

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Secara umum video memanipulasi gambar dengan konsep yang matang sebelum pembuatannya. Kita dapat mengambil gambar dengan cara merekam atau dengan memotret ;sebuah kejadian. Hasil-hasil tadi dapat dimasukan menjadi sebuah file kemudian kita dapat merangkainya menjadi alur cerita seperti yang telah di konsepkan. Konsep tadi dapat kita matangkan kedalam editing yang canggih dengan membuang adegan yang tidak perlu, menyambung adegan yang berbeda, dan memberi efek-efek tertentu yang menjelaskan setiap maksud dari konsep yang telah dibuat. Sehingga saat ini, salah satu media massa yang populer dikalangan konsumen media adalah video klip.

Video klip dikenal dengan sebuah tayangan audio dan visual yang durasinya berkisar antara 1-5 menit yang memvisualisasikan lirik dan musik dari musisi. Dalam penelitian ini, yang akan dijadikan obyek penelitian adalah video klip musik. Video klip bagi seorang musisi merupakan alat yang dapat membantu mereka dalam menyampaikan pesan musik yang mereka inginkan. Dengan kata lain, video klip mampu menunjukkan atau mengkomunikasikan keinginan musisi kepada audiensnya. Video klip juga sebagai tempat menjual nama artis dari segi akting dan kedalaman cerita yang di dalam video klip itu 2 sendiri sehingga dapat menghipnotis penggemar mereka untuk lebih menghayati isi pesan dalam lagu mereka. Selain sebagai media komunikasi isi pesan dalam lagu, video klip juga digunakan sebagai media pemasaran yang menjual dan memperkenalkan nama dan siapa artis yang menyanyikan lagu yang sedang dipopulerkan tersebut. Sebagai penyanyi solo, band, penyanyi group, dan lain – lain

Bagi seorang produser, pencapaian tertinggi adalah ketika dia memiliki tersendiri dalam mengarahkan cerita di dalam film, video, dokumenter dan lain sebagainya. Ketika orang atau penonton dapat membedakan antara karyanya dengan karya orang lain, maka ini merupakan

suatu keberhasilan dari sutradara dalam mengarahkan dan menghasilkan produk karya audio visual.

Menurut Moller (2011: 34) menjelaskan bahwa video klip adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu, Video klip *modern* berfungsi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan sebuah album rekaman. Hal ini dipertegas dalam situs milik Firman (kuliahkomunikasi.blogspot.com/2008/12/video-klip.html) dijelaskan bahwa video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan- ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan band, kelompok musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk (lagu) agar masyarakat dapat mengenal yang selanjutnya membeli kaset, CD, DVD. Sejak kelahiran MTV (stasiun televisi yang khusus menayangkan video klip) sekitar kelahiran 1982, video klip menjadi alat sentral pemasaran musik. Bahkan, pengolahan dan ketenaran video klip bisa setara atau lebih dari musik itu sendiri. Selanjutnya, perkembangan video klip sudah menjelma dalam budaya pop *modern*. Karena, kini orang tidak hanya puas mendengarkan musik, tetapi ingin juga menonton musik dengan penggambaran visual untuk memperkaya pengalamannya.

Karya ini mempresentasikan kejadian saat ini, dimana pandemi Virus Covid-19 yang melumpuhkan roda perekonomian dan membuat masyarakat untuk beradaptasi dengan kondisi saat ini. Melakukan aktivitas kegiatan sehari hari dengan menerapkan protocol kesehatan covid-19. Lirik lagu ditulis oleh Agus Tri H sebagai salah satu orang yang ikut merasakan dampak dari wabah covid-19 ini. Dan saat produksi di lokasi penulis dan kru tetap menerapkan protokol kesehatan.

Dalam produksi video klip “Ora Iso Bali” dengan kondisi saat ini, penulis mencari lokasi syuting dengan 2 tahapan, dikarenakan pandemi ini belum juga berakhir dan pemerintah mewajibkan untuk tetap dirumah maka tahapan pertama penulis adalah mencari lokasi dengan cara online via Whatsapp dengan Mas Agus (Vokalis) karena kediamannya berada di dekat

rumah makan mbah cemplung di Desa Sendang Semanggi, RT 5 Sembungan, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, rumah makan mbah cemplung sendiri menjadi tempat Band Nada Senja bekerja setiap harinya. Setelah mendapatkan pilihan, penulis lalu melaksanakan tahap kedua yaitu mengunjungi lokasi tetapi hanya tim inti terdiri dari sutradara, DOP, dan artristik. Saat survey lokasi kami mendapat beberapa kendala diantaranya lokasi pilihan pertama ternyata masih kurang sesuai dengan yang diinginkan oleh sutradara seperti luas ruangan yang terlalu lebar, dan sempitnya akses keluar masuk pintu utama. Kendala kedua lokasi terlalu dekat dengan rumah rumah warga yang ditakutkan saat produksi bisa menimbulkan kerumunan warga yang dapat mengganggu berjalannya produksi serta bisa menjadi jalan untuk penyebaran virus Covid-19 yang sedang terjadi saat ini. Setelah mendapatkan lokasi yang tepat penulis langsung menghubungi pemilik lokasi agar mendapatkan izin untuk digunakan produksi video klip dan juga jobdesk penulis sendiri sebagai produser untuk bernegosiasi lokasi lokasi terpilih dan memberikan informasi jadwal syuting.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah laporan Tugas Akhir Video Klip “Ora Iso Bali” sebagai berikut :

Bagaimana Strategi seorang produser dalam produksi di masa pandemi

1.3 Tujuan Pembuatan Karya Kreatif

Tujuan yang diharapkan dari pembuatan Karya Kreatif :

- a. Mengetahui cara memilih lokasi antara *Indoor on place* dan *Indoor studio*
- b. Memilih lokasi yang tidak menimbulkan kerumunan warga saat pandemic Covid-19 ini.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Karya Kreatif

Waktu pembuatan karya kreatif dimulai dari bulan Juni-juli 2020. Lokasi pembuatan karya kreatif bertempat di Desa Sendang Semanggi RT No.05, Sembungan, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Lokasi ini dipilih karena di daerah tersebut tidak terlalu ramai

agar tidak menimbulkan kerumunan warga karena selama produksi berlangsung pandemi Covid-19 belum berakhir dan aktifitas warganya yang mayoritas petani.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam mendapatkan informasi dalam pembuatan Video Klip yaitu :

1.5.1 Wawancara

Pada saat proses ini penulis melakukan wawancara dengan vokalis dari “Nada Senja” mengenai cerita dari music “ora iso bali” dan dari situ penulis membuat benang merah dan menerjemahkan melalui visual yang akan digambarkan saat proses produksi.

1.5.2 Observasi

Pada tahap observasi ini penulis dan DOP melakukan observasi secara langsung pada saat pra produksi untuk riset awal sebelum melakukan pembuatan produksi video klip dan melakukan *check location* di beberapa tempat untuk shooting.

1.5.3 Praktek Produksi

Disaat pelaksanaan praktek produksi penulis berkomunikasi dengan tim apakah setiap divisi tim memiliki kendala atau kekurangan, agar produser segera mengambil Tindakan untuk mencari jalan keluar atau solusi lain, seperti pada tim Lighting memiliki kendala tidak adanya *diffuser* maka penulis mencarikan *sterofom* untuk pengganti

