

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA KREATIF

PERAN TATA BUSANA DALAM VIDEO KLIP

“KUKUH PRASETYA KUDAMAI -TAK KURANG TAK LEBIH”

Laporan Tugas Akhir Karya Kreatif ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya
(A.Md.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi dengan Spesifikasi Penyiaran
Broadcasting Radio & Televisi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi “STIKOM” Yogyakarta



Oleh :

Nur Hijaji

2018BC5312

Broadcasting Radio & Televisi

**PROGRAM STUDI *BROADCASTING* RADIO & TELEVISI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**TUGAS AKHIR KARYA KREATIF PERAN TATA BUSANA DALAM VIDEO KLIP
"TAK KURANG TAK LEBIH"**

Laporan Tugas Akhir Karya Kreatif ini Disusun untuk Memenuhi Gelar
Ahli Madya (A.Md.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi dengan
Spesifikasi Penyiaran Broadcasting Film

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi "STIKOM" Yogyakarta

Disusun Oleh :

Nur Hijaji

2018BC5312

Broadcasting Radio & Televisi

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing :



STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA

Arya Tangkas, M.I.Kom

NIK. 071.202332.19

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI *BROADCASTING* RADIO & TELEVISI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)
YOGYAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN

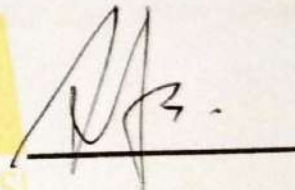
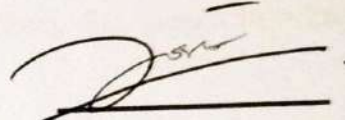
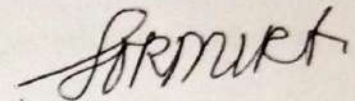
Laporan Tugas Akhir Karya Kreatif ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji Penyiaran (Broadcasting) Radio dan Televisi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 29 Agustus 2023
Pukul : 13.00 WIB
Tempat : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta

1. Penguji I
Dra.Sudaru Murti, M.Si
NIP. 19601218198702001

2. Penguji II
Risa Karmida, M.A
NIK. 081.2023.19

3. Pembimbing dan Penguji III
Arya Tangkas, M.I.Kom
NIK. 071.202332.19




Mengetahui
Ketua STIKOM Yogyakarta

Mengesahkan
Ketua Prodi



Dra.Sudaru Murti, M.Si
NIP. 19601218198702001



Arya Tangkas, M.I.Kom
NIK. 071.202332.19

PROGRAM STUDI D3 PENYIARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)
YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Nama : Nur Hijaji
NIM : 2018BC5312
Judul Laporan : Peran Tata Busana dalam Video Klip “Tak Kurang Tak Lebih”

Dengan ini menyatakan :

1. Karya tulis yang saya buat ini berifat orisinil , murni karya saya . Fashion Film yang berjudul “Tak Kurang Tak Lebih” disertai konsultasi dan atas bimbingan dosen pembimbing .
2. Karya yang saya buat ini bukan plagiasi (menjiplak *copy-paste*) karya milik siapapun ,kecuali yang saya kutip beberapa untuk mendukung argumentasi, dan mencantumkan alamat sumber secara resmi dalam daftar pustaka .
3. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan hal yang sudah disebutkan diatas , saya berhak menerima sanksi yang sudah ditentukan.

Yogyakarta, 29 Agustus 2023


NIM. 2018BC5312

MOTTO

**“ Sukses adalah jumlah dari upaya kecil, yang di ulangi hari demi hari “
(Nur Hijaji)**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT Laporan Praktik Karya Kreatif ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Gazalin dan Ibu Siti Nurjanah selaku Orangtua yang dari awal kuliah hingga akhir selalu memberikan doa serta dukungan untuk penulis
2. Keluarga besar yang selalu memberikan doa serta nasehat positif
3. Kepada Calon suamiku kelak Mario D'cruz Amaral Maagalhaes yang tiada henti memberikan dukungan hingga saat ini
4. Terimakasih kepada Bapak Arya Tangkas,M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang sudah banyak berperan membantu laporan penulis hingga selesai
5. Terimakasih kepada para dosen STIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama ini
6. Teman, kerabat, dan sahabat penulis
7. ALL CREW yang terlibat dalam pembuatan video klip Tak Kurang Tak Lebih
8. Terimakasih kepada diri saya sendiri

KATA PENGANTAR

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Lepas khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Peran Tata Busana Dalam Vidio Klip Tak Kurang Tak Lebih”. Penyusunan ini tentunya merupakan salah satu syarat kelulusan Program Studi Penyiaran (*Broadcasting*) Radio & Televisi Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari banyaknya dukungan dari orang-orang yang disekitar penulis, yang selalu membantu untuk menyelesaikan proses pembuatan Fashion Film yang berjudul “Tak Kurang Tak Lebih” dengan lancar. Maka dari itu saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Ibu Dra . Sudaru Murti , M.Si selaku Ketua STIKOM Yogyakarta.
2. Kepada Bapak Arya Tangkas, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang memberi arahan, penjelasan dan masukan dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir Penulis
3. Terimakasih kepada para dosen STIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama ini
4. Kepada Keluarga Besar yang selalu memberikan dukungan dan doa agar kelak lancar sampai selesai.
5. Keluarga ke-2 di Jogja tepatnya squad Blimbingsari yang ikut berperan dalam memberikan arahan dan nasehat positif untuk penulis
6. Kepada Semua Tim yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya dalam proses produksi Fashion Film “Tak Kurang Tak Lebih” .
7. Kepada teman-teman Angkatan 2020 Program Studi D3 Penyiaran Radio & Televisi.

Yogyakarta, 29 Agustus 2023

Nur Hijaji

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Manfaat Kegiatan	3
1.5 Waktu Dan Tempat Produksi	3
1.6 Metode Pengumpulan Data	4
BAB II	6
KERANGKA KONSEP	6
2.1 Penegasan Judul.....	6
2.1.1 Peran	6
2.1.2 <i>Wardrobe</i>	6
2.1.3 Tugas <i>Wardrobe</i> / Penata Busana.....	7
2.1.4 Video Clip.....	7
2.1.5 Fungsi Video Clip.....	7
2.1.6 Video <i>Storytelling</i>	8
2.1.7 <i>Performance</i>	8
2.2 Kajian Pustaka	9
2.2.1 Definisi <i>Storytelling</i>	9
2.2.3 Video Clip.....	12
2.2.4 Proses Produksi <i>Video Clip</i>	14
2.2.5 Definisi Penata Busana	17
2.2.6 Definisi <i>Fashion</i>	18
2.2.7 Fungsi <i>Fashion</i>	20
2.2.8 Jenis-Jenis Fashion	20
2.3 Ekstraksi	27

BAB III	29
DESAIN PRODUKSI	29
3.1 Profil Production House	29
3.2 Tim Produksi Tugas Akhir :	30
3.3 Profil Kukuh Prasetya Kudamai	31
3.4 Deksripsi Musik Video “Tak Kurang Tak Lebih”	32
Klarifikasi Karya	33
3.6 Pemeran di Musik Video	40
3.7 Struktur Organisasi	40
3.8 Rancangan Anggaran Belanja	42
BAB IV	50
KEGIATAN KARYA KREATIF DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Analisa Video Klip.....	50
4.2 Tahapan Produksi	51
BAB V	62
KESIMPULAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Rekomendasi	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Waktu dan Tempat Produksi.....	3
Tabel 3.1 Alat Shutterent YK	42
Tabel 3. 2 Alat Elang Perkasa Film	43
Tabel 3. 3 Alat Pingky Support Equipment	43
Tabel 3. 4 Alat Suting Yuk	44
Tabel 3. 5 Alat Audio Good Ind	44
Tabel 3. 6 Artistik	45
Tabel 3. 7 Penata Busana	45
Tabel 3. 8 Make Up	46
Tabel 3.9 Mobil Talent	46
Tabel 3. 10 Mobil Box	46
Tabel 3. 11 Konsumsi	47
Tabel 3. 12 Produserial	47
Tabel 3. 13 Fee Talent	48
Tabel 3. 14 Rumah Mawar.....	48
Tabel 3. 15 Brief dan Fitting.....	49
Tabel 3. 16 Jumlah Keseluruhan.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Kereaktif Films	29
Gambar 3.2 Kukuh Prasetya Kudamai.....	31
Gambar 3.3 Musisi Saat Proses Shooting	32
Gambar 3.4 Pemeran Pembantu saat proses shooting	32
Gambar 3.5 Cinematography Reference.....	34
Gambar 3.6 Cinematography Reference.....	34
Gambar 3.7 Cinematography Reference.....	35
Gambar 3.8 Cinematography Tonal.....	35
Gambar 3.9 Cinematography Tonal.....	35
Gambar 3.10 Aspek Rasio	36
Gambar 3.11 Visual Reference	36
Gambar 3.12 Visual Reference	36
Gambar 3.13 Visual Reference	37
Gambar 3.14 Storyline	38
Gambar 4.1 INT Kamar Dinda	52
Gambar 4.2 Referensi Pakaian Dinda.....	53
Gambar 4.3 Pakaian Pras	54
Gambar 4.4 Aksesoris Pras	55
Gambar 4.5 Pakaian Dinda	55
Gambar 4.6 Fitting Pakaian Talent	56
Gambar 4.7 Fitting Pakaian Talent	56
Gambar 4.8 Briefing Pra Produksi.....	57
Gambar 4.9 Kegiatan Produksi Persiapan Tata Busana.....	58
Gambar 4.10 Referensi Outfit & Aksesoris Dinda	58
Gambar 4.11 Aksesoris Tas Dinda	59
Gambar 4.12 Pakaian Dinda saat ke Skedupark	59
Gambar 4.13 Pakaian Ibu Dinda.....	60
Gambar 4.14 Pemilihan Kostum Talent.....	60
Gambar 4.15 Pemilihan Kostum Talent.....	61

ABSTRAK

Video Klip merupakan bagian dari media komunikasi massa, yang memiliki kekuatan untuk menjangkau segmen sosial. Di dalamnya tentu banyak jenis video klip yang memiliki daya tariknya sendiri, salah satunya Fashion Film. Fashion Film yang mengangkat tentang perjuangan cinta yang berjudul “Tak Kurang Tak Lebih” menceritakan seorang lelaki bernama Pras (26) yang jatuh cinta dengan seorang wanita bernama Dinda (25), mereka adalah sahabat sejak SMA. Namun Pras mempunyai perasaan lebih dari sekedar sahabat kepada Dinda.

Pada sisi lain Dinda tidak bisa menerima cinta dari Pras karena Dinda menganggap Pras sudah seperti kakak nya sendiri. Setelah Pras menyatakan cinta nya, hubungan persahabatan mereka renggang, lalu Pras merasa bersalah dengan apa yang dia lakukan. Dalam proses pengambilan gambar, penulis yang berperan sebagai Penata Busana ingin menampilkan beberapa pendukung guna memperkuat cerita dalam proses pembuatan Fashion Video Klip “Tak Kurang Tak Lebih”. Dalam peran ini penulis ingin memaparkan lebih jauh mengenai peranan dan makna Penata Busana dalam Fashion Video Klip.

Kata Kunci : Tata Busana, Produksi, Fashion Video Klip

ABSTRACT

Video clips are part of mass communication media, which has the power to reach social segments. In it, of course, there are many types of video clips that have their own charm, one of which is Fashion Film. The Fashion Film which tells about the struggle for love entitled “No Less, No More” tells the story of a man named Pras (26) who falls in love with a woman named Dinda (25), they have been friends since high school. But Pras has feelings for Dinda more than just a friend.

On the other hand, Dinda cannot accept love from Pras because Dinda thinks Pras is like her own brother. After Pras declared his love, their friendship was strained, then Pras felt guilty about what he did. In the process of taking pictures, the writer who acts as a fashion stylist wants to present several supporters to strengthen the story in the process of making the Fashion Video Clip “No Less, No More”. In this role, the author wants to explain further about the role and meaning of the Fashion Designer in Fashion Video Clips.

Keyword : Fashion, Production, Fashion Video Clip

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Video merupakan komponen krusial dalam pengembangan sistem komunikasi berbasis gambar bergerak. Video seringkali dibuat dengan memanipulasi foto dengan tema yang dikembangkan. Dalam kehidupan nyata, kita dapat menangkap gambar dengan memfilmkan atau memotret suatu peristiwa. Hasilnya mungkin disatukan ke dalam plot teoritis. Kemajuan multimedia di masa modern tentunya berdampak pada perkembangan video, menjadikan kehidupan modern semakin menghibur.

Salah satu bidang yang mungkin termasuk dalam evolusi multimedia ini adalah musik, yang dapat diapresiasi baik secara estetika maupun suara berkat penyertaan klip video. Penggunaan video klip memungkinkan produser musik mengiklankan produknya di televisi. Awalnya mulai terkenal pada tahun 1981 karena jaringan televisi MTV. Dengan maraknya televisi swasta, video klip ini sendiri kemudian menjadi perusahaan yang sukses di Indonesia.

Salah satu bidang yang mungkin termasuk dalam evolusi multimedia adalah musik, yang dapat diapresiasi baik secara visual maupun akustik. Bisa juga diapresiasi sambil mendengarkan klip video. Pemanfaatan video klip memungkinkan seorang produser musik mengiklankan karyanya di televisi. Pertama kali pada tahun 1981 karena jaringan televisi MTV. Dengan bantuan televisi mainstream, video klip menjadi bisnis yang sukses di Indonesia. Seperti pada video clip dari Muhammad Kukuh Prasetya musisi asal Yogyakarta, yang berjudul “Tak Kurang Tak Lebih” yang disutradarai oleh Imam Hafidh Rizki dan digarap oleh *production house* KEREAKTIF FILMS. Berlokasi di tiga tempat

yaitu Rumah mawar, Skedupark, dan parkir abu bakar.

Dalam pembuatan video klip ini melibatkan banyak *crew* di antaranya yaitu *sutradara*, *produser*, *kameramen*, *lighting*, *soundman*, *art*, *wardrobe* atau penata busana dst. Penulis selama mengerjakan tugas kuliah selalu memposisikan diri untuk mengambil *jobdesk* sebagai penata busana. Oleh karena itu penulis mengambil Tugas Akhir berbentuk Karya Kreatif sebagai *wardrobe* untuk memaksimalkan dan menjadi tolak ukur dari ilmu yang dipelajari di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Penata busana sendiri masuk kedalam divisi *art* yang bertugas untuk menyiapkan segala kebutuhan yang berhubungan dengan penampilan yang akan dipakai oleh *talent* dan *extras* sesuai dengan alur cerita yang dibuat oleh sutradara. Penata busana juga dituntut untuk lebih kreatif dan mengerti perkembangan *fashion* dari zaman ke zaman.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peran penata busana dalam produksi *video klip tak kurang tak lebih* ?

1.3 Tujuan

Mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan segala ilmu yang dipelajarinya selama perkuliahan dengan bantuan kegiatan kreatif ini. Tujuan tambahan dari upaya kreatif ini meliputi :

1. Memperdalam pemahaman mengenai peran penata busana dalam produksi *Video Clip Tak Kurang Tak Lebih*
2. Memahami tanggung jawab seorang penata busana
3. Dapat dijadikan referensi bagi adik angkatan di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
4. Menjadi syarat gelar ahli madya (A.Md) program D3 jurusan Broadcasting radio

dan televisi.

1.4 Manfaat Kegiatan

Mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan segala ilmu yang dipelajarinya selama perkuliahan dengan bantuan kegiatan kreatif ini. Tujuan tambahan dari upaya kreatif ini meliputi. Manfaat dari karya kreatif antara lain :

1. *Video klip* dapat dijadikan sebagai media penyampaian pesan agar alur cerita yang dibuat sutradara tersampaikan pada *audiens*
2. Mendapat pengalaman berharga sesuai dengan bidang yang di ambil
3. Mempunyai teman baru dan bertukar cerita serta pengalaman

1.5 Waktu Dan Tempat Produksi

Waktu dan tempat produksi pada pelaksanaan Video Clip Tak Kurang Tak Lebih dijelaskan pada tabel berikut ini

Tabel 1. 1 Waktu dan Tempat Produksi

Sumber : Dokumen Pribadi

No.	Waktu	Keterangan Kegiatan
1.	11 Maret 2023	Pembentukan tim & jobdesk inti
2.	23 Mei 2023	Brainstorming Ide
3.	25 - 26 Mei 2023	Loks konsep & penulisan storyline
4.	31 Mei 2023	Final draft & recruitment crew tambahan
5.	7 Juni 2023	PPM 1, shotlist, & design produksi
6.	15 Juni 2023	Talent ready
7.	17 - 18 Juni 2023	PPM 2, photo board, floor plan, lock lokasi, & recce
8.	21 – 23 Juni 2023	PPM 3, list alat, art prepare, brief talent, call sheet, rahearsal

9.	26 – 27 Juni 2023	Loading alat & Shooting
10.	30 Juni 2023	Offline editing
11.	5 Juli 2023	Online editing
12.	12 Juli 2023	Poster & trailer

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan karya kreatif ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi. Ada dua jenis data yang diolah dalam penulisan yaitu :

1. Data Primer

a. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan narasumber secara langsung. Tujuannya agar mendapatkan informasi dimana seorang peneliti bertanya langsung kepada narasumber. Wawancara dengan sutradara dilakukan pada tanggal 15 Juni 2023.

b. Observasi

Suatu tindakan yang digunakan untuk mempelajari sesuatu dari suatu fenomena yang didasarkan pada pengetahuan dan konsep yang berupaya mempelajari secara rinci suatu peristiwa atau peristiwa yang telah terjadi atau sedang terjadi disebut observasi. Informasi ini harus diperoleh dengan cara yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan. Observasi tempat dilakukan pada tanggal 17-18 Juni 2023.

2. Data Sekunder

a. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam penulisan.

b. Dokumentasi

Tujuan penelitian literatur adalah mengumpulkan fakta dan informasi melalui bahan-bahan, termasuk makalah tertulis, media visual, dan sumber daya elektronik yang dapat digunakan untuk mendukung penulisan.

Suatu teknik yang disebut dokumentasi digunakan untuk menghasilkan dokumen dengan mencatat secara akurat sumber informasi dari berbagai teks, surat wasiat, buku, undang-undang, dan sumber lainnya. Pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pelestarian, penguasaan, penggunaan, dan penyediaan makalah, file, atau jurnal yang mendukung SOP dan tugas *Wardobe* semuanya dianggap sebagai bagian dari dokumentasi. Foto-toto dokumetasi pada saat produksi *Video Clip* Tak Kurang Tak Lebih.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Penegasan Judul

Dalam penulisan laporan karya kreatif, penulis telah melaksanakan produksi *video clip* “Tak Kurang Tak Lebih”. Dengan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis menentukan judul laporan yaitu : “Peran Penata Busana Dalam *Video Clip* Tak Kurang Tak Lebih”. Penegasan judul ini bertujuan untuk memberikan batasan dan kajian penelitian. Pembatasan yang ada pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

2.1.1 Peran

Soekanto (2009: 212-213) mengartikan peran sebagai proses dinamis kedudukan status. Seseorang memerankan suatu peran ketika ia menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan statusnya. Perbedaan antara posisi dan fungsi hanya untuk tujuan informasi saja. Karena saling membutuhkan satu sama lain, keduanya tidak dapat dipisahkan.

2.1.2 *Wardrobe*

Meskipun lemari pakaian merupakan tempat menyimpan pakaian, namun dalam konteks pertelevisian lemari pakaian adalah sebuah tim yang mengelola seluruh pakaian atau kostum yang akan dikenakan untuk suatu acara tertentu. Menurut Sony Set (2008:49) dalam buku *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. *Wardrobe* atau yang dalam bahasa Indonesianya yakni penata busana adalah divisi menyiapkan busana atau tata rias untuk talent atau pengisi acara dalam proses

produksi. Kadang busana ini merangkap *Costume Designer* yang mendesa berbagai kostum karakter sesuai dengan tuntunan cerita. Pentingnya penata busana atau disebut juga penata busana dalam program televisi, karena dengan busana dapat memberikan pesan kepada penonton tentang latar belakang budaya, pengalaman, profesi, pesan emosi, tingkah laku serta diferensiasi pengisi acara.

2.1.3 Tugas *Wardrobe* / Penata Busana

Mereka yang merancang dan menjamin pembuatan kostum baik sementara maupun permanen untuk suatu program acara bertugas memilih kostum yang akan digunakan untuk pembuatannya. Untuk menghindari penggantian sponsor atau vendor dalam jumlah besar, lemari pakaian tidak hanya memastikan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan pakaian/kostum telah disiapkan tetapi juga dijaga, termasuk kerapian dan kerusakannya.

2.1.4 Video Clip

Video klip menurut website yang dikelola oleh F. Galeri (Galeri, 2011), adalah pengelompokan unsur-unsur visual yang dipadukan dengan atau tanpa efek tertentu dan diubah sesuai dengan irama lagu, ritme, nada, lirik, instrumen, dan penampilan grup musik untuk menyambut penonton. mempromosikan hal-hal musik sehingga orang lain akan menyadarinya.

2.1.5 Fungsi Video Clip

Video klip menurut Denny Sakrie (2012) mempunyai dua tujuan, yaitu :

- a. Kegunaan utamanya adalah sebagai alat promosi untuk meningkatkan kesadaran akan kreasi musisi di kalangan khalayak yang lebih luas..
- b. Dengan menyelidiki sebuah lagu, seorang artis dapat mengekspresikan

dirinya. Klip video mungkin menggambarkan konten yang relevan dengan musik atau tidak. Tak terkait dengan musik, ide video klip merupakan salah satu ekspresi yang erat kaitannya dengan seni.

2.1.6 Video *Storytelling*

Vidio *storytelling* adalah vidio yang memiliki kekuatan pada cerita dan mudah dipahami oleh audience. Vidio *storytelling* dapat diunggah dalam beberapa format seperti instagram, facebook, instagram tv atau youtube.

2.1.7 *Performance*

Kinerja merupakan hasil dari Kemampuan (*ability*), Motivasi (*motivation*), dan Peluang (*opportunity*), menurut Robbins (2012:96). Kinerja menurut Moeheriono (2012:96) adalah hasil kerja yang dapat diselesaikan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan. tujuan organisasi yang bersangkutan secara sah, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika. Sopiah (2018:350) mengartikan kinerja sebagai riwayat hasil yang dicapai dari suatu tugas atau kegiatan tertentu selama jangka waktu yang telah ditentukan.

Penerapannya dalam konteks seni seringkali dianggap membuka jalan baru dalam memproduksi atau mengapresiasi seni. Yang terakhir adalah transformasi *performance art* menjadi *video performance*, sedangkan yang pertama adalah transformasi *performance art* menjadi *multimedia performance*. Manifesto kelompok Futuris yang berbasis di Paris, yang beranggotakan penyair, pelukis, dan pemain teater, pada tahun 1909 menandai titik balik dalam sejarah panjang pertumbuhan seni pertunjukan. Seni pertunjukan mendematerialisasikan seni dengan memanfaatkan tubuh sebagai medianya. Tubuh tidak lagi menjadi bagian

dari video pertunjukan dalam presentasi; sebaliknya, ada tubuh virtual di sana.

Seni pertunjukan telah memediasi dan mengubah situasi ini. Kajian ini juga mengkaji faktor sosial seiring munculnya dan berkembangnya seni pertunjukan di Indonesia, selain permasalahan perpaduan seni dan teknologi yang mendorong metamorfosis seni pertunjukan menjadi pertunjukan video seperti di atas. Pertama, dengan membongkar realitas sosial dan stabilitas seni itu sendiri, seni pertunjukan merupakan bentuk kesadaran dan perlawanan. Kedua, fenomena ambient media dalam praktik periklanan internasional (termasuk Indonesia) telah menggeser perjuangan seni pertunjukan yang “asli” dari media kesadaran menuju seni “kitsch” sebagai andalan periklanan demi kepentingan pasar.

Seni pertunjukan telah menstabilkan dan memperbaiki situasi ini. Selain kesenjangan gender dalam seni pertunjukan dan kemajuan teknologi yang menyebabkannya bermetamorfosis menjadi video pertunjukan di atas, kajian di atas juga mengkaji faktor-faktor sosial yang mendorong kemunculan dan pertumbuhannya di Indonesia. Seni pertunjukan merupakan bentuk kesadaran dan perlawanan pertama, karena menekankan realitas sosial dan stabilitas diri seni. Selain itu, fenomena di media yang telah mempengaruhi praktik riset pasar internasional, khususnya di Indonesia, menyebabkan seni "kitsch" digunakan sebagai kriteria riset pasar ketika menyangkut seni pertunjukan yang "asli" dari arus utama. media.

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Definisi Storytelling

Menurut Echols (1975), *storytelling* terdiri dari istilah naratif dan bercerita, yang keduanya berarti cerita. Bercerita adalah kombinasi dua kata benda yang menyiratkan "bercerita" atau "berkisah". Selain itu, *storytelling* juga disebut dengan

“bercerita”, seperti yang dilakukan Pleh Malan, yaitu tindakan bercerita berdasarkan tradisi lisan. Pendongeng berupaya mengomunikasikan perasaan, pikiran, atau kisah secara verbal kepada pendengar muda. Narasi adalah cerita, dongeng, pidato yang menceritakan secara rinci jalannya suatu peristiwa, esai yang menyajikan rangkaian peristiwa, lakon yang diwujudkan dalam sebuah pertunjukan (tentang teater, sinema, dll.), dan banyak lagi. , menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kranegarkata dan hartik).

Menurut Malan (1991), *storytelling* dikenal juga dengan sebutan bercerita atau mendongeng. Bercerita adalah upaya untuk mengomunikasikan perasaan, pikiran, atau kisah secara verbal kepada pendengar muda. Ada beberapa cara untuk mendeskripsikan *storytelling*. Istilah “bercerita” sering digunakan di Indonesia. Tindakan menyampaikan cerita dengan cara yang terorganisir dan komprehensif dikenal sebagai mendongeng. Jadi, istilah cerita yang mengandung arti narasi atau cerita, berasal dari kata *storytelling*. Dahulu, latihan mendongeng dilakukan untuk menghibur atau mendidik generasi muda. Inti pelajarannya lebih mudah dipahami segala usia dalam bentuk dongeng.

Metode ini penting ketika terlibat dalam kegiatan narasi. Pendongeng dan penonton berkomunikasi sesuai narasi yang disampaikan. Anak-anak membutuhkan kegiatan mendongeng karena kegiatan tersebut sangat penting, oleh karena itu kegiatan-kegiatan tersebut perlu digabungkan dengan cara yang menarik. Harus ada tahapan dalam mendongeng, strategi yang digunakan dalam mendongeng, dan pihak-pihak yang ikut serta dalam kegiatan mendongeng agar kegiatan mendongeng menjadi menarik. Kelancaran proses narasi dapat dinilai dengan melihat faktor-faktor tersebut.

2.2.2 Jenis-Jenis Video *Storytelling*

1. *Web Series*

Struktur serial web mirip dengan film pendek, dengan setiap episode biasanya ditayangkan seminggu sekali. Setiap episode akan menyertakan cliffhanger atau plot gantung yang membuat pemirsa bertanya-tanya apa yang akan terjadi selanjutnya dalam cerita atau episode berikutnya. Genre serial web dapat dieksplorasi secara mendalam dan disesuaikan untuk memenuhi persyaratan plot tertentu. (<https://studioantelope.com/>).

2. *Short Film*

Format film pendek disebut film pendek. Meskipun tidak ada batasan durasi tertentu untuk film pendek, 10 hingga 30 menit adalah rentang yang baik untuk distribusi online di YouTube dan platform digital lainnya. (<https://studioantelope.com/>).

3. *Documentary Vidio*

Video dokumenter adalah video yang menekankan fakta dan keyakinan yang ada. Untuk mengungkap fakta yang ada, proses penyelidikan harus digunakan sepanjang pembuatan video dokumenter. Penyelidikan ini dapat dilakukan dengan wawancara, observasi lapangan, survei, atau bahkan penelitian primer. (<https://studioantelope.com/>).

4. *Thematic Vidio*

Istilah "video tematik" mengacu pada jenis film tertentu yang membahas topik tertentu dan sering digunakan untuk menandai acara atau hari libur tertentu, seperti Hari Ibu, Hari Valentine, Hari Kemerdekaan, dan Idul Fitri. (<https://studioantelope.com/>)

5. *Biography* Vidio

Video biografi adalah sejenis video yang menceritakan kehidupan seseorang; seringkali, subjeknya adalah pengusaha atau individu lain yang dapat mengartikulasikan manfaat suatu perusahaan. Sesuai dengan kisah yang ingin Anda ceritakan, Anda dapat mengubah garis waktu kehidupan orang yang ditampilkan dalam film tersebut. Itu bisa dimulai dari lahir hingga sekarang atau menghilangkan kerangka waktu yang diperlukan. (<https://studioantelope.com/>)

6. *Product* Vidio

Film produk dikembangkan secara tegas untuk menyampaikan lebih banyak informasi tentang suatu produk, termasuk tujuannya, isi di dalamnya, cara menggunakannya, dan detail lainnya. (<https://studioantelope.com/>)

7. *Comedy* Scetch

Sketsa komedi adalah video yang menampilkan beberapa pemain yang memerankan berbagai rangkaian komedi dengan tujuan membuat penonton tertawa. (<https://studioantelope.com/>).

8. *Music* Vidio

Video musik adalah film yang dibuat khusus untuk sebuah lagu. Membuat video musik mungkin merupakan strategi pemasaran yang berbeda untuk perusahaan, dan lagu-lagu tersebut biasanya ditulis khusus untuk sebuah perusahaan. (<https://studioantelope.com/>)

2.2.3 Video Clip

Klip video, yang menggabungkan musik dan grafik, pertama kali digunakan sebagai alat promosi bagi artis musik internasional. Produser memanfaatkan

cuplikan video ini untuk mengiklankan lagu mereka di televisi dan toko musik. Saat memperkenalkan bakatnya kepada dunia, produser sangat mengandalkan estetika sebuah klip video. Selain estetika, video klip tersebut juga memiliki alur cerita yang mirip dengan film sehingga membantu penonton memahami dan merasakan pesan dari lagu yang ingin disampaikan oleh musisi tersebut. Tanpa disadari, klip video mendorong pemirsa untuk menonton berulang kali karena mereka menganggap citra dan narasi band favoritnya lebih menghibur. Hasilnya, klip video dipandang sebagai cara yang efektif untuk memperkenalkan produser dan artis baik secara visual maupun aural. Mereka juga dapat berfungsi sebagai saluran baru untuk mengkomunikasikan pesan yang diharapkan para musisi dapat dikomunikasikan oleh lagu mereka. Klip video dapat dibuat menggunakan berbagai pendekatan dan gaya penceritaan dan visualisasi. Ada yang memanfaatkan media, ada yang memanfaatkannya dalam bentuk cerita yang disampaikan secara berurutan, ada pula yang menggunakan sinkronisasi ritme musik dengan gambar.

Para ahli dan pemirsa biasa mengkategorikan cuplikan video ke dalam banyak kategori. Namun secara teori, ada dua kategori klip video yang dapat dibagi. Khususnya, film dan video fotografi. Video sinematik adalah video yang memiliki narasi dan plot yang kuat. Fokusnya bukan pada plot atau narasi dalam film fotografi, yang merupakan kebalikan dari video sinematik. Pada kenyataannya, hal ini sering kali mengabaikan cara film biasanya diungkapkan. Ada jenis klip video lain yang disebut klip pertunjukan dan klip progresif selain kedua jenis klip video yang disebutkan di atas. Penampilan pemain atau grup musik merupakan penekanan utama dari jenis klip pertunjukan. Klip progresif, sebaliknya, adalah jenis video sinematik yang tidak terlalu bergantung pada narasi dan grafik dramatis. Tidak ada narasi dalam video progresif; sebaliknya, metode pengeditan digunakan untuk

membuat pergeseran waktu dan lokasi. Setiap metode memiliki kelebihan masing-masing, dan setiap sutradara memiliki preferensi dan sifatnya masing-masing. Ada kemungkinan bahwa elemen yang terkait dengan musik atau band itu sendiri adalah penyebab kecenderungan memilih metode dan gaya visualisasi. Setiap band atau karya musik memiliki semangat yang unik, seperti genre lagu atau pesan dari band tersebut. Oleh karena itu, hal ini menjadi faktor berbeda yang perlu dipertimbangkan saat menggambarkan karya musik dalam format video.

2.2.4 Proses Produksi *Video Clip*

Produksi sebuah video klip melibatkan beberapa langkah dan membutuhkan banyak sumber daya, termasuk uang dan tenaga dari berbagai industri kreatif. Untuk menjamin film memiliki konsep dan persiapan yang matang, maka pembuatan video klip memerlukan prosedur yang panjang mulai dari praproduksi hingga produksi dan pascaproduksi. Hal ini akan dirinci melalui cara-cara berikut ini.

1. Pra-produksi

- a. Pembuatan Skenario. Tentukan arah pendistribusiannya, apakah serial TV, film komersil, indie, atau yang lainnya, karena meskipun memiliki struktur dasar yang sama, namun berbeda dalam hal durasi, struktur cerita, dan faktor lainnya. Langkah pertama adalah mengolah ide cerita menjadi sebuah skenario dengan beberapa tahapan yang lumayan sehingga jelas arahnya.
- b. Menyiapkan skenario. Setelah menemukan ide cerita, seorang penulis dapat menuliskan ide cerita tersebut ke dalam naskah cerita. Skenarionya bisa bersumber dari ide orisinal atau adaptasi dari novel yang akan

- diproduksi.
- c. Membuat tim produksi. Kru produksi harus direkrut secara menyeluruh, dengan proses seleksi yang disesuaikan dengan tuntutan produksi film dan bidang kompetensi masing-masing anggota..
 - d. Menetapkan Anggaran dan Jadwal. Jadwal produksi dibuat setelah skenario diselesaikan atau tidak dapat diubah karena pada saat itu dimungkinkan untuk memperkirakan jumlah dana yang dibutuhkan dan waktu produksi.
 - e. Pencarian Lokasi. Pencarian tempat dilakukan untuk mengidentifikasi pengaturan yang sesuai untuk plot dan untuk mengurus izin yang diperlukan untuk tempat yang dipilih. Setting dapat dibangun di studio atau dibangun kembali sesuai dengan tuntutan plot jika lokasi memerlukan izin, jika set tidak dapat ditemukan, atau jika set harus dibuat.
 - f. Menyiapkan *Wardobe* dan *Property*. Kru *wardobe* akan mulai mencari kostum ketika skenario dikunci. Baik kostum tersebut diproduksi atau disewa, pemilihannya akan sangat bergantung pada tuntutan narasi.
 - g. Menyiapkan Peralatan. Departemen visual, audio, dan seni akan menyerahkan daftar peralatan kepada produser sebelum produksi, dan jika produser menyetujuinya, produser akan membayar dana untuk menyewa peralatan yang diperlukan. dilakukan secara asal-asalan bisa berdampak signifikan pada kualitas akhir film..
 - h. *Reading / Rehearsal Talent*. Seluruh tim berkumpul untuk kegiatan ini sebelum periode syuting dan mendiskusikan tingkat persiapan yang dilakukan sebelum produksi.

2. Produksi

Setelah melakukan serangkaian tahapan pra produksi maka langkah selanjutnya adalah tahap produksi, yaitu shooting, mematangkan konsep produksi pada tahap pra produksi memungkinkan pelaksanaan produksi tak banyak membuang waktu untuk membicarakan dari mana kamera merekam gambar. Tahap produksi adalah proses merealisasikan naskah menjadi audio visual. Pada saat shooting diperlukan koordinasi yang kuat pada seluruh divisi, karena akan ada banyak hal-hal yang tak terduga dan harus diantisipasi, masalah utama yang paling sering terjadi dalam proses produksi adalah waktu yang tidak sesuai dengan jadwal produksi, masalah teknis, selain faktor itu, faktor alam juga sangat berpengaruh terhadap kelancaran ketika sudah memasuki tahap produksi.

3. Pasca-produksi

a. Proses *Editing*

Editing adalah proses mempersiapkan dan mengolah gambar dari *shoot* satu ke *shoot* yang lainnya menjadi sebuah *scene*, menggabungkan *scene* ke satu dengan *scene* lainnya menjadi sebuah *sequence*, lalu menyambungkan semua *sequence* menjadi suatu *track video* yang mempunyai kesatuan cerita *full* / utuh.

b. *Review* Hasil *Editing*

Setelah melalui tahap *editing*, hasil *editing* akan dipaparkan kepada produser dan sutradara untuk diberikan evaluasi, jika hasil *editing* sudah bagus dan sesuai dengan visi sutradara serta tuntutan naskah maka video dapat dilanjutkan penyelesaiannya dan didistribusikan oleh produser.

2.2.5 Definisi Penata Busana

Bordwell dkk. (2017, hal. 19) dikutip. Aktor diberikan lemari pakaian, yang sering disebut kostum, untuk memerankan karakter yang sesuai dengan lingkungannya. Seperti halnya pemandangan, kostum mungkin memainkan peran penting dalam menentukan estetika film secara keseluruhan. Karakter dapat memanfaatkan pakaiannya sebagai alat penyembunyian, antara lain, untuk memajukan alur cerita sebuah film. Dalam film tertentu, lemari pakaian berfungsi sebagai pakaian asli dan menyempurnakan skema warna lokasi syuting.

Sebuah karakter juga dapat dikenali dari pakaiannya, dan biasanya jenis pakaian yang mereka kenakan mengungkapkan sesuatu tentang siapa mereka. Selain itu, Anda dapat menyimpulkan kelas sosial, lokasi, dan, dengan penggunaan warna, Anda dapat memberi arti penting pada film tersebut jika dibandingkan dengan film lainnya. Lemari pakaian bisa dibuat dari bahan yang sudah ada, sama seperti setting. Seringkali diperlukan untuk membangun sebuah lemari pakaian jika itu adalah lemari pakaian fantasi agar dapat menyampaikan makna sesuai dengan naskahnya. Namun, banyak juga lemari pakaian saat ini yang dimanfaatkan untuk mendukung akting yang lebih mendalam oleh para aktor. Karena secara simbolis membentuk hubungan antara plot dan karakter, lemari pakaian merupakan alat yang sangat berguna dalam konstruksi narasi.

Dalam dunia pertelevisian dan film, istilah lemari pakaian erat kaitannya dengan kostum pemainnya itu sendiri alias bukan lemari tempatnya disimpan. Secara singkat arti dari lemari pakaian adalah pakaian atau busana. Yang dimaksud dengan lemari pakaian juga berarti berbagai aksesoris pendukung kostum untuk peran tertentu. Ada juga istilah lemari pakaian dalam fotografi. Yang dimaksud dengan lemari pakaian dalam fotografi adalah pakaian yang dikenakan oleh objek foto.

Misalnya baju prewedding, baju santai, jas, dan lain-lain itulah yang disebut dengan lemari pakaian.

Biasanya mereka yang bekerja di divisi lemari pakaian disebut dengan *Wardrobe Officer* atau *Fashion Stylist*. Ini secara resmi disebut sebagai produksi lemari pakaian. Orang yang bertanggung jawab atas semua tren fesyen, mulai dari tahap desain hingga pembuatan dan pemasangan model pakaian, dikenal sebagai produksi lemari pakaian. Namun, biasanya direduksi menjadi lemari pakaian. *Wardrobe Officer* atau pekerja dalam bidang tata busana, sesuai dengan judulnya, bertugas memilih pakaian yang akan dikenakan oleh peserta. Bakat dan pengisi acara, serta kostumnya, semuanya harus mengikuti konsep program.

Untuk menghindari pakaian dan aksesoris yang dikenakan pemain, petugas lemari pakaian juga harus pandai. Meski bukan suatu keharusan, namun kemampuan menjahit dan mendesain pakaian akan sangat membantu *Wardrobe Officer* dalam menjalankan tugasnya. Perancang Kostum atau Perancang Busana sering kali bekerja sama dengan Petugas Lemari untuk memastikan keberhasilan kinerja pekerjaan mereka. Selain itu, penata busana tidak bekerja sendiri. Mereka dibantu dalam melakukan pekerjaannya oleh para pembantu. Supervisor Lemari Pakaian, yang bertugas mengawasi pekerjaannya, adalah contoh lainnya.

2.2.6 Definisi *Fashion*

Untuk menghindari pakaian dan aksesoris yang dikenakan pemain, petugas lemari pakaian juga harus pandai. Meski bukan suatu keharusan, namun kemampuan menjahit dan mendesain pakaian akan sangat membantu penata busana dalam menjalankan tugasnya. Perancang Kostum atau Perancang Busana sering kali bekerja sama dengan Petugas Lemari untuk memastikan keberhasilan kinerja

pekerjaan mereka. Selain itu, penata busana tidak bekerja sendiri. Mereka dibantu dalam melakukan pekerjaannya oleh para pembantu. Supervisor Lemari Pakaian, yang bertugas mengawasi pekerjaannya, adalah contoh lainnya.

Industri fashion saat ini sangat sukses dan besar. Fenomena berkembangnya berbagai item yang mengarah ke fashion, menurut Jacky Mussry, Partner/Kepala Divisi Consulting & Research Mark Plus&Co, terjadi ketika pelanggan semakin ingin diakui individualitasnya sebagai pribadi. Akibatnya, mereka secara sadar menciptakan identitas mereka sendiri sebelum bergabung dengan organisasi yang memiliki identitas yang sama. Seseorang patut berbangga jika bisa mengikuti tren yang sedang berkembang karena hal tersebut menunjukkan dirinya kekinian dan bergaya karena selalu memakai apa yang sedang tren. (Menangkap Dinamika Sukses Bisnis Fashion. www.swa.co.id, 2004)

Ada banyak cara berbeda yang dilakukan orang untuk mengekspresikan diri melalui pakaiannya. Mode pakaian akan berubah lebih cepat dibandingkan budaya secara keseluruhan. Ungkapan trendy dan unfashionable digunakan dalam industri fashion untuk menggambarkan apakah seseorang sedang memakai tren terkini atau tidak. Manusia menutupi tubuhnya dengan kulit binatang di masa lalu.

Manusia pertama kali mengembangkan jarum jahit pada Zaman Batu Muda, yang digunakan untuk menenun kulit binatang. Pakaian yang terbuat dari kulit pohon dikembangkan oleh suku Inca di Amerika. Sedangkan kain Fuya yang terbuat dari kulit pohon hanya terdapat di Indonesia, tepatnya di Sulawesi Tengah, Kalimantan, dan Irian Jaya. Sementara itu, manusia memanfaatkan kulit hewan berbulu halus untuk menutupi tubuhnya agar tetap hangat di benua Eropa yang dingin. Sebaliknya, masyarakat di benua bersuhu tropis memanfaatkan kulit daun dan rumput sebagai

bahan pembuatan pakaian.

Berdasarkan kelompok di mana mereka dilihat, fashion dapat digolongkan. Fesyen kelas atas (*high fashion*) adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan desain dan gaya yang disukai oleh sekelompok influencer fesyen terpilih, yaitu pembeli kaya dan mereka yang pertama kali mengadopsi tren baru. Gaya yang termasuk *high fashion* biasanya diperkenalkan, dibuat, dan dijual dalam jumlah yang terbatas dan relatif mahal kepada *socialites*, artis, selebritis dan *fashion innovators*. Sedangkan *mass fashion* atau *volume fashion* mengacu pada gaya dan desain yang diterima publik lebih luas. Jenis *fashion* ini biasanya diproduksi dan dijual dalam jumlah banyak dengan harga murah sampai sedang.

2.2.7 Fungsi Fashion

Manusia telah mengenal fashion dan pakaian selama berabad-abad. Selain pangan dan papan, sandang merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Selain berfungsi sebagai perlindungan terhadap lingkungan, pakaian juga menutupi tubuh dan membantu seseorang tampil rapi. Tujuan dari pakaian terus berkembang dan berkembang seiring berjalannya waktu. Pakaian berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan diri pemakainya sekaligus sebagai cara menjaga tubuh manusia. Pakaian juga dapat digunakan untuk menilai penampilan seseorang, termasuk kecantikan, daya tarik, selera mode, dan status sosialnya. Hingga saat ini pakaian telah berkembang menjadi komoditas dengan harga yang cukup tinggi. Pengusaha berkontribusi terhadap perkembangan tren terbaru melalui metode manufaktur mereka.

2.2.8 Jenis-Jenis Fashion

Tentu saja desain sebuah gaun juga memberikan dampak bagi seseorang yang

tertarik untuk memakainya. Semakin banyak orang yang akan memakai kaos tersebut, semakin indah desainnya. Jika semakin banyak orang yang memakainya, pasti desain kaosnya akan menarik perhatian. Karena pakaian mempunyai tujuan lebih dari sekedar menutupi tubuh, pakaian juga dapat digunakan untuk menunjukkan status sosial Anda. Selain itu, pakaian berkontribusi terhadap identitas budaya. Hanya dengan melihat pakaiannya, seseorang dapat mengetahui asal usul daerah tersebut. Siapapun yang mengamati tren fashion mungkin akan terpesona olehnya. apalagi jika ditunjukkan dengan desain pakaian yang indah. Namun tidak semua jenis pakaian cocok untuk semua orang.

Untuk memberikan keleluasaan masyarakat dalam memilih desain pakaian yang diinginkannya, berbagai macam desain telah banyak diproduksi di masyarakat. Di bawah ini.

1. Kasual



Gambar 2. 1 Kasual

(Sumber internet)

Gaya pakaian yang sesuai untuk acara dan suasana informal disebut desain pakaian kasual. Kenyamanan pemakainya lebih diperhatikan pada desain pakaian seperti ini. Segala aktivitas santai dan informal memang didukung dengan busana santai. Barang-barang pakaian kasual termasuk jeans, kaos oblong, kardigan, dan barang sejenis lainnya..

2. *Vibrant*



Gambar 2.2 Vibrant

(Sumber internet)

Secara harfiah, kata “bersemangat” berarti “energik atau kuat”. Namun dalam dunia fesyen, warna-warni mengacu pada desain pakaian yang memadukan warna-warna kontras, kuat, dan cemerlang. Namun hal ini tampak dramatis karena hal ini.

3. *Preppy*



Gambar 2.3 Preppy

(sumber internet)

Gaya kemeja *preppy* sebenarnya merupakan adaptasi gaya pelajar Amerika tahun 1912. Pelajar di Amerika pada masa itu, khususnya mahasiswa, mengenakan pakaian ini. Selain itu, pakaian ini dikaitkan dengan individu yang cerdas. Gaun ini memberikan penampilan yang indah, segar, rapi, dan anggun.

4. *Bohemian*



Gambar 2.4 Bohemian

(sumber internet)

Tampilan bohemian memadukan tren fesyen hippie, gipsi, etnik, dan vintage. Hal inilah yang menyediakan berbagai macam fashion untuk baju boho.

5. *Punk*



Gambar 2.5 Punk

(sumber internet)

Desain pakaiannya menyampaikan kesan lusuh, kriminal, anti sosial, dan masih banyak stigma negatif lainnya. Inilah ciri khas gaya ini.

6. Formal



Gambar 2.6 Formal

(sumber internet)

Pakaian berikut ini bergaya formal. Di kantor perusahaan besar atau organisasi internasional, pakaian seperti ini biasanya digunakan. Pakaian ini memberikan kesan hormat dan kebijaksanaan.

7. Gothic



Gambar 2.7 Gothic

(sumber internet)

Gaya Gotik adalah tampilan yang dibedakan dengan warna-warna gelap yang mencolok dan kesan menyeramkan. Tampilan ini ditandai dengan corak pucat, pengaplikasian lipstik hitam pada bibir, dan desain outfit serba hitam.

8. Exotic



Gambar 2.8 Exotic

(sumber internet)

Dalam praktiknya, gaya busana eksotik biasanya menampilkan kesan berbeda, unik, dan etnik. Maka tak heran jika pecinta desain pakaian jenis ini memiliki selera yang berbeda-beda.

9. Artsy



Gambar 2.9 Artsy

(sumber internet)

Estetika yang trendi memiliki nuansa yang sangat artistik. Biasanya digunakan oleh orang-orang kreatif dengan jiwa seni yang tinggi. Gaya ini dicirikan oleh kesukaannya terhadap hal-hal yang tidak biasa. Misalnya, mereka akhirnya memutuskan untuk membuat pakaian sendiri karena mereka tidak suka memakai pakaian yang terlalu banyak. Oleh karena itu wajar jika pakaian dan asesorisnya unik.

2.3 Ekstraksi

1. Dalam pembuatan laporan tugas akhir ini penulis menggunakan contoh laporan Skripsi Deka Purba Irawan (2007–58–022). Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas

Esa Unggul dengan judul Peran Tim Wardrobe Dalam Produksi Program Acara Opera Van Java Di Trans7. Penulis tertarik menggunakan referensi skripsi ini karena membicarakan memiliki sistematika penulisan yang baik dan membahas komposisi dalam pengambilan gambar. Penelitian tersebut akhirnya menjadi acuan untuk mengerjakan tugas akhir.

2. Karya Tugas Akhir ini berfokus pada proses pembuatan film di bagian penataan busana, dikarenakan penulis berperan sebagai penata busana atau *wardrobe* yang menyiapkan perlengkapan, seperti baju, celana, rok, dan aksesoris yang melekat pada tokoh.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pada Laporan Tugas Akhir dengan judul Peran Penata Busana dalam Video Klip “Tak Kurang Tak Lebih” penulis sebagai Penata Busana tidak hanya membahas tentang perihal busana saja tetapi penulis juga harus mengetahui peranan-peranan yang lain karena dikarenakan Tugas Akhir yang diambil bersifat mandiri, namun pengerjaan produksi video klip dilakukan bersama-sama. Penulis menyimpulkan bahwa busana yang ada di dalam proses pembuatan Fashion Film ini mewakili cerita, karena makna yang terkandung sesuai dengan penggambaran awal. Peran Tata Busana disini mengambil tema busana kasual dan ceria, maka dari itu perbedaan antara tokoh sederhana dan cukup berada dalam artian sederhana sudah mencakup cerita yang ada.

Dalam Produksi “Tak Kurang Tak Lebih” membuat penulis banyak belajar dan beradaptasi dengan lingkungan yang baru yang harus lebih menuntun dan memberikan pembelajaran bagaimana penggambaran syuting yang sederhana tetapi sudah mengikuti susunan pembuatan film yang ada.

1. Penulis sebagai Penata Busana melakukan produksi “Tak Kurang Tak Lebih” menggunakan 4 tahap yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.
2. Pada proses tahapan produksi penulis selaku yang mempunyai Tugas Akhir ini tentunya menyiapkan Ide, gagasan untuk video klip “Tak Kurang Tak Lebih” serta menentukan apa apa saja yang perlu disiapkan untuk menunjang ciri khas yang ada dalam Fashion Film “Tak Kurang Tak Lebih”, khususnya dalam bidang tata busana tokoh yang ada di video klip.

3. Pada proses Produksi, penulis selaku Penata Busana juga membantu jalannya proses syuting ini dari awal hingga akhir, karena penulis ingin apa yang sudah di rencanakan di awal bisa sesuai yang diharapkan.
4. Penulis terjun langsung dalam pemilihan busana dan gaya tata rias wajah tokoh video klip “Tak Kurang Tak Lebih” agar sesuai dengan konsep video klip di bagian *development*.
5. Terdapat beberapa kendala saat proses pembuatan video klip, tapi itu semua tidak mematahkan semangat tim dalam menyelesaikan pekerjaan untuk tugas akhir ini.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat penulis tuangkan dalam karya ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penonton video klip “Tak Kurang Tak Lebih”
 - a. Menjadikan video klip ini sebagai sarana edukasi agar bisa menempatkan keinginan berdasar kemampuan
 - b. Menjadikan video klip ini sebagai sarana edukasi dari segi pengambilan gambar, tata busana, editing, dan naskah dari lirik music yang dibuat
 - c. Diharapkan penonton yang menonton video klip ini lebih menghargai dan mengapresiasi karya anak bangsa yang tayang di berbagai media sosial.
2. Bagi Pihak Akademis, STIKOM Yogyakarta
 - a. Memperbaiki dan melengkapi fasilitas penunjang pembelajaran, serta lebih memberikan ruang lebih untuk mahasiswa berkreasi. Contohnya mengadakan pelatihan tambahan disertai alat-alat lengkap untuk sarana praktek mahasiswa dalam proses belajar-mengajar.

- b. Mengapresiasi karya mahasiswa dengan memberikan penghargaan di bidang perfilman
- c. Memberikan pengajaran khusus bagi penataan busana dalam proses produksi seni, baik video klip maupun film.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Sony set. (2008). *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, Yogyakarta.
- Efendi, H. (2009). *Mari Membuat Film*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Echols, John M. & Hassan Saddily. (1975). *Kamus Inggris - Indonesia*, Gramedia
- Fenner, D. E. (2008). *Art in Context*. Ohio : Ohio University.
- Galeri, F. (2011, Mei). *Finus Galeri*. Dipetik April 2011, dari Video Klip: <http://finusgaleri.blogspot.com/2011/05/video-klip.html>
- Javandalasta, P. (2011). *Lima Hari Mahir Bikin Film*. Surabaya: MUMTAZ Media.
- Januaris, Andi Purba. (2014). *Shooting Yang Benar*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- KN, Anton M.abruri (2018). *Produksi Program TV Non Drama*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Malan, K. (1991). *Children as a Storytellers*. Australia: Laura St, Newtown.
- Moeheriono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2012). *Management, Eleventh Edition*, (United States of America: Pearson Education Limited).
- Soerjono Soekanto, 2009 : 212-213, *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar*, Edisi Baru, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sakrie, Denny. (2012). *Denny Sakrie, Bicara Musik Indie Indonesia*.
- Tangkas, Arya. (2020). *Lighting Studio Televisi, Outdoor, dan Pementasan*. Yogyakarta : CV Budi Utama.