

**PENGANTAR TUGAS AKHIR
VIDEO KLIP SEBAGAI MEDIA PROMOSI
GRUP MUSIK
SPIRIT OF LIFE**



**Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi persyaratan guna
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**Oleh :
JOHN WILLIAM BLEGUR
C9504063**

**FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

PERSETUJUAN

Konsep Karya Tugas Akhir dengan judul

PENGANTAR TUGAS AKHIR VIDEO KLIP SEBAGAI MEDIA PROMOSI GRUP MUSIK SPIRIT OF LIFE

Telah disetujui dan di pertahankan di hadapan penguji :

Pembimbing Tugas Akhir I

Drs. Bedjo Riyanto, M.Hum
NIP. 1958111 198903 1 00

Pembimbing Tugas Akhir II

Arief Iman Santoso . S.Sn
NIP. 19790327 200501 1 002

PENGESAHAN

Pengantar Karya Tugas Akhir

PENGANTAR TUGAS AKHIR VIDEO KLIP SEBAGAI MEDIA PROMOSI GRUP MUSIK SPIRIT OF LIFE

Telah diterima dan disetujui oleh panitia penguji Tugas Akhir

Program Studi D III Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada tanggal April 2010.

Panitia Penguji

1. Ketua Sidang Tugas Akhir

Drs. Ahmad Kurnia W.

(.....)

NIP. 130885641

2. Sekertaris Sidang Tugas Akhir

Hermansyah Mutaqqin, S.sn

(.....)

NIP.132317467

3. Pembimbing Tugas Akhir I

Drs. Bedjo Riyanto, M.Hum

(.....)

NIP.131841882

4. Pembimbing Tugas Akhir II

Drs. Ahmad Adib, M.Hum

(.....)

NIP.132000806

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Ketua Program D3 Deskomvis

Drs. Sudarno

NIP. 131472202

Andreas Selamat Widodo, S.sn

NIP. 132297278

MOTTO

“Kesulitan yang diunggulkan adalah peluang yang akan dimenangkan”

(Winston Churchill)

PERSEMBAHAN

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan kesempatan untuk meneruskan hidup ini.
- Mama dan Papa tersayang atas kerja kerasnya serta kasih sayang yang tiada henti.
- Kakak dan adikku tersayang.
- Kusuma Widi Nusanti the *biggest support ever*

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua

Dengan Segala Puji Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan rahmat dan hidayatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul PENGANTAR TUGAS AKHIR VIDEO KLIP SEBAGAI MEDIA PROMOSI GROUP MUSIK SPIRIT OF LIFE. Adapun tulisan ini disusun untuk memenuhi Tugas Akhir D3 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesainya Laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dorongan, bimbingan, serta motivasi dari semua pihak yang telah membantu penulis. Maka ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan yang tinggi pantas penulis sampaikan kepada :

- Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan rahmat dan kesempatan untuk meneruskan hidup ini.
- Drs. Sudarno, MA, Selaku Pembantu Dekan I Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Andreas Slamet Widodo, S.Sn Selaku Ketua Jurusan D3 Deskomvis Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Jazuli Abdin Munib, S.Sn, Selaku Penasehat Akademik.
- Koordinator Tugas Akhir Arief Iman Santoso . S. Sn
- Ketua Sidang Tugas Akhir Andreas Slamet Widodo, S.Sn
- Sekretaris Sidang Tugas Akhir Ercilia Rini Octavia . S. Sn
- Pembimbing I Drs. Bedjo Riyanto.
- Pembimbing II Arief Iman Santoso . S. Sn

- Papa dan Mama, terima kasih untuk seluruh cinta, kasih sayang dan pengorbanannya.
- Mas Levin dan Dian, terima kasih untuk kasih sayang dan semua dukungan kalian.
- Teman-teman yang telah banyak membantu; Ilham Ajik, Adhit Mikha, Adhit Genjik, Gendon, Hardianto, Prima, Nuki, Intan, Lingga, Dinar, Ari Tompel, Tina, Dimas dan teman-teman lainnya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu disini.
- Teman-teman Spirit of Life trima kasih karena telah meluangkan waktu dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
- Teman - teman jurusan Pertelevisian ISI ; Jarwo, Ajie, Bokir, David, trima kasih untuk bantuan dan sharingnya.
- Temen- temen Teater TESA Fakultas Sastra dan Senirupa UNS.
- Dan semua pihak yang tidak bisa aku sebutin satu persatu disini, terima kasih atas bantuannya selama ini semoga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis

John William Blegur

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan	3

BAB II IDENTIFIKASI DATA

A. Data Produk	5
B. Target Market & Target Audience	6
C. Kompetitor	9

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Metode Perancangan	12
B. Konsep Kreatif	13
C. Pendekatan Kreatif	13
D. Strategi Kreatif	14

BAB IV VISUALISASI

A. Media Lini Atas	28
B. Media Lini Bawah	32

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	41

VIDEO KLIP SEBAGAI MEDIA PROMOSI GRUP MUSIK SPIRIT OF LOVE

John William Blegur¹
Drs. Bedjo Riyanto, M.Hum² Arif Iman Santoso, S.Sn.³

ABSTRAK

2010. Perkembangan musik Hardcore di Indonesia sudah cukup berkembang tetapi belum begitu banyak dilirik masyarakat luas. Hal ini yang melatar belakangi pembuatan video klip grup band Spirit of Life sebagai media promosi untuk mengenalkan musik mereka ke masyarakat luas. Media video klip sangat tepat sebagai media promosi dikarenakan lebih bisa memvisualisasikan grup band mereka melalui media televisi atau *streaming video*.

Dengan demikian pembuatan media promosi ini diharapkan mampu mewujudkan tujuan awal yaitu untuk mempromosikan grup band Spirit of Life dalam mengenalkan musik Hardcore kepada masyarakat luas dan memasarkan albumnya ke pasaran musik Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam hidup akan terasa hambar tanpa adanya sentuhan musik. Tidak dapat kita pungkiri bahwa manusia membutuhkan alunan musik, karena musik dapat kita gunakan sebagai penyalur ekspresi dan emosi diri yang dituangkan dalam nada-nada sehingga dapat dinikmati oleh para pendengar. Dorongan yang timbul dalam menciptakan musik sangat banyak, ada dari faktor bakat yang ingin dikembangkan, faktor lingkungan dan faktor *trend* yang sedang berkembang pada masyarakat saat itu. Apalagi para remaja yang umurnya sedang menginjak masa-masa emosi labil, serta rasa keingintahuan akan hal-hal yang baru terutama dalam jenis dan warna musik baru turut memberi semangat perkembangan jenis musik sendiri. Hal itulah yang dilakukan oleh anak muda untuk menyalurkan emosi dan ekspresinya diantaranya dengan bermain musik.

Keinginan untuk bermain musik juga bisa didasarkan pada suatu hobi yang ingin dikembangkan atau bermain musik juga sebagai media bekerja mencari uang. Berawal dari sekedar hobi kemudian mendapat banyak tawaran untuk mengisi acara atau *event* yang mana menjadi suatu media untuk unjuk kebolehan. Tapi terkadang hobi ini belum tentu bisa berkembang menjadi tumpuan hidup bahkan begitu banyak penyebabnya mulai dari perbedaan konsep tujuan dalam bermusik hingga urusan pribadi bahkan masalah yang paling *klise* adalah masalah *financial*.

Persaingan di dunia musik sangatlah keras baik jumlah pemusik yang begitu banyak baik dari kalangan *major label* maupaun *minor label*, bahkan jenis musik yang begitu banyak dan perbedaan warna musik yang diminati oleh para pendengar yang beragam. Perkembangan musik di negeri ini mulai menunjukkan kenaikan yang signifikan dari begitu banyak jenis musik yang berkembang saat ini salah satu yang paling digemari masyarakat adalah musik pop. Musik ini memiliki karakter yang *easy listening* sekaligus mudah dicerna. Musik ini memiliki banyak penggemar yang mayoritas berasal dari golongan anak muda. Adapula musik asli dari Indonesia yang diharapkan dapat menjadi musik kebanggaan bangsa yaitu musik dangdut. Peminat atau pendengar musik ini rata-rata golongan menengah ke bawah karena musiknya asyik dengan iringan alat musik ketipung selain itu apabila mengadakan pertunjukkan tiket masuknya sangatlah murah dan bisa kita jumpai hampir di setiap kota baik pertunjukan besar maupun kecil.

Adapula jenis musik yang mempunyai ciri khas dan nuansa tertentu. Dimana musik dimainkan dengan nada kencang dan irama distorsi yang dikemas secara apik dan menarik, musik ini disebut musik *underground*. Musik *underground* dibedakan menjadi beberapa jenis aliran yang sering disebut dengan *punk*, *hardcore*, *black metal*, *brutal* dan lain-lain. Memang musik ini sulit diterima oleh orang awam karena nada dan iramanya yang *extreme*, selain itu dibalik permainannya musik ini memberikan pesan positif kepada masyarakat.

Spirit of life terbentuk pada tahun 2002. *Hardcore* adalah pilihan aliran musik yang mereka pakai hingga saat ini. Tetap berada dalam aliran musik bawah tanah atau yang sering kita sebut dengan musik *underground* merupakan tantangan tersendiri bagi kelompok ini. Animo masyarakat yang kurang dan serta sudut pandang mereka yang menganggap bahwa aliran musik ini sangat kental hubungannya dengan kekerasan, kebrutalan, dan kebringasan adalah faktor utama kendala dalam proses perkembangan musik mereka. Apabila dilihat lebih dalam aliran

musik underground mempunyai hal-hal positif yang bersifat informatif dan bermaksud untuk memberikan sebuah pesan atau pandangan dan pengalaman baru dalam kehidupan bermusik.

Untuk mengubah cara pandang masyarakat dan lebih mengenalkan musik underground melalui spirit of life adalah dengan memberikan kemasan baru dan strategi promosi yang bagus serta efektif untuk meyakinkan para pendengarnya tentang manfaat dan kualitas musik itu sendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah bisa disampaikan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang media Audio Visual sebagai penunjang promosi grup musik Spirit of Live?
2. Bagaimana memilih media yang efisien sebagai promosi grup musik Spirit of Live ?

C. Tujuan

Berdasarkan uraian masalah di atas maka didapatkan jawaban sementara dari perumusan masalah di atas yaitu :

1. Merancang media Audio Visual yang optimal sebagai penunjang promosi grup musik Spirit of Life sehingga menarik perhatian masyarakat.
2. Memilih media yang efisien dan cocok sebagai promosi kelompok musik Spirit of Life.

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Data Produk

Semakin pesatnya perkembangan musik di negeri ini menunjukkan kenaikan yang sangat signifikan. Salah satu indikasinya dapat dilihat dari makin banyaknya grup band di tanah air. Hal ini dikarenakan makin lakunya industri musik di tanah air baik *indie label* maupun *major label* ini telah membawa angin segar bagi kemunculan kelompok-kelompok musik yang memiliki kesamaan aliran atau jenis musiknya. Dilihat dari respon baik yang ditunjukkan dari para pendengar musik yang seolah-olah memberikan sebuah rangsangan kepada musikus untuk terus berkarya. Rasa saling memiliki, ideologi, cara pandang dan pola pikir yang sama adalah alasan mengapa para pengikut musik *underground* memiliki rasa kekeluargaan yang sangat besar. Para musikus 'bawah tanah' bersama - sama berjuang dalam satu komunitas atau di luar komunitas untuk dapat menempatkan aliran bawah tanah pada tingkatan atau strata tertentu.

Di satu sisi grup musik yang mengambil jalur *major label* memiliki banyak keuntungan baik di bidang materiel atau non-materiel. Hal ini yang menyebabkan lebih mudahnya grup musik *major label* dikenal dan lebih memasyarakat. Lain halnya dengan grup musik yang mengambil jalur *indie label* yang harus berjuang dari bawah untuk mendapatkan kesuksesannya sendiri. Pada umumnya grup musik beraliran *underground* memilih jalur *indie label*. Dari sekian banyak kelompok musik *underground* yang memilih jalur *indie* salah satunya adalah grup musik Spirit of Life salah satunya. Grup musik yang berangotakan lima personilnya yang masing - masing Budi pada *vocal*, Angga pada *lead guitar*, Nova pada *guitar rytem*, Tegar pada *bass* dan Bacil pada *drum*. Mereka sudah memproduksi satu album yang digarap selama empat bulan.

Bisa dibbilang Spirit of Life termasuk *grup band* yang produktif dalam penciptaan karyanya. Dalam menciptakan syair lagu Spirit of Life memberikan pesan dalam kehidupan yang berisi tentang pesan positif dalam kehidupan seperti halnya yang tertera di syair lagu yang berjudul *looser*. Makna yang terkandung dalam syair lagu Looser adalah untuk memberikan dorongan kepada para pendengarnya agar terus berjuang dan tidak menyerah sehingga mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

B. Target Market dan Target Audiens

Sasaran *market* yang ingin dicapai dalam promosi kelompok musik *hard core* Spirit of Life melalui Media Desain Komunikasi Visual adalah untuk semua kalangan baik komunitas *underground* sendiri anak-anak, remaja ataupun orang tua pada umumnya dan para pemusik yang memiliki kemauan untuk bereksperimen dalam bermusik. Sasaran ini dapat ditempuh dengan menggunakan beberapa target sebagai acuannya adalah :

1. Target Primer

Target primer adalah sasaran *market* utama yang merupakan tujuan dari promosi grup musik Spirit of Life yang diharapkan dapat memberikan keuntungan yang lebih.

Target primer ini dipengaruhi oleh beberapa aspek, diantaranya adalah :

a. Aspek Demografis

1. Kelompok usia 15 tahun - 23 tahun
2. Jenis kelamin laki-laki
3. Pendidikan SLTP – Perguruan tinggi
4. Golongan sosial

- a) A : menengah keatas
- b) B : menengah
- c) C : menengah kebawah

b. Aspek Psikografis

Aspek yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat. Aspek –aspek psikografis yang mempengaruhi antara lain:

- 1. Selera musik yang sama
- 2. Komunitas yang menyukai musik *hardcore*

c. Aspek Geografis

Secara geografis sasaran *market* ditujukan bagi mereka yang berdomisili di daerah Solo dan sekitarnya

2. Target Sekunder

Target sekunder adalah sasaran *market* yang tidak begitu utama yang merupakan tujuan dari promosi grup musik Spirit Of Life.

a. Aspek Demografis

- 1. Kelompok usia 23 tahun - 35 tahun atau selebihnya
- 2. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
- 3. Golongan sosial
 - a) A : menengah kebawah

- b) B : menengah
- c) C : menengah kebawah

b. Aspek Psikografis

Aspek yang berkaitan dengan gaya hidup masyarakat. Aspek –aspek psikografis yang mempengaruhi antara lain:

1. Masyarakat yang memiliki kemauan untuk mencari dan menyukai hal-hal yang baru atau *up to date*
2. Kalangan yang bukan hanya menyukai dan menikmati musik tetapi juga memiliki sifat apresiatif terhadap perkembangan musik itu sendiri

c. Aspek Geografis

Secara geografis sasaran market ditujukan bagi mereka yang berdomisili di perkotaan di seluruh Indonesia

D. Kompetitor

Berada di dalam jalur *indie label* merupakan tantangan yang besar bagi sebuah grup musik baik di kalangan *underground, pop, rock* dan lain-lain. Sebuah karya penciptaan menjadi tolak ukur penilaian masyarakat terhadap kualitas sebuah grup musik yang berada di jalur *indie*. Melihat jenis musik yang diusung oleh kelompok musik Spirit of Life yang mana dapat dikategorikan dalam musik *hardcore* atau yang lazim didengar masyarakat sebagai musik

underground, memang tidak bisa disejajarkan dengan aliran musik lain seperti *pop*, *rock* dan lain sebagainya dalam hal kesempatan persaingan didalam masyarakat sebagai konsumennya.

Apalagi dilihat dari segi permintaan konsumen akan musik seperti ini beberapa tahun ke belakang, namun di beberapa tahun ke depan ini mulai menunjukkan angka peningkatan yang lumayan mengenai para pendengar musik ini. Hal ini dikarenakan para *major label* mulai melirik para pemusik yang masih setia mengusung aliran musik ini untuk lahan bisnisnya. Sebagai contoh kelompok musik dari Bandung bernama **KOIL**, kelompok ini dibawah naungan Sony Music Indonesia sebagai labelnya dan masih banyak lagi seperti **Trauma**, **Tengkorak**, **Jagal** da lain-lain. Bahkan contoh yang paling dekat dimana musik *underground* ini mulai diterima masyarakat adalah seringnya kelompok aliran musik *underground* ini diundang untuk memeriahkan *event-event* di dalam kampus dan pentas seni di SLTA, bahkan *event* produk baru dari perusahaan di daerah Solo pada khususnya.

Hal semacam ini lazim terjadi di tanah air, adanya kemungkinan dari para pendengar atau masyarakat yang mulai bosan dengan jenis musik sebelumnya dan daya sifat dalam masyarakat atau sering menghinggapi anak muda kita tentang sesuatu yang baru atau *up to date*. Para pemilik *record* yang memandang kualitas musik para pemusik jenis *hardcore* memang harus diperhitungkan dan tidak dianggap remeh dibandingkan dengan aliran yang lain. Kelompok musik *hardcore Spirit of Life* sendiri tidak begitu menghiraukan berbagai masalah di atas, mereka tetap menganggap bahwa musik yang mereka mainkan pasti ada pendengarnya. Hal itu dapat dilihat dari setiap penampilan kelompok ini ketika tampil di Kota Solo dan juga luar kota yang jumlah penontonnya tidak kalah banyak dengan jenis musik lainnya.

Musik *hardcore* sendiri dikelompokkan menjadi beberapa bagian, *hardcore new school*, *old school*, *metal* dan *metalcore*. Grup musik Spirit of Life sendiri masuk dalam aliran

metalcore. Perkembangan musik *hardcore* sendiri di Solo semakin bagus itu dapat dilihat dari makin banyak bermunculannya band-band *hardcore* di Kota Solo. Seperti kelompok musik *hardcore* yang lebih dulu lahir antara lain *Hard of Truth*, *Moment of Paint*, *Down For Life*, *Never Again*. Mereka mampu membawakan aliran musik ini sehingga dapat dikenal oleh para pecinta musik *underground* dan masyarakat umum. Tetapi ada yang mengartikan musik *underground* adalah musik perubahan dan ada juga yang mengartikan bahwa musik *underground* adalah musik sesaat. Spirit of Life lahir pada tahun 2002 tetapi mereka sudah mampu membuktikan kemampuan bermusik mereka di kalangan masyarakat umum dan juga para senior mereka. Setelah sekian lama setia dijalur musik ini akhirnya pada bulan Februari tahun 2006 kemarin mereka mampu mengeluarkan album yang berjudul ***Where There Is Life There Is Hope*** yang *recording* di Studio Biru Solo dan Avila Jogja secara *independent*.

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Metode Perancangan

Dalam penyusunan suatu promosi melalui desain komunikasi visual dapat dijabarkan suatu proses dan konsep promosi yang akan dipakai, misalnya perancangan strategi promosi melalui teori periklanan dan pemasaran. Media desain komunikasi visual yang dirasa cukup efektif sehingga dapat memberikan tempat dalam benak masyarakat akan keberadaan kelompok musik Spirit of Life.

Dalam menyusun konsep untuk merancang sebuah promosi melalui media desain komunikasi visual, maka penulis harus menentukan struktur strategi promosi perancangan dan perencanaan media yang akan dipakai. Perancangan ini dapat dipakai sebagai acuan dalam melakukan promosi kelompok musik Spirit of Life. Dalam merancang promosi melalui media desain komunikasi visual sangat diperlukan konsep dan tema yang kreatif dan berkualitas untuk membidik khalayak, sesuai sasaran yang hendak dicapai.

Penempatan media desain komunikasi visual sebagai media promosi yang utama adalah strategi yang sangat bagus dikarenakan media yang cukup efisien dalam berkomunikasi dengan bentuk audio maupun visual sebagai ilustrasinya dalam melakukan promosi akan suatu produk. Masyarakat dapat memberikan penilaian secara langsung akan produk yang ditawarkan.

Dalam menentukan konsep kreatif dalam merancang suatu media promosi yang efektif ini meliputi dalam pembuatan logo, pemilihan warna, ilustrasi dan typografi yang menggambarkan karakteristik dari kelompok musik Spirit of Life. Setelah tahap tersebut diperlukan suatu strategi media dan penempatan media (*media placement*) dilanjutkan dengan proses *layout* dengan media

komputer grafis, sehingga dapat tercipta berbagai macam alternatif desain yang dapat dipilih sebagai desain jadi dan paten

B. Konsep Kreatif

Sebuah konsep kreatif sangat dibutuhkan guna memberikan dasar-dasar pemikiran dan tolak ukur dalam pembuatan media promosi grup musik Spirit of Life. Dalam melakukan proses promosinya kelompok musik ini memiliki target spesifik dan pada sasaran yang tepat atau ditujukan kepada para pecinta musik. Hal ini dilakukan agar tercipta suasana yang menarik. Dalam pembuatan seluruh promosi unsur-unsur yang dipakai antara lain adalah ilustrasi, warna, typografi dan logo harus menarik dan sesuai dengan karakteristik grup musik ini.

C. Pendekatan Kreatif

Berbagai macam pendekatan kreatif yang dapat digunakan untuk dapat menunjang promosi grup musik Spirit of Life dan hal ini tergantung pada cara atau strategi promosi agar dapat mencapai target atau sasaran yang hendak dicapai. Adapun penyampaian pesan dari iklan tersebut dilakukan dengan banyak alternatif. Dalam rangka promosi tersebut menggunakan pendekatan sebagai berikut:

1. Informational

Berbagai pesan yang disampaikan kelompok musik ini lewat media desain komunikasi visual ini berdasarkan fakta.

2. Emotional

Berdasarkan materi lagu dan aransemen musik yang ada, maka pendekatan psikologis secara emosional yang diterapkan adalah tentang filosofi kehidupan yang dirasa memiliki keanehan dari kehidupan biasa.

3. *Image*

Image atau citra dibangun berdasarkan gaya dan simbol kehidupan yang dominan dalam masyarakat akan nilai-nilai yang dikehendaki. Hal ini citra yang akan dibangun adalah tentang filosofi kehidupan bahkan dianggap remeh dalam kehidupannya ternyata tidak seburuk yang mereka bayangkan.

D. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah tentang bagaimana cara yang kita pakai untuk memberikan sentuhan kesan lebih atau nilai tambah dalam menyampaikan informasi. Dalam promosi kelompok musik Spirit of Life melalui media desain komunikasi visual baik cetak maupun media elektronik telah memiliki sasaran yang tepat, sehingga para konsumen dapat memahami dan dapat mengerti konsep rancangan media promosi.

Setelah melewati tahap identifikasi dan analisa data , maka strategi promosi memasuki tahap perancangan konsep kreatif. Dalam tahap ini akan dipilih jenis karya audio visual yang akan di buat dengan menyimpulkan data - data yang telah dianalisa. Berdasarkan pertimbangan pengambilan kesimpulan maka *detail* karya yang akan dikerjakan adalah :

1. Jenis Media

a. Media Audio Visual

Media audio visual dirasa sangat tepat dan efisien dalam melakukan promosi kelompok musik Spirit of Life. Salah satu media distribusi dan penyiaran dari video klip ini adalah melalui

televisi dan video streaming. Video Streaming merupakan media yang sangat efisien dan dapat mencakup di daerah lokal maupun mancanegara karena penyebarannya melalui situs-situs di internet. Dengan merilis album *trailer* yang disebar luaskan melalui video Streaming melalui Youtube, MySpace, Metacafe dll. Album trailer ini bertujuan untuk memancing rasa keingintahuan dan pengenalan terlebih dahulu tentang video klip yang akan di *boomingkan* melalui media televisi. Televisi saat ini sangat mudah dijangkau oleh masyarakat. Melalui media televisi inilah keberhasilan promosi dan pengenalan suatu produk dalam bentuk iklan akan mudah diraih. Di Indonesia sendiri media *broadcasting* atau pertelevisian sangatlah banyak seperti RCTI, SCTV, INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, ANTV. Keberadaan stasiun televisi sangat berperan besar dalam suatu periklanan salah satunya TV lokal.

Keunggulan dari media Streaming secara umum :

1). Efisiensi biaya

Beberapa orang menyatakan bahwa Video streaming adalah media periklanan yang paling efektif, karena Video streaming memiliki kemampuan menjangkau masyarakat luas dibandingkan dengan media iklan lainnya. Jangkauan luas ini secara tidak langsung dapat memberikan efisiensi biaya yang telah dikeluarkan demi menjangkau setiap individu sesuai *target audience*.

2). Pengaruh akan kenyataan yang kuat

Televisi dan Video streaming memiliki kemampuan yang realistis dan kuat terhadap dua panca indera manusia yaitu indera penglihatan dan pendengaran sehingga mempunyai kemampuan kuat untuk memberikan pengaruh target audience, karena sebagian besar masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi.

3). Repitisi

Ketika sebuah video klip ditayangkan berulang kali dalam sehari dapat dianggap cukup memberi warna dan keanekaragaman serta hiburan yang cukup bermanfaat. Sehingga memungkinkan sejumlah masyarakat untuk sering menyaksikan video klip tersebut dalam frekuensi yang cukup dan pada akhirnya nanti dapat menaikkan promosi kelompok musik tersebut. Hari minggu pukul 10.00 WIB jadwal tayang yang direncanakan untuk penayangan video klip Spirit of Life.

b. Media Grafis sebagai media pendukung .

1. Poster

a. Alasan pemilih media

Poster merupakan media periklanan yang berisikan pesan dan info mengenai suatu produk kepada masyarakat. Poster dibuat dalam bentuk cetak dengan ukuran biasanya A3 atau A2, poster lebih tahan lama dibandingkan dengan pamflet dan sebagainya sehingga masyarakat pun dapat melihat dan memahami pesan dan info yang ingin disampaikan dalam waktu yang lebih lama juga.

b. Bentuk desain

Bentuk desain dalam pembuatan poster ini sangat sederhana dengan ilustrasi personil grup musik Spirit of Life dalam visualisasinya. Dengan menambahkan unsur warna yang garang serta penggunaan warna unsur hitam, hijau, putih, coklat dan sebagainya.

c. Penempatan media

Poster ini akan ditempatkan pada tempat yang menjadi sasaran khalayak dan sering didatangi. Misalnya tempat-tempat yang sering didatangi anak-anak muda seperti studio musik, distro, toko buku, toko kaset dan sebagainya. Tempat-tempat seperti itulah yang dirasa cukup efektif untuk *media placement*.

2. Kaos

a. Alasan pemilihan media

Dipilihnya kaos sebagai media promosi karena kaos merupakan pakaian yang sangat umum dan biasa dipakai oleh semua golongan umur baik tua ataupun muda lelaki maupun perempuan semua bisa memakainya. Apalagi dengan target audience anak muda yang lebih suka memakai kaos dibanding pakaian lainnya.

b. Bentuk desain

Desain kaos yang akan diterapkan hampir sama dengan penggunaan desain di media lainnya. Warna kaos yang akan dipilih adalah warna hitam. Unsur sederhana masih diterapkan disini.

c. Penempatan media

Kaos ini rencananya akan menjadi souvenir untuk dijual di distro, toko kaset dan cd atau distro yang sering dikunjungi oleh anak muda.

3. Stiker

a. Alasan pemilihan media

Stiker merupakan media yang cukup sederhana tetapi sering dipakai untuk media promosi sebuah kelompok musik. Sebagai contoh seringkali dalam setiap event musik stiker sering dibagi-bagikan gratis kepada penonton agar mereka mengetahui tentang eksistensi kelompok musik tersebut terhadap scene yang telah membesarkannya.

b. Bentuk desain

Desain yang akan dipakai adalah dengan mencantumkan nama kelompok musik dan album, Dengan pewarnaan yang simple yaitu hitam dan putih. Stiker ini dibuat transparan sehingga bisa ditempel dimana pun.

c. Penempatan media

Stiker ini nantinya akan diberikan secara gratis pada setiap event musik yang akan diikuti kelompok musik ini nantinya. Atau bisa juga menjadi bonus saat membeli kaos kelompok musik ini yang bersangkutan di clothing-clothing atau toko musik tertentu.

4. Pin

a. Alasan pemilihan media

Pin merupakan media promosi yang masih dianggap efektif untuk promosi kelompok musik ini. Karena pin masih menjadi trend dikalangan anak muda jaman sekarang. Media ini juga dapat dipakai sebagai penghias dan pemanis dalam setiap penampilan mereka.

b. Bentuk desain

Bentuk desain yang akan dipakai adalah background pin putih pencantuman nama band disalah satu lay out dan gambar logo Spirit of Life masih mendominasi.

c. Penempatan media

Pin ini rencananya akan dibagi-bagikan secara gratis disetiap event musik yang akan diikuti band ini dan akan dijual sebagai souvenir di toko musik.

5. Cover CD

a. Alasan pemilihan media

Sampul kaset atau CD dibuat sebagai media promosi kelompok musik Spirit of life sebagai identitas akan kelompok musik ini.

b. Bentuk desain

Cover depan akan berisi nama kelompok Spirit of Life dan juga title albumnya sendiri. lay outnya Warna yang dipakai tetap didomisili warna hitam.

6. *Leaflet*

a. Alasan pemilihan media

Leaflet adalah media promosi yang masih dianggap efektif untuk promosi sebuah kelompok musik ini. catatan singkat proses perkembangan kelompok musik *underground* ini dari yang kecil menjadi besar dan biasanya menjadi *history* atau cerita kelompok *underground* ini

b. Bentuk desain

Leaflet ini rencananya akan dicetak dalam bentuk print atau cetak yang berisikan informasi dari kelompok musik Spirit of Life Desain yang akan diterapkan sangatlah sederhana, dengan cover depan nama kelompok musik Spirit of Life sendiri disertai sentuhan grafis dengan karakter musik hardcore masih didomisili warna hitam.

c. Penempatan media

Leaflet ini lebih lanjutnya akan diberikan kepada masyarakat secara gratis baik dalam acara event musik, toko musik, toko buku yang frekuensinya sering dikunjungi anak muda secara gratis.

7. *Standing Banner*

a. Alasan pemilihan media

Adalah media promosi yang masih dianggap efektif untuk promosi sebuah kelompok musik. Dengan ukuran yang relatif besar maka *standing benner* akan lebih mudah menyita perhatian dan menimbulkan rasa keingintahuan terhadap *product* yang ditawarkan.

b. Bentuk desain

Desain dibuat sangat sederhana tetapi memiliki dominasi yang efisien di setiap mata orang yang memandang pasti akan mengenali dan mengetahui tentang keberadaan kelompok musik Spirit of life.

8. *Cd label*

a. Alasan pemilihan media

Adalah media promosi yang masih dianggap efektif untuk promosi sebuah kelompok musik. Dengan ukuran yang relatif besar maka standing benner akan lebih mudah menyita perhatian dan menimbulkan rasa keingintahuan terhadap product yang ditawarkan.

b. Bentuk desain

Desain dibuat masih dengan dominasi kelompok musik Spirit of life. Bentuk desain sangat sederhana dan masih mengadopsi unsur Underground dengan memberikan sentuhan-sentuhan tegas untuk menguatkan unsur dan konsep aliran kelompok musik ini sendiri. Penggunaan warnanya pun masih memakai warna merah, putih dan warna-warna yang mengandung unsur *hardcore*. Sehingga diharapkan masyarakat dapat memahami dan mengerti keberadaan kelompok musik ini.

2. Tema, Diskripsi cerita

Tema yang diangkat adalah tema keindahan dari hasil produksi dan kualitas yang baik serta pembentukan kepercayaan kepada pelanggan dan calon rekanan kerja. Deskripsi media ini adalah sejarah singkat usaha, bahan - bahan produksi, jumlah karyawan, teknik singkat pembuatan, produk – produk dan pemasaran, klien yang sudah ada.

3. Proses pengerjaan

Dalam perancangan konsep kreatif terdapat tahapan - tahapan yang harus diperhatikan agar memperoleh hasil yang maksimal. Adapun urutan tahapan - tahapan pengerjaan sebagai berikut :

a. Media Audio Visual

1. *Script/skenario*

Skenario berisi cerita yang akan dibuat. Semua informasi tentang teknik dan ruang waktu, kejadian, pengambilan gambar, transisi video dan hal - hal lain. Selain ide cerita dalam skenario juga harus mengangkat slogan yang telah ditetapkan untuk lebih menumbuhkan minat dan simpati konsumen.

2. *Story board*

Story board adalah skenario yang telah divisualisasikan dalam bentuk gambar. Visualisasi tersebut dibuat untuk memudahkan pembuatan media promosi ini dalam tahapan produksi dan pasca produksi

3. Lokasi dan *setting*

Lokasi yang akan dipilih harus sesuai atau dapat mewakili karakter yang telah diceritakan dalam skenario. *Setting* meliputi tata ruang dalam lokasi dan tata cahaya. Penataan ruang dan cahaya sangat berpengaruh untuk menghasilkan komposisi gambar yang baik.

4. Pengambilan gambar

Pengambilan gambar adalah proses inti dari produksi. Dalam proses ini harus benar - benar dipahami skenario untuk melakukan pengambilan sudut gambar dan pergerakan kamera yang sesuai. Dalam proses pengambilan gambar ini akan digunakan kamera *Sony VX dan Canon XM* dan *lighting* yang sesuai dengan skenario. Selain alat - alat dalam proses ini juga dibutuhkan kru yang dapat memperlancar dan meringkas tugas - tugas.

5. *Editing*

Editing adalah kegiatan pasca produksi yang berfungsi mengemas dan menata serta mengatur komposisi audio maupun visual untuk kemudian disusun rapi menjadi urutan cerita yang sesuai dengan skenario yang telah dibuat. Dalam proses ini akan digunakan peralatan komputer dan perkakas penunjangnya. Proses *editing* menggunakan komputer sangat membantu proses kerja dan penciptaan *efek grafis* yang dapat menunjang komposisi dan keindahan gambar. Adapun perangkat lunak yang akan digunakan seperti Vegas 8, Pinnacle studio 11, *Adobe Photoshop CS 4.0*, *Canopus*, dan *software* lain yang dapat menunjang proses *editing* ini.

b. Media Grafis Pendukung

Dalam pembuatan media promosi pendukung ada unsur – unsur yang harus diperhatikan agar memperoleh hasil yang efektif , antara lain:

1. *Layout*

Layout adalah suatu komposisi dari berbagai unsur visual yang kita inginkan sehingga dapat membentuk suatu bahasa iklan yang efektif dan efisien. Dalam *layout* untuk media promosi yang hendak dipakai kali ini akan memberikan unsur matematik dan simbolik.

2. Ilustrasi

Merupakan unsur penjas yang bersifat global atas pesan-pesan yang hendak disampaikan dalam wujud foto maupun gambar. Disamping itu ilustrasi merupakan unsur penghubung antara isi dan bentuk visual, karena ilustrasi yang berbentuk gambar dapat memberikan kekuatan tersendiri untuk dapat berbicara langsung dengan penglihatannya mengenai tema dalam mendukung *headline*.

Ilustrasi juga berfungsi sebagai media untuk menarik perhatian dari visual yang dinikmati oleh mata pembacanya sehingga dapat jelas dipahami dan memiliki daya rangsang otak untuk membaca keseluruhan dari isi pesan yang disampaikan. Oleh sebab itu penggunaan ilustrasi harus memiliki nilai yang *relevan* terhadap produk yang hendak kita tawarkan. Dari segi efisiensi ilustrasi memiliki daya tarik dan kekuatan kepada pembaca akan maksud dan pesan yang ditawarkan karena hanya dengan indera penglihatan saja pembaca dapat mengetahui pesan dan maksud yang hendak disampaikan oleh pembuatnya.

Dalam melakukan kegiatan promosi diperlukan suatu media ilustrasi yang menarik dan sempurna demi keberhasilan promosi kelompok musik kontemporer ini. Ilustrasi yang dipakai ada yang berupa gambar manual kemudian di scan, ada pula ilustrasi dari Fotografi yang diolah melalui media komputer dengan software Adobe Photoshop Corel Draw X3 dan keseluruhan dari ilustrasi tersebut dikombinasikan jadi satu sehingga dapat tercipta ilustrasi yang menarik dan sesuai dengan tema yang dikehendaki.

3) Tipografi

Tipografi atau *typography* adalah suatu seni dalam memilih, mengatur bentuk, jenis dan ukuran untuk keperluan percetakan maupun pra-produksi. Menurut Rhenald Kasali, 1995 : 50 disebutkan bahwa tipografi adalah seni mengatur huruf dan kemudian mencetaknya. Tipografi baik yang mengarah pada keterbacaan, kemenarikan dan desain tertentu dapat menciptakan suatu gaya karakteristik yang kuat untuk menjadi suatu subyek yang diiklankan. Selain itu tipografi juga

menekankan pada soal penataan letak dari unsur-unsur yang pada akhirnya akan mendapatkan pesan yang akan diinformasikan.

Tipografi yang dimaksud disini adalah jenis dari huruf yang digunakan dalam setiap visualisasi desain dalam promosi kelompok musik Spirit of Life Yang mana jenis huruf yang akan dipakai dalam proses desain harus sesuai karakter dari musik dan tema sehingga terjadi perpaduan yang sangat menarik. Tipografi yang sangat kental hubungannya dengan karakteristik musik *hardcore* adalah sebagai berikut:

a. Arial Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

b. Bad Cargo 2.0

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

c. Freshman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

4) Warna

Bentuk dan warna adalah dua unsur dari rangsangan mata manusia. Peranan warna adalah merangsang indra mata manusia. Selain dapat menarik khalayak untuk dijadikan konsumen, warna juga memiliki sifat menguatkan teks dan gambar.

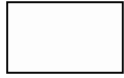
Warna sendiri memiliki arti-arti yang memegang peranan penting di dalam sejarah. Ini dapat dilihat dari beberapa suku dan agama yang berkembang di seluruh dunia. Berikut ini adalah beberapa arti warna yang sering kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, yang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan atau panduan dalam penggunaan sehari-hari. Unsur yang dapat menciptakan kesan dan karakteristik suatu produk diantaranya adalah warna, karena warna memiliki bahasa komunikasi tersendiri yang disampaikan melalui media penglihatan (*visual*). Untuk pengambilan suatu warna dalam pembuatan sebuah desain harus memperhatikan :

- a) Warna harus mencerminkan karakteristik suatu produk.
- b) Warna harus mampu memiliki daya tarik tersendiri.
- c) Warna harus mendukung dari penampilan produk dalam setiap komposisi penyajiannya dalam tiap-tiap media.
- d) Warna yang digunakan harus mencerminkan personalitas masing-masing dan identitas.

Untuk menciptakan suatu respon yang tepat pada bahasa warna adalah *Harmoni*. Dimana kita juga harus mengetahui warna apa yang akan digunakan dalam pembuatan media promosi dan proporsi yang mana dapat menciptakan karakter tersendiri sehingga terjadi reaksi terhadap yang diinginkan oleh khalayaknya. Kriteria warna yang dominan dipakai sebagai pilihan utama adalah warna-warna yang memiliki karakter .



C : 0 M : 0 Y : 0 K : 100



C : 0 M : 0 Y : 0 K : 0



C : 0 M : 0 Y : 0 K : 40



C : 0 M : 100 Y : 0 K : 5

BAB IV

VISUALISASI

Media Lini Atas Audio visual (Video Klip)

Story line

Video Klip kelompok musik : Spirit of Live

Judul Video Klip : Looser

Durasi : 4 menit 03 detik

Video klip ini menceritakan tentang kehidupan manusia pada umumnya, dimana manusia dilahirkan untuk selalu berusaha dan berjuang di dalam kehidupannya agar mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Manusia diberikan kemampuan yang lebih dari semua makhluk hidup yang diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Esa karena manusia diberikan akal dan budi pekerti yang luhur yang digunakan manusia untuk membantunya dalam melakukan sesuatu, mengekspresikan sesuatu atau membantu manusia dalam kepentingan-kepentingan hidup lainnya. Terkadang manusia malah menyerah dengan kenyataan hidup dan berhenti berjuang karena mengalami berbagai macam kendala dan cobaan yang silih berganti didalam kehidupannya. Salah satu cara memenangkan perjuangan hidup adalah memperkuat mental, dengan menjadikan tantangan hidup sebagai latihan mental. Semakin tinggi kesulitan hidup yang berhasil kita lewati, maka mental kita juga semakin kuat. *“Problems are to the mind is what exercise to the muscles, they toughen and make strong. – Masalah-masalah merupakan latihan otot-otot pikiran agar mereka menjadi lebih kuat,”* Norman Vincent Peale. Mental yang kuat lebih dapat diandalkan untuk memenangkan perjuangan hidup. Looser bercerita tentang seorang pemuda yang sedang

mengalami dilema kehidupan dimana didalam hidupnya segala tingkah laku dan perbuatannya tak memberikan hal-hal yang sangat berarti didalam hidupnya hal ini disebabkan kerana didalam benak pemikirannya telah salah mengartikan sebuah kehidupan itu sendiri. Permasalahan demi permasalahan datang menghampirinya hal ini dimulai dimana pertumbuhan pribadinya yang mengalami perubahan yang sangat drastis dimana dia dulu dikenal dengan anak yang sangat baik sopan dan santun dan lama kelamaan seiring dengan berjalannya waktu dan bertambahnya kedewasaan serta pola pikirnya berubah menjadi seorang yang tidak lagi peduli akan dirinya sendiri bahkan orang lain disekitarnya. Perubahan sifat dan pemikirannya terjadi karena ia membuat keputusan yang salah dalam memutuskan arah tujuan hidupnya. Tanpa disadari dia semakin jatuh dalam kegagalan dan tidak pernah bisa untuk bangkit lagi untuk kembali berusaha memperjuangkan arah tujuan hidupnya.

Pengadaaan klip ini dibagi menjadi 2 bagian. Adegan yang pertama adalah preview performance dari group band itu sendiri dan yang kedua adalah ilustrasi dari video yang menceritakan perjuangan hidup sang pelaku yang mengalami berbagai macam hambatan dalam kehidupannya dan sampai akhirnya terpuruk dalam ketidak berdayaan yang diceritakn melalui symbol atau gerak. Ada 2 konflik yang terjadi dalam Preview dalam ilustrasi video klip ini. Konflik ini sebagai berikut :

1. Konflik psikologis pelaku yang terwujud dalam bentuk kegelisaha-kegelisahan rasa ketidak terimaan terhadap nasib kehidupannya dan keinginan-keinginan untuk kembali bangkit dalam keterpurukanya. Dan yang terutama adalah luka-luka yang ia derita memberikan pengaruh besar terhadap daya tahan tubuhnya dan tenaganya. Yang mengakibatkan ketidak berdayaan pada dirinya untuk terus berusaha. Luka-luka dan rasa kegelisahan, ketidak terimaan terhadap nasib adaalah penggambaran sifat-sifat yang

selalu timbul dalam diri manusia dan masalah-masalah kehidupan manusia yang selalu kita dapat dalam kehidupan sehari-hari.

2. Mental pelaku, ia merasakan putus asa dalam hidupnya setelah menerima segala permasalahan yang terus menerus dalam kehidupannya dan akhirnya mengalami gangguan mental yang berakibat stress.

Penggambaran Ilustrasi Video Klip sebagai berikut :

Seorang pemuda yang duduk terkapar di sebuah rumah kosong yang dipenuhi dengan puing-puing reruntuhan bangunan. Pemuda ini telah mengalami luka-luka pada tubuhnya yang hampir membuatnya tidak dapat melakukan sesuatu. Karena bosan dengan keberadaannya, pemuda ini ingin bangkit dari ketidak berdayaannya dan mencoba untuk berdiri dan dengan dibantu dengan dinding sebagai tumpuan untuk berdiri. Luka yang ada pada dirinya selalu memberikan halangan yang membuat ia terjatuh dan terjatuh lagi. Keputusan, luka memar yang sangat, dan stress-lah yang turut memberi andil pada pemuda ini untuk menyerah dan tidak mampu lagi untuk melanjutkan perjuangan hidupnya. Preview kelompok band yang membawakan lagu *Looser* dengan lantang dan bersemangat membantu pengadaaan dalam video klip ini bahwa seolah-olah Spirit of Life menolak keras terhadap seseorang yang hidup hanya untuk menyerah kepada keadaan seperti seorang pecundang.

Proses Produksi

Terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya :

1. Visualisasi / rancangan desain pra produksi
 - a. Tokoh Video Klip :
Laki-laki dewasa sebagai seorang pelaku.
 - b. Sarana dan prasarana :

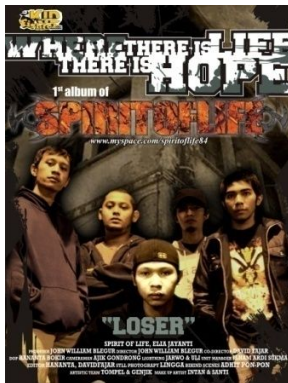
1. Asesoris : Kostum, alat musik, dan lain-lain
2. Properti : Kamera, sound system dan lain-lain
3. Lokasi/ setting : Rumah Kosong, Student Center UNS

2. Visualisasi produk dan pasca produksi :

- a. Durasi Video Klip : 4 menit 03 detik
- b. Format Video : VCD dan DVD
- c. Teknik Visualisasi : Pengambilan gambar menggunakan Camera Sony VX dan Canon XM. Untuk editing menggunakan Vegas
- d. Realisai : DVD
- e. Media/ bahan : CD

D. Media Lini Bawah

1. Poster



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 50 x 70
- Ilustrasi : Gambar personil group music Spirit of life
- Typografi : Freshman, Arial Black, Rocc

- Proses pembuatan : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Kertas Print Out Door
- Teknik Pembuatan : Cetak print Out warna

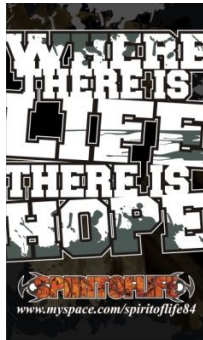
2. Kaos



Penjelasan Karya ;

- Ukuran Kaos : M untuk anak muda
- Ilustrasi : Nama kelompok musik, Title album, dan personil Grup band
- Typografi : Freshman, Arial Black, Rocc.
- Proses : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Kain Caton

3. Stiker



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 16 x 10 cm
- Ilustrasi : Nama Kelompok musik, Contac Person
- Typografi : Arial Black, Freshman
- Proses : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Kertas Sticker

4. Pin



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 5,8 cm
- Ilustrasi : Nama kelompok musik, Personil, judul lagu
- Typografi : Bernardt MT, Arial Black, Algerian
- Proses : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Lempeng Plastik

- Fungsi : Sebagai souvenir dan hiasan

5. Cover CD



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 39,5 x 27,5 cm
- Ilustrasi : Nama kelompok musik, Icon Band, Title Album, Foto Band
- Typografi : Arial Black, Freshman, Rocc
- Proses : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Kertas Glossy A4

6. CD Label



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 11,5 cm

- Ilustrasi : Nama kelompok musik, Foto Personil band, Title Album, Judul lagu
- Typografi : Arial Black, Freshman, rocc
- Proses : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Kertas Glossy A4

7. Leflet



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 20 x 23 cm
- Ilustrasi : Nama kelompok musik, Icon band, Foto Band Title Album, Judul lagu
- Typografi : Arial Black, Freshman, Rocc
- Proses : Corel Draw X3, Adobe Photoshop CS 4
- Bahan : Kertas Glossy A4

8. Standing Benner



Penjelasan Karya :

- Ukuran : 160 x 60 cm
- Ilustrasi : Nama kelompok musik, Credit tittle, Judul lagu, Title Album
- Typografi : Bernard MT, Arial Black, Algerian, Kristen ITC
- Proses : Corel Draw X3
- Bahan : Kertas Glossy A4

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui proses panjang dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan tentang segala hal yang berkaitan dengan media desain komunikasi visual, baik dari segi awal pembuatan konsep produksi dan pasca produksi. Semua itu membutuhkan proses yang cukup lama untuk membuat suatu karya tugas akhir ini. Adapun yang penulis simpulkan adalah sebagai berikut :

1. Media desain komunikasi visual sangatlah berguna demi kelancaran promosi suatu kelompok musik, misal seperti Spirit of life ini.
2. Media visual seperti video klip merupakan media yang cukup efektif dalam proses promosi karena target dapat melihat dan mengenal lebih dekat tanpa perantaradan informasi dari orang lain.
3. Konsep dalam melakukan promosi harus sangatlah kuat dan matang sehingga kesinambungan antara karya dan idealis dari kelompok musiknya sendiri dengan batasan tertentu.
4. Dalam pembuatan video klip dituntut memiliki perencanaan yang matang dan sensifitas yang cukup tinggi mengenai judul dan maksud dari judul laguyang akan dibuat video klipnya.

B. Saran

Setelah melalui proses panjang dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, penulis dapat mengambil beberapa saran tentang segala hal yang berkaitan dengan media desain komunikasi visual, baik dari segi awal pembuatan konsep produksi dan pasca produksi. Adapun saran yang penulis simpulkan adalah sebagai berikut :

1. Dalam melakukan promosi, *data base* dari kelompok musik atau perusahaan apapun akan kita promosikan harus kita kuasai secara keseluruhan sehingga dalam menyusun dan membuat karya untuk promosi dapat mengena pada sasarannya.
2. Dalam proses produksi pembuatan video klip, faktor kesesuaian cerita yang akan kita tuangkan dalam bentuk visual terkadang tidak sesuai di lapangan, sehingga dituntut memiliki cadangan cerita dan ide yang lain yang tidak merusak jalan cerita.
3. Atur segala finansial agar tidak membengkak.
4. Proses produksi dan pasca produksi membutuhkan kondisi badan yang segar dan sehat agar kerja otak dapat maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Askurifai Baksin 2003, *Membuat Film Indie itu gampang*, Bandung Kartasis.
- *Fengsui Logo, Catatan Kuliah.*
- Jefkins, Frank f 1986, *Priklanan Jakarta Erlangga.*