

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan grafis album kedua band *Semiotika* yang berjudul *Gelombang Darat* ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual di dalam sebuah grup musik melalui perancangan album dan media pendukung promosinya. Hal-hal yang perlu dilakukan sebelum memulai proses perancangan adalah terlebih dahulu mencari data-data yang terkait dengan band tersebut dan data yang mendukung sebagai landasan permasalahan. Merancang grafis album grup musik tidak semata-mata hanya berdasarkan karakteristik band atau musiknya saja, namun ada banyak hal yang perlu diperhatikan sebagai cara untuk menemukan teori dan metode yang akan memecahkan permasalahan. Dalam sebuah aliran musik tentu terdapat latar belakang historis yang mengikuti perkembangannya, dimulai dari awal teridentifikasinya hingga menyebar ke berbagai wilayah, yang diikuti pula dengan gaya desain apa yang sedang berkembang di masa itu, maka akan terlihat adakah pengaruh gaya desain tersebut dengan karakter *genre* musik yang pada hal ini grafis albumnya.

Gaya desain yang digunakan pada perancangan ini adalah *Art Deco*, gaya desain *Art Deco* dipilih sebagai gaya visual perancangan album *Semiotika* dikarenakan gaya desain tersebut memiliki karakter yang berkaitan dengan karakter dari band *Semiotika* juga, karakter yang dalam artian bukan dari bentuk dan penampilan, melainkan latar belakang, konsep, dan cara pandang yang mendasari proses menciptakan sebuah karya. Selain itu juga perlu untuk mengidentifikasi seperti apa karakter atau gaya desain yang digunakan oleh pesaing atau band serupa, dengan tujuan untuk mengetahui gaya desain yang digunakan oleh pesaing dimasa sekarang, sehingga dapat dijadikan pembandingan untuk merancang grafis yang lebih menarik dan dapat tetap menyesuaikan dengan selera target audiens di pasaran.

Desain grafis menjadi sangat berperan sebagai pembentuk identitas sebuah grup musik melalui pengolahan aspek visualnya, tidak hanya bermula dari perancangan grafis albumnya saja, pembentuk identitas visual dapat diperoleh dari perancangan media-media pendukung promosinya seperti rilisan fisik, *merchandise*, hingga kebutuhan konten media *online*, dimana media tersebut ditentukan berdasarkan persentase seberapa sering bersinggungan dengan target audiens dan juga perlu mengikuti dengan karakteristik bandnya. Adapun aspek-aspek yang dapat mendukung pembentukan identitas visual antara lain dengan menentukan strategi kreatif yang terdiri dari menentukan tema, logo, warna, *layout*, dan tipografinya yang apabila dirancang dengan konsisten dan sesuai dengan karakter musiknya akan membangun suatu citra grup musik yang memiliki keseragaman visual pada media-media promosinya dan akan membentuk kesinambungan antara karakter musik dengan aspek visualnya. Membangun *awareness* masyarakat dapat diperoleh apabila identitas visual dan citra sudah terbentuk, maka ketika masyarakat mulai mengenali identitas dan karakter sebuah band, diharapkan akan timbul suatu tindakan konsumtif terhadap produk yang ditawarkan oleh band tersebut, jika masyarakat telah berada diposisi sebagai konsumen dan pasar, tahap selanjutnya adalah mempertahankan kontinuitas identitas dan citra yang telah dibentuk.

Menurut beberapa sumber yang sudah mengetahui eksistensi dari band *Semiotika* ketika diberikan *sample* desain kemasan album *Gelombang Darat*, respon pertama yang tersampaikan adalah grafis yang ditampilkan terlihat bagus, objek-objek ilustrasi yang padat namun tidak membuatnya terlihat berantakan karena dominasi penggunaan warna yang harmonis sehingga menyelaraskan seluruh objek. Pemilihan objek instrumen musik dinilai bertepatan dengan karakter dari band *Semiotika* yang hanya menonjolkan unsur musik instrumental di setiap karya-karyanya. Ketika keseluruhan media disusun sejajar, tercipta suatu keseragaman visual yang menarik, dan jika dilihat minat untuk memiliki sebuah album dan *merchandise* dari *Semiotika* mulai muncul dari masing-masing sumber.

B. Saran

Perancangan ini hanya berfokus pada grafis album dan media promosi dalam lingkup media cetak saja, dalam sebuah grup musik tentu masih banyak media-media yang masih dapat dirancang sebagai media yang berpotensi mendukung proses pembentukan identitas visual dan promosi seperti *website*, video klip, audio visual, dan lain sebagainya selama masih dalam ranah ilmu desain komunikasi visual. Dalam merancang grafis album tentu perlu mengikuti karakteristik dari jenis musik yang diangkat, perancangan ini mengangkat grup musik *post-rock/instrumental* sebagai bahan penelitian dan perancangan, tahap pencarian data dan identifikasinya pun akan berbeda jika band yang diangkat mengusung aliran yang berbeda, tentu harus menggali latar belakang sejarah, perkembangannya, karakter musik, hingga mulai mengulas perihal gaya desain yang paling dekat untuk mewakili jenis aliran musik tersebut. Masih banyak band-band indie dalam negeri yang perlu dirancang aspek visualnya agar tercipta kesinambungan antara karakter musik dan identitas bandnya, sehingga apa yang menjadi cita-cita musisi independen dalam negeri dapat terwujud, yakni menegakkan iklim musik *non-mainstream* yang berkualitas dan berkarakter.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku:

- Budiman, Kris. (1998), *Semiotika Visual*, LKIS, Yogyakarta
- Djohan. (2010), *Respons Emosi Musikal*, CV Lubuk Agung, Bandung
- Kusrianto, Adi. (2007), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, And, Yogyakarta
- Kusrianto, Adi dan Arini Made. (2011), *History of Art*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Liliweri, Alo. (1992), *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Lupton, Ellen dan J. Abbott Miller. (1996), *Design/Writing/Research: Writing on Graphic Design*. Phaidon Press Limited. London
- Masri, Andry. (2010), *Strategi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta
- Monsa Publications. (2007), *Pack! : Bottles, Labels, Boxes, Textures, Bags, Shapes, Papers, Colors*, Monsa, Barcelona
- Pateda, Mansoer. (2001), *Semantik Leksikal*, Rineka Cipta, Jakarta
- Penyusun Pusat Kamus. (2007), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta
- Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan Studio Diskom. (2007), *Irama Visual: Dari Toekang Reklame sampai Komunikator Visual*, Jalasutra, Yogyakarta
- Rustan, Suriyanto. (2008), *Layout Dasar dan Penerapannya*, Gramedia, Jakarta
- Rustan, Suriyanto. (2010), *Font & Tipografi*, Gramedia, Jakarta
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. (2006), *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Dimensi Press, Yogyakarta
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. (2009), *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*, Jalasutra, Yogyakarta
- Sobur, Alex. (2006), *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Soeharto M. (1992), *Kamus Musik*, Gramedia, Jakarta

- Sudiana, Dendi. (1986), *Komunikasi Periklanan Cetak*, Remadja Karya CV, Bandung
- Sudjiman, Panuti dan Aart van Zoest. (1996), *Serba-Serbi Semiotika*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tinarbuko, Sumbo. (2015), *DEKAVE Desain Komunikasi Visual – Penanda Zaman Masyarakat Global*, CAPS (Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta

Tautan Web:

- 20 Album Indonesia Terbaik 2015*, (7 Januari 2016). Diakses pada 21 September 2016, <http://www.rollingstone.co.id/article/read/2016/01/07/140505788/81/20-mocca-home->
- Bangsa, Gogor. *Gaya Desain Grafis*, (4 April 2011). Diakses pada 9 Oktober 2016, <https://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/>
- Bellis, Mary. *Who Invented the Album Cover*, (6 Agustus 2016). Diakses pada 10 Oktober 2016, <https://inventors.about.com/od/sstartinventors/a/Album-Cover.htm>
- Borrelli, Lizzete. *Hello My Name Is: Why Humans Are Better At facial Recognition Than Remembering Names*. Diakses pada 21 September 2016, <http://www.medicaldaily.com/pulse/hello-my-name-why-humans-are-better-facial-recognition-remembering-names-333598>
- Kemunculan Post-rock di Indonesia*, (6 Mei 2014). Diakses pada 23 Oktober 2016, <http://www.djarumcoklat.com/article/kemunculan-postrock-di-indonesia>
- Manfaat Pemasaran Melalui Media Sosial: Manfaat Media Sosial Untuk Pemasaran Bisnis Anda*, (11 Agustus 2016). Diakses pada 15 Desember 2016, <http://blog.sribu.com/social-media-marketing/>
- Musiklopedia Musik Post-rock*, (8 Februari 2015). Diakses pada 22 Oktober 2016, <http://kanaltigapuluh.info/musiklopedia-musik-post-rock/>

Rahman, Yandi. *Bincang-bincang bersama Riri "Semiotika"*, (10 Desember 2015). Diakses pada 22 Oktober 2016, <http://www.djarumcoklat.com/article/bincangbincang-bersama-riri-semiotika>

Sasrawan, Hedi. *12 Pengertian Musik Menurut Para Ahli*, (12 Desember 2015). Diakses pada 24 November 2016, <http://hedisasrawan.blogspot.com/2015/12/12-pengertian-musik-menurut-para-ahli.html>

Semiotika dan ruang yang mengubah wajah Jambi, 17 September 2016, <https://felixdass.com/2016/04/09/semiotikaruang/>

Semiotika Meletakan Jambi di Peta Musik Independen Indonesia, (4 November 2016). Diakses pada 24 November 2016, <https://qubicle.id/story/semiotika-meletakan-jambi-di-peta-musik-independen-indonesia>

Data Narasumber:

Yudhistira Adi Nugraha, (26). *Wirausaha*, Yogyakarta, 7 Oktober 2016.



LAMPIRAN 1

Form data hasil wawancara bersama narasumber terkait yakni band *Semiotika*, melalui media pesan elektronik/e-mail pada tanggal 26 Oktober 2016.

Data Band

Nama band: SEMIOTIKA

Makna nama band menurut pengertian dari anggota band sendiri:

"Nama Semiotika sendiri tercipta secara spontanitas, tetapi setelah kita tahu dari makna kata tersebut, ternyata mempunyai visi yang sama dengan musik kami."

Nama-nama personel: (*Lampirkan foto personel lengkap dalam e-mail)

1. Billy Maulana Hutabarat
2. Riri Ferdiansyah
3. Yudhistira Adi Nugraha

Genre musik: Instrumental Rock, Post-rock

Apa yang membedakan genre musik yang dipilih dengan genre musik sejenis dari band diluar daerah: (Apakah ada unsur etnik, lokalitas, eksperimental, dsb) *"Sebenarnya kami bermusik secara spontan dan yang pasti terinspirasi dari band lokal maupun di luar daerah. Tapi kami mencoba untuk selalu memasukan suasana lingkungan kota tempat kami tinggal (JAMBI) ke dalam karya – karya kami."*

Daftar band pesaing di pasar musik dengan genre yang sama: *A Slow In Dance, Under The Big Bright Yellow Sun, Tre.*

Asal kota : Jambi
Bulan/ Tahun terbentuk : 2014
Album/ single yang pernah dirilis : Ruang (Album)
Album dirilis tahun : 2015
Kontak : 081994651646 /
semiotikajambi@yahoo.com

Akun media sosial:

- Twitter : @semiotika_
- Instagram : @semiotika_
- Facebook : Semiotikajambi
- Bandcamp : semiotika.bandcamp.com
- Soundcloud : soundcloud.com/semiotikajambi

Media promosi band yang pernah dan masih digunakan: *Sticker, Kaos, Media Sosial, Gigs/Event*

Riwayat pergelaran musik yang pernah diikuti:

- 2014 - Local gigs Di RRI sipin Kota Jambi
- 2014 – Tour de cafe (part 1- part 2)
- 2015 – Telanaipura expo Kota jambi
- 2015 – Tour de cafe (part 3 – part 4)
- 2015 – Peresmian Panggung Kreasi RRI Telanaipura
- 2015 – Opening Koes Plus Tour 2015 di Telanaipura jambi

- 2015 – *Galaxy Star Gor Kota Baru Kota Jambi*
- 2015 – *Grand Launching New Mie Charger Kota Jambi*
- 2015 – *Jambi Ground Fest 2015 Gos Kota Baru Jambi*
- 2015 – *Malam Inagurasi Fakultas Hukum UNJA*
- 2015 – *GELOMBANG DARAT TUR JAWA 2015 (JAKARTA – BANDUNG – JOGJAKARTA – MALANG – SURABAYA – SOLO)*
- 2016 – *RELEASE PARTY ALBUM RUANG – SEMIOTIKA*
- 2016 – *SPLIT MINI TOUR SUMATERA ft. UTBBYS (PALEMBANG & PEKANBARU)*
- 2016 – *Batam Record Store Day*
- 2016 – *Anniversary Kampus STIKOM DB Jambi*
- 2016 – *Lumierun 2016 Jambi*
- 2016 – *A Zone CoolArtBoration ft Kadek Tataloe*
- 2016 – *Urban Gigs Palembang ft Aksata & Mocca*
- 2016 – *Opening Act Barasuara at” Go Ahead Locality” Jambi 2016*

Deskripsikan sejarah terbentuknya band:

Semiotika adalah sebuah band instrumental yang terbentuk sekitar awal tahun 2014 di Jambi, Indonesia. Dibentuk oleh 3 orang yaitu Riri, Bibing, dan Gembol. Awal mula terbentuknya band ini dari sebuah cafe yang mereka kelola sendiri. Dengan latar belakang musik yang berbeda tetapi mempunyai satu misi menciptakan karya musik yang sama, yaitu instrumental. Musik *Semiotika* terinspirasi dari kehidupan suasana dan alam kota Jambi.

Data Personel

Nama: Billy Maulana Hutabarat

Dikenal sebagai: Bibing

Posisi/ band: *Guitarist*

Tempat dan tanggal lahir: Jambi, 26 September 1990

Kontak: (Telp./ e-mail) 0822 7805 2255 / *biltoil10@gmail.com*

Akun sosial media: Instagram : @bibing___ / Twitter : @bil_toil

Alasan/ ambisi dari dalam diri yang membuat timbulnya rasa kecocokkan untuk satu band bersama *Semiotika* hingga bisa berproses sampai saat ini:

Memiliki sebuah band yang bisa berkarya secara konsisten dan berkomitmen.

Foto: (*Lampirkan dalam e-mail, 2 foto: foto diri dan foto panggung)

Nama: Riri Ferdiansyah

Dikenal sebagai: Riri

Posisi/ band: *Bassist*

Tempat dan tanggal lahir: Jambi, 19 Juli 1984

Kontak: (Telp./ e-mail) 0853 8044 8446 / *ririferdiansyah@gmail.com*

Akun sosial media: Instagram : @ririferdiansyah

Alasan/ ambisi dari dalam diri yang membuat timbulnya rasa kecocokkan untuk satu band bersama *Semiotika* hingga bisa berproses sampai saat ini:

Memiliki sebuah band yang bisa berkarya secara konsisten dan berkomitmen.

Foto: (*Lampirkan dalam e-mail, 2 foto: foto diri dan foto panggung)

Nama: Yudhistira Adi Nugraha

Dikenal sebagai: Gembol

Posisi/ band: *Drummer*

Tempat dan tanggal lahir: Jambi, 3 September 1990

Kontak: (Telp./ e-mail) 0812 7432 6588 / *gemboool51@gmail.com*

Akun sosial media: Instagram : @gemboool / Twitter : @gembooolll

Alasan/ ambisi dari dalam diri yang membuat timbulnya rasa kecocokkan untuk satu band bersama *Semiotika* hingga bisa berproses sampai saat ini:

Memiliki sebuah band yang bisa berkarya secara konsisten dan berkomitmen.

Foto: (*Lampirkan dalam e-mail, 2 foto: foto diri dan foto panggung)

Data Album (Album Pertama)

Judul Album : Ruang

Jumlah lagu dalam album : 7 *Track*

Tracklist

1. Hulu Hilir
2. Gersang
3. Sebagian Kecil Udara
4. Tunggu Terpejam
5. Lepas
6. Seharusnya Hijau
7. Ruang

Bulan/ Tahun rilis : 10 Desember 2015

Label/ studio rekaman : *Unslave Records / Bil & Toil Recordings*

Desainer cover dan layout oleh : Reonaldo Taufano (Raw Studio)

(*Lampirkan foto album dalam e-mail)

Media promosi album yang digunakan: Media Sosial, Radio, Webzine, Gigs/Event

Berapa copy keping yang dirilis: 500 pcs

Didistribusikan ke kota mana saja album tersebut: Jambi, Palembang, Pekanbaru, Batam, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Malang, Solo, Makassar, Kutai

Jumlah yang sudah terjual: Sekitar 400 pcs (hingga November 2016)

Di kota mana penjualan terbanyak: Jambi

Hal-hal yang menjadi kendala/hambatan dalam proses penjualan album:

- Kurang tersedianya toko rilisan musik di kota Jambi
- Masih kurangnya ketertarikan masyarakat umum dalam membeli rilisan fisik
- Minimnya *support* media-media musik besar dalam mempromosikan band-band baru

Deskripsi/review dari *Semiotika* sendiri atas hasil yang dicapai dari perilisan album pertama:

“Kami sangat bersyukur dengan hal-hal yang sudah kami lakukan dan hal-hal yang kami dapat dari rilisnya album “Ruang” semenjak Desember 2015 yang lalu. Banyak hal positif dan hasil yang diluar ekspektasi kami. Namun masih banyak kekurangan yang sudah kami evaluasi seperti contohnya dalam hal rekaman, promosi dan distribusi rilisan album, yang nantinya akan kami perbaiki di album selanjutnya, segera!”

Data Album (Rencana Album Kedua)

Judul Album : Gelombang Darat
Jumlah lagu dalam album : 9 *Track*
Tracklist : 1. Sebuah awal
2. Jeda
3. Cepat atau Lambat
4. Teruskan Perjalanan
5. Hilang Arah
6. Ekspektasi Haluan
7. Titi Temu
8. Apresiasi
9. Gelombang Darat

Deskripsi rencana/ harapan dari *Semiotika* untuk materi musik dan cerita yang ingin disampaikan kepada khalayak dalam album kedua nanti:

“Tema dari album kedua nanti kami sepakat untuk mengangkat cerita-cerita dari perjalanan tur kami Desember 2015 lalu (GELOMBANG DARAT TUR JAWA 2015). Karena perjalanan tur ini sangat banyak memberikan hal-hal diluar ekspektasi kami. Jalan darat dengan jarak kurang lebih 4000 km dari awal kota kami menyeberangi pulau, mengelilingi pulau jawa dan pulang kembali. Suatu hal yang menurut kami sangat berharga dalam hidup kami masing-masing. 4000 km demi membawa musik dan karya kami sendiri ke dalam lingkungan yang berbeda dan asing. Mendapat teman-teman baru dari setiap daerah yang kami singgahi, melewati daerah-daerah yang belum pernah kami lalui, mendapat apresiasi yang diluar ekspektasi kami, mendapat sambutan yang hangat dan positif dari teman-teman tiap kota yang kami lewati. Semua ini adalah hal-hal yang harus kami dokumentasikan dan tuangkan dalam karya-karya di album kedua nanti.”

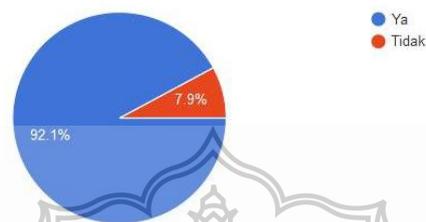
Catatan: Lampirkan data berikut dalam e-mail balasan:

Logo band, foto personel lengkap, foto band di atas panggung, foto masing-masing personel (foto diri dan foto panggung), foto album pertama (*cover*, CD, *layout* dalam album)

LAMPIRAN 2

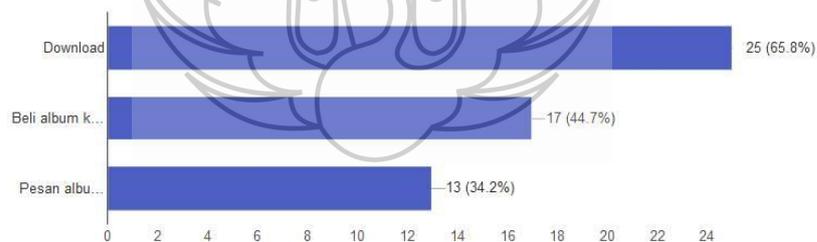
Data kuesioner tentang ketertarikan masyarakat terhadap rilisan fisik musik dari band indie lokal, kuesioner disebar dari tanggal 20 Oktober 2016 hingga 13 Januari 2017 melalui laman *website Google Forms* dengan menghasilkan 38 responden.

Tertarikah kamu dengan musik dari band indie lokal? (38 responses)

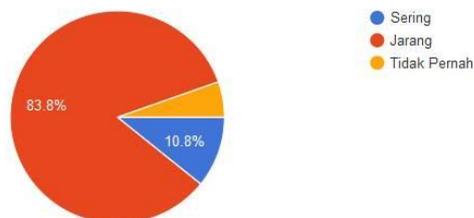


Saat band favoritmu merilis album, cara apa yang kamu gunakan untuk mendapatkan lagu dari album tersebut?

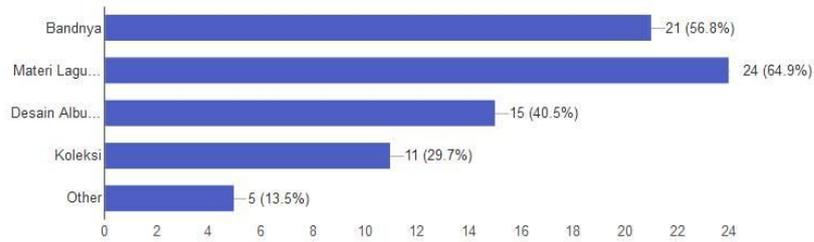
(38 responses)



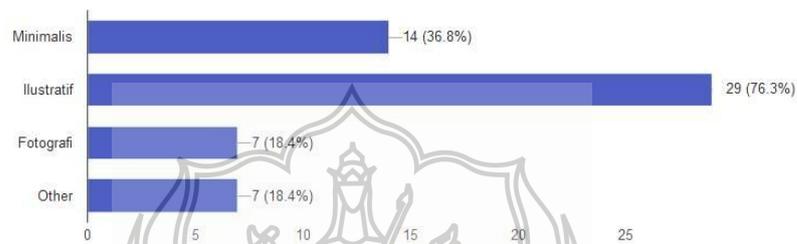
Sesering apa kamu membeli album musik? (37 responses)



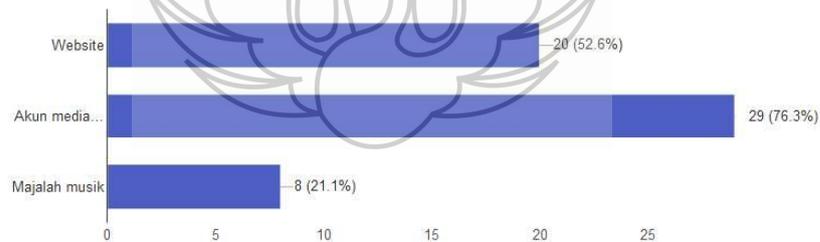
Apa yang melatarbelakangi kamu untuk membeli album musik? (37 responses)



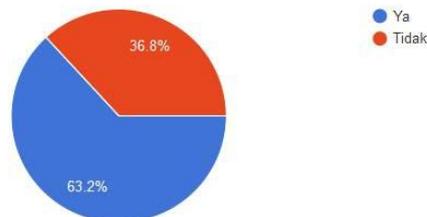
Desain album musik seperti apa yang kamu suka? (38 responses)



Dimana kamu biasa mendapat informasi terbaru dari band favoritmu? (38 responses)

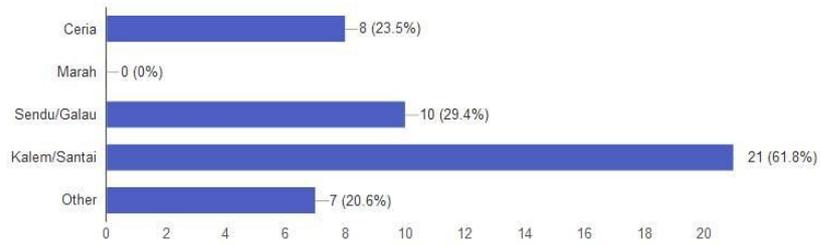


Apa kamu tau genre musik post-rock instrumental (38 responses)

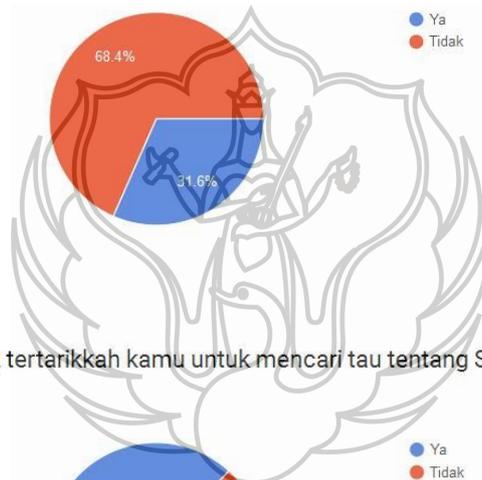


Jika diibaratkan, suasana seperti apa yang paling cocok untuk mendengarkan lagu-lagu post-rock

(34 responses)

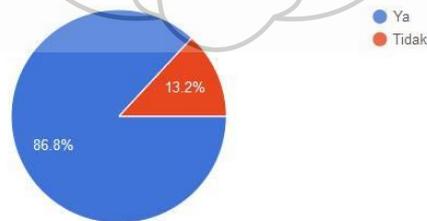


Taukah kamu ada band post-rock bernama Semiotika? (38 responses)



Jika belum, tertarikkah kamu untuk mencari tau tentang Semiotika band?

(38 responses)



LAMPIRAN 3



LAMPIRAN 4

