

JURNAL TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PROMOSI ALBUM LAGU DESPERADOS BAND**



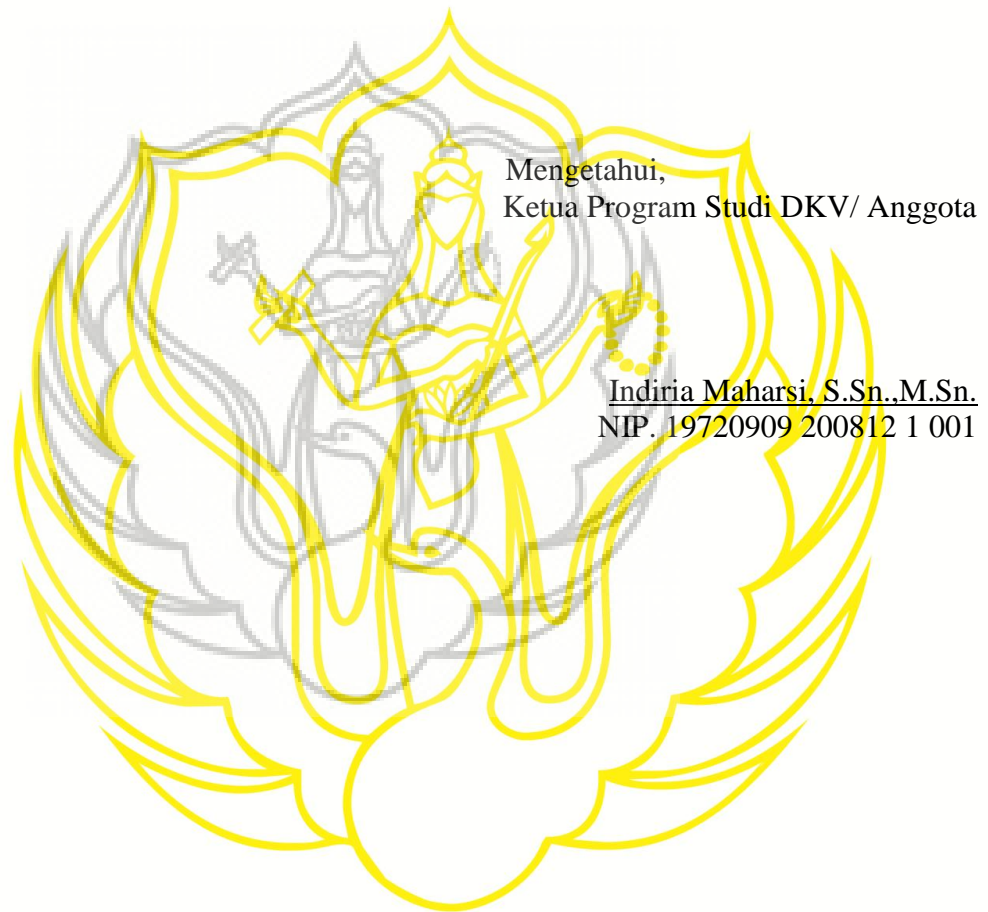
PENCIPTAAN

**Dimaz Lintang Dyaning Dewa
NIM 1212224024**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2018

Jurnal Tugas Akhir Karya Desain berjudul:
**PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI
ALBUM LAGU DESPERADOS BAND** Diajukan oleh Dimaz Lintang
Dyaning Dewa, dengan NIM 1212224024, Program Studi Desain
Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni
Indonesia Yogyakarta telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada
tanggal 8 November 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk
diterima.



ABSTRAK

Desperados adalah nama sebuah band *independent* yang berasal dari Yogyakarta. Band ini membawakan musik hasil gabungan dari *country* dan *rockabilly* yang bernuansa semangat dan ceria. Gabungan antara dua aliran musik ini disebut *countrybilly*. Keunikan musik *country* dan *rockabilly* yang mempunyai dentuman cepat membuat musik Desperados ini terdengar semangat namun tetap nyaman untuk dinikmati oleh pendengar. Perasaan semangat dan ceria inilah yang dirasakan jika mendengar 9 lagu Desperados, dimana lagu-lagu tersebut disatukan dalam satu album yang merupakan album lagu pertama dari band ini.

Namun pada saat ini, jenis musik *country* maupun *rockabilly* telah mulai terlupakan. Dibuktikan dari banyaknya remaja yang tidak mengetahui lagu maupun artis penyanyi dari kedua aliran musik ini. Hal ini memberikan dampak kepada Desperados yang memang menggabungkan kedua aliran musik tersebut dalam album pertamanya ini. Maka dibutuhkan suatu desain komunikasi visual yang mampu membantu mempromosikan album lagu Desperados band ini.

Melalui pemilihan media komunikasi visual yang telah ditetapkan dengan dasar pengumpulan data secara kualitatif dan *consumer journey*. Maka terpilihlah berbagai media yang didominasi dengan ilustrasi. Media komunikasi visual tersebut saling terhubung dan mendukung satu sama lain. Hubungan media satu dengan media komunikasi visual lainnya diharapkan membantu Desperados untuk mengarahkan target audiens kepada album lagu tersebut. Hingga akhirnya perancangan ini mampu menjadi jalan keluar bagi *band independent* yang memiliki musik unik tersendiri untuk mempromosikan album lagu pertamanya.

Kata Kunci:

Desain Komunikasi Visual, Promosi, Album Lagu, Desperados Band

ABSTRACT

'Desperados' is the name of an independent band from Yogyakarta. This band performs music from a combination of country and rockabilly music with a vibrant and cheerful nuance. The combination of these two musical genres is called countrybilly. The uniqueness of country and rockabilly music that has a fast bang makes 'Desperados' music sound vibrant but still comfortable to be enjoyed by listeners. The feeling of enthusiastic and cheerfulness will be felt when hearing 9 'Desperados' songs, which is as the first album of this band.

But at this time, the type of country and rockabilly music has begun to be forgotten. It is proved by the number of teenagers who do not know the songs or singer artists from these two musical genres. This has an impact on 'Desperados' which did combine the two musical genres in this first album. Then we need a visual communication design that is able to help promote the album of 'Desperados' band's songs.

Through the selection of visual communication media that has been established with the basis of qualitative data collection and consumer journey, then various media dominated by illustrations were chosen. Visual communication media are connected and support each other. The relationship of media one with other visual communication media is expected to help 'Desperados' to direct the target of audience to the album. Finally this design was able to be way out for independent bands that has their own unique music to promote their first song album.

Key Words:

Visual Communication Design, Promotion, Song Album, Desperados Band

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Musik *independent* telah ada sejak setengah abad yang lalu.. Kebanyakan dari band tersebut hanya sebatas *mengover* atau menyanyikan ulang lagu dari band atau orang lain dalam kompetisi atau konser kecil. Dalam kutipan dari “musikamusiko.blogspot” dijelaskan bahwa cukup lama band-band *independent* ini mengudara, barulah muncul salah satu band yang melakukan produksi album sendiri Band tersebut adalah Guruh Gipsy, lalu diikuti dengan PAS band di tahun 1993 dengan penjualan album menembus angka lima ribu kopi. Titik balik inilah yang membuat band-band *independent* selanjutnya bermunculan ke permukaan sehingga memenuhi sebagian besar acara musik. Bahkan berbagai aliran musik hadir dalam satu acara sudah banyak ditemui.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya jika *genre countrybilly* sangat populer pada tahun 1970-an di Negara Amerika khususnya Texas. Namun di dalam Negeri, *genre countrybilly* kurang diketahui karena tidak banyak pemusik dari *genre* tersebut yang mampu timbul di gancha musik Nasional. Terbukti dari banyaknya anak muda yang diberi pertanyaan tentang siapa saja musisi yang beraliran *country* maupun *rockabilly*, hanya beberapa yang mampu menjawab. Sekitar 50 orang pemuda, 45 orang tidak tahu siapa musisi beraliran *country*. Namun berbeda dengan *rockabilly*, masih ada sekitar 20 orang pemuda yang mengetahuinya. Namun yang diketahui pemuda ini hanya “Superman is Death” atau “Elvis Presley” saja. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia khususnya di daerah Yogyakarta lebih meminati lagu-lagu dari pemusik beraliran pop atau dangdut yang saat ini sedang menjadi *trending*. Padahal jenis musik *countrybilly* tidak kalah dalam sisi kualitas dari musik lainnya. Untuk diingat bahwa Desperados akan merilis album pertama yang diberi judul *The Imaginary Sun*. Masalah ketidak tahuan masyarakat tentang *genre countrybilly* ini tentu saja akan memperngaruhi penjualan album Desperados. Ditambah lagi band Desperados tersebut belum terkenal

dikalangan masyarakat luas dibuktikan dengan belum ada *event* ataupun acara musik yang ingin membayar Desperados dengan harga wajar. Oleh karenanya Desperados harus berusaha ekstra untuk menjual albumnya.. untuk itu dirancanglah desain komunikasi visual yang matang guna mempromosikan album Desperados tersebut. Desain komunikasi visual tersebut nantinya akan melahirkan beberapa media komunikasi visual yang diharapkan mampu mempermudah Desperados untuk berpromosi.

Desain komunikasi visual sebagai wadah dari berbagai ilmu seperti promosi memiliki peran penting dalam perancangan ini. Menurut Sumbo Tinarbuko (2015:5) “Desain komunikasi visual adalah ilmu ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, warna, komposisi, dan layout. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju.” Oleh karena itu, pemilihan media komunikasi visual yang akan diaplikasikan dalam promosi album lagu Desperados ini memerlukan cara yang tepat dan akurat kepada sasaran yang dituju tersebut. Pemilihan media komunikasi visual tersebut akhirnya dilakukan dengan cara bertanya kepada pemuda yang sekiranya berumur 17 sampai 25 tahun di tempat ramai dan komunitas tertentu. Dalam pertanyaan tersebut berisikan 2 pemilihan media yang harus diberi tanda centang jika pemuda tersebut menyukai salah satunya. Setelah sekitar 50 selebaran disebar maka diperoleh jawaban sekitar 97% dari pemuda-pemuda tersebut memilih media komunikasi visual berupa ilustrasi daripada font. Untuk menampilkan ilustrasi diperlukan juga beberapa media yang mendukung.

Desperados mempunyai Sembilan lagu dalam albumnya, satu merupakan intro, terdapat dua lagu menggunakan bahasa Indonesia dalam liriknya, dan enam lagu mempergunakan bahasa Inggris untuk liriknya. Bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional, namun bukan bahasa pokok yang digunakan oleh masyarakat Indonesia sehari-hari. Oleh

karenanya lagu yang menggunakan bahasa Inggris mempunyai kelemahan yaitu sukar dipahami artinya walaupun memiliki kelebihan yaitu lagu terdengar “*keren*”. Lalu bagaimana seseorang mendapatkan imajinasi yang dicari jika tidak mengetahui isi dari lagu tersebut? Yang akan terjadi adalah imajinasi yang berbeda akan timbul di pikiran pendengar. Imajinasi yang berbeda bukan merupakan hal buruk, sebaliknya hal tersebut merupakan hal yang positif. Karena jika imajinasi yang ditimbulkan berbeda dari arti lagu, lalu pendengar membaca lirik dan memahami lagu maka pendengar mendapat imajinasi baru lagi yang sesuai dengan isi lagu.

Desperados dengan mayoritas lagu berbahasa Inggris tentu harus dapat memilih media yang tepat sehingga mampu menampilkan sesuatu yang menarik dan membantu menjelaskan maksud dari lagunya. Menjelaskan lagu bukan berarti harus menggambarkan setiap lirik demi lirik. Namun melalui cerita yang terkesan nyambung dengan lagu tersebut tentu sudah cukup untuk menjelaskannya.

Media desain komunikasi visual memiliki banyak sekali macam dan corak, dalam hal ini media tersebut diperlukan untuk alat mempromosikan album lagu *The Imaginary Sun* milik Desperados band. Berangkat dari hal ini dimulailah pencarian media yang tepat untuk promosi album lagu tersebut melalui tahapan-tahapan perancangan yang akan dilakukan. Desperados yang merupakan band *independent* harus memikirkan sesuatu yang baru untuk promosi album lagu. Promosi ini tidak hanya untuk menjual album, namun untuk mengenalkan musik *countrybilly* yang telah berhasil pada zaman dahulu. Dengan begitu diharapkan musik *countrybilly* mampu muncul kembali dalam pasar musik dalam negeri sehingga Desperados dapat menjadi pionir dalam musik *independent* khususnya *countrybilly*.

B. Rumusan Masalah.

Bagaimana merancang desain komunikasi visual untuk mempromosikan album lagu milik Desperados band?

C. Tujuan Perancangan.

Tujuan perancangan ini adalah untuk merancang konsep desain komunikasi visual yang tepat guna mempromosikan album lagu milik Desperados band.

D. Batasan Lingkup Perancangan.

Batas dari perancangan tersebut adalah album *The Imaginary Sun* milik Desperados band bertujuan merancang desain komunikasi visual promosi album terbaik yang mengincar mahasiswa dan anak sekolah menengah atas memiliki ketertarikan pada musik *indie*. Dilaksanakan pada waktu sebelum perilisan album *The Imaginary Sun* tersebut..

E. Manfaat Perancangan.

1. Manfaat Teoretis

Perancangan desain komunikasi visual untuk promosi album lagu dari Desperados band ini diharapkan menjadi bagian dan referensi dari ilmu Desain Komunikasi Visual khususnya dalam bidang periklanan, dan ilustrasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Dapat menjadi contoh serta acuan bagi mahasiswa yang ingin membuat perancangan desain komunikasi visual promosi album lagu dengan menggunakan konsep media yang didominasi dengan ilustrasi dimana memiliki kesamaan *value* atau sering disebut *through the line*.

b. Bagi Institusi

Memperkaya perancangan desain komunikasi visual promosi dalam kanvas desain, ilustrasi dan musik.

c. Bagi Perusahaan.

Menambah warna baru dalam perancangan desain komunikasi visual promosi album lagu yang dapat memancing konsep-konsep baru setelahnya sehingga akan mengurangi komunikasi visual promosi album lagu yang itu-itu saja.

F. Metode Perancangan.

1. Pengumpulan data.

Terdapat dua data yang harus didapatkan dalam perancangan, data primer dan data sekunder. Data primer akan dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada *manager* ataupun anggota band Desperados mengenai albumnya yang berjudul *The Imaginary Sun*. lalu data sekunder dikumpulkan melalui internet maupun media lainnya yang memiliki contoh promosi album serupa.

2. Instrument Pengumpulan Data.

Perancangan ini memerlukan pertanyaan mengenai masalah perancangan atau sering disebut angket dan kuesioner, lalu pedoman wawancara dapat berupa teks dalam bentuk tulisan pada media kertas maupun *smartphone*. Alat tulis untuk Mencatat hasil wawancara, dan kamera untuk mengabadikan *moment* wawancara.

3. Tahap atau proses perancangan.

Proses perancangan yang pertama adalah penyiapan materi dan data sebagai bahan perancangan. Setelah itu mulai merancang desain seperti apa yang diperlukan, lalu sketsa perancangan tersebut untuk mengurangi kesalahan dalam proses selanjutnya. Setelah sketsa selesai yang dilakukan adalah *detailing* untuk mendapatkan hasil yang bagus sebelum layout dan *finishing*.

4. Metode analisis data.

Metode analisis data yang digunakan adalah what, where, when, why, who, dan how atau sering disebut 5W1H.

II. Pembahasan

Setiap kelompok ataupun grup band pasti mempunyai nama, karena dengan nama kelompok tersebut dapat dikenal. Nama dari grup band seringkali mewakili dari aliran musik yang dibawakan, DESPERADOS adalah salah satunya. Desperados merupakan nama sebuah grup band yang membawakan aliran *Countrybilly* yang berasal dari Yogyakarta. Nama

tersebut terinspirasi dari film dengan judul yang sama yaitu *Desperados*. Film tersebut menceritakan tentang ganasnya kehidupan *cowboy* pada jaman dahulu di Amerika Latin. Band ini mempunyai 3 anggota, Tito Prisha Jr sebagai *Guitarist* sekaligus *Vocal*, Mahendra Dira sebagai *Bassis* menggunakan *Bass Bethot*, dan Markhus Johan sebagai *Drummer*.

Album lagu dari *Desperados* diberi nama “*The Imaginary Sun*” yang berarti “Matahari yang Memberi Imajinasi”. Maksud dari pemberian nama tersebut adalah *Desperados* sebagai grup band ingin menjadi sesosok yang memberi inspirasi imajinasi lewat lagu-lagu yang dibawakan.

Dikutip dari buku Sumbo Tinarbuko yang berjudul DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global tahun 2015 halaman 6 menyebutkan bahwa “desain grafis dipelajari dalam konteks tata letak dan komposisi, bukan seni grafis murni”, Desain grafis ini memiliki dua cabang besar yaitu desain grafis lingkungan dan desain grafis industri. Desain grafis lingkungan adalah desain yang membahas tentang lingkungan atau berada dalam lingkungan sebagai petunjuk. Sedangkan desain grafis industri adalah suatu desain yang mengandung informasi jasa atau produk guna dikenalkan kepada masyarakat atau organisasi tertentu. Desain grafis mempergunakan elemen-elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan yang diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Pesan tersebut harus bisa diterima oleh konsumen dan memberi pengaruh kepada pikiran konsumen secara langsung maupun tidak langsung.

Media-media komunikasi visual dalam promosi selalu berevolusi hingga melahirkan hal-hal baru. Banyak dari karya promosi tersebut tetap digunakan walaupun tindakan promosi telah selesai. Seperti yang tertulis pada buku karya Sumbo Tinarbuko “ Ketika desain komunikasi visual telah menyelesaikan tugas promosinya, karya desain tersebut tetap bisa dimanfaatkan sebagai benda estetik yang enak dan layak dipajang” (Sumbo Tinarbuko, 2009:7) hal tersebut berarti karya ataupun desain hasil dari promosi tersebut juga memiliki *value* tersendiri disamping tugasnya dalam

mempromosikan *brand*. Namun hal yang paling penting dalam promosi tentu berhasilnya kegiatan promosi tersebut.

Sampul album yang telah dicetak tentunya lebih mudah untuk dicermati. Seperti yang telah disampaikan Budiman Hakim “ Media cetak mempunyai kelebihan untuk mengulang atau membalik sesuatu yang terlewat oleh pembacanya kapanpun mereka perlukan” (Budiman Hakim,2005:28). Fungsi lain daripada sampul album adalah sebagai pelindung dari goresan dan secara tidak langsung sebagai media promosi suatu album lagu.

Ilustrasi sebagai bagian dari desain grafis, tentunya memiliki tujuan yang sama dengan desain grafis itu sendiri. Namun ilustrasi memiliki ciri tersendiri dalam membawa komunikasi pesan. Ilustrasi mempergunakan bentuk visual yaitu gambar dalam menyampaikan pesan. Indiria Maharsi (2016:17) menyimpulkan bahwa ilustrasi berarti bagaimana seseorang mampu menterjemahkan sebuah konsep atau ide yang bersifat abstrak ke dalam bentuk visual.

A. Analisis Data

Analisis data menggunakan 5 W 1 H sebagai berikut,

a. *What* / Apa

Desain komunikasi visual promosi album dalam perancangan ini adalah usaha untuk merancang konsep terbaik guna mempromosikan album *The Imaginary Sun* milik Desperados band.

b. *Where* / Dimana

Konsep komunikasi visual promosi album *The Imaginary Sun* hanya terfokus di wilayah Kota Yogyakarta dan sekitarnya.

c. *When* / Kapan

Desain komunikasi visual promosi album *The Imaginary Sun* akan dilakukan sebelum perilisan album.

d. *Why* / Mengapa

Desain komunikasi visual promosi album lagu ini dibutuhkan untuk merancang konsep yang tepat agar promosi yang akan dilakukan Desperados band untuk album lagunya berjalan dengan lancar.

e. *Who* / Siapa

Perancangan desain komunikasi visual promosi album ini mempunyai target yaitu anak sekolah menengah atas dan mahasiswa usia 17-25 tahun yang menggemari musik *independent*.

f. *How* / Bagaimana

Desain komunikasi visual promosi album ini akan dilakukan melalui pemilihan berbagai media dengan *value* yang hampir sama dengan susunan strategi promosi yang telah disesuaikan dengan media-media tersebut

B. Kesimpulan Analisis

Ide utama didapatkan melalui proses kreatif *What to Say* dan *How to Say*. Proses kreatif tersebut membantu menemukan tema dari ide utama yang sesuai dengan album yang akan dipromosikan. Tema yang sesuai akan sangat mempengaruhi pesan yang disampaikan kepada target audiens. Maka ide utama dalam perancangan ini adalah :

The Imaginary Sun

Desperados

Matahari yang member imajinasi adalah maksud dari nama album tersebut. mempunyai tujuan member imajinasi kepada para pendengar agar bersemangat dalam menjalani hari-harinya. Ide utama akan mengangkat lirik-lirik kedalam bentuk ilustrasi seperti komik bisu sehingga target yang membaca akan mempunyai imajinasi setelahnya.

Ide utama yang telah didapatkan maka dapat ditentukan tema dari media-media yang dipilih dalam perancangan ini. Ilustrasi lirik yang berlatar belakang tiga personil Desperados akan menjadi media utama dan akan didukung oleh berbagai media yang mempunyai satu tema dengan ide utama tersebut. Tentu saja pemilihan aliran ilustrasi yang dipilih

adalah ilustrasi realis agar *feel* dari lirik lagu selaras dengan ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini.

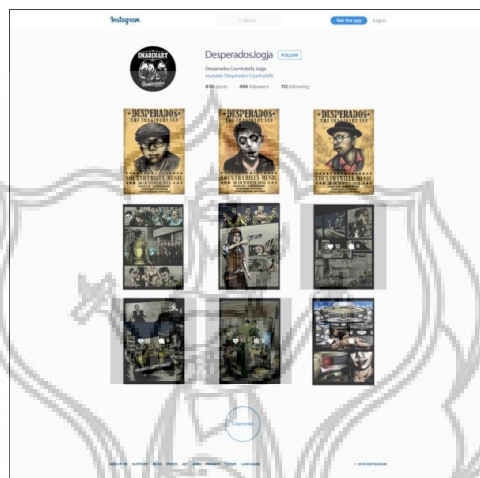
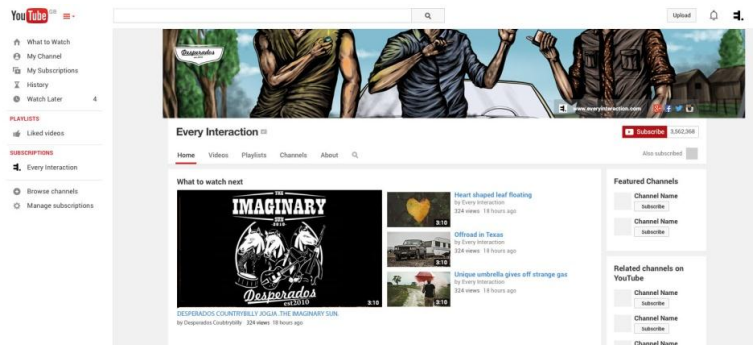
III. Hasil Perancangan



Gambar 1. Buku Ilustrasi Lirik Album Lagu Desperados Band



Gambar 2. Poster dan Ambient Media



Gambar 3. Youtube dan Instagram Desperados Band





Gambar 4. *Merchandise* Desperados Band

IV. Kesimpulan

Perancangan desain komunikasi visual promosi album lagu ini mengandalkan konsep promosi *trought the line* Pemilihan konsep promosi *trought the line* tersebut telah melewati beberapa tahapan sehingga munculah beberapa media komunikasi visual guna mempromosikan album lagu Desperados ini. Seperti yang diketahui media-media komunikasi visual ini memiliki peran yang saling terhubung dan mendukung satu sama lain.

Dimulai dari konsep media poster dan *ambient media* sebagai media yang terjun langsung di wilayah target audiens guna memberi informasi media sosial Desperados yaitu *youtube* dan *instagram*. Media sosial *instagram* berisi sebagian besar dari informasi mengenai band Desperados beserta promosi album lagu tersebut. Variasi media komunikasi visual tersebut sengaja digunakan untuk mempermudah mengarahkan target kepada album lagu Desperados sehingga tertarik untuk membeli album lagu tersebut.

Ilustrasi lirik dipilih karena dominasi lagu Desperados merupakan Bahasa Inggris yang tidak semua orang mudah memahami. Selain hal tersebut, ilustrasi lirik mengandung daya tarik dan imajinasi tersendiri yang menarik bagi target audiens. Ilustrasi juga menambah *value* dalam keunikan buku lirik milik Desperados band dan menjadi pembeda dari buku lirik band-band lainnya

Terpilihnya konsep desain komunikasi visual seperti diatas merupakan hasil dari tahapan-tahapan yang telah dilakukan. Sehingga konsep desain komunikasi visual tersebut diharapkan mampu mempromosikan album lagu Desperados yang berjudul *The Imaginary Sun*.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliawan, Gilang W. 2016 “Perancangan *Unconventional* Media Promosi Mini Album Rubah di Selatan”. Fakultas Seni Rupa. ISI Yogyakarta.
- Hakim, Budiman. 2005. *Lanturan tapi Relevan: Dasar-dasar Kreatif Periklanan*. Yogyakarta: Galangpress.
- Mack, Dieter. 2009 (cetakan ke-6). *Sejarah Musik Jilid 4*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.
- Maharsi, Indiria. 2016. *Ilustrasi*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- McCloud, Scott. 2008 (cetakan ke-3). *Memahami Komik*, terjemahan S. Kinanti Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta).
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Masyarakat Global.*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Wawancara

- Wawancara dengan Windarto selaku manager dari Desperados Band. 10 Oktober 2017.
- Wawancara dengan Tito Prisha Jr selaku personil Desperados Band. 5 Desember 2017.
- Wawancara dengan Markus Johan selaku personil Desperados Band. 5 Desember 2017.
- Wawancara dengan Mahendra Dira selaku personil tidak tetap Desperados Band 5 Desember 2017.

Tautan

Campuraduk. <http://musikamusiko.blogspot.com/06/01/2017/membahas-segala-macam-musik-indie>, diakses Januari 2018

Team Heavyblogisheavy. <http://heavyblogisheavy.com/04/052018/pilihan-editor-april-2018-tentang-musik-indie>, diakses Mei 2018





