

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Video clip atau video musik adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu. Video musik modern berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman. Istilah video klip mulai populer pada tahun 1980-an . Sebelum tahun tersebut, istilahnya adalah video musik atau bisa juga disebut klip promosi atau film promosi. Istilah ini masih digunakan di Jepang, di mana video musik dikenal sebagai video promosi.

Video klip merupakan penggabungan antara musik dan visual yang awalnya digunakan sebagai media promosi para pemain musik di dunia. Video klip ini digunakan oleh para produser untuk mempromosikan musik nya kepada khalayak lewat televisi dan toko-toko musik. Visual dalam sebuah video klip disadari betapa pentingnya oleh para produser untuk mengenalkan artis nya kepada khalayak. Tidak hanya visual, di dalam video klip juga terdapat alur cerita layaknya film yang menjadikan khalayak lebih memahami dan merasakan apa maksud dari lagu yang ingin musisi sampaikan. Tanpa disadari, video klip membuat khalayak memutarinya berulang-ulang dikarenakan mereka akan lebih terhibur karena adanya gambar dan alur cerita dari musik favoritnya.

Oleh karena itu video klip diyakini mampu untuk memperkenalkan artis serta lagunya secara audio dan visual, serta bisa menjadikan video klip sebagai media baru untuk menyampaikan pesan yang ingin para pelaku musik sampaikan lewat lagunya. Banyak tehnik dan gaya untuk menceritakan isi lagu yang dapat digunakan untuk membuat sebuah konsep video klip. Ada yang menggunakan sinkronisasi ritme musik, ada

juga yang memanfaatkan dari segi cerita yang dipaparkan secara berurutan mengiringi lirik dari lagu tersebut.

Pada dasarnya industri musik membagi video klip ke dalam dua tipe utama, yaitu *Performance Clip* dan *Conceptual Clip*. Apabila video klip itu lebih banyak menampilkan aksi dari penyanyi atau grup band, maka video tersebut dapat digolongkan ke dalam jenis *Performance Clip*. *Performance clips* adalah tipe video klip ini lebih terfokus pada penampilan penyanyi/bandnya. Video klip tipe ini mungkin terlihat kuno bagi kebanyakan audiens sekarang karena merupakan tipe video klip yang populer pada tahun 1960 dan 1970 (Colin Stewart dan Adam Kowaltzke : 2007).

Namun jika video klip itu lebih banyak menampilkan selain dari penyanyi atau grup band dan kerap kali disertai dengan ambisi artistic, maka ini dapat dikelompokkan ke dalam jenis *Conceptual clip*. Sedangkan *Conceptual clip*, merupakan video klip yang berdasarkan pada suatu tema sentral tertentu. Pada umumnya tipe klip ini memiliki plot dan jalan cerita, tapi ada juga yang hanya berupa kumpulan gambar-gambar yang disatukan. *Conceptual clips* ini juga dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu *Narrative music video* dan *Non-narrative music video*. *Narrative music video*, maksudnya adalah klip yang memiliki *visualisasi* sesuai dengan apa yang ingin diceritakan oleh lirik musiknya. Sedangkan *Non-narrative music video*, adalah tipe yang selalu mengabaikan jalan cerita. Biasanya tipe klip ini terdiri dari kumpulan-kumpulan gambar yang mungkin tidak memiliki satu tema. Tipe ini lebih mementingkan penggabungan antara musik dan visual dengan harapan dapat membangkitkan suatu emosi tertentu pada penontonnya (Colin Stewart dan Adam Kowaltzke : 2007).

Dari pengalaman penulis, saat melakukan proses produksi *Director of Photography (DOP)* memimpin kameraman dan bertanggung jawab dalam urusan visual dari film. Pada visual ini, *Director of Photography* dibantu oleh asisten DOP. *Director of Photography* ikut serta mengoperasikan kamera dan menentukan framing, seorang DOP juga dituntut untuk paham luar dalam teknik kamera yang cocok untuk pengambilan gambar sebuah film. *Director of Photography* juga bertugas tidak hanya pada pengambilan gambar, DOP bekerja pada mulai pra produksi pembuatan sebuah film seperti, pengembangan skenario, hunting lokasi, blocking shot.

Perkembangan musik saat ini sangat pesat, karena penonton lebih terhibur dengan adanya visual di dalam musik tersebut. Karena itu, *director of photography* juga harus bisa menyesuaikan keadaan dan mengikuti sebuah *trend* agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik agar dapat menciptakan sebuah visual yang menarik dan sesuai dengan kemauan sutradara serta mempertimbangkan lirik lagu yang akan di bawakan oleh musisinya. Karena perkembangan musik yang pesat membuat *director of photography* harus bisa menyesuaikan sebuah visual yang tidak terlihat membosankan ketika ditayangkan kepada *audience*.

Proses pembuatan video klip membutuhkan beberapa orang yang ahli dalam bidangnya masing – masing serta memiliki ketertarikan dalam bidang audio visual maupun permusikan. Agar video klip yang diproduksi mampu mencapai target yang telah ditentukan, serta pesan yang akan disampaikan dapat dimengerti oleh penonton. Hal ini menunjukkan jika semua proses dari sebuah produksi video klip, baik itu saat pra produksi, produksi, maupun saat pasca produksi itu sangat penting dan saling berhubungan.

Dalam sebuah proses produksi video klip, tim produksinya sendiri terdiri atas Produser, Sutradara, Penata Gambar, Kamera Person, Penulis Naskah, Artistik dan Editor. Setiap *jobdesk* dari sebuah produksi video klip mempunyai peran yang sama-sama penting dan juga tanggung jawab yang besar, agar konsep yang diberikan oleh sutradara, dapat dimengerti dan dilaksanakan dengan baik oleh semua tim.

Karya kreatif video klip ini memberikan informasi tentang kerja *director of photography* beserta tim kerjanya. *Director of photography* tidak hanya bisa bekerja sama dengan sutradara, namun juga harus bisa memahami gagasan seorang sutradara dan harus bisa menangkap konsep yang diutarakan secara langsung oleh sutradara. Sebagai *director of photography*, yang salah satunya bergantung pada seorang penulis naskah yang harus mampu menterjemahkan sebuah konsep yang diinginkan oleh sutradara, agar *director of photography* dan *jobdesk* lainnya pun dapat

memahami visi dan misi sutradara.

Video klip dari “*Snackers – Semua Pergi dan Menghilang*” menceritakan tentang penyesalan wanita bernama Ranti karena telah terlalu egois dengan pasangannya dan tidak tahu apa yang sudah di persiapkan pasangannya untuk hari ulang tahunnya. Laki-laki bernama Rama dengan karakter yang cuek di depan tapi selalu memperhatikan pasangannya, berbanding terbalik dengan Ranti mulai bosan dengan ketidakpedulian pasangannya sehingga timbulah konflik setelah itu. Pada saat hari ulang tahun Ranti, Rama sudah mempersiapkan hadiah kejutan dari jauh hari. Tapi disaat Rama berjalan ke rumah Ranti ada sebuah insiden kecelakaan sehingga menyebabkan Rama meninggal dunia. Karena tekat Rama sudah bulat untuk memberi kejutan yang sudah dipersiapkan jauh hari ternyata arwahnya si Rama menghampiri ke rumah Ranti untuk memberikan kejutan itu. Sampai saat itu Ranti tidak tahu bahwa Rama telah tiada. Setelah Rama pergi, Ranti keluar lalu mengambil hadiah yang ditinggalkan Rama di depan pintu. Setelah meniup lilin ulang tahun Ranti lalu membuang kuenya di tempat sampah dan membawa kotak kado yang berisikan sebuah kaset yang isinya lagu ciptaan mereka berdua dulu.

Keesokan harinya selepas Ranti berjalan-jalan dia memutuskan duduk dan mendengarkan lagu dari kaset tersebut. Setelah sesampainya dirumah Ranti masuk ke kamar dan melihat ada yang janggal dari tutup kotak kado yang diberikan Rama kemarinnya, setelah dibuka ternyata ada flashdisk yang ditempel dibalik tutup kado tersebut. Ranti lalu mengamilnya dan menontonnya melalui proyektor dirumahnya. Setelah menyaksikan isi flashdisk yang berupa vlog Rama saat ia akan memberikan kejutan ulang tahun kepada Ranti, lalu Ranti menangis menyesali karena sudah terlalu egois dengan Rama. Sedari ulang tahun Ranti yang ke 19 tahun hingga umur ke 23 Ranti masih menyesali kepergian Rama karena merasa bersalah tanpa mengetahui hal apa yang di pesiapkan Rama untuk dirinya pada hari ulang tahunnya.

Video klip “*Snackers – Semua Hilang Dan Pergi*” tidak dapat berjalan dengan lancar apabila tidak ada kerja sama yang solid di dalam tim produksi ini. Sebagai penentu komposisi dalam sebuah frame. Peran penulis naskah sangat berguna untuk seorang *director of photography*, saat menentukan sebuah mood dan berinovasi membangun sebuah konsep visual dari sebuah naskah.

Beberapa karya sebelumnya, penulis terbiasa menjadi seorang *DOP* dan tertarik bekerja pada bagian yang menyangkut sebuah konsep *visual*, karena konsep *visual* yang baik mampu membawa penonton ikut merasakan *mood* dan memahami pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah karya. Berdasarkan alasan tersebut di atas, maka di tugas akhir ini penulis tertarik untuk menulis tentang peranan *DOP* pada karya kreatif berupa video klip “*Snackers- Semua Pergi dan Hilang*” ini.

## 1.2 Rumusan Ide Penciptaan

Bagaimana peran *director of photography* dalam pembuatan *Video Clip Snackers –Semua Pergi dan hilang?*

## 1.3 Tujuan Pembuatan Karya Kreatif

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Stikom Yogyakarta agar mencapai gelar Ahli Madya dalam jurusan broadcasting Ilmu Komunikasi
2. Menerapkan dan mengaplikasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan di Stikom Yogyakarta
3. Mengembangkan ide dan gagasan untuk diterapkan dalam sebuah Video klip “*Snackers – Semua Pergi dan Hilang*”

#### 1.4 Manfaat Pembuatan Karya Kreatif

1. Mendapat pengalaman berkarya
2. Menambah karya dalam bentuk portofolio
3. Melatih diri untuk selalu disiplin dan bertanggung jawab pada jobdesk dan divisi masing - masing mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

#### 1.5 Lokasi dan Waktu Produksi

##### 1. Lokasi

Sewon Bantul, Rumah Naufal - Jl. MT. Haryono, Rumah Erindra - Perumahan Rotokenongo Kasongan.

##### 2. Waktu

Pra produksi 18 Februari – 27 Februari 2020

Produksi 28, 29, 30 Maret 2020

Pasca Produksi 8 April.

#### 1.6 Metode Pengumpulan Data

##### 1. Observasi

Melakukan penelitian dan pemilihan grup band yang akan diangkat menjadi karya kreatif video klip.

##### 2. Wawancara

Melakukan wawancara kepada personil band yang akan diangkat menjadi karya kreatif. Wawancara meliputi sebagai berikut : genre band tersebut dan lagu apa yang akan dijadikan bahan pembuatan karya kreatif berupa video klip.

##### 3. Praktek Produksi

Dalam pengumpulan data di atas penulis terlibat secara langsung saat produksi video klip “*Snackers – Semua Pergi dan Hilang*”

#### 4. Sumber Dokumentasi

Sumber dokumentasi dalam *behind the scene* perlu digunakan untuk pengumpulan data secara langsung di lapangan

#### 5. Studi Pustaka

Penulis melakukan kajian literatur atau studi pustaka terhadap sumber – sumber yang relevan dengan topik penelitian.

### 1.7 Pemilihan Grup Band

Dari beberapa *option* atau pilihan grup band yang sudah sempat kamu riset diantaranya band (Dom 65, Slippy door dan Snackers). Setelah berunding, akhirnya kami memilih Band Snackers, yang tentunya dengan beberapa pertimbangan. Pertama, salah satu dari tim produksi ini mengenal personil band tersebut. Alasan yang kedua, semua personil grup Band Snackers berdomisili di Yogyakarta. Selanjutnya, kami melakukan wawancara kepada personil band tersebut. Mengenai genre, beberapa pilihan dari lagu – lagu mereka. Tak lupa juga kami menanyakan tentang latar belakang band tersebut, dan pesan dari salah satu lagu yang kami pilih, yaitu lagu yang berjudul “Semua Pergi dan Hilang”.

### 1.7 Jadwal Produksi

Berdasarkan rapat pra produksi *video clip* “*Sneakers – Semua Pergi dan Hilang*” waktu produksi berjalan selama 3 hari, yaitu pada tanggal 25, 28, 29 Maret 2020. Lokasi seting yang digunakan adalah Lapangan Sewon, Bantul, Rumah Naufal Jl. MT Haryono, Yogyakarta, dan Rumah Erindra Perum Rotokenongo, Kasihan.

Tabel 1. Lokasi dan Waktu

PERFORMANCE DAY 25 MARET 2020									
NO	SCENE				DESCRIPTION	SET	CAST	TIME	WARDROBE
	NO	I/E	D/N	SHOT					
1					LIVE PERFORMANCE	DEKAT ISI	ALL PERSONIL		
DAY 1 28 MARET 2020									
NO	SCENE				DESCRIPTION	SET	CAST	TIME	WARDROBE
	NO	I/E	D/N	SHOT					
1	3	EXT	DAY	8	RANTI DI MALIOBORO, MENDENGAR KASET	MALIOBORO	RANTI	09:00-10:00	B
BREAK 30 MENIT, GANTI BAJU + PINDAH LOKASI + SPLIT TEAM (FOTO DAN TIMELAPSE)									
2	4	EXT	DAY	12	RANTI DAN RAMA BERFOTO RIA	MANGKUBUMI	RANTI, RAMA	10:30-12:00	C
BREAK 30 MENIT+ OTW KE RUMAH NOPAL									
3	5	INT	DAY	KE 22	PERSIAPAN MEMBELI KUE	RUMAH NOPAL	RAMA	12:30-15:00	D
4	5	INT	DAY	KE 22	MEMBELI KUE	ALMOND	RAMA		
5	5	EXT	DAY	KE 24	RAMA DIJALAN + KECELAKAAN	WIJILAN	RAMA		
BREAK 30 MENIT									
6	5	INT	DAY	9-14S	FLASHBACK MEMBUAT LAGU BERSAMA	RUMAH NOPAL	RANTI, RAMA	15:30-17:00	D
7	2	INT	NIGHT	6	RANTI MEMBUKA HADIAH	RUMAH NOPAL	RANTI	17:00-18:30	A
BREAK 1 JAM									
8	5	INT	NIGHT	1-7S	SCENE 5 SHOT 1-7	RUMAH NOPAL	RANTI	19:30-21:00	D
9	8	INT	NIGHT	5	RANTI DEPRESI, SEDIH	RUMAH NOPAL	RANTI	21:00-22:30	E
10	5	INT	NIGHT		PROYEKTOR, DLL SISANYA	RUMAH NOPAL	RANTI	22:30-24:00	D
DAY 2 29 MARET 2020									
NO	SCENE				DESCRIPTION	SET	CAST	TIME	WARDROBE
	NO	I/E	D/N	SHOT					
1	5	INT	NIGHT		LIVE PERFORMANCE 2 ORANG	RUMAH NOPAL	VOCAL-GITAR	17:45-18:45	D
BREAK 30 MENIT + OTW RUMAH PAIJO									
2	1	EXT	NIGHT	17	TERAS RUMAH RANTI, SURPRIZE, KUE DLL	RUMAH PAIJO	RANTI, RAMA	19:15-21:15	A
3	6	EXT	NIGHT	3	FLASHBACK DEPAN TERAS	RUMAH PAIJO	RANTI, RAMA		
BREAK 30 MENIT									
4	9	INT	NIGHT	8	CANDLE LIGHT DINNER	RUMAH PAIJO	RANTI	21:45-22:45	F
DAY 1 CREW CALL : 09:00 , TALENT CALL 10:00									
DAY 2 CREW CALL : 16:30 , TALENT CALL : 17:30									



