BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dalam suatu perancangan diperlukan strategi yang dapat mendukung dan memenuhi tujuan perancangan tersebut. Proses untuk mencapai tujuan perancangan dimulai dari analisis objek dan permasalahan, menuliskan ide, pembahasan lirik lagu serta makna emosional dari lirik tersebut, membuat sketsa, pemilihan jenis huruf, serta bagaimana mengkombinasi gerakan untuk dianimasikan menjadi kesatuan pesan.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari media video klip band Mocca, antara lain:

- Memperkenalkan genre musik jazz/swing
- Menunjukan eksistensi atau memperkenalkan kembali band Mocca kepada masyarakat atau para penikmat musik
- Memperkenalkan, menyampaikan pesan dan makna dari lagu Changing Fate
- Menyampaikan pesan dan makna dari lagu Changing Fate
- Menarik lebih banyak audiens terhadap band Mocca
- Memberikan warna dan keanekaragaman yang berbeda serta hiburan bagi masyarakat
- Memperkaya/memperkuat identitas album “Home”

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pada pendekatan komunikasi terdapat pendekatan visual dan verbal, diantaranya:

1. Pendekatan visual

   Dalam perancangan ini pendekatan visual menggunakan warna yang sesuai dengan sampul album Mocca yang berjudul “Home”. Dengan warna pastel yang sederhana dan ringan sehingga diharapkan khalayak menikmati visual yang ditampilkan, pesan melalui lagu dapat tersampaikan dan dapat menghibur. Perancangan ini juga menggunakan tipografi yang sesuai dengan lirik lagu.



Gambar III.1 Sampul album Mocca “Home”
Sumber: http://kayuagungradio.com/wp-content/uploads/2015/01/MOCCA-Homenormal.jpg (Diakses pada 8 April 2015)

2. Pendekatan verbal

Komunikasi verbal dalam perancangan ini akan menggunakan lirik/teks lagu berbahasa Inggris sehingga lirik lagu dalam setiap ritme diharapkan dapat membantu khalayak menghafal lirik lagu, sehingga lebih komunikatif dan ekspresif. Berikut dari lirik dan arti lagu Changing Fate:

Changing Fate

In the darkest hour of night
(di kegelapan jam malam)
I’m sitting here
(aku duduk disini)
Waiting for your reply
(menunggu jawabanmu)
In the coldest chill of night
(di dinginnya malam)
I’m standing still
(aku masih berdiri)
Waiting for your sign
(menunggu kehadiranmu)

What do we have now? Take a look at us
(apa yang kita punya sekarang? Lihat diri kita)
Though it takes courage. Do we have enough?
(meskipun ini butuh keberanian. Apa yang kita punya cukup?)
Do we let love depreciate or do we dare to change our fate?
(apakah kita biarkan cinta tak menghargai atau kita berani mengubah takdir kita?)

In the twilight hue of dawn
(di kala senja)
I lie awake quiet and with drawn
(aku terbaring dan terjaga dengan tenang)

On the window pane the beating rain
(di panel jendela, rintik rintik hujan)
Plays a lonely song
(memainkan lagu kesepian)

What do we have now? Take a look at us
(apa yang kita punya sekarang? Lihat diri kita)
Though it takes courage. Do we have enough?
(meskipun ini butuh keberanian. Apa yang kita punya cukup?)
Do we let love depreciate or do we dare to change our fate?
(apakah kita biarkan cinta tak menghargai atau kita berani mengubah takdir kita?)

In the coldest chill of night
(di dinginnya malam)
I'm standing still
(aku masih berdiri)
Waiting for your sign
(menunggu kehadiranmu)

What do we have now? Take a look at us
(apa yang kita punya sekarang? Lihat diri kita)
Though it takes courage. Do we have enough?
(meskipun ini butuh keberanian. Apa yang kita punya cukup?)
Do we let love depreciate or do we dare to change our fate?
(apakah kita biarkan cinta tak menghargai atau kita berani mengubah takdir kita?)

Take a look at us. Do we have enough? (what about us now)
(lihatlah diri kita, cukupkah yang kita punya?)
(bagaimana dengan kita sekarang?)
Take a look at us. Do we dare to change our fate? (what about us now)
(lihatlah diri kita sekarang, apakah kita berani merubah takdir kita?)
Take a look at us. Do we have enough? (what about us now)
(lihatlah diri kita, cukupkah yang kita punya?)
(bagaimana dengan kita sekarang?)
Take a look at us. Do we dare to change our fate? (what about us now)
(lihatlah diri kita sekarang, apakah kita berani merubah takdir kita?)

In the darkest hour of night
(di kegelapan jam malam)
I'm sitting here
(aku duduk disini)
Waiting for your reply
(menunggu jawabanmu)

III.1.3 Materi Pesan

Lagu band Mocca yang berjudul "Changing Fate" bercerita tentang dua orang yang sedang jatuh cinta dan saling menunggu. Materi pesan yang terdapat dalam lagu band Mocca yang berjudul "Changing Fate" yaitu mengingatkan agar berani dan tegas dalam mengambil keputusan, jika hanya menunggu tidak dapat mengubah takdir.

III.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam pembuatan video klip Mocca dengan judul lagu Changing Fate ini menggunakan *kinetic typography*. *Kinetic typography adalah* teknik animasi yang menggabungkan teks dan gerakan. Teknik ini akan menggunakan *background*, menggunakan *font*/tipografi yang sesuai antara lirik dan kesan, menampilkan lirik lagu yang selalu bergerak, menghilang dan berubah bentuk sesuai irama lagu. *Kinetic typography* diharapkan mampu menyampaikan pesan secara lebih ekspresif, mendramatisasi suasana, menggambarkan karakter, perasaan atau emosi dan mengarahkan perhatian/fokus khalayak. Tidak hanya terkait dengan teknik, didalam video klip tersebut juga dibuat efek visual grafis agar video klip lebih terlihat hidup dan menarik khalayak.

- *Copywriting*

  Judul video klip ini adalah "Mocca – Changing Fate *(kinetic typography)*". Mocca digunakan karena band yang menyanyikan lagu tersebut adalah band Mocca. Judul lagu video klip tersebut berjudul "Changing Fate" sedangkan *kinetic typography* merupakan teknik yang digunakan dalam video klip Mocca yang berjudul "Changing Fate".

III.1.5 Strategi Media

Strategi media menurut permasalahan dari objek penelitian:

1. Media Utama

- Video Klip

  Video klip menjadi media utama karena merupakan media yang tepat sebagai alat untuk memperkaya/memperkuat album Mocca yang berjudul "Home". Peran sebuah video klip juga sangat penting dalam membantu pemasaran sebuah album dan dapat menyampaikan pesan dari isi lagu suatu band. Melalui video klip diharapkan dapat menjangkau masyarakat luas di samping mencakup daerah lokal juga mampu mencakup mancanegara dengan penyebaran melalui Youtube.

2. Media Pendukung

   Media pendukung merupakan suatu media tambahan yang dibuat untuk membantu pendistribusian media utama. Pemilihan media pendukung pun sebaiknya masih memiliki keterkaitan dengan media utama yang berupa video klip, media pendukung tersebut antara lain:

- Poster

  Poster merupakan media periklanan yang berisi pesan atau informasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran, poster sangat efektif dalam mengiklankan suatu even atau promosi sehingga masyarakat dapat melihat dan memahami pesan yang disampaikan dalam waktu lebih lama.

- *Totebag*

  Totebag adalah semacam tas tangan yang sederhana terbuat dari bahan kanvas dan sedang menjadi *trend* masa kini. Merupakan media yang banyak diminati oleh penggemar band dan biasanya sebuah band menjual *merchandise* berupa *totebag*. Media ini sangat mendukung media utama karena banyak anak muda dalam aktifitas sehari-harinya menggunakan *totebag*, hal ini sangat menguntungkan karena banyaknya kesempatan untuk melakukan promosi.

- *X-banner*

  X-banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk *banner* dengan konstruksi penyangga berbentuk huruf "X" sehingga *banner* dapat berdiri sendiri. Media ini dibuat untuk memperkenalkan dan agar khalayak sasaran tertarik pada video klip Changing Fate.

- Kaos

  Kaos merupakan pakaian yang sangat umum dan dapat digunakan oleh semua golongan umur baik tua ataupun muda, lelaki maupun perempuan semua bisa memakainya. Media kaos sering dijadikan *merchandise* oleh sebuah band. Kaos sebuah band sering dipakai oleh para penggemar atau para penikmat musik sebagai pertanda bahwa mereka gemar dengan musik band tertentu atau sebagai *fashion* di kalangan penggemar musik. Khalayak sasaran yang merupakan anak

muda sangat sesuai dengan pemilihan kaos sebagai media pendukung karena anak muda cenderung lebih menyukai memakai kaos dibandingkan dengan kemeja.

- CD *cover* dan *box*

  Media utama yang berupa video akan memerlukan *packaging* berupa CD. CD *cover* dan *box* dibuat sebagai alat untuk menyampaikan video klip dalam bentuk file tidak melalui *streaming.*

- Stiker

  Stiker merupakan media yang cukup sederhana, akan tetapi banyak digunakan sebuah band sebagai media promosi. Sering kali dalam setiap even musik stiker sering dibagikan secara gratis kepada penonton sebagai bentuk menaikan eksistensi band tersebut.

- Kipas kertas

  Kipas kertas merupakan aksesoris remaja perempuan, digunakan saat cuaca panas di siang hari. Aksesoris ini diharapkan dapat menarik khalayak sasaran sebagai promosi agar menonton video klip.

- *Flyer*

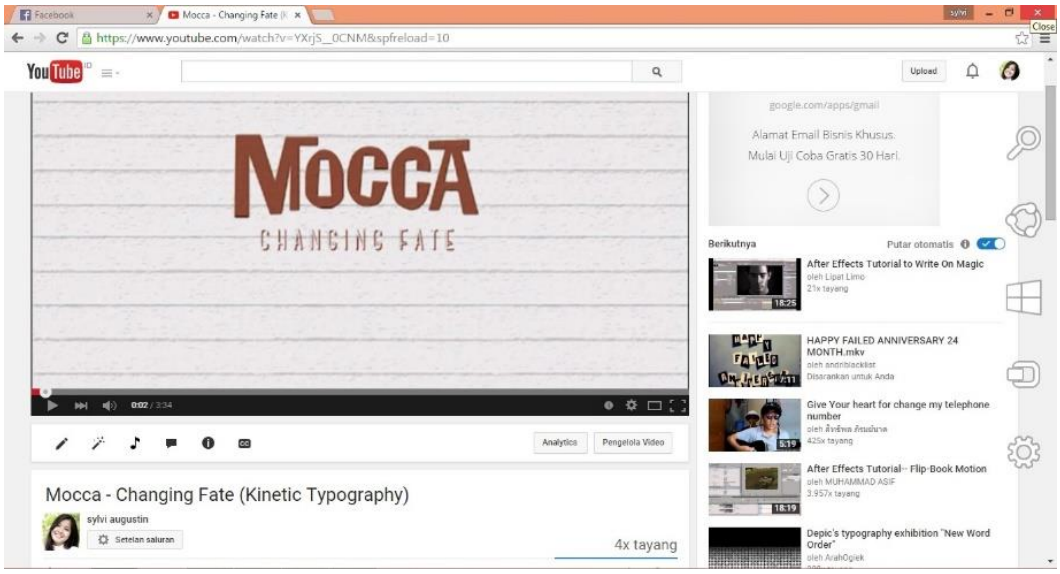
  Flyer merupakan *leaflet* yang hanya terdiri dari satu lembar, *flye*r berguna untuk mempublikasikan acara, even, atau produk. *Flyer* pada media pendukung ini akan digunakan untuk mengajak khalayak sasaran menonton video klip melalui youtube.

III.1.6 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam perancangan ini informasi harus sampai kepada khalayak sasaran, maka diperlukan strategi dalam mendistribusikan media informasi. Adapun yang menjadi bagian dari strategi distribusi media, yaitu tahap promosi keberadaan video klip.

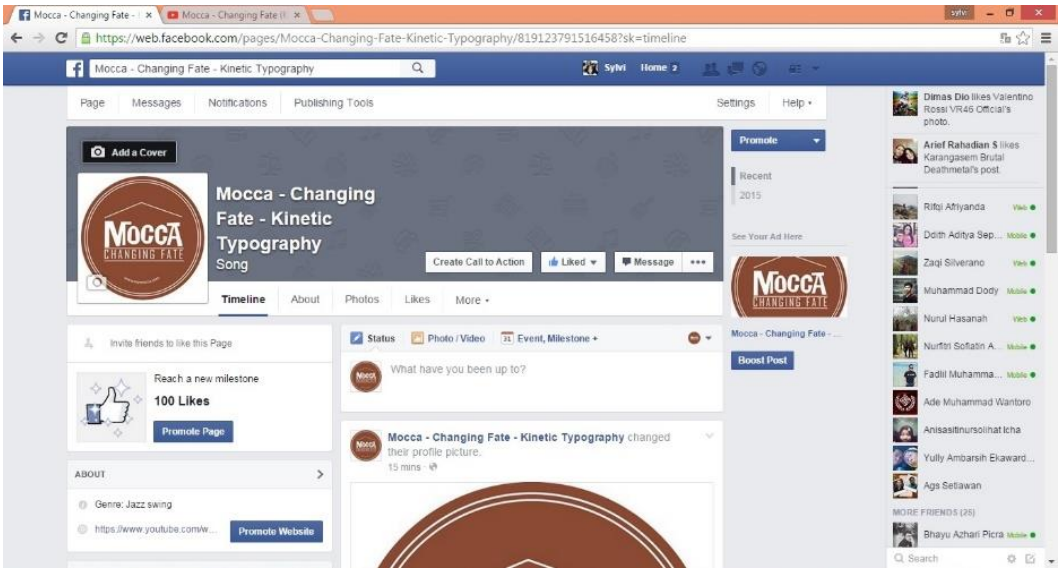
Video klip dapat ditonton di Youtube dengan link berikut:

https://www.youtube.com/watch?v=YXrjS__0CNM



Gambar III.2 *Screenshoot* video klip "Changing Fate"
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=YXrjS__0CNM (Diakses pada 30 Juli 2015)

Tahap keberadaan video klip harus didukung dari berbagai sosial media yang lain sebagai promosi dan menarik perhatian khalayak sasaran seperti melalui, *fan page* di facebook.



Gambar III.3 *Screenshoot fan page* facebook
Sumber: www.web.facebook.com/pages/Mocca-Changing-Fate-Kinetic-Typography/
(Diakses pada 30 Juli 2015)

Media utama dan pendukung membutuhkan strategi distribusi yang tepat agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran. Selain strategi distribusi yang tepat, distribusi media pun harus dilakukan ditempat yang tepat dan waktu yang tepat sebagai berikut:

Tabel III.1 Distribusi media berdasarkan lokasi penyebaran

No.	Media	Lokasi penyebaran
1	Video Klip	www.youtube.com, *breakout* net tv
2	Poster	Even-even musik, kampus, *cafe*, tembok jalan, tempat umum, *distro* UNKL347, Flashy
3	*Totebag*	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy
4	*X-banner*	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy
5	Kaos	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy
6	CD *cover* dan *box*	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy
7	Stiker	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy
8	Kipas kertas	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy
9	*Flyer*	Even-even musik, *distro* UNKL347, Flashy

Media pendukung seperti poster, *totebag*, kaos akan disebarkan melalui even-even musik dikalangan pelajar dan mahasiswa lalu melalui *distro (distribution outlet)* seperti UNKL347 dan Flashy yang dianggap sebagai *distro* yang sesuai dengan konsep band Mocca. *X-banner* dipasang diluar area *distro* dan *flyer* dibagikan ditempat umum sebagai salah satu upaya promosi. Stiker dan kipas kertas menjadi *merchandise* gratis jika berbelanja di *distro* tersebut dengan melebihi harga yang ditentukan. CD dan *box* juga tidak dijual, dibagikan gratis sebagai promosi.

Tabel. III.2 Distribusi media berdasarkan waktu penyebaran

No.	Media	Bulan/2015											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Video Klip							■	■	■			
2	Poster					■	■	■					
3	Totebag										■	■	■
4	*X-banner*						■	■	■	■			
5	Kaos										■	■	■
6	CD *cover* dan *box*							■	■	■			
7	Stiker	■	■								■	■	■
8	Kipas kertas	■										■	■
9	*Flyer*					■	■	■	■	■			

III.2 Konsep Visual

Perancangan video klip yang berjudul "Changing Fate" dari band Mocca akan disesuaikan dengan konsep sampul album Mocca yang berjudul "Home".

III.2.1 Format Desain

Lagu "Changing Fate" berdurasi 3:34 menit. Format video klip lagu ini menggunakan *widescreen* dengan ukuran 1024x768 juga ditambahkan *guide* yang berjarak 100px pada sisi atas dan bawah, 300px pada sisi kiri dan kanan agar bisa penuh di layar *widescreen.* Menggunakan layar *widescreen* karena *widescreen* merupakan ukuran standar format layar lebar atau bioskop.

III.2.2 Tata Letak *(layout)*

Layout atau penataan visual merupakan suatu komposisi dari berbagai unsur visual sehingga membentuk bahasa iklan yang efektif. Penataan visual *(layout)* dalam video klip ini adalah menggunakan tampilan *widescreen*. *Layout* atau penataan visual yang tepat bertujuan agar elemen visual dan verbal membuat khalayak sasaran lebih mudah dan nyaman membacanya. Format *layout* video klip "Changing Fate" memiliki peran berbeda antara visual dan verbal. Visual dibuat dengan warna *vintage* sesuai dengan sampul album sedangkan verbal menyesuaikan *font*/tipografi dengan lirik lagu. Berikut adalah tata letak dalam video klip, sebagai berikut:



Gambar III.4 Tata letak *(layout)* video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

III.2.3 Huruf

Dalam pemilihan huruf yang akan dimunculkan dalam video klip ini adalah huruf yang mendukung konsep serta menunjang intrepretasi visual dari lagu "Changing Fate". *Font* yang digunakan dalam video klip ini adalah *font* yang memberikan kesan serta sesuai dengan isi lagu tetapi tidak menggurangi tingkat *legibility.*

Font yang digunakan antara lain adalah sebagai berikut :



Gambar III.5 *In the darkest hour of night*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata *"in the"* menggunakan *font*:

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *sans serif* dengan *font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background* sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*

Pada kata *"DARKEST"* menggunakan *font*:

Wet Arial Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890! @#$%^&*()_+<>?:"

Font dipilih karena karakter *font* sangat sesuai dengan kata yang akan dimunculkan. Gelap, menakutkan tetapi tidak mengurangi tingkat *legibility.*

Pada kata *"HOUR"* menggunakan *font*:

QUARTZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih sesuai dengan karakter huruf/angka dalam jam analog, memakai garis putus-putus tetapi tidak mempengaruhi tingkat *legibility*.

Pada kata *"of* dan *NIGHT"* menggunakan *font*:

Grandesign Neue Serif/ *Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *serif* dengan font berwarna hitam yang kontras dengan warna *background* sangat mempengaruhi tingkat *legibility*.



Gambar III.6 *I'm sitting here*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*'M"* menggunakan *font*:

Neuropolitical Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *sans serif* dengan font berwarna hitam sangat kontras dengan warna *background* dan mempengaruhi tingkat *legibility.*



Gambar III.7 *Waiting for your reply*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*WAITING FOR YOUR"* menggunakan *font*:

MOON FLOWER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *script/handwriting* atau seperti tulisan tangan. Menggunakan *font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background* dan berpengaruh pada tingkat *legibility.*

Pada kata "*REPLY"* menggunakan *font*:

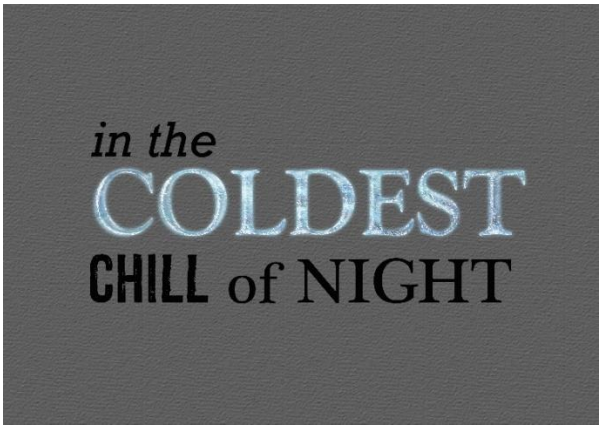
Nexa Rust Script L0

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 @ & ?

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *script. Font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background.* Pemilihan warna yang tepat sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*



Gambar III.8 *In the coldest chill of night*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*in the"* menggunakan *font*:

Rockwell/ *Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *serif* memiliki *strokes.* Menggunakan *font* berwarna hitam yang kontras dengan warna *background.*

Pada kata "*COLDEST"* menggunakan *font*:

Goudy Old Style Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font dipilih karena karakter *font* sangat sesuai dengan kata yang dimunculkan. Ditambah menggunakan efek seperti membeku agar memperkuat kesan dingin.

Pada kata "*CHILL"* menggunakan *font*:

REDGAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font dipilih karena karakter *font* sangat sesuai dengan kata yang akan dimunculkan. Dingin, tipis tetapi tidak mengurangi tingkat *legibility.*

Pada kata "*of* dan *NIGHT"* menggunakan *font*:

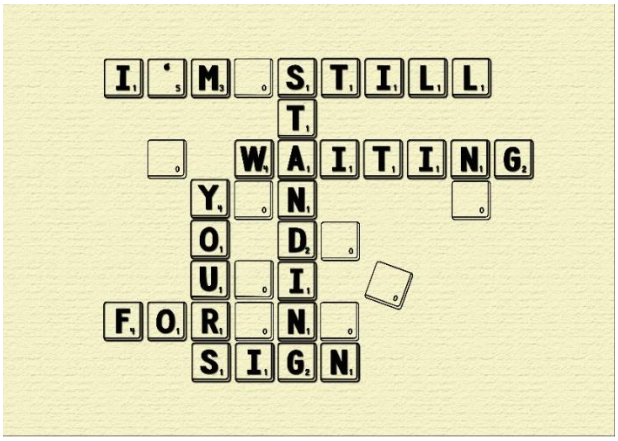
Plantagenet Cherokee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *serif* memiliki *strokes. Font* berwarna hitam yang kontras dengan warna *background.* Pemilihan warna yang tepat sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*



Gambar III.9 *I'm standing still waiting for yours sign*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*I'M STANDING STILL WAITING FOR YOURS SIGN*" menggunakan *font*:

DJB Letter Game Tiles Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ € * ( ) _ + < > ? : "

Font dipilih karena karakter *font* sangat sesuai dengan kata-kata yang akan dimunculkan. Seperti permainan huruf yang bergerak perlahan sesuai dengan lirik lagu yang akan tetap menunggu.



Gambar III.10 *What do we have now?*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*US*" menggunakan *font*:

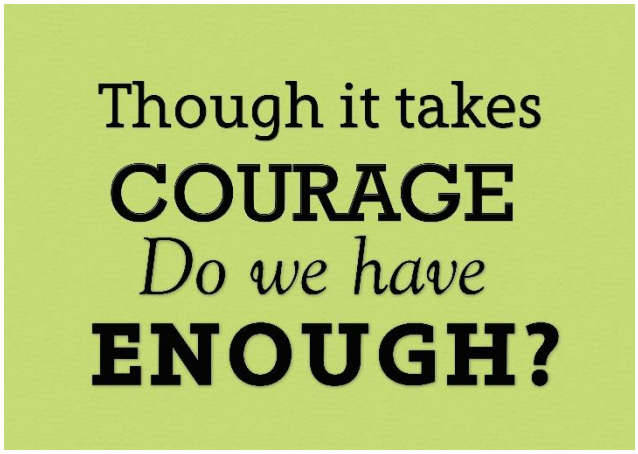
Gill Sans MT Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *sans serif* dengan *font* berwarna merah yang kontras dengan warna *background* sangat mempengaruhi tingkat *legibility*.



Gambar III.11 *Though it takes courage do we have enough?*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*Do we have*" menggunakan *font*:

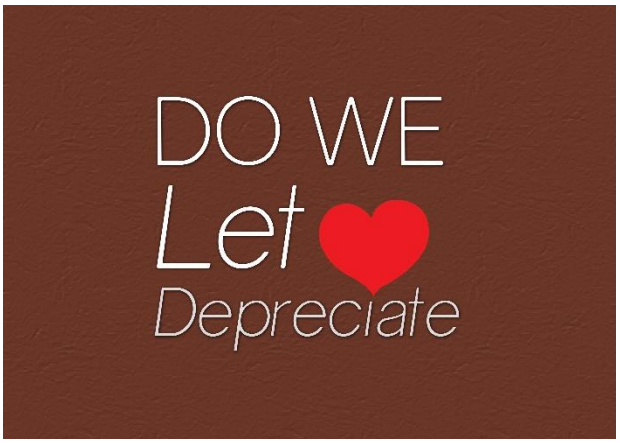
Goudy Old Style Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&()_+<>?:"*

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *script. Font* berwarna hitam yang kontras dengan warna *background.* Pemilihan warna yang tepat sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*



Gambar III.12 *Do we let love depriciate*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*Depreciate*" menggunakan *font*:

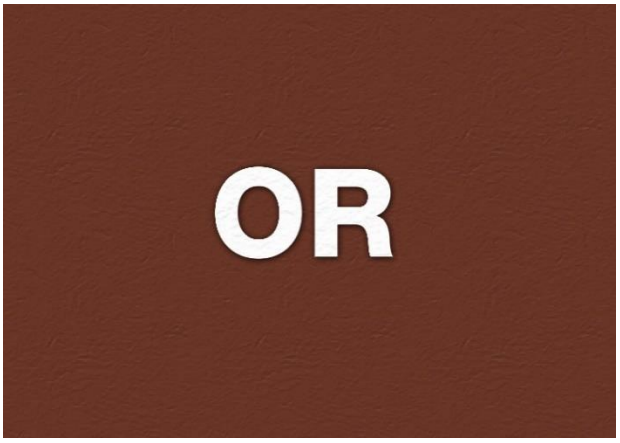
Gravity Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *sans serif. Font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background* sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*



Gambar III.13 *Or*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata "*OR*" menggunakan *font*:

Helvetica Neue LT Com 85 Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *sans serif. Sans serif* merupakan huruf tanpa kait/tangkai/*strokes*. *Font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background* sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*



Gambar III.14 Do we dare to change our fate?
Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)

Pada kata *"to change"* menggunakan *font*:

Nexa Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#$%^&*()_+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *sans serif. Font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background. Font* yang sangat tipis tidak mempengaruhi tingkat *legibility.*

Pada kata *"OUR FATE?"* menggunakan *font*:

METROPOLIS 1920 REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#$%^&*( ) _+<>?:"

Font yang dipilih termasuk kedalam kategori kelompok huruf *decorative. Font* berwarna putih yang kontras dengan warna *background* sangat mempengaruhi tingkat *legibility.*

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi dalam video klip merupakan bagian terpenting. Ilustrasi dalam video klip dibuat sangat sederhana. Hal ini bertujuan agar khalayak sasaran merasa nyaman dan ringan saat membaca setiap liriknya. Lirik satu persatu dipilihkan *font* yang sesuai dengan karakter dari lirik lagu, lalu dianimasikan dan digerakan semenarik mungkin agar khalayak tidak merasa jenuh.



Gambar III.15 *Scene* judul video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Ilustrasi pada judul sangat sederhana hanya menggunakan kata “Mocca” dan “Changing Fate” yang menjelaskan bahwa video klip tersebut merupakan lagu Mocca yang berjudul “Changing Fate”. *Background* berwarna biru diharapkan dapat membuat semangat khalayak sasaran.



Gambar III.16 *Scene* 1 video klip “Changing Fate”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 1 yang merupakan *intro* menggunakan *background* seperti dinding rumah sesuai dengan sampul album Mocca yang berjudul “Home”. Dinding berwarna abu, dihiasi dengan daun-daun yang berguguran.



Gambar III.17 *Scene* 2 video klip “Changing Fate”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 2 menggunakan *background* seperti dinding rumah sesuai dengan sampul album Mocca yang berjudul “Home” dengan suasana malam sehingga tampak lebih gelap. Didalam kata “*hour”* huruf “o” diubah menjadi gambar jam dinding.



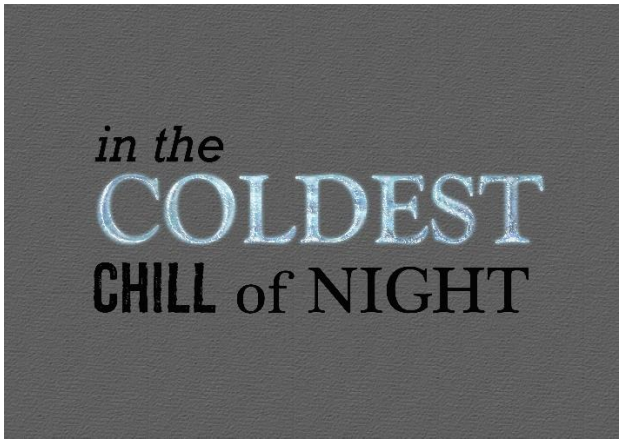
Gambar III.18 *Scene* 3 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 3 menggunakan *background* dengan suasana malam. Menggambarkan seseorang yang sedang duduk menunggu jawaban kekasihnya dibawah terangnya bulan sampai bulan bergerak dan hilang.



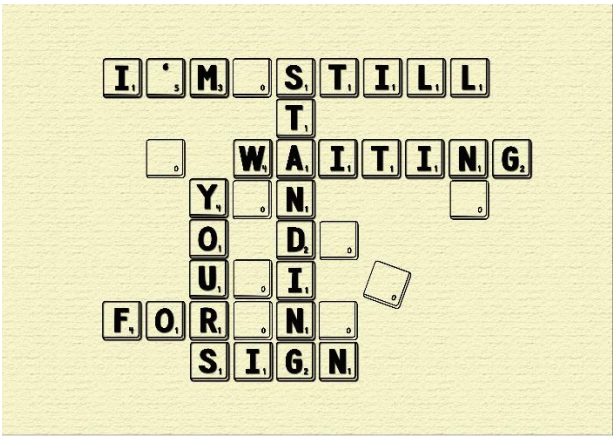
Gambar III.19 *Scene* 4 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 4 menggunakan gambar sebuah surat yang menandakan seseorang tersebut menunggu sebuah jawaban. Huruf dan *background* berwarna kontras agar baik tingkat keterbacaannya.



Gambar III.20 *Scene* 5 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 5 menggunakan *background* abu gelap dibuat kontras dengan warna *font*. Kata "*coldest"* diberi efek seperti membeku, "*chill"* seperti bergetar dan "*night"* berwarna hitam seperti gelapnya malam.



Gambar III.21 *Scene* 6 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 6 menggunakan *background* berwarna terang agar membuat khalayak tidak jenuh jika hanya diberi warna gelap. Ilustrasi pada scene 6 ini seperti permainan huruf bernama *scrubble*, yang bergerak satu persatu.



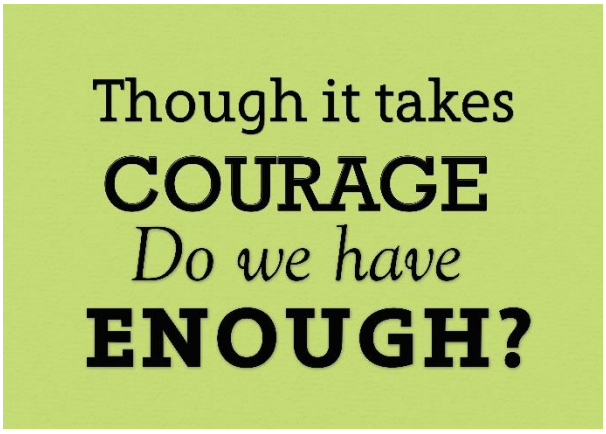
Gambar III.22 *Scene* 7 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 7 menggunakan *background* berwarna coklat muda. Lirik pada *scene* ini merupakan kalimat tanya yang menegaskan *"what do we have now?",* pada kata *"now"* diberi warna merah dan *bold* untuk memberi kesan menegaskan.



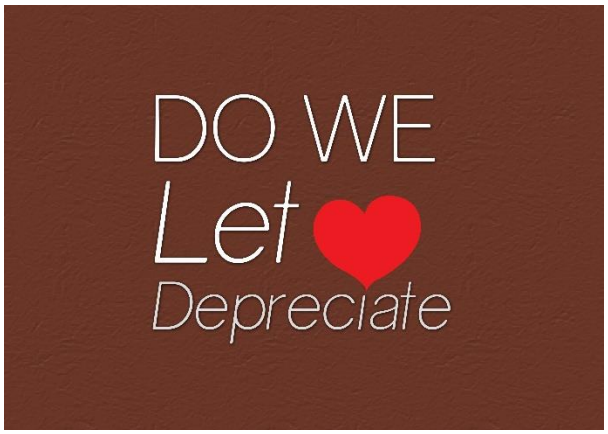
Gambar III.23 *Scene* 8 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 8 menggunakan *background* berwarna coklat muda. Memakai gambar seorang pria dan wanita yang diantara mereka terdapat kata-kata *"take a look at us",* pada kata *"look"* diberi kesan seperti mata yang seperti berbicara. Kata-kata pada lirik tersebut merupakan kata perintah sehingga kata *"us"* perlu diberi kesan tegas dengan menggunakan *font* berwarna merah.



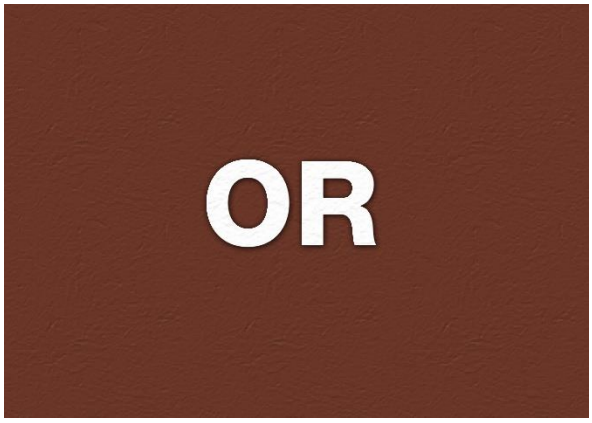
Gambar III.24 *Scene* 9 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 9 menggunakan *background* berwarna hijau muda. . Lirik pada *scene* ini merupakan kalimat tanya yang menegaskan *"though it takes courage do we have enough?",* pada kata *"courage"* dan *"enough"* diberi *bold* untuk memberi kesan menegaskan.



Gambar III.25 *Scene* 10 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 10 menggunakan *background* berwarna merah *maroon*. Pada lirik *"do we let love depreciate"*, kata *"love"* diganti menggunakan gambar hati berwarna merah.



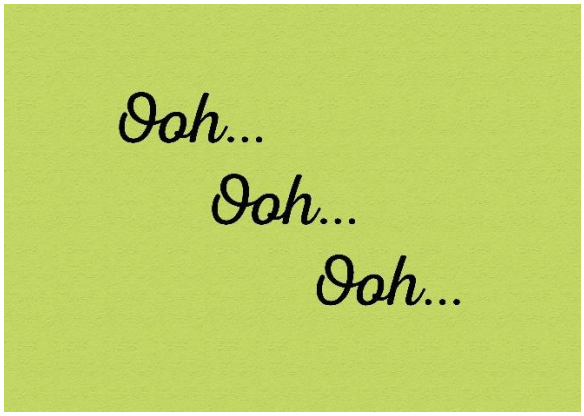
Gambar III.26 *Scene* 11 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 11 menggunakan *background* berwarna merah *maroon. Scene* ini hanya menampilkan satu kata *"or"* yang berwarna putih.



Gambar III.27 *Scene* 12 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 12 menggunakan *background* berwarna merah *maroon*. Lirik pada *scene* ini tidak menggunakan animasi hanya menggunakan *font* yang bervariasi.



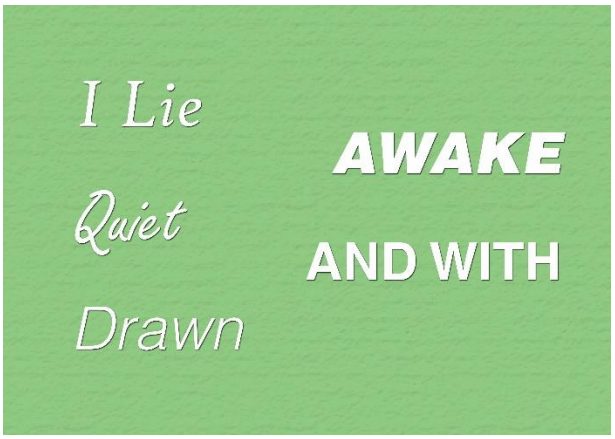
Gambar III.28 *Scene* 13 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 13 menggunakan *background* berwarna hijau muda. . Lirik pada *scene* ini muncul dan hilang sesuai dengan suara penyanyi wanita.



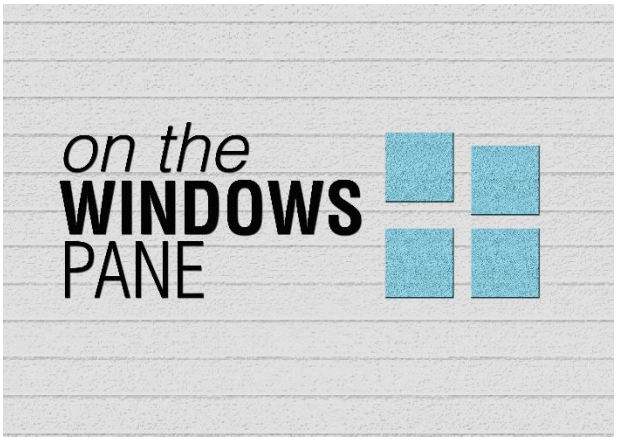
Gambar III.29 *Scene* 14 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 14 menggunakan *background* seperti tekstur daun kering berwarna oranye. Ilustrasi seperti senja, terdapat matahari yang perlahan turun dan menghilang.



Gambar III.30 *Scene* 15 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 15 menggunakan *background* berwarna hijau. Lirik pada *scene* ini dianimasikan sesuai dengan karakter lirik tersebut seperti *"awake"* yang berarti bangun, animasi pada kata *"awake"* tersebut pun seolah terbangun.



Gambar III.31 *Scene* 16 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 16 menggunakan *background* seperti dinding rumah sesuai dengan sampul album Mocca yang berjudul "Home". *Scene* ini terdapat sebuah jendela yang kilauannya bergerak mengikuti arah matahari.



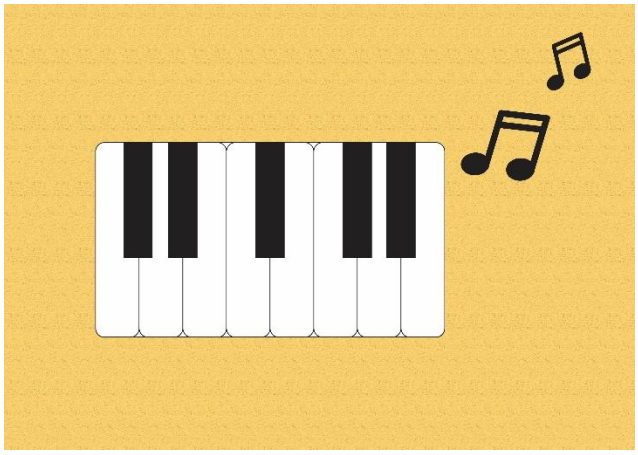
Gambar III.32 *Scene* 17 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 17 menggunakan *background* seperti dinding rumah dengan berwarna biru muda. Dalam video klip terdapat awan dan menjatuhkan hujan sesuai dengan lirik lagu *"the beating rain"*.



Gambar III.33 *Scene* 18 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 18 menggunakan *background* berwarna merah muda. *Font* pada kata *"song"* menyerupai alat musik. *Scene* ini juga terdapat sebuah *player vinyl* sehingga sangat kental dengan nuansa *vintage.*

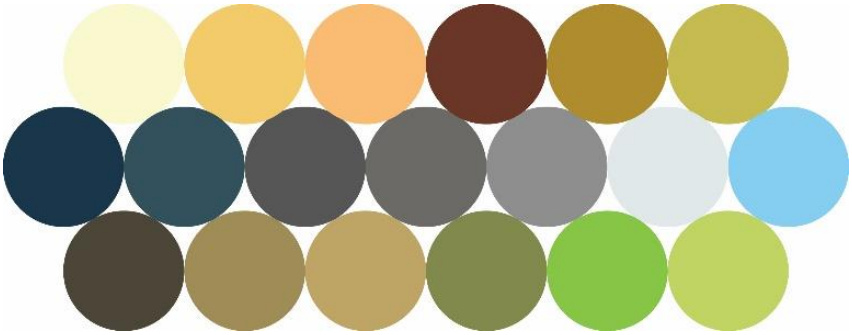


Gambar III.34 *Scene* 25 video klip "Changing Fate"
Sumber: Dokumentasi Pribadi (28 Juli 2015)

Pada *scene* 25 yang merupakan *bridge* terdapat sebuah piano dengan melodi yang bergerak, piano pun dianimasikan dan diberi kesan seperti dipijit sesuai dengan bunyi piano pada lagu. Video klip "Changing Fate" menggunakan kurang lebih 47 *scene*, yang dijelaskan disini kurang lebih 20 *scene* karena selebihnya memakai *scene* animasi yang diulang. Jika terlalu banyak menggunakan animasi yang berbeda dikhawatirkan khalayak tidak dapat menyimak dan menghafal lagu dengan baik.

III.2.5 Warna

Warna yang dipilih untuk *background* disesuaikan dengan karakter lagu "Changing Fate" adalah pilihan warna pastel bernuansa *vintage* memakai tekstur kertas yang bertujuan untuk menjaga *mood* dari keselurahan tema video. Karakter *vintage* dan penggunaan warna disesuaikan dengan *hue/saturation* berdasarkan sampul album Mocca yang berjudul "Home".



Gambar III.35 Warna *background* video klip "Changing Fate"

Sumber: Dokumentasi Pribadi (26 Juni 2015)