

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Video klip dikenal dengan sebuah tayangan audio dan visual yang durasinya berkisar antara 1-5 menit yang memvisualisasikan lirik dan musik dari musisi. Video Klip terbentuk dari 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, video klip awalnya digunakan sebagai media promosi para pelaku musik dunia. 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. Video klip diyakini sangat ampuh kegunaannya untuk memperkenalkan artis secara audio dan visual, serta bisa menjadikan video klip sebagai media baru untuk menyampaikan pesan yang ingin para pelaku music sampaikan lewat lagunya.

Dzyak (2010: 11) juga menekankan bahwa video klip dibuat terutama untuk menampilkan dan memasarkan musik dengan tujuan meningkatkan penjualan album rekaman. Video klip merupakan tipe dari film pendek dengan alur cerita yang padat atau hanyalah terdiri dari potongan gambar yang dikemas menjadi satu bagian.

Pada tahun 1960an grup musik dari inggris, The Beatles, memproduksi *songfilms* yang digunakan untuk mempromosikan album rekaman terbaru mereka. Bisa dibbilang merekalah pionir yang memperkenalkan cikal bakal video klip. Barulah pada saat MTV mulai berkembang di tahun 1981 video klip mencapai populeritasnya. Dalam waktu singkat video klip menjadi suatu kesatuan yang tak terpisahkan pada saat suatu grup musik/band mengeluarkan album atau single baru.

Acara video klip dipopulerkan pertama kali di MTV (Music Television) pada tahun 1981. MTV adalah stasiun televisi khusus menayangkan video klip musik. Kendati demikian MTV sekarang telah tergantikan oleh YouTube.

YouTube adalah sebuah situs berbagi video populer yang mana para penggunanya dapat memuat, menonton, dan berbagi video klip secara gratis. Video-video yang ada di YouTube biasanya adalah video klip musik, film, TV, iklan dan video buatan dari pengguna YouTube sendiri. YouTube diluncurkan pada bulan Mei 2005, YouTube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. YouTube sendiri menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil menjadi stimulan bagi penonton, harapannya dapat memberikan kesan positif yang memiliki manfaat dalam kehidupan bermasyarakat.

Pada awalnya video klip hanya merupakan suatu tampilan visual sederhana yang menampilkan penyanyi/band. Namun, lama kelamaan produser musik mulai menyadari bahwa tampilan visual sangat berperan dalam mempromosikan musik, artis beserta albumnya. Terlebih lagi saat banyak penyanyi atau band yang melakukan hal yang sama dengan cara promosi lewat video klip. Persaingan dalam video klip semakin lama semakin ketat, oleh karena itu tampilan visual semakin diperhatikan dan semakin digarap. Semakin berbeda tampilan dan konsep suatu video klip maka kemungkinan ia untuk dilihat dan digemari akan semakin tinggi.

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 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.

Dalam pembuatan sebuah video klip diperlukan orang-orang yang bisa bertanggung jawab sesuai tugasnya masing-masing. Dalam proses pembuatan harus ada naskah yang kreatif dan mudah di pahami oleh penonton. Sehingga penonton dapat mencerna isi cerita dalam naskah yang telah divisualkan ke dalam bentuk visual.

Salah satu peran yang strtegis adalah Penata Artistik. Penata artistik (*art director*) adalah yang memiliki peran untuk menampilkan cita rasa artistik pada produksi audio visual. Sebelum proses produksi suatu cerita divisualisasikan ke dalam film, penata artistik terlebih dulu mendapat penjelasan dari sutradara untuk membuat gambaran kasar adegan demi adegan di dalam sketsa, baik secara hitam putih maupun berwarna.

Tugas penata artistik di antaranya menyediakan sejumlah sarana seperti lingkungan kejadian, tata rias, tata pakaian, perlengkapan-perengkapan yang akan digunakan para pelaku (pemeran) video klip/film dan lainnya.

*Art director* secara teknis adalah koordinator lapangan yang melaksanakan eksekusi atas semua rancangan desain tata artistik/gambar kerja yang menjadi tanggungjawab pekerjaan *production designer*. Seluruh proses penyediaan material artistik sejak persiapan hingga berlangsungnya perekaman gambar saat produksi menjadi tanggungjawab seorang *art director*.

Penyimpangan/perubahan pada saat eksekusi atas rancangan desain tata artistik/gambar kerja minimal harus atas persetujuan *production designer* atau sutradara terlebih dahulu. Seluruh proses dan hasil kerja seorang *art director* di bawah kendali atau menjadi tanggungjawab *production designer*.

Pada proyek produksi dengan biaya terbatas, peran *art director* biasa dipegang langsung oleh *production designer*. Ia berkonsentrasi pada semua hal yang berhubungan dengan rancangan tata artistik dengan bantuan beberapa orang asisten.

Dalam sistem produksi yang diterapkan di Eropa biasanya diperlukan seorang *art director* untuk mengeksekusi semua rancangan tata artistik karena

seorang *production designer* berkonsentrasi penuh terhadap tata artistik secara menyeluruh. *Production designer* menginstruksikan *art director* dan timnya tentang tata letak seluruh elemen-elemen artistik, baik di dalam set maupun untuk persiapan adegan selanjutnya (Anwar, 2008: 115).

Dalam produksi video klip “*Mystery Of Love*”, penulis memilih sebagai Penata Artistik yang menitikberatkan pada penataan *setting*, lokasi dan properti.

## **1.2 Rumusan Permasalahan**

- a. Bagaimana tanggung jawab Penata Artistik dalam produksi video klip “*Mystery of Love*”.

## **1.3 Tujuan Pembuatan Karya Kreatif**

- a. Salah satu syarat menyelesaikan studi Program Diploma III pada Stikom Yogyakarta.
- b. Mengetahui tantangan dan hambatan peran penata artistik dalam proses produksi video klip “*MYSTERY OF LOVE*”
- c. Mengetahui solusi atas tantangan dan hambatan yang dihadapi peran penata artistik dalam proses produksi video klip “*MYSTERY OF LOVE*”
- d. Mengembangkan minat, kreativitas dan pengetahuan dalam dunia perfilman juga menambah pengalaman dan wawasan penulis.

## **1.4 Manfaat Pembuatan Karya Kreatif**

Manfaat Pembuatan Karya Kreatif bagi mahasiswa adalah:

- a. Melatih *hard skill* dan *softskill*.
- b. Melatih mental dan rasa percaya diri.
- c. Memperoleh pengalaman, wawasan
- d. Dapat mempraktekan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan dengan pelaksanaan langsung di lapangan.

## **1.5 Waktu dan Tempat Pembuatan Karya Kreatif**

Pelaksanaan pembuatan video klip *Mystery Of Love* terhitung dari pra-produksi, produksi sampai pasca produksi memakan waktu sekitar 4 bulan

dari bulan Februari hingga bulan Juni 2020. Tempat produksi pelaksanaan video klip misterio domin berada di Timor Leste. Produksi dilakukan di 3 tempat yaitu:

1. Cameo Beach Resort & Black Rock Restaurant
2. Praia de Liquisa
3. Lagoa de Masin
4. Haksolok Roof top bar

**Table 1. Jadwal pembuatan video klip dari pra, produksi, sampai pasca**

BULAN/ MINGGU	Timeline			
	1	2	3	4
Februari	.....	Perancangan Ide Cerita, Pemantapan konsep	Membentuk Team Produksi, Penulisan naskah	breakdown naskah + Penulisan Naskah Final + shootlist
Maret	Meeting crew, Reading Talent, Hunting lokasi	<i>Meeting crew</i> + pembuatan <i>artistic</i>	Produksi Lokasi 1	Produksi lokasi 2 & 3
April	<i>Lockdown</i>	<i>Lockdown</i>	<i>Lockdown</i>	<i>Lockdown</i>
Mei	<i>Lockdown</i>	Produksi lokasi 4	Break Produksi	Rapat Evaluasi
Juni	<i>Editing offline</i>	<i>Editing offline</i>	<i>Editing online</i>	Review

Tabel 1. Jadwal pembuatan video klip

## 1.6 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Dokumentasi *behind the scene*, Penulis melakukan dokumentasi di balik layar berupa foto dan video saat produksi Video Klip berlangsung.

b. Observasi

Teknik observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian. Observasi ada dua (Hariwijaya 2007: 74), yakni sebagai berikut:

1. Observasi partisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara terlibat langsung dalam interaksi dengan objek penelitiannya.
2. Observasi nonpartisipan, yaitu peneliti melakukan penelitian dengan cara tidak melibatkan dirinya dalam interaksi dengan objek penelitian.
3. Pengamatan yang penulis pakai adalah observasi partisipan yaitu melakukan penelitian atau interaksi dengan melibatkan langsung antara penulis dengan narasumber.
4. Referensi film, video klip dan dan membaca beberapa cerita, untuk dijadikan referensi.
5. *Reading/Studi Literature/Kajian Pustaka*

Bahan pustaka merupakan teknik pengumpulan data melalui teks-teks tertulis maupun *soft-copy edition*, seperti buku, *ebook*, artikel-artikel dalam majalah, surat kabar, buletin, jurnal, laporan atau arsip organisasi, makalah, publikasi pemerintah, dan lain-lain. Bahan pustaka yang berupa *soft-copy edition* biasanya diperoleh dari sumber-sumber internet yang dapat diakses secara *online*.