

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Lagu “Pagi dan Musim Berganti” merupakan lagu yang memiliki lirik sederhana dan mudah dimengerti serta aransemen musik yang indah dan menenangkan, akan lagu ini belum memiliki bentuk media promosi yang baik sehingga diperlukannya perancangan media promosi untuk mempromosikan lagu Pagi dan Musim Berganti.

Tugas Akhir ini dibuat untuk merancang video klip lagu “Pagi dan Musim Berganti” agar lebih menarik perhatian masyarakat luas dan lebih bisa dinikmati. Bab ini berisi konsep perancangan karya, Identifikasi Data, hasil survey / observasi yang telah terkumpul mengenai perancangan video klip musim berganti. Analisa Data yang terdiri dari Segmentasi, Unit Selling Proposition (USP), Positioning, Strategi Kreatif berisi tentang konsep perencanaan konsep video klip.

Bab ini nantinya berfungsi sebagai informasi data analisa karya yang akan atau sudah dirancang di bab empat.

A. SEGMENTASI

Segmentasi adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok penikmat yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan pemasaran yang berbeda. Dasar segmentasi Lagu Pagi dan Musim Berganti berdasarkan pada konsumen pasar sebagai berikut:

1. Demografi

- a) Umur : 18 – 30 tahun
- b) Jenis Kelamin : Perempuan & laki laki
- c) Pendidikan : semua jenjang pendidikan
- d) Kelas Sosial : Menengah ke atas

2. Geografi : Solo dan sekitarnya

3. Psikografi :

- a) Antusias musik indie.
- b) Orang yang memiliki selera dalam mendengarkan musik.
- c) Orang yang ingin mendengarkan musik pada suasana tertentu.
- d) Menyukai musik atau lagu dengan video clip yang menarik.

4. Behaviour :

- 1) Remaja pecinta dan pendengar musik.

B. UNIQUE SELLING PREPOSITION

Unique Selling Point merupakan strategi untuk menciptakan keunikan dan keunggulan produk ataupun jasa yang diproduksi yang tidak dimiliki produk maupun jasa sejenis yang sudah ada, sehingga produk maupun jasa tersebut mempunyai daya beda dan lebih unggul.

USP dari video klip lagu “Pagi dan Musim Berganti dengan motion graphic adalah

1. Penggabungan live shoot dengan animasi motion graphic .

Visualisasi Grafis yang terdapat pada iklan tersebut bertipe animasi Hybride atau penggabungan antara Live Shoot (pengambilan gambar secara langsung) dengan animasi motion graphic. Kebanyakan iklan menggunakan teknik live shoot atau animasi saja. Ketiga video klip animasi yang dijadikan komparasi pada kolom SWOT di atas juga menggunakan gambar yang ber-*outline*, jadi gambar tipe *lineless* pada video klip animasi lagu “Pagi dan Musim Berganti” merupakan pembeda dari segi tipe gambar. Bukan hanya itu, gambar diwarnai dengan detail dan mempunyai gelap terang serta tonal warna sesuai dengan suasana latar yang berbeda-beda sehingga membuat gambar lebih hidup.

Gambar animasi dari video klip animasi lagu “Pagi dan Musim Berganti” ini juga memiliki keunggulan dalam teknik animasinya, antara lain:

- a. Teknik pergerakan gambar menggunakan fitur *linking layers / parental layers* dimana memanfaatkan *anchor points* dari setiap layer gambar yang saling dihubungkan dan dianimasikan secara berkesinambungan sehingga pergerakan gambar lebih terkontrol. 12 prinsip dasar animasi dapat diterapkan di sini dengan memanipulasi fitur *keyframes*, *anchor points*, dan *transformations*.
- b. Menggunakan teknik *rotoscoping* dalam menyesuaikan animasi dengan lirik sehingga artikulasi / pengucapan antara lirik dan penuturan dari karakter kartun dapat sesuai dan terlihat natural. Di sini animator merekam dirinya sendiri untuk mendapatkan gerakan bibir yang pas agar sesuai dengan pengucapan lirik dalam video klip.

- c. Visual yang disajikan mempunyai kedalaman gambar karena memanfaatkan fitur *3D layer* dan *blur* pada *software* Adobe After Effects, sehingga dapat memanipulasi fokus gambar dan memunculkan kesan ruang. Untuk animasi 2 dimensi, hal ini merupakan nilai tambah tersendiri.
 - d. Pergerakan animasi nampak lebih halus dan tidak kaku karena menggunakan fitur *easy ease in and out key frames* yang membuat pergerakan animasi lebih mengalir, tidak kaku, dan sesuai kebutuhan.
 - e. Ditambahkan fitur *motion blur* untuk mendapatkan pergerakan animasi yang lebih terlihat nyata karena mengandung unsur *blur* ketika bergerak.
 - f. Adanya penambahan efek cahaya dan warna *ambience* untuk lebih membangun suasana sesuai latar cerita.
 - g. Terdapat penambalan beberapa bagian menggunakan teknik *masking*. Dibutuhkan ketelitian dan kesabaran yang tinggi untuk melakukan teknik *masking* ini karena selain harus bisa menempatkan *mask* agar sesuai dengan gambar, juga animasi *masking* ini dilakukan secara *per frame*.
2. Dengan biaya produksi yang rendah dapat menghasilkan video klip animasi yang berkualitas.

Video klip animasi untuk lagu “Pagi dan Musim Berganti” ini dihargai 10 juta rupiah. Untuk sebuah karya animasi dengan detail gambar yang bagus, teknik animasi kompleks dan dengan durasi 4 menit, harga 10 juta adalah harga yang murah. Pemberian harga pada karya animasi bersifat variatif, tergantung dari cara menghitung harganya. Ada animator yang menghitung harga animasi dari durasi animasi. Ada juga yang menghitung harga dari lamanya waktu

pembuatan animasi. Ada pula yang mematok harga sesuka hati apabila hanya dikerjakan secara individual. Harga animasi sebagai karya seni dan sebagai jasa juga lain lagi perhitungannya. Intinya tak ada yang benar-benar baku untuk menentukan harga sebuah karya animasi. Namun demikian, normalnya harga animasi berkisar antara 10 sampai 30 juta rupiah tergantung durasi dan tingkat kerumitan animasinya. Dengan demikian video klip animasi lagu “Pagi dan Musim Berganti” ini tergolong murah harganya, namun dengan kualitas yang bagus.

C. EMOTIONAL SELLING PREPOTITION

Emotional Selling Prepotition mendorong audiens untuk berpikir tentang bagaimana perasaan mereka atau situasi emosi mereka ketika melihat video klip lagu “Pagi dan Musim Berganti”. Mereka sebagai target audiens berarti emosi mereka mempengaruhi keputusan mereka, untuk akhirnya seringkali mendengarkan lagu ini. Perasaan emosional audiens juga dapat menimbulkan sebuah pendapat mengenai musik yang akan didengarkan nantinya.

D. POSITIONING

Positioning merupakan bagian yang utama, produsen dapat mengetahui positioning produknya berdasarkan sudut pandang konsumen melalui persepsi yang diberikan konsumen, atau dengan kata lain konsumen merekomendasikan kepada orang lain produk yang ditawarkan. Secara definisi Positioning adalah strategi bagaimana produk yang ditawarkan bertahan dalam benak konsumen,

walaupun banyak produk yang sejenis yang dikeluarkan oleh beberapa kompetitor namun konsumen tetap mengingat produk yang ditawarkan. *Positioning* adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda dalam benak pelanggan sasaran. Untuk menentukan penentuan posisi yang terfokus, perusahaan harus menentukan banyak perbedaan dan keistimewaan yang dipromosikan pada pelanggan.

E. STRATEGI KREATIF

Pada umumnya video klip ini memvisualkan lagu “pagi dan Musim Berganti” rimaajingga. Teknik yang akan digunakan adalah penggabungan live shoot dan animasi motion graphic melalui teknik editing dengan software after effect. Dalam proses live shoot digunakan berbagai properti pendukung seperti ranjang tidur dan piyama, serta effect hujan buatan pada luar jendela. Pengambilan video dilakukan dalam satu waktu dan di dalam ruangan.

1. Konsep Estetis

Selain tujuan yang tersampaikan perlu adanya pendekatan lain seperti halnya pemanfaatan konsep estetik :

a. Sinopsis

Video klip yang akan dibuat memiliki dua fase, yaitu fase live shoot dan fase penggabungan live shoot dan animasi motion graphic. Dimulai dari adegan tidur, kemudian terbangun pada pagi hari, namun pagi itu hujan sehingga membuatnya tidak ingin berkegiatan sehari hari

namun melanjutkan tidur, suasana dingin hujan di pagi hari membuatnya lelap dan terbawa ke alam imajinasi, saat inilah animasi motion graphic mulai di munculkan hingga akhir video.

b. Storyline

Storyline merupakan deskripsi detail dari plot atau alur cerita dalam sebuah video.

Sequence 1

- Scene 1 :

Menampilkan judul lagu “Pagi dan Musim Berganti” dan rimajingga

- Scene 2 :

artis adegan tidur dan hujan diluar ruangan yang terlihat dari jendela.

- Scene 3 :

Artis masih terlelap

- Scene 4 :

artis terbangun dari tidurnya

- Scene 5 :

artis duduk masih diatas ranjang dan melihat ke arah jendela

- Scene 6 :

Artis kembali tidur

- Scene 7 :

Artis tidur, muncul rumput (motion graphic) di lantainya.

- Scene 8 :

backgroundnya yang tadinya jendela beralih menjadi pepohonan dalam bentuk motion graphic.

- Scene 9 :

Muncul kabut dan menutupi artis serta tempat (sebagai teknik transisi video)

- Scene 10 :

Area atau latar tempat artis tidur berubah menjadi dataran yang berada di langit.

- Scene 11 :

Muncul awan awan berupa motion graphic

- Scene 12 :

muncul matahari terbit dibelakang area artis tidur

- Scene 13 :

Matahari berada dipuncak/diatas

- Scene 14 :

muncul awan mendung dan hujan sampai cerah kembali

- Scene 15 :

sampai di akhir video judul lagu “Pagi dan Musim Berganti” dan rimajingga

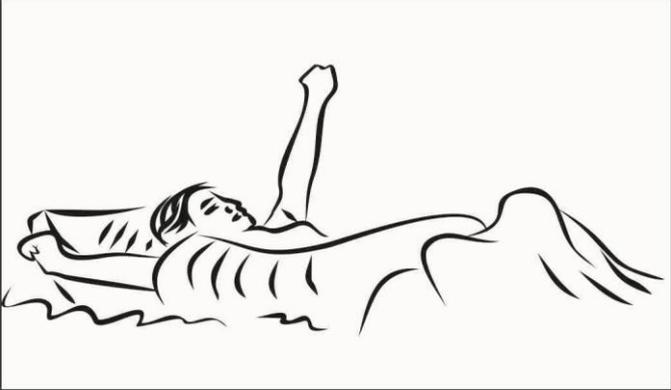
c. Storyboard

Untuk membuat video biasanya disusun suatu storyboard yang menceritakan urutan-urutan scene yang akan ditampilkan. Pembuatan

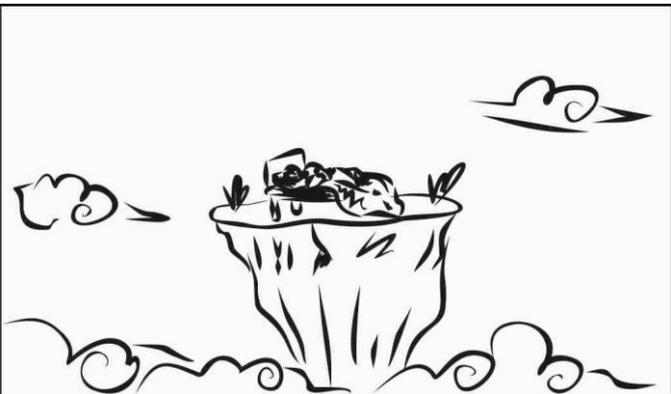
storyboard bertujuan untuk kemudahan dalam pengambilan gambar pada tiap scene.

- Storyboard

	<p>Menampilkan judul lagu “Pagi dan Musim Berganti” dan rimajingga. (durasi 00.03 – 00.13)</p>
<p>Gambar 4. Sketsa 1 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	
	<p>artis adegan tidur dan hujan diluar ruangan yang terlihat dari jendela. Jenis Shot : Close up Shot (Durasi 00.09 - 00.13)</p>
<p>Gambar 5. Sketsa 2 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	
	<p>Artis masih terlelap Jenis Shot : Medium Shot (Durasi 00.14 – 00.36)</p>

<p>Gambar 6. Sketsa 3 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	
 <p>Gambar 7. Sketsa 4 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>artis terbangun dari tidurnya.</p> <p>Jenis Shot : Medium Shot</p> <p>(Durasi : 00.37 – 00.50)</p>
 <p>Gambar 8. Sketsa 5 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>artis duduk masih diatas ranjang dan melihat ke arah jendela.</p> <p>Jenis Shot : Medium Shot</p> <p>(Durasi 00.53 – 01.05)</p>
 <p>Gambar 9. Sketsa 6 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Artis kembali tidur</p> <p>Jenis Shot : Medium Shot</p> <p>(Durasi 01.06 – 01.09)</p>

 <p>Gambar 10. Sketsa 7 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Artis tidur, muncul rumput (motion graphic) di lantainya.</p> <p>Jenis Shot : Long Shot</p> <p>(Durasi : 01.10 – 01.23)</p>
 <p>Gambar 11. Sketsa 8 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>backgroundnya yang tadinya jendela beralih menjadi pepohonan dalam bentuk motion graphic.</p> <p>(Durasi : 01.24 – 01.50)</p>
 <p>Gambar 12. Sketsa 9 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Muncul kabut dan menutupi artis serta tempat (sebagai teknik transisi video)</p> <p>(Durasi : 01.50 – 02.05)</p>

 <p>Gambar 13. Sketsa 10 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Area atau latar tempat artis tidur berubah menjadi dataran yang berada di langit.</p> <p>(Durasi : 02.05 – 02.07)</p>
 <p>Gambar 14. Sketsa 11 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Muncul awan awan berupa motion graphic</p> <p>(Durasi : 02.05 – 02.07)</p>
 <p>Gambar 15. Sketsa 12 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Muncul matahari terbit dibelakang area artis tidur</p> <p>(Durasi : 02.07 – 02.12)</p>

 <p>Gambar 16. Sketsa 13 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>Matahari berada dipuncak/diatas.</p> <p>(Durasi 02.12 – 02.23)</p>
 <p>Gambar 17. Sketsa 14 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>muncul awan mendung dan hujan sampai cerah kembali.</p> <p>(Durasi 02.23 – 03.48)</p>
 <p>Gambar 18. Sketsa 15 Lagu Pagi dan Musim Berganti</p>	<p>sampai di akhir video judul lagu “Pagi dan Musim Berganti” dan rimajingga</p> <p>(Durasi 03.48 – 03.57)</p>

2. Konsep Teknis

Dalam penyusunan tugas akhir ini, alat yang dipergunakan dibagi menjadi dua yaitu kebutuhan mengenai perangkat lunak dan perangkat keras. Adapun rincian kebutuhan alat digunakan dalam pembuatan aplikasi ini sebagai berikut :

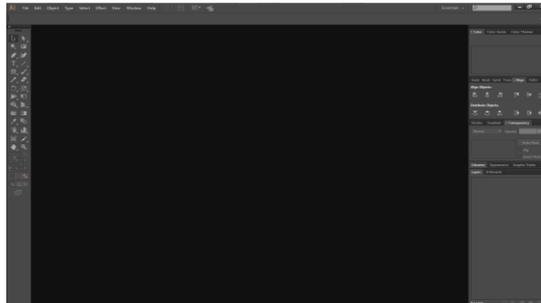
a. Kebutuhan Perangkat Lunak

Dalam pembuatan aplikasi digunakan beberapa perangkat lunak yang berfungsi sebagai dasar peralatan untuk membangun aplikasi.

Perangkat lunak yang digunakan diantaranya :

- Adobe Illustrator CC2015

Software ini digunakan untuk membuat vector animasi motion graphic dalam vidio clip.



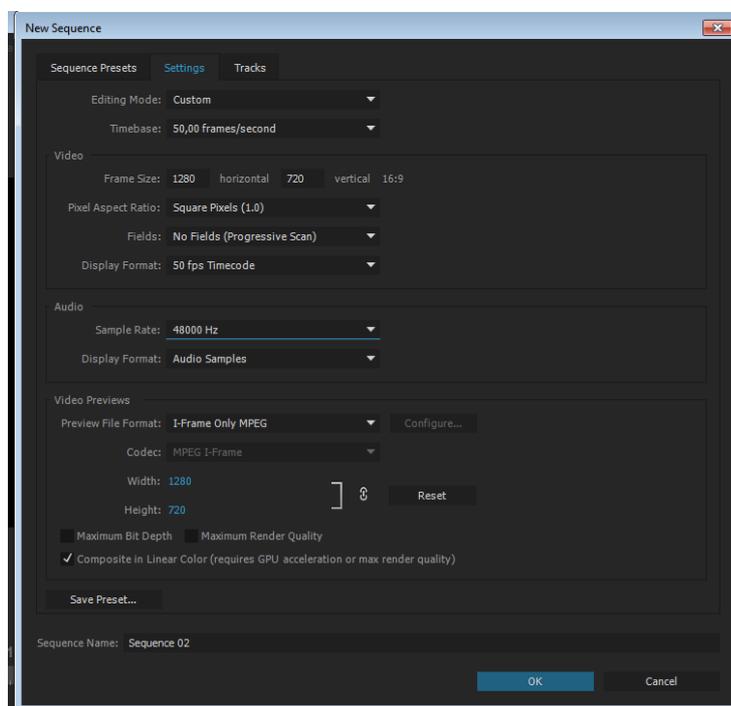
Gambar 19. *Screenshot* Adobe Illustrator CC2015

(Joko Purwanto, 2020)

- Adobe Premiere Pro CC2015

Software ini digunakan untuk editing video dalam penggabungan semua *scene* video yang sudah jadi. Penggabungan

video ini berdasarkan *storyline* dan *storyboard* yang sudah dibuat. Software ini tidak hanya digunakan untuk penggabungan video, tetapi juga digunakan untuk penambahan *background* Lagu “Pagi dan Musim Berganti. Format *Sequence* yang digunakan yaitu *frame size* 720x1280 *pixels* dengan *Editing Mode* : *Custom* dan *timebase* : *50 frames / second (FPS)*.

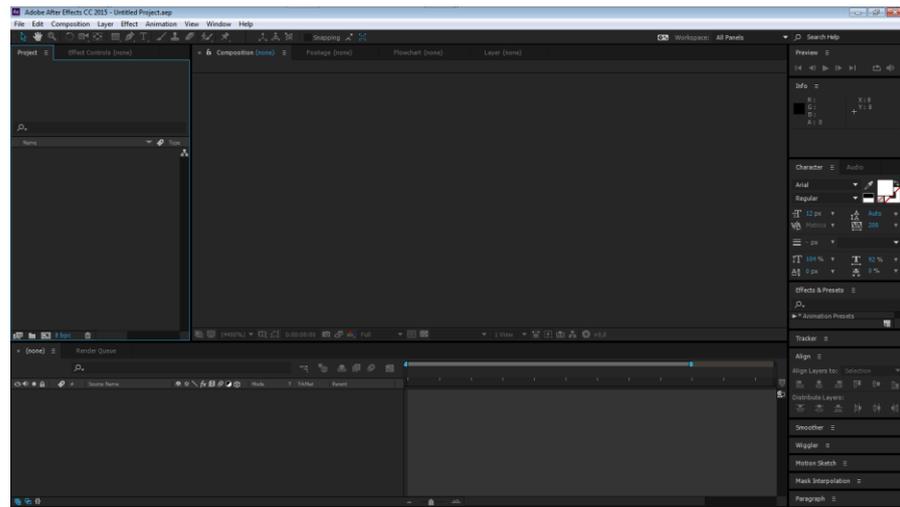


Gambar 20. *Screenshot* Format Sequence Adobe Premiere Pro CC2015

(Joko Purwanto, 2020)

- Adobe After Effect CC 2105

Adobe After Effect adalah software yang digunakan untuk editing animasi dan menggabungkan video live shoot dengan animasi motion graphic.



Gambar 21. Screenshot Tampilan Adobe After Effect CC 2105

(Joko Purwanto, 2020)

b. Kebutuhan Perangkat Keras

Proses perancangan video klip lagu “Pagi dan Musim Berganti” menggunakan cara digital, mulai dari pengambilan gambar video sampai editing video. Adapun beberapa peralatan yang digunakan saat produksi video klip lagu “Pagi dan Musim Berganti” menggunakan beberapa perlengkapan :

- Intel(R) core (TM) i3-3217U CPU @1.80 GHz
- Microsoft Windows 7 Ultimate

- 4.00 GB of RAM
- Speaker Simbadda
- Kamera Canon 700D
- Tripot Excell
- Memori Sandisk Ultra 32 dan 16 GB
- Kamera 700 D

Kamera DSLR digunakan sebagai alat pengambilan gambar video. Proses produksi menggunakan kamera DSLR Canon 700D karena kamera jenis ini cukup baik untuk produksi sebuah video. Dengan *movie record size* 1920x1080 f5 ISO 100 speed 60 sedangkan pada waktu didalam ruangan dengan *settingan* ISO 3200 f4.5 dan speed 1/125.



Gambar 22. Kamera Canon 700D

Sumber : Seputarcamera.blogspot.com, 2020

- Lensa

Lensa canon 55mm f/1.4 USM cukup baik untuk proses pengambilan video selain menghasilkan gambar yang soft

bokeh, lensa 55mm f/1.4 USM juga menghasilkan video dan gambar yang cukup tajam dan kedetailannya. Pemilihan lensa tersebut sangat baik sehingga cocok untuk pengambilan gambar pembuatan video company profile.



Gambar 23. Lensa Canon 55mm
Sumber : Seputarcamera.blogspot.com, 2020

- PC (Personal Computer)

Pada proses editing video peran PC sangatlah penting untung mendukung proses editing video. PC ini adalah komponen utama dalam pembuatan video clip, mulai dari memasukkan gambar dan video yang akan di edit lalu dilakukan pemotongan gambar dan video, penambahan suara serta sampai tahap terakhir yaitu merender video yang sudah jadi. PC yang digunakan proses editing video clip lagu “Pagi dan Musim Berganti” dengan spesifikasi Intel® core™ i3-3217U CPU @1.80 GHz 1.80GHz, RAM 4Gb. Dengan

spesifikasi laptop tersebut sudah cukup baik untuk melakukan editing dan rendering video.



Gambar 24. Personal Computer
Sumber: www.indiamart.com,2020

- Tripod

Pada proses pembuatan Video Clip “Pagi dan Musim Berganti” ini sangat memerlukan tripod karena dengan menggunakan tripod maka dapat untuk melakukan pemotretan jauh lebih mudah lagi tanpa membuat ribet, serta tripod juga akan membantu dalam hal mengurangi guncangan pada video dan kamera akan selalu dalam keadaan yang stabil.



Gambar 25. Tripod
Sumber : Plazacamera.com, 2020

F. MEDIA PLAN

Pemilihan Media yang berguna untuk menunjang branding dari perancangan ini :

1. Cover CD

Sampul Album adalah bagian depan dari sebuah kemasan produk rekaman suara komersial (album). Sebutan ini bisa berarti kertas yang dicetak untuk menyampul kemasan album berisi piringan berukuran 10" dan 12", album berisi compact disc atau kaset. *Album cover* juga bisa berarti kantung yang berfungsi sebagai pelindung dari sebuah piringan.

2. Label CD

Merupakan tempat penyimpanan data berkapasitas 700Mb. Yang membedakan antara CD-R dan CD-RW adalah kalau data yang telah disimpan di CD-R tidak bisa dihapus lagi (telah permanen). Sedangkan CD-RW data yang telah tersimpan bisa sewaktu-waktu dihapus.

3. Roll Up Banner

Roll up banner yaitu banner ini memiliki bodi khusus dimana bodinya dapat digulung. Maka dari itu banner pun tidak mudah terkena lipatan atau tekukan sehingga tidak mudah rusak *Roll up banner* juga efektif digunakan saat pada acara yang singkat karena *Roll up banner* ini mudah tinggal digulung sehingga *Roll up banner* mudah di bawa kemana-mana. Jenis banner yang penggunaanya ditarik dari bawah keatas pada bagian headernya. Media ini pun hampir mirip seperti X-banner atau Y-banner yang membedakannya adalah tampilan pada banner ini tampak lebih kokoh karena terbuat dari bahan stainlees dan alumunium yang mampu berdiri tegak. Media promosi *roll up banner* mampu berdiri tegak secara vertikal 90 derajat karena rangkanya yang berada di bagian atas dan bawah. Bahan banner dapat digulung dan disesuaikan tingginya tanpa harus melepas keseluruhan rangkanya. Bahan *roll up banner* yang sering dipakai yaitu *flexi*, *pvc / luster*, *albatros* atau *photopaper*.

4. Stiker

Stiker adalah media promosi yang ditempel atau dilekatkan pada produk atau barang yang menunjukkan identitas suatu produk agar mudah dikenal orang. Dalam dunia industri stiker berfungsi sebagai label yang ditempel pada botol, kemasan atau objek produk. Kualitas stiker yang bagus dapat menambah kepercayaan konsumen untuk membeli produk

tersebut. Selain itu fungsi stiker dalam suatu promosi, bentuk stiker dan gambar yang menarik dapat meningkatkan daya beli produk.

5. T-Shirt

Tshirt biasa kita kenal dengan sebutan kaos, Tshirt biasanya berlengan pendek. Tshirt yang digunakan berbahan combat 30s..

6. Mug

Mug adalah sebutan untuk gelas berbahan keramik, biasanya lazim digunakan untuk meneduh kopi atau teh. Keunikan mug adalah bentuk dindingnya yang simetris melingkar sehingga seringkali di taruh desain pada dindingnya yang menjadi area cetak.

7. PIN

PIN merupakan salah satu merchandise yang sering digunakan masyarakat umum. Pin biasanya menggunakan peniti atau jarum untuk bisa terpasang atau tertempel pada benda benda tertentu seperti tas atau jaket.

8. Poster

Poster merupakan media promosi yang paling sering digunakan dalam berbagai bidang sebagai alat atau media promosi. Poster bisa digunakan dalam bentuk digital ataupun melalui media cetak.

9. Desain layout sosial media

Desain layout media sosial adalah hal yang cukup penting, karena merupakan hal yang akan dilihat pertama kali ketika kita membuka sebuah fans page dari suatu hal, sehingga akan memberikan kesan pertama tentang objek tersebut sebelum melihat isi dari fanspage tersebut