

ABSTRACT

The existence of music is related to graphic design, some of the graphic design products that usually used as the supporting media of music is album covers, CD labels, and the various of official merchandise produced as supporting promotion media. Semiotika is an independent post-rock/instrumental band from Jambi city formed in 2014 and for the first time releases albums in 2015, the album titled Ruang is released in six Java Island big cities. After successfully get a big appreciation from the public, Semiotika plans for arrange a second album concepts as an effort to imaging and for the better achievement.

A final project thesis titled “Designing a Visual Communication of Semiotika Band Gelombang Darat Album” aims to create a characteristic visual identity on its album design. The data collecting methods used in the thesis is literature study from books or sourced from internet, interviews with relevant informants, and questionnaires. Data analysis using 5W+1H to finds thesis goals, target audience, and problem solving methods.

Designing Semiotika second album titled Gelombang Darat applying Art Deco theory and design concept as illustration style, layout, and typography, and set the color identity that applied on each media. The promotion media used is a visual communication media that related with music such as album releases, merchandise, and social media. Illustration and layout done by rough sketch based on reference and visual data, and then visualised into digital. According from some informants, the design final result is enough creating matching appearance beetwen design with Semiotika music character and philosophy.

Keywords: Semiotika band, post-rock, album, visual identity

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Perancangan	7
E. Manfaat Perancangan	8
F. Metode Perancangan	8
G. Tahap Perancangan	9
H. Sistematika Perancangan	9
BAB II	
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	
A. Studi Literatur	10
1. Promosi	10
2. Gaya Desain Grafis	16
B. Identifikasi Data	29
1. Musik <i>Post-Rock</i>	29
2. Band <i>Semiotika</i>	32
3. Data Produk	40
C. Analisis Gaya Desain dan Pemasaran	42

D. Analisis Data	49
E. Kesimpulan Analisis	51

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

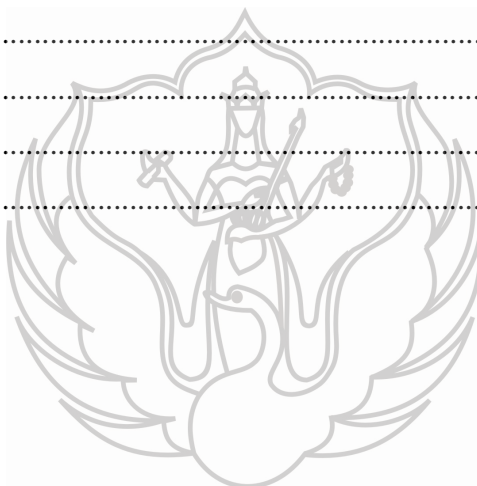
A. Tujuan Komunikasi	53
B. Strategi Komunikasi	54
C. Tujuan Media	55
1. Target Audiens	56
D. Strategi Media	58
E. Tujuan Perancangan	65
1. Tujuan Kreatif	65
2. Strategi Kreatif	65
F. Program Kreatif	68
G. Biaya Kreatif	77

BAB IV

VISUALISASI

A. Studi Visual	82
1. Studi Visual Ilustrasi	82
2. Studi Visual <i>Layout</i>	89
B. Program Visual	90
1. Warna	91
2. Tipografi	92
3. <i>Layout</i> Album	94
C. Final Desain	114
1. Album	114
2. CD	117
3. <i>Booklet</i>	118
4. <i>Album Holder</i>	122
D. Media Pendukung	123
1. <i>Sticker</i>	123
2. Poster	124
3. <i>T-shirt</i>	125

4. Kaset	126
5. Konten Media Sosial	128
6. Kartu Nama	129
7. <i>Tote Bag</i>	129
8. <i>Box Set Album</i>	130
E. Lampiran	131
BAB V	
PENUTUP	
A. Kesimpulan	135
B. Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN 1	141
LAMPIRAN 2	145
LAMPIRAN 3	148
LAMPIRAN 4	149
LAMPIRAN 5	150



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Desain <i>cover</i> album pertama <i>Semiotika</i> bertajuk Ruang	5
Gambar 2.1 Alex Steinweiss dan hasil karya desainnya	20
Gambar 2.2 Desain <i>cover</i> album Smash Song Hits oleh Rodgers & Hart	20
Gambar 2.3 Desain <i>cover</i> album ((AUMAN))	22
Gambar 2.4 Desain <i>cover</i> album Trè.....	23
Gambar 2.5 Desain <i>cover</i> album The S.I.G.I.T	24
Gambar 2.6 Desain <i>cover</i> album Efek Rumah Kaca	25
Gambar 2.7 Desain <i>cover</i> album The Upstairs	26
Gambar 2.8 Desain <i>cover</i> album Jenny	27
Gambar 2.9 Desain <i>cover</i> album Homicide	28
Gambar 2.10 Personil lengkap <i>Semiotika</i>	33
Gambar 2.11 Aksi panggung Billy Maulana	37
Gambar 2.12 Aksi panggung Riri Ferdiansyah	38
Gambar 2.13 Aksi panggung Yudhistira Adi Nugraha	39
Gambar 2.14 Desain <i>cover</i> album pertama <i>Semiotika</i> dengan judul Ruang	40
Gambar 2.15 Desain <i>cover</i> album A Slow In Dance	43
Gambar 2.16 Desain <i>cover</i> album A Slow In Dance	44
Gambar 2.17 Desain <i>cover</i> album Under The Big Bright Yellow Sun	45
Gambar 2.18 Desain <i>cover</i> album Under The Big Bright Yellow Sun	45
Gambar 2.19 Desain <i>cover</i> album Sigur Ros	47
Gambar 2.20 Desain <i>cover</i> album Explosions In The Sky	47
Gambar 2.21 Desain <i>cover</i> album Mogwai	48
Gambar 3.1 Desain ilustrasi poster karya Mads Berg	67
Gambar 3.2 Desain ilustrasi poster karya Mads Berg	67
Gambar 3.3 <i>Layout</i> dengan jarak margin yang sama	69
Gambar 3.4 <i>Layout</i> simetris	69
Gambar 3.5 Tata letak halaman profil <i>Instagram</i> Tycho	69
Gambar 3.6 <i>Layout</i> asimetris	71
Gambar 3.7 <i>Layout</i> asimetris	71
Gambar 3.8 <i>Layout</i> dengan isi konten yang lebih beragam	72

Gambar 3.9 <i>Layout</i> dengan isi konten yang lebih beragam	72
Gambar 3.10 Kemasan album yang menggunakan <i>finishing album holder</i>	76
Gambar 3.11 Kemasan album yang menggunakan <i>finishing album holder</i>	76
Gambar 4.1 Instrumen gitar klasik	82
Gambar 4.2 Instrumen gitar bass	83
Gambar 4.3 Instrumen <i>drum set</i>	83
Gambar 4.4 Foto perjalanan melalui jalur darat	84
Gambar 4.5 Foto perjalanan melalui jalur darat	84
Gambar 4.6 Foto perjalanan melalui jalur darat	85
Gambar 4.7 Foto situasi ketika sedang dalam perjalanan melalui jalur darat	85
Gambar 4.8 Foto situasi ketika sedang dalam perjalanan melalui jalur darat	85
Gambar 4.9 Monas sebagai <i>landmark</i> kota Jakarta	86
Gambar 4.10 Gedung Sate sebagai <i>landmark</i> kota Bandung	86
Gambar 4.11 Monumen Jogja Kembali sebagai <i>landmark</i> kota Jogja	86
Gambar 4.12 Gunung Merapi sebagai <i>landmark</i> kota Jogja dan pulau Jawa	87
Gambar 4.13 Candi Prambanan sebagai <i>landmark</i> kota Jogja dan pulau Jawa	87
Gambar 4.14 Candi Borobudur sebagai <i>landmark</i> kota Jogja dan pulau Jawa	87
Gambar 4.15 Stadion Manahan sebagai <i>landmark</i> kota Solo	88
Gambar 4.16 Tugu Malang sebagai <i>landmark</i> kota Malang	88
Gambar 4.17 Patung Suro dan Boyo sebagai <i>landmark</i> kota Surabaya	88
Gambar 4.18 Logo <i>Demajors Independent Music Industry</i>	89
Gambar 4.19 Komposisi <i>layout</i> dengan gaya desain <i>Art deco</i>	80
Gambar 4.20 Komposisi <i>layout</i> dengan gaya desain <i>Art deco</i>	80
Gambar 4.21 Komposisi <i>layout</i> dengan gaya desain <i>Art deco</i>	80
Gambar 4.22 Komposisi <i>layout</i> dengan gaya desain <i>Art deco</i>	80
Gambar 4.23 Suasana langit senja sebagai referensi penjaringan ide warna	91
Gambar 4.24 Hasil warna terpilih beserta karakter dan simbolisasinya	92
Gambar 4.25 Warna yang dipilih sebagai <i>color identity</i> untuk visualisasi	92
Gambar 4.26 Penjaringan ide tipografi	93
Gambar 4.27 Alternatif penjaringan ide tipografi	93
Gambar 4.28 Alternatif penjaringan ide tipografi	93
Gambar 4.29 <i>Logotype</i> terpilih	93

Gambar 4.30 Alternatif <i>logotype</i> terpilih	94
Gambar 4.31 Sketsa penjaringan ide ilustrasi <i>cover</i> depan	95
Gambar 4.32 Sketsa penjaringan ide ilustrasi <i>cover</i> depan	95
Gambar 4.33 Sketsa penjaringan ide ilustrasi <i>cover</i> depan	96
Gambar 4.34 Desain awal hasil penjaringan ide ilustrasi <i>cover</i> depan	96
Gambar 4.35 Desain terpilih untuk ilustrasi <i>cover</i> depan	97
Gambar 4.36 Sketsa penjaringan ide ilustrasi <i>cover</i> belakang	98
Gambar 4.37 Desain latar untuk ilustrasi <i>cover</i> belakang	98
Gambar 4.38 Desain <i>layout</i> untuk <i>cover</i> belakang	99
Gambar 4.39: Desain <i>layout</i> yang untuk ilustrasi <i>cover</i> album	99
Gambar 4.40 Sketsa penjaringan ide ilustrasi dalam album	100
Gambar 4.41 Sketsa penjaringan ide ilustrasi dalam album	101
Gambar 4.42 Desain untuk ilustrasi dalam album	101
Gambar 4.43 Sketsa penjaringan ide ilustrasi dalam album	102
Gambar 4.44 Sketsa penjaringan ide ilustrasi dalam album	102
Gambar 4.45 Desain untuk ilustrasi dalam album	103
Gambar 4.46 Sketsa penjaringan ide ilustrasi latar CD	104
Gambar 4.47 Desain latar untuk ilustrasi latar CD	104
Gambar 4.48 Desain <i>layout</i> untuk konten verbal dalam album	105
Gambar 4.49 Desain <i>layout</i> untuk CD album	106
Gambar 4.50 Desain ilustrasi hasil penjaringan ide simbolisasi judul lagu	110
Gambar 4.51 <i>Spread</i> desain untuk <i>cover booklet</i>	111
Gambar 4.52 Desain <i>layout</i> halaman awal <i>booklet</i>	111
Gambar 4.53 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	111
Gambar 4.54 Desain <i>layout</i> halaman akhir <i>booklet</i>	112
Gambar 4.55 Sketsa penjaringan ide ilustrasi <i>album holder</i>	113
Gambar 4.56 Desain <i>album holder</i> bagian depan	113
Gambar 4.57 Desain <i>album holder</i> bagian belakang	113
Gambar 4.58 Desain ilustrasi dan <i>layout cover</i> album	114
Gambar 4.59 Desain ilustrasi <i>cover</i> depan	114
Gambar 4.60 Desain ilustrasi <i>cover</i> belakang	115
Gambar 4.61 Desain ilustrasi bagian dalam album	115

Gambar 4.62 Desain ilustrasi bagian dalam album	116
Gambar 4.63 Desain ilustrasi bagian dalam album	116
Gambar 4.64 Desain <i>layout</i> konten verbal bagian dalam album	117
Gambar 4.65 Desain ilustrasi dan <i>layout</i> CD	117
Gambar 4.66 Desain <i>layout cover booklet</i>	117
Gambar 4.67 Desain <i>layout</i> halaman awal <i>booklet</i>	118
Gambar 4.68 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	118
Gambar 4.69 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	119
Gambar 4.70 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	119
Gambar 4.71 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	119
Gambar 4.72 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	120
Gambar 4.73 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	120
Gambar 4.74 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	120
Gambar 4.75 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	121
Gambar 4.76 Desain <i>layout</i> halaman isi <i>booklet</i>	121
Gambar 4.77 Desain <i>layout</i> halaman akhir <i>booklet</i>	121
Gambar 4.78 Desain <i>album holder</i> bagian depan	122
Gambar 4.79 Desain <i>album holder</i> bagian belakang	122
Gambar 4.80 Desain <i>sticker</i>	123
Gambar 4.81 Desain <i>sticker</i>	123
Gambar 4.82 Desain <i>sticker</i>	124
Gambar 4.83 Desain <i>layout</i> media pendukung poster	124
Gambar 4.84 Desain <i>t-shirt</i> bagian depan	125
Gambar 4.85 Desain ilustrasi <i>t-shirt</i> bagian belakang	125
Gambar 4.86 Desain ilustrasi <i>t-shirt</i> bagian depan	126
Gambar 4.87 Desain <i>hard cover</i> kaset	126
Gambar 4.88 Desain <i>layout cover</i> kaset	127
Gambar 4.89 Desain <i>layout</i> kaset	127
Gambar 4.90 Desain label kaset <i>side A</i>	127
Gambar 4.91 Desain label kaset <i>side B</i>	128
Gambar 4.92 Desain ilustrasi dan <i>layout</i> konten media sosial <i>Instagram</i>	128
Gambar 4.93 Desain ilustrasi dan <i>layout</i> kartu nama	129

Gambar 4.94 Desain ilustrasi <i>tote bag</i>	129
Gambar 4.95 Desain <i>hard cover box set</i>	130
Gambar 4.96 Desain <i>hard cover box set</i> bagian dalam	130
Gambar 4.97 <i>Mockup cover</i> album dan CD	131
Gambar 4.98 <i>Mockup</i> album, CD, dan media pendukung <i>booklet</i> dan <i>sticker</i> ..	131
Gambar 4.99 <i>Mockup</i> poster	132
Gambar 4.100 <i>Mockup t-shirt</i>	132
Gambar 4.101 <i>Mockup hard cover</i> kaset	133
Gambar 4.102 <i>Mockup cover</i> dan label kaset	133
Gambar 4.103 <i>Mockup</i> tata letak konten media sosial	133
Gambar 4.104 <i>Mockup</i> kartu nama	134
Gambar 4.105 <i>Mockup tote bag</i>	134
Gambar 4.106 <i>Mockup</i> katalog	134

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan 1.1 Sistematika perancangan	9
Tabel 4.1 Visualisasi untuk simbolisasi judul lagu	107
Tabel 4.2 Desain ilustrasi berdasarkan sumber visual	108
Tabel 4.3 Hasil penjaringan ide ilustrasi beserta penjelasannya	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Musik merupakan salah satu media ungkapan kesenian, musik mencerminkan kebudayaan masyarakat pendukungnya. Di dalam musik terkandung nilai dan norma-norma yang menjadi bagian dari proses enkulturasi budaya, baik dalam bentuk formal maupun informal. Musik juga memiliki bentuk yang khas, baik dari sudut struktural maupun jenisnya dalam kebudayaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia musik adalah ilmu atau seni menyusun nada atau suara yang diutarakan, kombinasi dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai keseimbangan dan kesatuan, nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu) (Tim Penyusun Pusat Kamus, 2007). Dilihat dari perannya dalam kehidupan sehari-hari, musik menjadi salah satu pelengkap kebutuhan hiburan manusia, mencakup semua kalangan usia mulai dari anak-anak hingga lansia, terlebih di zaman sekarang ini dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan yang semakin berkembang membuat hampir setiap aktifitas dalam keseharian masyarakat berhubungan dengan musik, seperti mendengarkan lagu untuk meningkatkan semangat beraktifitas, dan dalam situasi yang tidak disadari terdapat musik yang menjadi unsur pendukung seperti melihat pariwisata dalam televisi, membangkitkan suasana dan emosi ketika menonton film dan animasi, serta berbagai media komunikasi yang membutuhkan musik sebagai elemen penting yang dapat menarik perhatian masyarakat.

Keberadaan musik sangat erat hubungannya dengan desain grafis, musik dapat membantu melengkapi sebagai salah satu media dalam perancangan yang membuat sebuah desain lebih menarik untuk dilihat dan dinikmati, begitu juga sebaliknya desain grafis berperan sebagai pembentuk tampilan visual yang menarik ketika diterapkan ke dalam media digital

ataupun berbentuk fisik sehingga dapat menciptakan citra yang baik mewakili identitas dari karya musik yang dibuat, adapun beberapa produk hasil desain grafis yang umumnya digunakan sebagai media pendukung karya musik antara lain *cover* album, label CD, poster, dan berbagai macam merchandise resmi yang diproduksi sebagai media pendukung promosinya, tidak sedikit musisi yang memiliki *value* dalam karya musiknya, lalu memaksimalkan *value* tersebut melalui media pendukung promosi. Desain grafis menjadi sangat diandalkan ketika pencipta karya musik seperti penyanyi dan grup band ingin merilis lagu-lagu terbaru mereka dan memperdengarkannya kepada masyarakat dan penikmat musik melalui media cetak berbentuk album yang dirancang sesuai dengan karakter atau jenis aliran musik yang ada di dalamnya, tujuannya yakni sebagai strategi menciptakan keserasian antara warna musik dengan grafis/ilustrasi yang didesain dalam *layout* album, sehingga dapat lebih menarik minat masyarakat untuk membeli dan memiliki sepaket album diluar dari ketertarikan mereka dengan musisi dan lagu-lagu yang ada di dalamnya. Maka secara langsung grafis dari album tersebut sudah berperan membantu mempromosikan musisi yang merilisnya dengan dua citra yang berhasil dibangun, yang mana album tersebut berisikan lagu-lagu yang layak untuk diperdengarkan serta memiliki grafis bernilai seni dan daya simpan sebagai *collectable items* atau benda koleksi, keberuntungan tersebut tentu akan diperoleh oleh musisi yang dengan serius menyikapi perencanaan dalam perilisan lagu-lagunya hingga ke aspek grafis visualnya.

Aspek visual merupakan hal yang penting untuk ditata karena menjadi tolak ukur utama penilaian manusia terhadap suatu bentuk atau ilustrasi dinilai baik atau buruk, ketika mata menjadi panca indera yang pertama kali menangkap wujud dan warna objek yang ada di depannya yang kemudian gambaran dari objek tersebut terkirimkan ke otak untuk segera terstimulasikan menjadi sebuah pemikiran-pemikiran yang terbentuk berdasarkan pengalaman dan imajinasi manusia seperti emosi, ekspresi, pertanyaan, rasa ingin tahu, apresiasi, dan sebagainya. Seperti dikutip dari *Medical Daily*, manusia lebih mudah mengingat wajah daripada nama

seseorang karena otak manusia lebih dilengkapi dengan kemampuan memproses data visual.

Dewasa ini banyak band-band indie lokal yang berlomba-lomba berkarya menciptakan lagu demi lagu dengan lirik-lirik yang emosional dan umumnya merupakan pengungkapan berdasarkan kejadian/pengalaman dalam kehidupan sehari-hari, dilansir dari artikel yang ditulis dalam blog Rolling Stone Indonesia “Dari sirkuit musik dalam negeri, tahun 2015 adalah milik para debutan. Dalam daftar dua puluh album Indonesia terbaik versi kami misalnya, lebih dari setengahnya memiliki status album perdana. Bahkan podium tiga besar dihuni oleh band-band yang baru merilis karya album pertama” (<http://www.rollingstone.co.id>). Kumpulan lagu-lagu tersebut kemudian dikompres menjadi satu media berwujud album dan CD yang berfungsi menampung data suara dan desain grafis album ke dalam satu rilisan fisik yang siap didistribusikan ke publik, sebelum memasuki proses tersebut tentu memerlukan penyusunan strategi dan konsep yang digunakan guna memudahkan dalam merancang konten visual dari album yang akan dirilis, sehingga tidak hanya materi lirik dan lagu saja yang dikerjakan secara matang, konten visualnya pun juga mendapat perhatian khusus untuk menselaraskan kedua unsur tersebut. Tidak sedikit band indie lokal yang akhirnya merilis album musik mereka dengan sentuhan grafis/ilustrasi yang menarik dan bahkan memiliki identitas visual tersendiri, beberapa band justru dengan sengaja mengajak seniman/desainer yang sudah memiliki ciri khas dalam karyanya untuk mengerjakan konten visual dari album yang akan dirilis, desainer yang memang berkompetensi dalam merancang desain yang mampu menciptakan identitas visual band tersebut, sehingga hasil akhir perancangan album yang sampai ke tangan penikmat musik dapat membayar penantian dan antusias mereka terhadap musik dari musisi yang diidolakan melalui tampilan pertama yang mereka lihat yakni desain grafisnya.

Namun rilisan album tersebut tentu akan beredar di tengah-tengah publik dengan bermacam-macam ketertarikan terhadap aliran musik dari berbagai band, sangat menguntungkan bagi band yang mendesain grafis

albumnya untuk menarik perhatian dan menambah daya beli terhadap penikmat musik dengan karakteristik yang berbeda-beda yaitu antara lain penikmat musik yang memang sudah mengenali identitas band yang merilis album sehingga mengapresiasi karyanya dengan membeli rilisan album band tersebut, lalu penikmat musik yang belum mengetahui identitas dan karakter dari sebuah band dan ingin mencari tahu dengan mencari album dari band tersebut, maka dapat dipastikan peran grafis album akan sangat berpengaruh disini ketika orang-orang melihat dan mencari album dari berbagai macam musisi yang disusun berdasarkan aliran musik dalam etalase/rak di toko kaset dan CD, maka grafis yang paling menarik lah yang akan menjadi perhatian penikmat musik untuk melihat-lihat dan mencari tahu identitas band dan konten dalam album tersebut, mengingat mata merupakan panca indera utama manusia yang menghasilkan penilaian sementara baik atau buruknya suatu objek berdasarkan penglihatan sepiintas. Namun bagaimana jika sebuah band tidak merancang albumnya dengan grafis yang kuat dan belum memiliki identitas visual yang tentunya dapat berdampak pada pembentukan *brand image* dari band tersebut, tentu akan sangat disayangkan ketika sudah memiliki materi lagu yang matang tetapi tidak dibarengi dengan perencanaan *packaging* album yang belum terkonsep, maka kesinambungan antara lagu yang ingin disampaikan dengan konten visual dari grafis album pun tidak tercipta secara sempurna, pencapaian suatu *brand image* dapat dilakukan melalui berbagai cara salah satunya adalah memulai promosi, disaat band-band lain saling berkompetisi merilis album mereka dengan konten desain grafis yang menarik seakan seperti mengajak untuk berperang visual ketika album-album tersebut disandingkan bersebelahan, dapat diibaratkan seperti susunan produk makanan pada etalase *supermarket* yang semuanya memiliki grafis desain yang kuat dan seakan berteriak untuk menarik perhatian mata konsumen yang melintas. Menurut banyak penelitian, dalam menghadapi dua produk serupa, konsumen biasanya memilih untuk membeli yang paling menarik, *original* atau *eye-catching*, yang mendasar untuk sebuah kemasan.

Pada penghujung tahun 2015 lalu terdapat salah satu band indie lokal bernama *Semiotika* yang untuk pertama kalinya merilis debut album musik mereka yang bertajuk “Ruang”, album berisikan tujuh lagu tersebut merupakan representasi dari hasil mengekspresikan emosi dan kegelisahan mereka terhadap kondisi keseharian tempat dimana mereka berasal yakni kota Jambi. Trio yang mengusung aliran musik *post-rock/instrumental* tersebut menggunakan tehnik fotografi sebagai desain *cover* album mereka, tidak banyak elemen visual yang dibuat didalamnya membuat mata hanya terfokus pada ilustrasi foto yang dapat mengundang imajinasi publik untuk membuat cerita sendiri dari apa yang ingin diungkapkan *Semiotika* melalui desain *cover* albumnya, namun selain logo band tidak banyak aspek yang berpotensi memberikan identitas visual tersendiri bagi *Semiotika* yang membedakan secara visual dengan grafis album band-band indie lokal lainnya.



Gambar 1.1: Desain *cover* album pertama *Semiotika* bertajuk Ruang
(sumber: <http://ronascent.biz/2016/01/semiotika-ruang-nada-nada-imajiner-tanah-sumatra/>
diakses pada 19 September 2016)

Jika dilihat dari respon publik yang me-*review* materi lagu-lagu yang ada di album Ruang, mereka cukup mendapat apresiasi yang baik dari

beberapa penulis artikel di media *online* dan salah satunya menulis seperti berikut, “Gitar, drum, dan bass yang repetitif jadi menu utama, layaknya musik *post-rock* kebanyakan. *Semiotika* nampak matang mempertanggungjawabkan apa yang mereka cinta dan ciptakan” (<http://felixdass.com>). Tidak ingin diam begitu saja menikmati kesuksesan debut album pertamanya, *Semiotika* berencana untuk segera menyusun materi dan konsep baru yang lebih matang dalam pengerjaannya sebagai strategi peluncuran album kedua mereka yang diharapkan mampu membangun respon publik untuk pencapaian yang lebih luas lagi, bukan hanya respon terhadap materi lagu saja tetapi juga dari berbagai dampak yang muncul dari sejak dirilisnya album seperti kualitas konten visual album yang semakin menarik, mulai terbentuknya identitas band/*brand image* yang memiliki *value*, dan untuk *Semiotika* yang lebih dikenal lagi oleh publik.

Maka dari itu dengan direncanakannya proses pengerjaan album kedua oleh *Semiotika*, maka akan dirancang sebuah desain grafis album yang nantinya akan dibentuk menjadi satu paket *box set* yang di dalamnya akan berisikan konten visual seperti sampul album, *artwork* lagu, label CD, dan *layout* konten verbal, tidak hanya itu berbagai media pendukung promosi seperti kaos, poster, *sticker*, tiket, kartu nama dan sebagainya pun juga ikut menjadi perhatian sehingga akan tercipta keseragaman secara visual pada saat proses promosi perilisan album dimulai, album kedua akan lebih memiliki tema dari konten visual yang dibuat dengan gaya desain yang menarik, hal tersebut bertujuan untuk membentuk *visual identity* yang khas yang dapat menjadi citra *Semiotika* sebagai band indie lokal yang memiliki kualitas yang layak diperhatikan perkembangannya, dalam proses pendistribusian album ke berbagai kota di Indonesia, album kedua rilisan *Semiotika* akan mampu bersanding dengan album-album dari band indie lokal lainnya yang sama-sama memiliki grafis visual yang *eye-catching* dan menarik antusias publik untuk memiliki satu paket album dari *Semiotika*, publik yang tertarik untuk membeli album dari *Semiotika* tidak hanya sekedar mendengarkan materi lagu yang ada di dalamnya, secara tidak langsung akan timbul *sense of*

belonging terhadap album yang dirancang dengan konten visual yang menarik, dengan adanya perancangan yang matang untuk mengkomunikasikan harapan tersebut maka diharapkan publik dapat tergugah ketertarikannya dengan *Semiotika*, serta memicu keingintahuan publik agar lebih mengenal *Semiotika* dan meningkatkan nilai apresiasi dari karya-karya musiknya. Tidak semata-mata meraih keuntungan untuk *Semiotika* sendiri, perancangan album yang dikonsep secara matang tersebut diharapkan mampu menginspirasi band-band indie lokal lainnya yang memiliki permasalahan dalam pembentukan *value*, *brand image*, dan identitas visual sebuah band dengan cara merancang media promosi untuk band mereka melalui desain grafis album yang harus mulai disikapi dengan serius.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komunikasi visual album band *Semiotika* sebagai langkah promosi kepada pecinta musik *post-rock*?

C. Batasan Masalah

1. Perancangan dibatasi pada media promosinya yang hanya mencakup dalam kategori media visual.
2. Khalayak sasaran adalah seluruh masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat dengan ketertarikannya terhadap musik dari band indie lokal.

D. Tujuan Perancangan

Merancang grafis album kedua *Semiotika* sebagai upaya untuk menciptakan *visual identity* yang berkarakter untuk sebuah band, merancang grafis media promosinya sehingga lebih mudah dikenal oleh publik dan mendapat tempat yang baik di hati penikmat musik band indie sebagai band asal kota Jambi yang layak diperhatikan.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi masyarakat: Menambah pengetahuan tentang salah satu gerakan musik band indie yang sukses yang berasal dari kota Jambi, menjadi inspirasi untuk mulai berpikir kreatif dalam membangun identitas visual sebuah band dengan cara merancang media promosi untuk band melalui desain grafis album.
2. Manfaat bagi lembaga pendidikan: Perancangan diharapkan mampu menjadi referensi tambahan mahasiswa desain komunikasi visual dalam melihat suatu permasalahan yang berhubungan dengan *visual identity* untuk dicari solusi pemecahan masalahnya melalui media komunikasi visual, salah satunya adalah media promosi.
3. Manfaat bagi *Semiotika*: Membantu membentuk serta membangun *identitas visual* sebuah band yang memiliki citra yang berkarakter melalui desain grafis album, dan menjadi alternatif dalam meraih perhatian publik terhadap musik yang ditawarkan sehingga berpeluang menciptakan pasar musik band indie lokal melalui perancangan media promosinya.

F. Metode Perancangan

Dalam metode perancangan ini secara garis besar akan disampaikan tentang bagaimana cara mengelola permasalahan komunikasi visual berdasarkan perancangan yang sistematis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

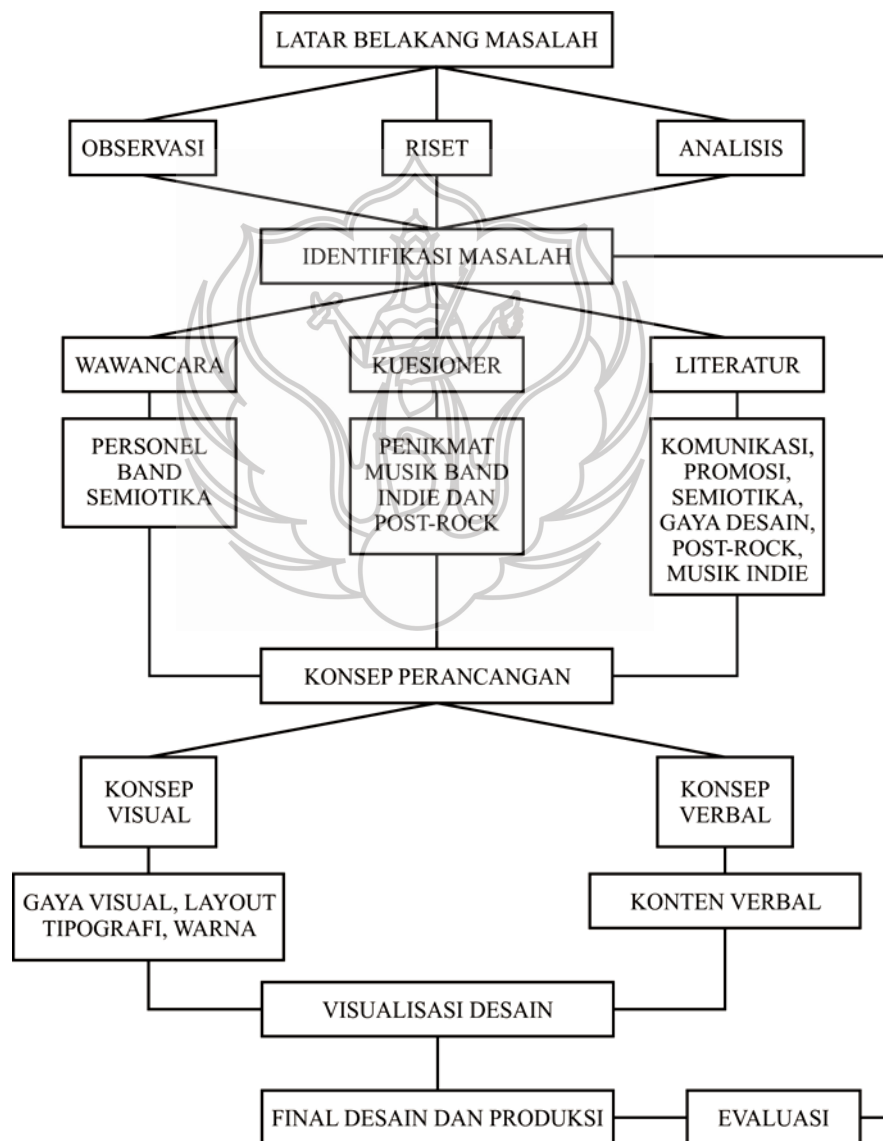
1. Metode Pengumpulan Data

Langkah awal yang dilakukan guna mengumpulkan data primer adalah dengan wawancara dan dokumentasi, data mengenai informasi profil dan materi album kedua band *Semiotika*, wawancara dengan masing-masing personel sebagai data verbal, mengumpulkan hasil dokumentasi sebagai data visual, lalu mencari data kepustakaan berupa teori-teori media promosi yang diperoleh dari penelitian lain dan internet sebagai data sekunder, setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul mulai memasuki proses perancangan berdasarkan data yang sudah diolah.

G. Tahap Perancangan

1. Pencarian dan persiapan materi
2. Penjaringan ide dan studi visual
3. Digitalisasi konten dan penulisan konten naratif
4. *Final layout design* dan produksi
5. *Finishing*

H. Sistematika Perancangan



Bagan 1.1: Sistematika perancangan komunikasi visual album band Semiotika (sumber: Dokumentasi Aryadwipa, 2017)