

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Media promosi yang umum digunakan dalam industri musik untuk mengiklankan lagu-lagu terbaru salah satunya adalah video musik. Bukan hanya sarana pemasaran, tetapi video musik juga menjadi alat yang efektif dalam membantu pendengar memahami esensi lagu yang sedang diputar, sekaligus meningkatkan rangsangan emosional melalui unsur visual dan naratif yang dipersembahkan.

Perancangan video klip ini adalah sebuah langkah untuk mempromosikan single lagu perdana berjudul “*veiled*” serta memperkenalkan band gremory agar lebih dapat dikenal di masyarakat, dan membuat pesan dalam lagu dapat lebih di pahami oleh penonton. Kebaruan perancangan ini adalah konsep penceritaan naratif dan performance band dalam video klip yang dipadukan dengan unsur jejepegan dan anime jepang.

Dengan perancangan ini, pemahaman tentang proses perancangan audio visual dapat diperluas, terutama dalam konteks video klip dan penggunaannya sebagai media promosi. Secara praktis, perancangan ini memiliki potensi pemanfaatan di berbagai bidang. Bagi media massa, karya ini dapat menjadi materi menarik untuk mendukung perkembangan musik indie di indonesia, khususnya dalam genre musik jepang. Perancangan video klip sebagai alat promosi dapat berkontribusi pada peningkatan variasi karya tugas akhir di program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) ISI Yogyakarta yang dapat dijadikan referensi berharga dalam merancang karya. Karya ini juga dapat dijadikan sebagai sumber hiburan yang mampu meningkatkan minat terhadap band Gremory X. Selain itu, perancangan ini dapat memberikan inspirasi kepada pemerintah untuk mendukung perkembangan industri kreatif lokal, terutama dalam genre musik jepang. Dengan demikian, perancangan ini memiliki dampak yang luas dengan memberikan kontribusi positif di berbagai bidang, menggambarkan

pentingnya perancangan video klip ini sebagai media promosi band Gremory X.

Perancangan ini melibatkan banyak pihak yang memberikan kontribusi dan dukungan. Penting untuk diakui bahwa perancang masih memiliki kekurangan dalam pengetahuannya dan sedang dalam proses pembelajaran. Dalam perancangan video klip untuk lagu *single "veiled"* sebagai media promosi band Gremory X, perancang menghadapi beberapa kendala yang menghambat kelancaran proses perancangan. Kendala tersebut terkait dengan persiapan pra-produksi dan kurangnya pengalaman.

Untuk menciptakan karya serupa atau yang lebih baik di masa depan yaitu persiapan yang lebih matang dan pemahaman konsep serta praktik lapangan, terutama dalam ilmu directing dan produksi, manajemen proyek dan waktu juga menjadi aspek yang tidak boleh diabaikan, mengingat proses pembuatan karya ini melibatkan tahapan yang cukup panjang dan membutuhkan pembelajaran cepat. Perancang juga menekankan pentingnya kerja sama tim dalam perancangan serupa, sesuatu yang mungkin terlupakan karena kurangnya pengalaman perancang. Pengalaman ini dianggap sebagai pembelajaran yang sangat berharga. Dengan kata lain, perancang berharap agar karya ini tetap menarik bagi yang menontonnya dan bisa menjadi sumber inspirasi bagi perancang lain untuk menciptakan karya serupa atau menyempurnakan perancangan ini.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa perancangan ini masih memiliki beberapa kekurangan, terutama dalam hal persiapan produksi, penyampaian pesan, dan eksekusi pembuatan karya video musik, yang disebabkan oleh adanya kendala tertentu. Diharapkan dari kekurangan tersebut, perancangan ini dapat dilanjutkan dan ditingkatkan oleh penulis atau peneliti lain untuk menghasilkan karya yang lebih baik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- detikhealth. (2022, March 15). *Hati-hati! QLC Bisa Memicu Upaya Bunuh Diri Pada Wanita*. Retrieved from detikhealth: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5983868/hati-hati-qlc-bisa-memicu-upaya-bunuh-diri-pada-wanita>
- Into The Light. (2019, Oktober 20). *Bunuh Diri sebagai Masalah Kesehatan Global: Data dan Fakta Terbaru*. Retrieved from intothelightid.org: <https://www.intothelightid.org/tentang-bunuh-diri/bunuh-diri-sebagai-masalah-kesehatan-global-data-dan-fakta-terbaru/>
- Jannah, R. M. (2013). *Fenomena Japanese Pop di Indonesia*.
- Jørgensen, J. B. (2022, Mei 31). *Wedio*. Retrieved from academy.wedio.com: <https://academy.wedio.com/types-of-music-videos/#:~:text=There%20are%20five%20main%20types,the%20best%20examples%20we%20know.>
- Moller, D. (2011, March 24). *Redefining Music Video*.
- Riadi, M. (2021, March 04). *Pengertian dan Unsur-unsur Sinematografi*. Retrieved from KajianPustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2021/03/pengertian-dan-unsur-unsur-sinematografi.html>
- Samsurijal.com*. (2018). Retrieved from samsurijal.com: <https://samsurijal.com/arti-jejepangan.html>
- Shaid, N. J. (2022, 02 19). *Kompas.com*. Retrieved from <https://money.kompas.com/https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all>
- Soundwave*. (n.d.). Retrieved from www.soundon.global/https://www.soundon.global/seo/forum/music-video-promotion-companies?lang=id
- Studiobinder. (2020, September 13). *What is Mise en Scène in Film: Definition and Examples*. Retrieved from <https://www.studiobinder.com/https://www.studiobinder.com/blog/mise-en-scene/>
- Syahrial. (2018, Mei 1). *Pentingkah Video Klip untuk Sebuah Lagu?* Retrieved from Steemit: <https://steemit.com/indonesia/@rial17/pentingkah-video-klip-untuk-sebuah-lagu>
- Tensai Nihongo. (2020, Maret 8). *Kupas Tuntas Dunia Tokusatsu di Jepang*. Retrieved from Tensai-indonesia.com: <https://tensai-indonesia.com/kupas-tuntas-dunia-tokusatsu-di-jepang/>
- Tiara, A. A. (2021, May 21). *Quarter Life Crisis Menurut Ahli*. Retrieved from Satu Persen: <https://satupersen.net/blog/quarter-life-crisis-menurut-ahli>
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*.

We-Xpats. (2020, November 12). Retrieved from [www.we-xpats.com: https://we-xpats.com/id/guide/as/jp/detail/4287/](https://we-xpats.com/id/guide/as/jp/detail/4287/)



LAMPIRAN



Gambar 5.1 Dokumentasi booth pameran



Gambar 5.2 Dokumentasi pasca sidang Tugas Akhir