BAB IV MEDIA & TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media utama dalam perancangan promosi *single* Industri Kopi grup musik orkes keroncong Sir Iyai menggunakan media video klip. Karena video klip dapat menjadi media yang tepat untuk mempromosikan *single* baru dari orkes keroncong Sir Iyai. Tema dari video klip *single* Industri Kopi adalah tentang kebersamaan dari tiga orang sahabat yang salah satunya mengalami kesedihan dan teman yang lain berusaha untuk menghibur dengan mengajak berbicara, bermain musik, dan minum kopi sesuai dengan isi dari *single* Industri Kopi. Video klip *single* baru orkes keroncong Sir Iyai memiliki spesifikasi sebagai berikut:

Durasi: 04:37 Menit
Format Audio: Mp3
Format Video: Mp4
Frame Rate: 24 Fps
Frame Size: 1080x1920
Aspect Ratio: 2.35:1
Preset: HD 1080p



Gambar IV.1 Video Klip Sir Iyai – Industri Kopi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.1.1 Teknis Produksi

Dalam perancangan promosi *single* Industri Kopi orkes keroncong Sir Iyai, dibutuhkan alat-alat untuk menunjang kelancaran pada saat pengambilan gambar dan proses *editing* dilaksanakan. Berikut adalah alat-alat yang digunakan:

1. *Hardware*
   - Kamera DSLR

     Kamera DSLR digunakan karena selain bobotnya yang ringan, kecil tidak membutuhkan banyak ruang untuk menggunakannya, juga digunakan karena dapat merekam video dengan kualitas *Full Hight Definition*, serta dapat leluasa untuk mengatur gambar yang diinginkan.



Gambar IV.2 Kamera DSLR
Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-81Hj0fZmlUY/UeKqKFZN8rI/AAAAAAAAAXE/KQunQBSZUy4/s1600/Canon-EOS-600D.jpg
(Diakses pada 10/07/2018)

   - Lensa 50mm f.1/8

     Lensa 50mm f.1/8 digunakan karena lokasi pengambilan gambar yang ramai sehingga membutuhkan lensa yang memiliki diafragma rendah untuk mendapatkan hasil *background* yang *blur* sehingga pandangan akan fokus kepada objek yang dituju tidak teralihkan fokus ke objek yang mengganggu dibelakang.



Gambar IV.3 Lensa 50mm f.1/8
Sumber: https://i0.wp.com/belfot.com/wp-content/uploads/2012/10/lensa-prime-50mm-canon-2.jpg?resize=350%2C350
(Diakses pada 10/07/2018)

- Lensa Kit 18 – 55mm f.3,5

  Lensa Kit 18 – 55mm f.3,5 digunakan pada saat di luar ruangan untuk menjangkau objek berjarak dekat yang tidak bisa dijangkau oleh lensa fix 55mm.



Gambar IV.4 Lensa Kit 18 – 55mm f.3,5
Sumber: https://www.tokocamzone.com/image/cache/Lensa/Canon/ef-s/Canon%20EF-S%2018-55mm%20f3.5-5.6%20IS%20STM-600x666.jpg
(Diakses pada 10/07/2018)

- *Stabilizer Gimbal*

  Stabilizer Gimbal berfungsi untuk membantu pengambilan gambar saat *shot and run* agar tidak menghasilkan banyak guncangan pada video.



Gambar IV.5 *Stabilizer Gimbal*
Sumber:
https://cf2.s3.souqcdn.com/item/2017/04/27/22/58/39/23/item_XL_22583923_30993337.jpg
(Diakses pada 10/07/2018)

- Laptop

  Laptop digunakan untuk melakukan proses pembuatan *storyline* dan *editing*.



Gambar IV.6 Laptop
Sumber:
https://cf2.s3.souqcdn.com/item/2017/04/27/22/58/39/23/item_XL_22583923_30993337.jpg
(Diakses pada 10/07/2018)

2. *Software*

- Adobe Premiere Pro CC

  Software Adobe Premiere Pro CC digunakan untuk menggabungkan *file* video-video mentah kemudian disatukan, mengubah warna gambar, mengatur kecepatan, juga menggabungkan suara *ambient* kedalam video.

- Adobe Illustrator CS6

  Software Adobe Illustrator CS6 digunakan untuk membuat desain visual media pendukung dari promosi *single* Industri Kopi orkes keroncong Sir Iyai.

- Adobe Photoshop CS6

  Software Adobe Photoshop CS6 digunakan untuk membuat *mock up* dan mengedit foto yang akan dijadikan media pendukung dalam perancangan promosi *single* orkes keroncong Sir Iyai.

IV.1.2 Pra Produksi

Agar perancangan video klip *single* Industri Kopi orkes keroncong Sir Iyai dapat sesuai dengan apa yang ingin disampaikan makan dibutuhkan tahap pra produksi. Pra produksi juga dilakukan agar memudahkan saat tahap pengambilan gambar dilaksanakan. Berikut adalah tahap pra produksi yang dilakukan:

a. Penentuan *Crew*

- Sutradara: Adam Muhamad Arafat
- Kameramen: Adam Muhamad Arafat, Naufal Habib, Suhendar Masroh
- *Direct of Photography:* Adam Muhamad Arafat
- Editor: Adam Muhamad Arafat

b. Penentuan *Talent*

- Agung Ferdiantara

  Agung Ferdiantara dipilih karena memenuhi kriteria dalam konsep video klip yang dibuat. Agung memiliki wajah yang rupawan dan berpenampilan rapi. Sesuai dengan tokoh Jody dalam film Filosofi Kopi.



Gambar IV.7 *Talent* Agung
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

- Risma Anggraeni Putri

  Risma Anggraeni Putri dipilih karena memiliki rambut yang panjang, sesuai dengan tokoh Indi pada film Mika yang menjadi referensi perempuan pemalu dalam video klip Sir Iyai yang berjudul Industri Kopi.



Gambar IV.8 *Talent* Risma
Sumber: https://www.instagram.com/p/Bf57OjQnSJZ/?taken-by=rismanggraeniput_
(Diakses pada 10/07/2018)

- Diki

  Diki dipilih karena memiliki kriteria yang tepat sebagai tokoh yang menjadi referensi, yaitu Mika. Mika memiliki sifat supel dan ramah.



Gambar IV.9 *Talent* Diki
Sumber: https://www.instagram.com/p/BZHsxMXFd6H/?taken-by=jamtengahmalam
(Diakses pada 10/07/2018)

- Reski Putra

  Reski Putra dipilih karena latar belakang pekerjaannya yang seorang *barista* sehingga memudahkan saat mengambil gambar pada saat sedang beradegan membuat kopi. Reski juga memiliki kriteria yang cukup sesuai dengan tokoh Ben dalam film Filosofi Kopi yang terkesan cuek dalam berpenampilan.



Gambar IV.10 *Talent* Reski
Sumber: https://www.instagram.com/p/BiUAImJBWwS/?taken-by=reskiputra
(Diakses pada 10/07/2018)

- Bondan

  Bondan adalah *talent* bantu dalam video klip Industri Kopi. Bondan muncul beberapa kali dalam video klip untuk menambah kesan ramai dalam video klip. Bondan tidak memiliki kriteria khusus dalam video klip Industri Kopi karena keberadaannya tidak terlalu berpengaruh besar dalam jalan cerita video klip Industri Kopi.



Gambar IV.11 *Talent* Bondan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

c. Pemilihan Lokasi

- Lokasi a



Gambar IV.12 Lokasi a
Sumber: https://www.instagram.com/p/BUN7uRTDmIS/?taken-by=aditicoffeehouse
(Diakses pada 10/07/2018)

Lokasi a bertempat di Buah Batu, lokasi tersebut adalah sebuah *café*. *Café* dipilih karena lagu Industri Kopi tidak hanya bercerita tentang kisah

percintaan tetapi juga kebersamaan disebuah tempat. Maka dari itu dipilihlah salah satu *café* di Bandung untuk menjadi salah satu latar tempat dalam video klip.

- Lokasi b



Gambar IV.13 Lokasi b
Sumber: https://pbs.twimg.com/media/C48q3_FUEAAOEZc.jpg
(Diakses pada 10/07/2018)

Lokasi b bertempat dijalan Dago. Jalan Dago dipilih untuk menggambarkan tokoh utama yaitu Agung yang sedang kebingungan ingin pergi kemana pada saat dirinya sedang sedih.

- Lokasi c



Gambar IV.14 Lokasi c
Sumber: https://www.instagram.com/p/BjhEmpWALFE/?taken-by=dpakarbandung
(Diakses pada 10/07/2018)

Lokasi c bertempat disebuah *café* daerah Dago atas. Sama dengan lokasi a, lokasi c dipilih karena ingin menceritakan kebersamaan disebuah tempat. Tempat tersebut adalah sebuah *café* yang hijau. Selain faktor keindahan, *café* tersebut dipilih dengan tujuan untuk menggambarkan kesedihan dari tokoh Risma dan mencoba untuk mencari suasana yang segar dan hijau untuk menenangkan hati.

IV.1.3 Produksi

Proses produksi dilakukan selama 3 hari ditiga lokasi berbeda. *Angle* yang digunakan dalam pengambilan gambar kebanyakan menggunakan *medium shot*, *close up*, dan *extreme close up.* Untuk mempercepat proses pengambilan gambar, dalam satu kali *shooting* menggunakan dua kameramen.



Gambar IV.15 Proses pengambilan gambar
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar IV.16 Proses pengarahan kamera dan *talent*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar IV.17 *Medium Shot*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar IV.18 *Extreme Close Up*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar IV.19 *Close Up*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.1.4 Pasca Produksi

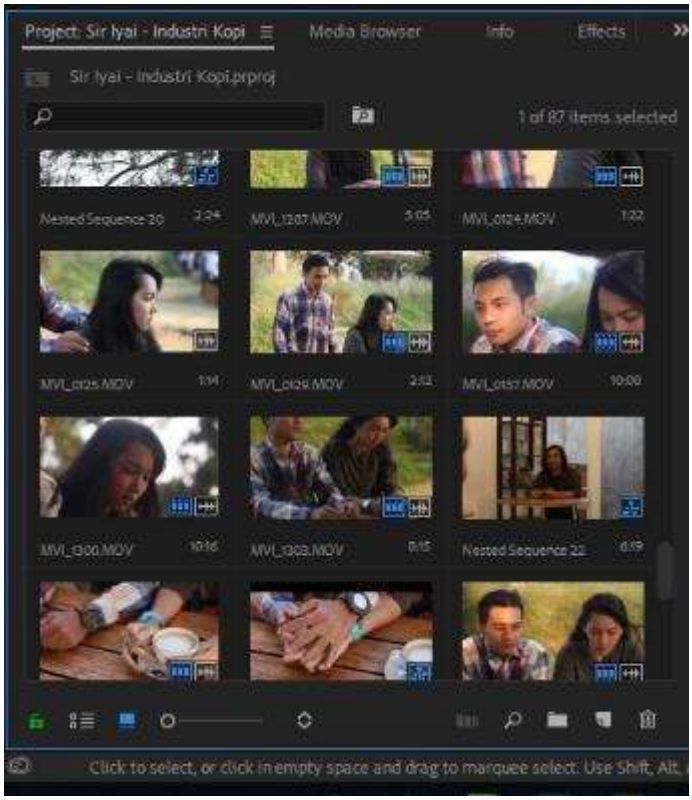
Pasca produksi merupakan tahap terakhir dalam perancangan video klip Industri Kopi. Setelah gambar telah diambil sesuai dengan *storyline*, maka dilakukan tahap *editing* untuk menyatukan *file-file* video menjadi satu, kemudian diberi efek seperti transisi, warna, dan *ambient.* Berikut adalah proses pasca produksi yang dilakukan:

- Pemindahan *file* video mentah kedalam laptop kemudian disusun agar memudahkan dalam menentukan video yang hendak dimasukan pada Premiere Pro CC.



Gambar IV.20 Proses transfer *file*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- *Import file* dari *disk drive* ke Adobe Premiere Pro CC



Gambar IV.21 *Import file*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Menggabungkan video, audio, *sound effect* ke dalam satu *sequence*



Gambar IV.22 Menggabungkan video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.1.5 Hasil Akhir

Setelah melakukan pra produksi, produksi dan pasca produksi maka video telah rampung dirancang untuk selanjutnya ditampilkan melalui media internet ataupun dimasukan dalam CD untuk bisa diperjual belikan. Berikut adalah hasil akhiri dari video klip orkes keroncong Sir Iyai berjudul Industri Kopi:



Gambar IV.23 Hasil akhir
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.2 Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan untuk menunjang promosi *single* baru orkes keroncong Sir Iyai:

a. *E-flyer*

E-flyer digunakan untuk menginformasikan kepada khalayak sasaran bahwa Sir Iyai akan merilis video klip *single* terbaru yang berjudul Industri Kopi. *E-flyer* akan disebar disosial media Sir Iyai seperti Instagram, Twitter, dan Facebook.



Gambar IV.24 *E-flyer*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : 800 x 800 px
Format : JPEG
Teknis Produsi : Digital

b. *T-shirt*

T-shirt biasanya digunakan oleh para pecinta musik untuk menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang penggemar dari suatu grup musik. Selain sebagai media untuk menunjukkan kesukaan seseorang terhadap suatu grup musik, *T-shirt* dalam perancangan *single* baru Sir Iyai dapat menjadi media promosi karena *T-shrit* akan dipakai oleh penggemar dan dilihat orang lain. Karena berbahan lembut maka *T-shirt* dicetak menggunakan *print DTG* agar hasil gambar merekat secara maksimal pada kain dan tahan lama walaupun dicuci berkali-kali. *T-shirt* ini bisa didapatkan dengan paket CD *single* Industri Kopi ataupun terpisah dan

dapat dibeli di distro kota Bandung, juga melalui *booth* yang tersedia pada saat Sir Iyai mengisi acara musik.



Gambar IV.25 *T-shirt*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : *All Size (Fit to* L*)*
Material : *Cotton combad 30s*
Teknis Produsi : *Print DTG*

c. *Totebag*

Totebag biasanya digunakan oleh khalayak sasaran untuk pergi ke acara musik, ke kampus, dan bermain. *Totebag* juga dapat menjadi media promosi untuk *single* baru orkes Keroncog Sir Iyai karena dengan menggunakan *totebag* tersebut, khalayak sasaran secara tidak langsung mempromosikan juga *single* baru orkes keroncong Sir Iyai. *Totebag* dicetak menggunakan sablon plastisol karena selain bahan kanvas yang tebal dan cukup kasar, sablon plastisol digunakan agar hasil gambar memiliki tekstur, tidak mudah mengelupas dan

tahan lama walaupun dicuci berkali-kali. *Totebag* menjadi wadah untuk menyimpan paket CD *single* Industri Kopi.



Gambar IV.26 *Totebag*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : 28 x 39 cm
Material : Kanvas
Teknis Produsi : Sablon Plastisol

d. *Cover Compact Disc*

Selain dipromosikan melalui internet, video klip *single* baru Sir Iyai juga dapat diperjual belikan dengan bentuk fisik. Kebanyakan para penggemar suatu grup musik ingin memiliki rilisan fisik dari grup musik yang disuka, maka dari itu dalam perancangan *single* baru orkes keroncong Sir Iyai membuat rilisan fisik dari *single* Industri Kopi agar para penggemar dapat membeli dan memiliki CD *single* Industri Kopi orkes keroncong Sir Iyai. CD ini bisa dibeli pada saat Sir Iyai manggung dan juga di distro kota Bandung. CD bisa dibeli satu paket dengan *totebag, patch, t-shirt*, pin, cangkir atau bisa juga dibeli terpisah.



Gambar IV.27 CD
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Cover Compact Disc

Ukuran : Diameter 12 cm

Material : *Sticker Chromo*

Teknis Produsi : Cetak *offset*

Packaging Compact Disc

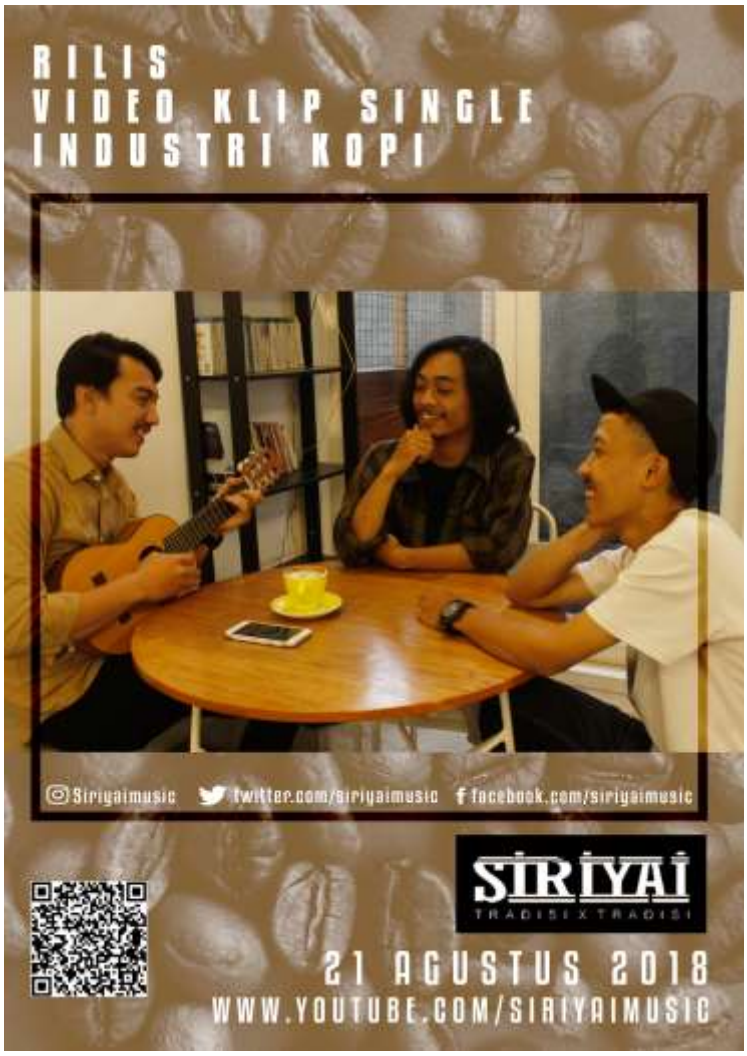
Ukuran : 14 x 12,5 cm

Material : *Art paper* 260gr

Teknis Produsi : Cetak *offset*

e. Poster

Poster ditempel di distro yang nantinya akan menjual *merchandise* orkes keroncong Sir Iyai. Untuk memberikan informasi bahwa Sir Iyai akan merilis video klip *single* barunya dan *merchandise* bisa didapatkan di toko yang menempelkan poster tersebut.



Gambar IV.28 Poster
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : A3 (29,7 x 42 cm)
Material : *Art paper* 260 gr
Teknis Produsi : Cetak *Offset*

f. Cangkir

Sesuai dengan tema lagu Sir Iyai yaitu Industri Kopi maka cangkir adalah media yang menarik untuk dijadikan *merchandise.* Karena khalayak sasaran menyukai berkumpul dan salah satu kegiatan sembari berkumpul adalah minum kopi bersama, maka cangkir dapat dijadikan media yang digunakan untuk mewadahi kopi sekaligus menunjukkan kegemarannya terhadap grup musik Sir Iyai. Cangkir bisa didapatkan oleh 100 orang pertama jika membeli paket CD *single*

Industri Kopi yang dijual pada saat Sir Iyai manggung atau di distro kota Bandung.



Gambar IV.29 Cangkir
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : Panjang 8 cm, diameter 8 cm
Material : Keramik
Teknis Produsi : Cetak *transfer paper*

g. *Patch*

Patch akhir-akhir ini sangat digandrung oleh remaja dan dewasa khususnya di kota Bandung, karena *patch* dapat diaplikasikan pada jaket, tas, sepatu, bahkan celana. *Patch* dipilih karena harganya yang terjangkau dibanding harus membeli jaket secara utuh, karena dengan menggunakan jaket merk apapun *patch* dapat diaplikasikan. Maka dari itu *patch* bisa menjadi *merchandise* yang menarik untuk khalayak sasaran. *Patch* bisa didapatkan jika membeli paket CD *single* Industri Kopi yang dijual pada saat Sir Iyai manggung atau di distro kota Bandung.



Gambar IV.30 *patch*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : 8 x 8 cm
Material : *Drill*
Teknis Produsi : Bordir

h. *Pick Guitar*

*Pick guita*r menjadi salah satu benda yang diincar oleh para penikmat musik yang datang ke acara-acara musik. Biasanya *pick guitar* diberikan secara cuma-cuma kepada penonton yang sedang melihat aksi panggung dari sekelompok grup musik, maka dari itu *pick guitar* cocok untuk dijadikan *gimmick*.



Gambar IV.31 *Pick Guitar*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : Tebal 1 mm

Material : PVC

Teknis Produsi : Cetak *Transfer paper*

i. Stiker

Sama halnya dengan *pick guitar*, stiker biasanya menjadi incaran para penikmat musik yang sedang melihat penampilan dari grup musik yang sedang tampil diatas panggung. Stiker biasanya disebar dari atas panggung secara cuma-cuma kemudian para penonton berburu untuk mendapatkannya.



Gambar IV.32 Stiker
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : 8 x 8 cm dan 8 x 3 cm

Material : *Vinyl*

Teknis Produsi : *Cutting*

j. *X-banner*

X-banner bisa digunakan untuk menginformasikan bahwa Sir Iyai telah merilis video klip *single* terbarunya. Didalam *x-banner* tertulis informasi tanggal rilis video klip dan alamat internet yang bisa khalayak sasaran akses untuk melihat

video klip terbaru orkes keroncong Sir Iyai. *X-banner* dapat dipasang ditempat-tempat penjualan kaset atau distro kota Badung dan bisa juga dipasang pada saat acara musik yang dihadiri oleh Sir Iyai.



Gambar IV.33 *X-banner*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : 60 x 160 cm
Material : *Luster*
Teknis Produsi : *Digital Print*

k. Pin

Sama halnya dengan *patch*, pin juga cukup digandrungi oleh khalayak sasaran karena dapat diaplikasikan pada jaket, tas, bahkan celana. Pin bisa didapatkan

jika membeli paket CD *single* Industri Kopi yang dijual pada saat Sir Iyai manggung atau di distro kota Bandung.



Gambar IV.34 Pin
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

Ukuran : Diameter 3 cm

Material : Plastik

Teknis Produsi : *Digital Print*