mencapai keseimbangan dalam pandangan. *Composition* merupakan unsur visualisasi yang akan memberikan makna keindahan terhadap suatu video klip. Tidak jarang para presensi video klip memberikan penilaian terhadap unsur ini karena unsur inilah yang akan menjadi pertarungan mata penontonnya.

4) Pergantian gambar (*Cutting*)

Diartikan sebagai pergantian gambar dari suatu *scene* ke *scene* lainnya. *Cutting* termasuk dalam aspek pikturisasi yang berkaitan dengan unsur penceritaan dalam urutan gambar-gambar. Sutradara harus mampu mengendalikan aspek ini kepada juru kamera agar tetap menjadi komposisi secara proporsional berdasarkan asas komposisi.

5) Persambungan gambar-gambar (*Continuity*)

Unsur terakhir yang harus diperhatikan sutradara adalah *continuity*, yakni unsur persambungan gambar-gambar. Sejak awal sutradara bisa memproyeksikan peradegan dari *scene* satu ke *scene* lainnya.

a) Sudut pengambilan gambar

Ada beberapa macam sudut pengambilan gambar dalam video klip ini, yaitu :

- (1) *High Angle* artinya sudut pengambilan gambar yang dilakukan dari atas objek sehingga terkesan objek menjadi mengecil.
- (2) *Low Angle* artinya sudut pengambilan gambar yang dilakukan dari bawah objek sehingga kesan objek menjadi membesar.
- (3) *Frog eye* artinya pengambilan gambar yang dilakukan juru kamera dengan ketinggian yang lebih rendah dari dasar kedudukan objek.

(Ir.Bayu Adjie 2007: 26).

b) Ukuran gambar

Ukuran gambar yang digunakan dalam video klip ini, yaitu :

- (1) *Extreme close up* artinya pengambilan gambar yang sangat dekat sekali.
- (2) *Big close up* artinya pengambilan gambar dari sebatas kepala hingga dagu obyek.
- (3) *Close up* artinya pengambilan gambar dari pas atas kepala sampai dada.

(4) *Medium shot* artinya ukuran gambar dari atas kepala hingga lutut.

(5) *Long shot* artinya pengambilan gambar melebihi *full shot*.(Agung Bawantaro 2005: 41).

b. *Finishing*

Setelah pengambilan gambar semua scene selesai diambil dilanjutkan ketahapan berikutnya yaitu meng-capture gambar dari kaset Mini DV diubah formatnya menjadi AVI dengan menggunakan *Hardware Fireware, Software adobe premier, adobe after effect* dan software penunjang lainnya. Langkah terakhir yaitu proses *Rendering*.

c. *Setting*

- 1) *Shot performance band* diambil di ruang galeri FSSR.
- 2) *Shot story song* diambil dibeberapa tempat sebagian di ruang galeri sebagian di dalam rumah.

d. *Crew*

Ada 5 orang crew yang terlibat dalam proses pembuatan vidio klip ini, yang terbagi menjadi :

- 1) Sutradara
- 2) Kamera *person*
- 3) *Lighting*
- 4) *Make up* artis
- 5) DOP

E. Pemilihan Media Promosi Pendukung

Dalam pembuatan karya yang mendukung dalam proses perancangan karya visual yang dilakukan ada beberapa tahap yang dijalankan agar karya-karya visual yang akan dibuat dan kemudian semua media tersebut terlihat menarik dan atraktif yang dapat mendukung dalam promosi penjualan mini album band “Letter of memories” dalam pembuatan media – media promosi lainnya

Konsep perancangan merupakan konsep dasar atau ide yang dapat mengemukakan strategi dasar dalam bentuk suatu komunikasi yang efektif. Di dalam strategi kreatif ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain mencakup ; strategi visual, strategi visual verbal, strategi visual non verbal. Beberapa hal tersebut merupakan *items* yang memperkuat karakter yang dipasarkan band “Letter of memories”.

Kreatif mempunyai tujuan yaitu membuat sesuatu yang baru dengan semenarik mungkin agar orang tertarik dengan produk yang ditawarkan, dalam hal ini strategi kreatif untuk menarik para penggemar musik metal adalah dengan mengadakan promosi sebagai bentuk pengenalan sebuah band yang baru merilis *mini album*.

Media promosi mengacu pada panduan kreatif yaitu isi pesan mencakup penalaran tentang promo *mini album band* Letter of memories Semua itu diungkap dalam pesan yang disampaikan pada masyarakat melalui cara-cara persuasif yang dinyatakan dalam *head line* dan *body copy* pada setiap media promosi *mini album band* Letter of memories.

Strategi kreatif dalam perancangan promosi ini memfokuskan pada periklanan itu sendiri. Konsep desain yang ditawarkan adalah bernuansa metal dan minimalis yang mendukung dalam penyampaian informasi, agar diharapkan tidak terjadi kesalahan

commit to user

persepsi atau salah penyampain komunikasi kepada para penggemar musik metal. Pesan ini bersifat mempengaruhi dan mengajak para penggemar musik metal untuk bertindak mengikuti apa yang telah dikomunikasikan melalui proses tersebut.

Sebagai band yang akan mengeluarkan *mini album*, untuk menarik konsumen perlu adanya ciri atau karakter dari band tersebut. Dan ciri yang ditonjolkan adalah keunikan warna musik Letter of memories sendiri, yaitu Hardcore metal. Untuk itu desain yang akan digarap untuk *mini album* tersebut disesuaikan dengan karakter band Letter of memories dengan maksud untuk menanamkan *image* yang menarik agar target *audience* mengenal seperti apa band Letter of memories.

1. Konsep Non Verbal

a. *Layout*

Layout adalah perencanaan penempatan semua elemen naskah iklan. Pengaturan elemen-elemen baik gambar, tulisan, beserta ukurannya disesuaikan dengan *background* atau grafis dari media yang akan kita buat. *Layout* ini dirancang untuk mencapai keseimbangan bentuk agar menarik perhatian dengan tidak mengesampingkan karakter produk. *Layout* pada promosi ini yaitu dengan cara menonjolkan logo dan *layout* yang menarik diikuti rincian teks inti.

b. *Ilustrasi*

Iluatrasi mempunyai fungsi utama yaitu sebagai penarik pandang, menjelaskan suatu pernyataan, dan merangsang khalayak untuk membaca keseluruhan isi pesan. Pada suatu iklan, sebuah gambar bisa mengungkap sejuta makna. Maka dari itu ilustrasi haruslah relevan dengan produk yang ditawarkan dan mampu “berbicara” walau hanya dengan sekilas pandang.

Karena kegiatan yang dilakukan adalah mempromosikan suatu produk, maka ilustrasi yang digunakan haruslah sebaik mungkin, untuk itu dipilih ilustrasi berupa *artwork* yang berbentuk tengkorak dengan nuansa tentara, alasan pemilihan *artwork* tengkorak tersebut adalah bertujuan menggambarkan image dari band letter of memories yang sangar dan beraliran musik metal untuk nuansa tentaranya dipilih untuk menggambarkan dari arti nama band letter of memories tersebut dalam bahasa indonesia berarti surat kenangan yang sangat lekat dengan peperangan dan tentara, selanjutnya diolah dengan media komputer. *artwork* mampu menciptakan suatu *mood* tertentu. Untuk memperkuat kesan yang ingin ditampilkan, maka diperlukan keserasian antara warna, bentuk, dan keselarasan komposisi.







c. Warna

Peran warna adalah mempengaruhi dan merangsang mata manusia sehingga menimbulkan gerakan elektromagnetik yang dapat membangkitkan emosi pemirsanya. Warna dapat menjadi alat komunikasi yang kuat karena dapat menciptakan *mood*. Secara psikologi juga dapat menciptakan kesan yang spesifik dan asosiasi tertentu terhadap produk.

Untuk itu warna direncanakan dengan mempertimbangkan :

- 1) Warna harus mencerminkan karakter produk
- 2) Warna harus mampu menjadi daya tarik utama
- 3) Warna harus mendukung penampilan produk dalam setiap komposisi penyajiannya dalam tiap-tiap media
- 4) Warna yang ditampilkan harus mencerminkan personalitas dan identitas.

Warna-warna utama yang digunakan dalam desain antara lain :

	C : 0 M : 100 Y : 100 K : 0		C : 20 M : 15 Y : 15 K : 0
	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 100		C : 55 M : 44 Y : 44 K : 3
	C : 12 M : 38 Y : 87 K : 0		C : 0 M : 0 Y : 0 K : 0

Alasan pemilihan warna tersebut adalah :

- Merah : warna merah disini digunakan untuk warna api dan darah agar menambah karakter dari *artwork* tersebut.
- Hitam : Warna hitam digunakan sebagai background *artwork* tersebut, bertujuan menggambarkan kesan sangar dari band Letter of memories yang beraliran *hardcore metal*.
- Kuning : Warna kuning digunakan untuk warna peluru agar lebih terlihat seperti peluru asli.
- Putih : Warna putih digunakan untuk bayangan warna terang di *Artwork* tersebut.
- Abu – abu tua : Warna abu – abu tua digunakan untuk membuat arsiran di *artwork* tersebut agar lebih terlihat realis.
- Abu – abu muda : Warna abu – abu muda digunakan untuk warna Dominan di *artwork* tersebut agar *artwork* terlihat simple dan masih terlihat sangar.

commit to user

d. *Typography*

Hal yang tidak kalah penting adalah pemilihan *typography*/ huruf yang digunakan. Karena dari pemilihan huruf ini akan terbentuk suatu *image* tentang produk di masyarakat. Pemilihan *typography* mengacu pada fungsi huruf sebagai sarana penyampaian pesan, maka huruf yang dipilih haruslah menarik dan mudah dipahami oleh pembacanya.

- 1) Untuk *Headline* menggunakan jenis font Impact dan EngrvrsOldEng Bold:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

- Alasan memilih font jenis font Impact dan EngrvrsOldEng Bold sebagai *Headline* :

Karena font tersebut mempunyai bentuk yang simple dan cukup mudah di baca selain itu juga menarik karena untuk *headline* dibutuhkan font yang jelas.

- 2) Untuk *Sub Headline* menggunakan font Alien League :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X

Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- Alasan memilih font jenis font Alien League sebagai sub Headline :

Karena font tersebut mempunyai bentuk yang simple dan menarik untuk digabungkan dalam layout desain.

- 3) Untuk *Body Copy* menggunakan font Arial :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- Alasan memilih font jenis font Arial sebagai *Body Copy* :

Karena font tersebut mempunyai bentuk yang tegas dan mudah dibaca sehingga untuk body copy dapat tersampaikan ke konsumen.

2. Media Promosi Pendukung

a. *Packaging* , *Cover Video CD* dan *CD Label*

- 1) Alasan pemilihan :

Media ini adalah sebagai media promosi yang efektif untuk mempromosikan produk, media ini sebagai data pruduk tersebut selain itu untuk menarik para konsumen.

- 2) Konsep Desain :

Dalam konsep desain pembuatan *Packaging* , *Cover Video CD* dan *CD Label* penulis masih mengandalkan kekuatan *layout*, logo dan foto yang menonjolkan warna khas dalam konsep yang terkait dalam pembuatan video klip dan hanya menggunakan sedikit ilustrasi pendukung.

3) *Media Placement* :

Packaging dan Cover Video CD dibuat dengan menggunakan bahan *art paper* dan *yellow board* yang sangat cocok untuk media tersebut.

b. *X-Banner*

1) Alasan pemilihan :

Media ini adalah sebagai media promosi yang efektif untuk dipajang di dalam tempat pusat keramaian, karena selain unik dan juga *eye catching* .

2) Konsep Desain :

Dalam konsep desain pembuatan *X- banner*, penulis masih mengandalkan kekuatan *layout*, logo dan artwork yang bertujuan menonjolkan image dari band Letter of memories.

3) *Media Placement* :

X- baner dibuat dengan menggunakan bahan MMT yang sangat cocok bila ditempatkan di pusat keramaian, khususnya di dalam ruangan. Dalam hal ini penulis mencoba menempatkan pada setiap pintu masuk studio, seperti matadewa studio dan esma studio.

c. *Merchandise*

1) Stiker

a) Alasan pemilihan:

Stiker merupakan *souvenir* yang cukup tahan lama dan merupakan media yang relatif disukai masyarakat dan dapat ditempatkan dimana saja. Sehingga para konsumen menjadi termotifasi dan akhirnya tertarik untuk membeli dan mendengarkan lagu Letter of memories.

b) Konsep Desain:

Lebih menonjolkan kekuatan *typography* dan ilustrasi pendukung.

c) *Media Placemet* :

Stiker ditujukan sebagai *suovenir* yang akan dibagikan secara gratis kepada *client*.

2) *T-Shirt*

a) Alasan pemilihan:

Dengan dibuatnya *T-shirt* ini diharapkan dapat menambah kedekatan para *audience* dengan Letter of memories. Kaos direncanakan dibuat menggunakan bahan katun dan dengan proses sablon.

b) Konsep Desain:

Dalam konsep desain pembuatan *T-Shirt*, penulis lebih banyak menonjolkan Warna hitam disertai logo dan menggunakan ilustrasi pendukung.

c) *Media Placement* :

Kaos ditujukan untuk bonus kepada pembeli *CD* Letter of memories.

3) PIN

a) Alasan pemilihan:

Media ini mungkin media promosi yang paling *trend* saat ini.
Cukup murah dan dapat digunakan sebagai aksesoris.

b) Konsep Desain:

Dalam konsep desain pembuatan PIN, penulis lebih banyak menonjolkan logo Letter of memories band dan menggunakan ilustrasi pendukung.

c) *Media Placement* :

Pin ditujukan untuk bonus kepada *audience* pada setiap pembelian CD Letter of memories.

4) POSTER

d) Alasan pemilihan:

Media ini mungkin media promosi yang paling efektif karna dapat dipasang di manapun.

e) Konsep Desain:

Dalam konsep desain pembuatan POSTER, penulis lebih banyak menonjolkan logo Letter of memories band dan menggunakan ilustrasi pendukung.

f) *Media Placement* :

Poster ditujukan untuk bonus kepada *audience* pada setiap pembelian CD Letter of memories.

BAB IV VISUALISASI KARYA

A. Bentuk dan Format Video Klip

Visualisasi video klip Letter Of Memories dalam bentuk format DV. Jenis musik bergenre hardcore metal durasi yang ada pada video klip tersebut 4:25 menit. Video klip Letter Of Memories band "Murka Pengkhianatan" mengambil lokasi di Galeri FSSR untuk pengambilan gambar *live performance* band secara *indoor*, untuk pengambilan gambar tentang cerita dari inti lagu tersebut di suatu kamar rumah di Solo Baru secara *indoor*.

B. Detail Visualisasi Karya

1. Karya Utama

- a. Karya utama adalah hasil jadi Video Klip Letter Of Memories " Murka Pengkhianatan".

- 1) Format Video Klip : PAL (16:9 Widescreen)
- 2) Durasi Video Klip : 4:25 menit
- 3) Lirik dan Arasemen : Letter Of Memories
- 4) Teknis *Editing Effect* : *Adobe Premier & After*
- 5) *Mastering* : AVI
- 6) Realisasi : *DVD*
- 7) *Scene Preview* :

Scene preview Letter of memories “ Murka pengkhianatan “



- Audio : Intro
- Video : Medium shot vokalis
- Keterangan : Ruang performen band sang vocalist menundukan kepala



- Audio : Intro
- Video : Medium Close up pria A
- Keterangan : Ruangan kerja dari belakang pria A memandang sesuatu



- Audio : Intro
- Video : Medium shot vokalis
- Keterangan : Ruang performen band vocalist menundukan kepala



- Audio : Intro
- Video : Close up pria A memandang sebuah foto
- Keterangan : Ruang Kerja tampak wajah pria A dengan tampang garang



- Audio : Intro
- Video : Full shot
- Keterangan : Ruang pertemuan pri A dengan pria B, Pria A dan pria B berjabat tangan



- Audio : Intro
- Video : Medium close up pria A
- Keterangan : Ruang pertemuan pri A dengan pria B, Pria A dan pria B berjabat tangan



- Audio : Intro
- Video : Medium close up pria B
- Keterangan : Ruang pertemuan pri A dengan pria B, Pria A dan pria B berjabat tangan



- Audio : Intro
- Video : Close up vocalist
- Keterangan : Ruang performer band vokalis menundukan kepala



- Audio : Intro
- Video : Medium shot
- Keterangan : Ruang perform band bassist memainkan bassnya



- Audio : Intro
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang perform band vokalis menundukan kepala



- Audio : Intro
- Video : Medium shot (two shot)
- Keterangan : Ruang perform band, Gitaris dan bassist memainkan alat musiknya



- Audio : Intro
- Video : Full shot
- Keterangan : Ruang kerja, Bingkai foto diatas meja



- Audio : Interlude
- Video : Full shot
- Keterangan : Pria A menyobek foto



- Audio : Interlude
- Video : Full shot
- Keterangan : Ruang performen band



- Audio : Interlude
- Video : Close up
- Keterangan : Ruang performen band gitaris memainkan alat musik



- Audio : Interlude
- Video : Medium Close up
- Keterangan : Ruang performen band gitaris memainkan alat musik



- Audio : Interlude
- Video : Full shot
- Keterangan : Foto di atas meja ruang kerja pria A



- Audio : Interlude
- Video : Medium shot
- Keterangan : Foto dia atas meja ruang kerja pria A



- Audio : Interlude
- Video : Medium close up
- Keterangan : Foto dia atas meja ruang kerja pria A



- Audio : Interlude
- Video : Kamera tracking (Mediumclose up)
- Keterangan : Foto dia atas meja ruang kerja pria A



- Audio : Interlude
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang kerja Pria A sedang memandang foto



- Audio : Interlude
- Video : Close up
- Keterangan : Ruang kerja Pria A sedang memandang foto



- Audio : Interlude
- Video : Close up
- Keterangan : Ruang kerja Pria A menampilkan wajah garang



- Audio : Interlude
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang kerja Pria A sedang memandang foto



- Audio : Outro
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang performen band bassist memainkan alat musik



- Audio : Outro
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang performen band gitarist memainkan alat musik



- Audio : Outro
- Video : Medium shot
- Keterangan : Ruang performen band Bassist memainkan alat musik



- Audio : Outro
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang performen band vocalist menundukan kepala



- Audio : Outro
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang performen band gitarist memainkan alat musik



- Audio : Outro
- Video : Medium shot
- Keterangan : Ruang performen band



- Audio : Outro
- Video : Medium close up
- Keterangan : Ruang performen band



- Audio : Outro
- Video : OS Medium close up - Full shot
- Keterangan : Ruang pertemuan pri A dengan pria B, Orang suruhan pria A menembak pria B



- Audio : Outro
- Video : High angel
- Keterangan : Ruang pertemuan pri A dengan pria B, Pria B terkapar



- Audio : Outro
- Video : Close Up
- Keterangan : Ruang pertemuan pri A dengan pria B, Pria B mati dengan berlumuran darah





b. *Packaging CD*

- 1) Dimensi : 27,8 x 12,8
- 2) Ilustrasi : Logo Letter Of Memories, Art work
- 3) Typografi : Impact
- 4) Visualisasi : *Adobe Photoshop cs3*
- 5) Realisasi : Cetak Digital
- 6) Bahan : *Art Paper*
- 7) Distribusi : Sebagai *Packaging CD* yang akan diedarkan kepada para konsumen.



c. Cover CD

- 1) Ukuran : Depan 12,1 x 12,1 cm, Belakang 12,1 x 12,1 cm,
Text cover 24,1 x 12,1 cm
- 2) Ilustrasi : Art work, Letter Of Memories Logo,
- 3) Typografi : EngrvrsOldEng Bold, Trajan Pro, Arial, Impact
- 4) Visualisasi: *Adobe Photoshop CS3*
- 5) Realisasi : Cetak Digital
- 6) Bahan : *Art Paper*
- 7) Distribusi : Sebagai *cover CD* yang akan diedarkan kepada para konsumen.



d. *CD Label*

- 1) Diameter : 11,2 cm
- 2) Ilustrasi : Logo Letter Of Memories, Art work
- 3) Typografi : Arial, EngrvrsOldEng Bold
- 4) Visualisasi: *Adobe Photoshop CS3*
- 5) Realisasi : Cetak Digital
- 6) Bahan : *Inkjet Paper*
- 7) Distribusi : Sebagai *CD Label* yang akan diedarkan kepada para konsumen.



e. X-Banner

- 1) Ukuran : 160 x 60 cm
- 2) Format : Vertikal
- 3) Ilustrasi : Logo Letter Of Memories, Art Work, Sample CD
- 4) Typografi : Arial, Impact, Imperator, Alien League
- 5) Visualisasi: *Adobe Photoshop CS3*
- 6) Realisasi : Cetak Digital
- 7) Bahan : MMT
- 8) Distribusi : Ditempatkan pada setiap pintu masuk toko kaset dan studio musik.

commit to user



f. Stiker

- 1) Ukuran : 6 x 9 cm
- 2) Ilustrasi : Logo Letter of Memories, Art Work,
- 3) Typografi : Impact, Arial
- 4) Visualisasi: *Adobe Photosop CS3*
- 5) Realisasi : Sablon
- 6) Bahan : Stiker Vinil
- 7) Distribusi : Ditujukan sebagai souvenir yang akan dibagikan secara gratis kepada klient.



g. *T-Shirt*

- 1) Ukuran : *All size*
- 2) Ilustrasi : Logo Letter Of Memories,
- 3) Warna : Hitam
- 4) Typografi : Impact
- 5) Visualisasi: *Adobe Photoshop CS3*
- 6) Realisasi : Sablon
- 7) Bahan : Kain Katun
- 8) Distribusi Souvenir kepada audience untuk pembelian *CD*



h. PIN

- 1) Diameter : 6 cm
- 2) Ilustrasi : Logo Letter Of Memories, Art Work
- 3) Warna : Hitam
- 4) Typografi : EngrvrsOldEng Bold, Arial
- 5) Visualisasi: *Adobe Photoshop CS3*
- 6) Realisasi : Cetak Digital
- 7) Bahan : *Inkjet Paper*, *Laminasi Doff*, Pin Plastik
- 8) Distribusi : Ditujukan untuk bonus kepada audience pada setiap pembelian
CD Letter Of Memories.



i. Poster

- 1) Dimensi : A3
- 2) Ilustrasi : Logo Letter Of Memories, Art Work, Sample CD
- 3) Warna : Hitam
- 4) Typografi : EngrvrsOldEng Bold, Alien League
- 5) Visualisasi: *Adobe Photoshop CS3*
- 6) Realisasi : Cetak
- 7) Bahan : *Art Paper*
- 8) Distribusi : Ditujukan untuk media promosi dan sebagai bonus kepada audience untuk pembelian CD Letter Of Memories.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah membuat media promosi tersebut yang berupa sebuah video klip dan media penunjang promosi seperti : kaos, cover cd, label cd, sticker, poster, x – banner. Harus dapat menarik perhatian dan membuat para penggemar musik metal mengetahui dan menyukai grup band pendatang baru seperti Letter of memories serta dapat membuat image dari band naik di kalangan penggemar musik metal.

Penciptaan bentuk-bentuk visual dipilih untuk mempermudah para penggemar musik metal dalam mengetahui lebih banyak tentang Letter of memories band. Dimana aspek visual ini dapat mempengaruhi *audience* untuk mengenal dan menyukai Letter of memories band sebagai sebuah grup band yang berkualitas.

B. Saran-Saran

Setelah menyelesaikan perancangan video klip dan berbagai promosi lainnya, penulis berpendapat bahwa masih diperlukannya hal-hal sebagai berikut :

1. Mengupload video grup band Letter of memories ke blog dan youtube.
2. Interview tentang promosi mini album di radio – radio lokal.
3. Meningkatkan promosi grup band Letter of memories.
4. Memasang iklan mengenai mini album grup band Letter of memories di majalah – majalah musik.