

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bermain musik merupakan sebuah hobi yang banyak disukai oleh kalangan remaja dan membuat sebuah band adalah sebuah pencapaian yang tinggi karena dalam pencarian personel harus sangat teliti dan harus satu pandangan agar tujuan band yang dibentuk akan tercapai.

Menurut website *SUPERLIVE* perkembangan musik underground terutama pop punk di Indonesia dimulai pada kisaran akhir tahun 90-an, Closehead didirikan pada 18 Januari 1997 di Bandung yang beranggotakan M. Farid 'Aid' Azhari (gitar/back vocal), Asep 'Lam-Lam' (bass/vocal), Mario (vocal/gitar), Sylvan Roderick 'Ijan' Mandagi (drum). Pada tahun 2001 Closehead mengalami pergantian personel pertama mereka, dimana salah satu personel yaitu Mario memutuskan untuk keluar dan digantikan oleh Nannu diposisi vokal dan gitar. Dengan formasi Nannu, Aid, Lam-lam, dan Ijan, Closehead mulai menunjukkan eksistensinya di skena musik indie Indonesia. Pada bulan Juli 2002 Closehead merilis sebuah mini album yang berjudul *What's Next?* yang terdiri dari 5 lagu, salah satu lagu dari mini album tersebut yang berjudul *Eat My Holiday* menjadi top chart indie di salah satu radio Bandung. Namun sayang pada masa kesuksesan mini albumnya, Closehead mengalami kejadian yang pahit yaitu Ijan dan Nannu memutuskan untuk keluar dari Closehead.

Meski hanya tinggal dua personel awal, Lam-lam dan Aid tetap terus melanjutkan karier Closehead dengan bantuan additional player. Walau hanya berdua Closehead mampu melebarkan sayap kariernya. single " Berdiri Teman" menjadi lagi yang populer pada masa itu, selain Berdiri Teman, single Menunggu Bintang Terang dan Menjelang Hilang menjadi lagu-lagu Closehead yang tak kalah tenar pada masa itu.

Tangerang Selatan merupakan kota berkembang di provinsi Banten Indonesia, dimana banyak musisi underground yang berasal dari kota Tangerang

Selatan seperti the sabotage, the valid, kilometer hardcore, divide, undelayed, stinghaze, shankara, dreambyrds, rasuna, mickmorthy, supple, anjilman, jimmy morte, cat police, sakka. , binafsih, renyst, roadtrip to antartica dan salah satunya dklouv band yang beraliran pop punk yang berasal dari Tangerang Selatan.

Dklouv adalah sebuah band yang beraliran pop punk dari Tangerang Selatan dan terbentuk pada awal tahun 2021, mereka hadir karena ingin meramaikan khasanah genre musik pop punk di kalangan anak muda Tangerang Selatan dan sekitarnya. arti dari nama Dklouv ini merupakan singkatan dari Dirty Kids Love Oral Unsensored Vagina, yang diartikan bahwa setiap anak laki-laki pasti sangat menyukai wanita dan setiap wanita cantik yang dilihatnya pasti selalu menjadi bahan obrolan dengan teman laki-laki lainnya. Dklouv hadir di skena Tangsel dengan membawa sisi positif yaitu pembawaan musik yang progressif, instrument dan lirik yang memacu semangat anak muda. Selain itu mereka mengambil genre pop punk karena musik pop punk memiliki energi yang kuat dan membangkitkan semangat, serta sangat menggambarkan sekali kehidupan di masa-masa remaja yang dipenuhi dengan keseruan, percintaan, pertemanan dan kritik sosial.

Untuk Sebuah band yang baru terbentuk tentu sangatlah penting untuk melakukan promosi yang dilakukan dengan massive dan branding di daerah asalnya, agar mereka dapat dikenal dan bisa muncul kepermukaan komunitas atau skena lokal dan dapat dikenal diluar skena lokal. Maka dari itu perancangan media promosi sebagai alat untuk memperkenalkan suatu band tentu sangatlah penting, perancangan yang dilakukan yaitu membuat beberapa gimmick dan visual yang menarik serta penggunaan media sosial yang maksimal untuk menjalankan promosi diinternet. Selain melakukan promosi disosial media, promosi juga dilakukan secara offline seperti menjual *merchandise* dklouv pada saat konser berlangsung, melakukan

Oleh karena itu, perancangan video klip band dklouv menjadi sangat penting untuk dijadikan media promosi . Video klip akan menggambarkan keseharian anak muda yang penuh dengan cinta dan kesenangan, Ini akan membantu untuk meningkatkan brand awareness dan membuat nama Band DKLOUV lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan adanya media promosi yang efektif seperti video klip ini, diharapkan dapat membantu Band DKLOUV untuk menjangkau target market mereka dan memperluas jangkauan musik mereka.

1.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan yaitu:

- Belum adanya video klip sebagai media promosi digital
- pembuatan video klip sebagai media promosi dklouv agar khalayak luas tahu dklouv

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka didapatkan rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana video klip yang sesuai dari band dklouv.
2. Bagaimana merancang visual video klip sebagai media promosi dklouv.

1.4. Tujuan Pengembangan

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan perancangan ini adalah:

- Pembuatan video klip dklouv sebagai salah satu media utama
- pembuatan media pendukung di media digital berupa iklan di media sosial, dan platform musik digital seperti, spotify.

1.5. Batasan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang optimal dengan sasaran khalayak yang sesuai target, penelitian maka ditentukan Batasan-batasan sebagai berikut:

1. penelitian dilakukan di wilayah Tangerang Selatan terutama di komunitas underground yang terkhusus skena pop punk, dengan ketentuan sebagai berikut:
2. Berusia 17-25 tahun berdasarkan banyaknya anggota dari komunitas pop punk di Tangerang Selatan.
3. Latar Pendidikan minimal SMA sederajat, mahasiswa, pekerja
4. Sosial ekonomi Semua lapisan masyarakat

1.5. Target Audiens dan Target Market

Untuk mencapai tujuan yang optimal dengan sasaran khalayak yang optimal juga, penelitian harus menentukan Batasan target audiens yang terbagi menjadi 2 kategori bagian yaitu Target Primer (Komunitas) dan Target Sekunder (Khalayak umum) :

1 Target Primer

Target primer yang dimaksud adalah komunitas atau para penggemar musik pop punk yang merupakan sasaran utama yang lebih diutamakan dalam berpromosi sehingga untuk konsep perancangan promosi lebih terfokus pada sasaran ini, pada target primer yang dipilih adalah dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Demografis

- 1) Umur : 16 – 20 tahun
- 2) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- 3) Tingkat Pendidikan : SMA – Perguruan Tinggi
- 4) Sosial Ekonomi : Semua lapisan masyarakat

b. Geografis

Dari segi geografis para audiens dari dklouv adalah masyarakat Indonesia yang berdomisili di Tangerang Selatan.

c. Psikografis

- 1) Komunitas Underground
- 2) Para penikmat musik

2 Target Skunder

Target Skunder yang dimaksud adalah masyarakat awam yang tidak tahu pop punk terlebih anak-anak remaja tingkat akhir (18-21 tahun). Selain target Primer sebagai sasaran utama, penulis harus menentukan target skunder untuk mengetahui konsumen lain yang bukan sasaran dari market sebagai potensi tambahan yang pantas dipertimbangkan juga. disini target skunder yang dipilih adalah sebagai berikut :

1 Demografis

- 1 Umur : 18-21 tahun, 22-25 tahun
- 2 Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- 3 Tingkat Pendidikan : Umum
- 4 Sosial Ekonomi : Semua lapisan masyarakat

2 Geografis

Dari segi geografis pasar audiens dklouv adalah masyarakat di Indonesia yang berdomisili di Tangerang Selatan, Jakarta Selatan dengan komunitas musik underground seperti di Bandung, Jakarta

3 Psikografis

- 1) Masyarakat umum yang penasaran dengan genre pop punk
- 2) Masyarakat umum pecinta musik

1.6 Manfaat

- 1) Bagi Khalayak luas

Hasil dari perancangan video klip sebagai media promosi dklouv dapat menambah edukasi dan wawasan bagi khalayak luas mengenai proses perancangan promosi untuk sebuah band atau grup musik

2) Bagi Pihak Penyelenggara

perancangan video klip sebagai media promosi dapat membantu menyelesaikan rangkaian promosi yang dibutuhkan oleh band dklouv.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan Laporan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang informasi yang membahas perancangan video klip sebagai media promosi, serta teori-teori yang berkaitan dengan perancangan video klip sebagai media promosi band dklouv.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Membuat sistematika perancangan karya, metode pengumpulan data yang digunakan untuk pemecahan topik yang diangkat dalam Tugas Akhir, Analisa data, hingga menuliskan kesimpulan hasil analisis.

BAB IV : ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Berisi beragam konsep kreatif visual, strategi komunikasi, serta penerapan video klip dan desain pendukungnya.

BAB V : PENUTUP

Membahas kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dalam perancangan vide klip.