



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI DAN PERANCANGAN

3.1. Gambaran Umum Tugas Akhir

Perancangan ini berupa perancangan visual yang ada di dalam video musik interaktif. Video musik interaktif ini yang nantinya dapat melibatkan audiens dalam memilih alur cerita di dalamnya. Perancangan ini bersifat kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa pencarian literatur tentang teori yang berhubungan dengan perancangan. Setelah itu, dilakukan wawancara dengan ahli musik dan juga pembuat lagu ini agar dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan melalui lagu ini.

3.2. Metodologi Penelitian

Metodologi yang akan dilakukan untuk mendapatkan bahan agar perancangan ini dapat berjalan merupakan kombinasi dari kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan adalah wawancara untuk memperoleh data primer serta studi literatur untuk memperoleh data sekunder.

3.2.1. Studi Literatur

Studi literatur yang akan dilakukan adalah berupa pencarian sumber dari berbagai buku baik buku secara fisik maupun buku elektronik. Buku yang dicari pun merupakan buku yang memiliki keterkaitan dengan topik yang diambil. Buku

tersebut dapat berupa buku yang dibuat oleh pihak-pihak yang professional maupun bahan Tesis milik orang lain.

3.2.2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu upaya untuk mendapatkan data sekaligus menjadi sarana bagi kedua pihak untuk bertukar pikiran mengenai suatu topik. Persiapan yang perlu dilakukan agar wawancara dapat berjalan lancar dan efektif dapat dimulai dengan merancang pertanyaan seputar topik yang akan dibahas. Wawancara dengan narasumber yang ahli ini bertujuan agar mendapatkan informasi yang lebih mendalam serta terperinci sehingga dapat menunjang proses perancangan ini. Selain itu, wawancara dengan komposer lagu yang menjadi objek perancangan ini juga dilakukan agar video musik ini memiliki kesesuaian makna dengan yang diinginkan komposer tersebut.

3.2.2.1. Wawancara dengan Yohana Lidya Toumahuw



Gambar 3.1. Wawancara dengan Yohana.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Wawancara dengan Yohana Lidya Toumahuw dilakukan pada 10 September 2017 di GBI Patmos, Jakarta Barat. Yohana merupakan guru musik di *Smart Training Centre*. *Smart Training Centre* merupakan lembaga yang menyediakan jasa berupa les privat khusus untuk pengidap autisme. Yohana merupakan salah satu pengajar yang berfokus pada piano. Selain menjadi pengajar bagi anak autisme, Yohana juga mengajar musik di gereja dan sering melayani di gereja sebagai pemain piano.

Menurut Yohana, musik memiliki relasi dengan kejiwaan manusia. Seperti pada prakteknya, beliau sebagai pengajar anak autisme mengetahui salah satu manfaat dari musik tersebut yaitu dapat meningkatkan kecerdasan seseorang. Beliau menyatakan bahwa hal ini dikarenakan musik dapat menyeimbangkan otak kanan dan kiri. Yohana juga menyinggung bahwa musik itu sangat mempengaruhi kejiwaan manusia. Selain kejiwaan, fisik pun juga dipengaruhi oleh musik.

Yohana juga membagikan pengalamannya sebagai pelayan di gereja. Pelayanan ini berkaitan dengan kemampuan beliau untuk membuat melodi secara spontan namun tetap dapat mempertahankan keharmonisan dengan pemusik lainnya. Yohana menjelaskan bahwa hal ini berkaitan dengan pengalamannya. Terutama pengalamannya dengan pemusik lainnya, oleh karena itu, ia dapat mengerti karakter setiap pemusik di dalam timnya, dan ia pun dapat menyesuaikan diri sehingga ia dapat menghasilkan melodi tersebut.

Skill juga merupakan faktor penting dalam hal ini. Tanpa *skill* yang didapat dari pengalaman bertahun-tahun ini, tidak mungkin seorang pemusik

dapat memiliki kepekaan semacam ini. Dari hal ini, terlihat keterkaitan mengenai pengalaman estetis yang akan dijelaskan oleh narasumber selanjutnya.

3.2.2.2. Wawancara dengan Clemens Felix



Gambar 3.2. Wawancara dengan Clemens Felix.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Wawancara ini dilakukan pada 14 September 2017 di UMN. Clemens Felix merupakan salah satu dosen UMN yang merupakan ahli di bidang musik. Felix biasanya mengajar mata kuliah *Sound Design* di UMN. Felix membantu penulis untuk mengerti lebih dalam mengenai musik dan efeknya di dalam kehidupan.

Pada permulaan wawancara ini, Felix bertanya mengenai tema dari perancangan penulis. Beliau mengatakan bahwa ia ingin tahu terlebih dahulu mengenai arah perancangan penulis. Penulis pun menjelaskan mulai dari lagu hingga konsep yang ingin penulis bawaan. Setelah mendapatkan sedikit gambaran, penulis pun mulai mengajukan beberapa pertanyaan terkait perancangan ini.

Pertama-tama, penulis menanyakan mengenai cara musik menyampaikan perasaan pemusik tersebut tanpa menyertakan lirik yang eksplisit. Pengetahuan penulis mengenai hal tersebut hanya sebatas tempo pada musik yang pada suatu ukuran tertentu, dapat merepresentasikan sebuah emosi. Felix mengiyakan adanya teori tersebut, akan tetapi, Felix menjelaskan bahwa teori tersebut merupakan sebuah bentuk klarifikasi. Beliau juga menambahkan bahwa kekuatan dari musik untuk mempengaruhi pendengar itu ada pada harmonisasi dari melodi-melodi lainnya, tidak hanya pada tempo. Tempo hanya disebut sebagai pondasi dari sebuah lagu.

Felix juga memberikan pembandingan. Beliau mengatakan bahwa bagi orang awam, musik dengan nada minor sering dianggap bermakna sedih. Akan tetapi, beliau menjelaskan lebih dalam bahwa musik sedih tidak hanya dihasilkan dari nada minor tersebut, akan tetapi harmonisasi dari berbagai macam instrumen yang menautkan beberapa melodi minor tersebut. Akan tetapi, tempo tersebut bukanlah sebuah patokan yang pasti. Sebagai contoh, pada musik metal, walaupun memiliki tempo musik yang cepat dan komposisi, akan tetapi musik tersebut seringkali menyampaikan kesedihan dan kekecewaan dari musisi tersebut.

Dalam hal menyampaikan perasaan ini, tidak hanya teori musik yang berperan di dalamnya. Felix menyinggung mengenai pengalaman estetika dari seseorang dalam hal tersebut. Beliau berkata bahwa semakin banyak pengalaman estetika dari seorang komposer, maka ia akan dapat mewakili perasaan dari banyak orang. Pengalaman estetika ini didapat dari seberapa seringnya komposer tersebut berkarya. Semakin banyak komposer tersebut berkarya, maka semakin

matang pula karya yang dihasilkan. Tidak hanya karya yang matang, akan tetapi perasaan dari komposer tersebut pun akan semakin peka.

Felix juga mengaitkan musik dengan visual. Jika musik disandingkan dengan visual, secara tidak langsung, pendengar akan lebih terbawa dengan visual. Peran musik pun berubah jadi penguat dari narasi di dalam video musik tersebut. Tentunya hal ini berbeda jika musik tersebut berdiri sendiri. Jika musik ini berdiri sendiri, maka pendengar akan berusaha untuk merasakan musik tersebut, dan biasanya pengertian pendengar akan dipengaruhi oleh musik macam apa yang ia konsumsi sehari-harinya.

Felix juga membahas mengenai cara pendengar merasakan musik. Pendengar akan cenderung memiliki perspektifnya sendiri di dalam merasakan musik. Hal ini dikarenakan, walaupun secara garis besar perasaan tersebut sama, namun, pengalaman dari setiap pendengar berbeda, sehingga cara mereka merasakan musik tersebut juga akan berbeda. Sehingga musik tersebut dapat memberikan efek yang berbeda terhadap setiap orang.

Selain menyampaikan perasaan, bahkan Felix juga menjelaskan bahwa musik dapat menyampaikan energi juga kepada seseorang. Oleh karena itu, Seperti pada wawancara dengan Yohana, musik juga dapat menyembuhkan seseorang baik menyembuhkan secara kejiwaan maupun fisik. Bahkan, Felix juga menjelaskan bahwa pengaruh musik sangatlah kuat sampai bisa membuat seseorang tenggelam dalam perasaannya tersebut. Felix pun meyakini bahwa hal ini pasti dialami setiap orang dalam fase kehidupannya masing-masing.

Hasil dari wawancara ini, memperkuat teori mengenai interpretasi musik yang telah disinggung pada bab sebelumnya. Interpretasi musik nyatanya memang tidak bisa terlepas dari pengalaman individu tersebut.

3.2.2.3. Wawancara dengan Alfate



Gambar 3.3. Wawancara dengan Alfate.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Lagu yang penulis gunakan merupakan lagu yang dibuat khusus oleh Alfate berdasarkan permintaan penulis. Alfate merupakan teman dari penulis yang sudah seringkali menerima pekerjaan di bidang musik sehingga keahliannya sudah cukup diakui di kalangan mahasiswa UMN. Penulis memberi kebebasan bagi Alfate dalam pembuatan lagu ini agar lagu ini dapat menyampaikan perasaan yang dirasakan Alfate sebagai komposer secara seutuhnya tanpa perlu dibuat-buat.

Alfate pun membuat lagu yang berjudul “Tanah Lot” untuk penulis gunakan sebagai bahan perancangan ini. Di dalam wawancara ini, Alfate menjelaskan mengapa ia memilih untuk membuat lagu dengan tema ini. Alasan yang diceritakan Alfate kepada penulis merupakan pengalaman pribadinya

sendiri. Jadi, Alfate membuat lagu ini karena menurutnya, Tanah Lot merupakan tempat yang memberikan kesan mendalam di hatinya karena keindahannya.

Alfate juga menjelaskan komposisi dari lagunya tersebut. Ia mengatakan bahwa pada bagian awal dan akhir dari lagu ini, ia ingin menggambarkan keindahan laut yang ada di Tanah Lot. Oleh karena itu ia membawakannya dengan melodi yang ceria. Ia juga menambahkan bahwa *arpeggio* atau *chord* yang ada melambangkan ombak yang naik turun secara indah.

Lalu pada bagian tengah dari lagu tersebut, Alfate berusaha menggambarkan kuil yang ada di tengah Tanah Lot. Tempo yang pelan ini menandakan ketenangan dan keseriusan yang ada di kuil tersebut. Akan tetapi, melodi itu juga dibuat untuk merasakan kuil tersebut rindu akan daratan karena letak kuil tersebut yang ada di atas bebatuan di tengah laut. Alfate juga menambahkan bahwa lagu ini pun mengadaptasi suara musik gamelan di dalam melodi piano.

Pesan yang ingin Alfate, selaku komposer dari lagu ini sampaikan adalah mengenai kemegahan dari Tanah Lot itu sendiri serta kerinduan yang ia gambarkan melalui Tanah Lot yang merindukan daratan ini.

3.2.2.4. Wawancara dan *Workshop Storyboard*



Gambar 3.4. *Workshop storyboard* dengan Alfi, pemimpin Kampung Monster.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Al Fitri Muhammad Zacky alias Alfi Zachkyelle adalah pemimpin Kampung Monster, sebuah laboratorium kreatif yang menciptakan berbagai kekayaan intelektual berupa karakter desain dalam konten kreatif. Pada tanggal 9 oktober 2017, Alfi datang ke UMN sebagai pembicara dalam *workshop* mengenai *storyboard* milik Ultigraph. Dalam *workshop* ini, Alfi menjelaskan mengenai tips-tips membuat *storyboard* sampai harga *storyboard* di pasaran.

Menurut Alfi, *storyboard* merupakan alat yang menjadi *guide* dalam menyusun suatu adegan dalam suatu animasi atau film. *Storyboard* juga ada dalam komik dan biasanya berbentuk seperti rangkaian sketsa atau foto. Terminologi dari *storyboard* akan dijelaskan sebagai berikut.

- *Close up shot*: subjek mengisi *frame* akan tetapi tidak sampai penuh.

- *Big close up*: subjek mengisi *frame* sampai penuh.
- *High camera angle*: *eagle view*.
- *Low camera angle*: *worm eyes*, biasanya untuk sesuatu yang megah.
- *Low shot*: dari jarak maksimum atau terjauh.
- *Establishing*: pembukaan suatu *scene* atau adegan dengan *long shot*.

Selain itu, Alfi juga memberikan beberapa tips. Tips yang pertama adalah jika telah selesai membuat *storyboard*, *storyboard* perlu dicek lagi agar tidak terdapat kesalahan di dalamnya. Tips yang kedua adalah bahwa ekspresi wajah dari karakter tidak diutamakan. Setelah itu, tips yang ketiga adalah latar tempat dari adegan tersebut harus jelas. Tips yang terakhir adalah sketsa dahulu sebelum mengeksekusi suatu *shot* atau adegan.

Alfi juga memberikan beberapa tips perancangan *storyboard* untuk video musik. Tips yang pertama adalah *timing*. *Timing* diperlukan agar musik dan visual dapat berharmonisasi. Tips yang kedua adalah *audio* yang dipecah agar mempermudah penyesuaian dengan visual saat menentukan *timing*. Tips yang terakhir adalah *pace* dari lagu tersebut. *Pace* atau kecepatan dari lagu tersebut dapat membantu dalam membangun mood yang ada untuk video musik tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2.3. Studi Eksisting

Studi Eksisting ini merupakan acuan bagi penulis dalam perancangan tugas akhir ini. Informasi yang akan didapat dari video musik interaktif ini akan dianalisa dari segi alur cerita dan interaktivitasnya.

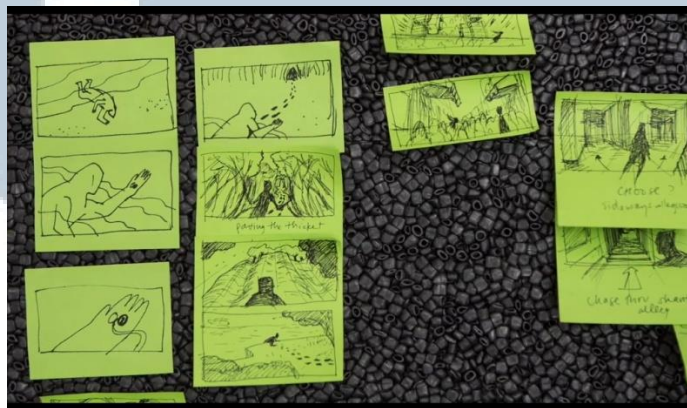
3.2.3.1. Video Musik Interaktif milik Coldplay yang Berjudul “*Ink*”

Interaktivitas di dalam suatu musik video dapat dilihat di dalam musik video *Coldplay* yang berjudul “*Ink*”. Di dalam video pembuatan dari video musik ini, terdapat lebih dari 300 kombinasi alur yang memungkinkan untuk diakses. Ciri utama dari interaktivitas di dalam video musik ini adalah pada pemilihan alur cerita yang kompleks ini. Kegiatan pemilihan alur inilah yang membawa pengalaman mendengarkan lagu menjadi lebih menarik. Proses pembuatan video musik ini pun memperlihatkan cara menciptakan interaktivitas itu sendiri.

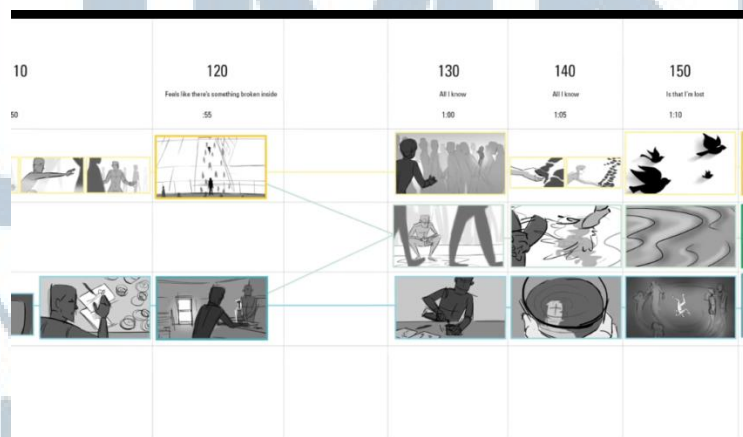
Video pembuatan musik video ini menjelaskan tahap pertama pembuatan video musik ini. Pertama-tama dibuat dahulu alur cerita dan alur pilihannya. Setelah itu, memetakan pilihan apa saja yang memungkinkan bagi penonton. Setelah mereka memetakan pilihan-pilihan dan kombinasi alur yang ada, para ilustrator, animator, dan desainer pun mulai menambahkan sentuhan estetik ke dalam video musik ini.



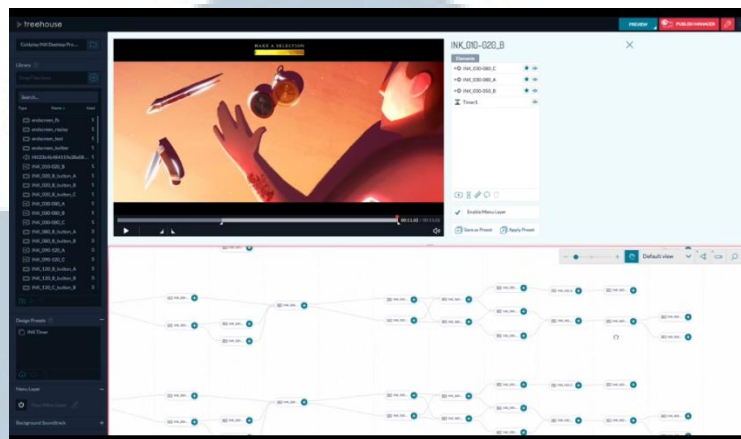
Gambar 3.5. Perancangan percabangan alur cerita dengan post-it
(Coldplay “Ink” Behind The Scenes video, 2015).



Gambar 3.6. Sketsa storyboard dari setiap percabangan alur
(Coldplay “Ink” Behind The Scenes video, 2015).



Gambar 3.7. Storyboard versi digital
(Coldplay “Ink” Behind The Scenes video, 2015).



Gambar 3.8. Percabangan alur pada aplikasi *Treehouse*
(Coldplay “*Ink*” Behind The Scenes video, 2015).

Mengutip dari ucapan Matthew Encina, selaku Creative Director dari project ini, mengatakan bahwa tantangan terbesar dari membuat video musik interaktif ini adalah bagaimana membuat penonton tertarik dengan video musik ini sehingga menimbulkan rasa penasaran yang tinggi jika mereka memilih alur yang lain. Selain itu, Chris Do, selaku penemu dari *Production House Blind*, mengatakan bahwa interaksi itu sendiri harus memiliki hati dan jiwa agar dapat menarik penggunanya untuk masuk ke dalam dunia tersebut.

Memasuki pengalaman interaktivitas, Matthew Encina mengatakan bahwa ia menggunakan aplikasi *online* bernama *Treehouse*. Ia mengatakan bahwa aplikasi ini memungkinkan *edit* terhadap alur interaktivitasnya secara langsung serta memungkinkan untuk merasakan pengalaman penonton selama pengeditan tersebut. *Treehouse* sendiri merupakan sebuah aplikasi *web* yang memungkinkan setiap orang untuk membuat video interaktif mereka sendiri. *Treehouse* ini dibuat oleh perusahaan yang mendesain, membuat, dan menjual teknologi dari video

interaktif ini. Dengan ini, dapat diambil sebuah simpulan bahwa interaktivitas di dalam video ini terdapat pada proses edit di dalam aplikasi *Treehouse* ini.

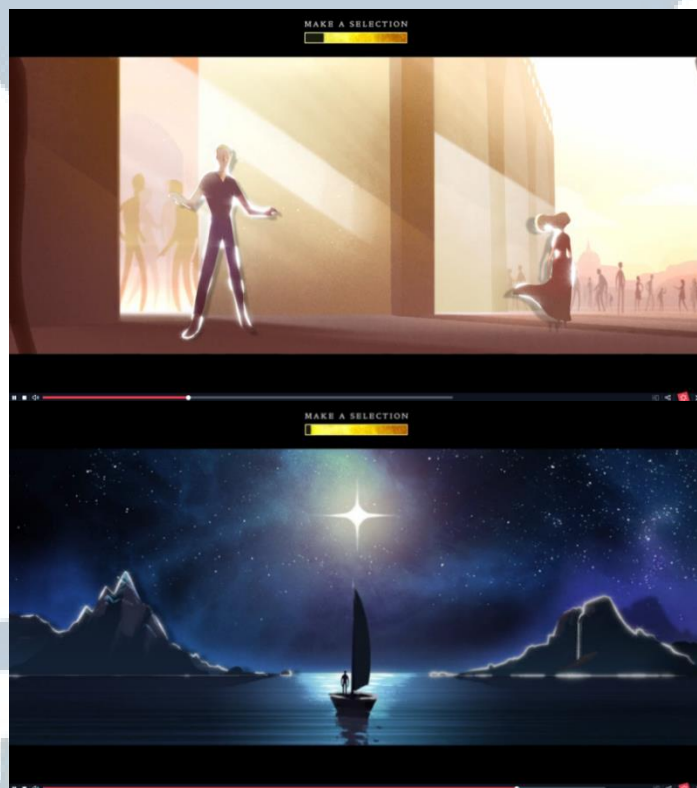
Tentunya pengalaman interaktif di dalam sebuah video musik ini telah membawa video musik ke tingkat pengalaman yang lebih lagi. Dengan media interaktif ini, video musik tidak lagi hanya ditonton, melainkan pengguna pun dapat ikut memiliki andil di dalam video musik tersebut. Hal ini tentu saja kembali lagi kepada teori interaktivitas yang telah ada selama ini. Teori yang telah mengalami pengembangan sehingga pengalaman interaktif tak hanya didapat dari makhluk hidup saja, melainkan dari benda mati juga.

Interaktivitas yang secara teori merupakan kualitas dari sebuah komunikasi, dapat terlihat di dalam video musik ini. Interaktivitas di dalam video musik ini dihadirkan dengan suatu aplikasi yang bernama *Treehouse*. Aplikasi yang berbasis web ini memungkinkan setiap orang untuk membuat video interaktifnya sendiri. Secara teori, interaktivitas yang ada di dalam video musik ini sangat berkaitan dengan kerangka interaktivitas antara manusia dan komputer milik Donald Norman, yaitu melibatkan *system*, *input*, *output*, dan *user*.

User yang dimaksud merupakan pengguna yang merupakan penonton dari video musik ini. *Input* yang diberikan oleh pengguna yaitu berupa memilih di antara pilihan yang ada pada layar untuk kemudian melanjutkan jalan cerita dari video musik ini. Lalu, *system* akan menentukan umpan balik apa yang akan diberikan kepada *user* yang kemudian berupa *output* yaitu *scene* yang merupakan kelanjutan dari pilihan yang telah dipilih pengguna. Inilah kerangka dari

interaktivitas antara manusia dengan computer yang dirumuskan oleh Donald Norman.

Jadi, keterkaitan antara video dibalik layar pembuatan musik video milik Coldplay yang berjudul “*Ink*” ini dengan teori interaktivitas ini dapat menunjukkan di mana saja letak interaktivitas di dalam video musik ini. Interaktivitas tersebut terlihat dengan memberikan beberapa pilihan kepada penonton yang kemudian akan menentukan alur cerita dari video musik ini. Dengan ini, penonton akan mendapatkan pengalaman yang lebih dalam menikmati sebuah lagu.



Gambar 3.9. Adegan pemilihan alur lainnya
(Coldplay “*Ink*” video, 2015)

3.2.3.2. Video Musik milik Daoko yang berjudul “Uchiage Hanabi”

Daoko merupakan seorang *rapper* wanita yang berasal dari Jepang. Pada tanggal 9 Agustus 2017, Daoko meluncurkan sebuah video musik terbaru yang merupakan sebuah *theme song* dari film animasi terbaru di Jepang yang berjudul “打ち上げ花火、下から見るか？ 横から見るか？” atau dalam bahasa Inggris berarti “*Fireworks, Should We See it from the Side or the Bottom?*”. Film ini memiliki sinopsis berupa beberapa orang anak yang penasaran dengan kembang api yang jika dilihat dari sisi yang berbeda akan memiliki bentuk yang berbeda juga. Anak-anak ini memiliki pemikiran bahwa kembang api tersebut akan berbentuk datar jika dilihat dari sudut yang berbeda. Selain itu, plot yang berbeda dibawakan oleh tokoh lainnya yang ingin pergi dari rumah karena bermasalah dengan orang tuanya dan ingin kabur dengan salah satu dari anak laki-laki tersebut.

Video musik ini dibuat dengan menggunakan *cut scene* dari film yang sebenarnya. Hal ini menyebabkan, alur cerita di video musik tersebut sulit untuk dimengerti walaupun telah dilihat beberapa kali. Ada kemungkinan hal ini dilakukan agar cerita dari film ini tidak terungkap, sehingga audiens tetap akan menonton versi lengkap dari filmnya. Kekurangan inilah yang tidak memungkinkan untuk menggunakan video musik ini sebagai patokan dalam *storytelling* dalam sebuah video musik. Selain itu, video musik ini bukan merupakan video musik interaktif. Akan tetapi, video musik ini memiliki

N U S A N I A R A

keunggulan dalam penggunaan warna dan efek animasi yang indah. Warna yang digunakan pada animasi ini sangat cerah, sehingga sangat menarik mata.



Gambar 3.10. Screenshot dari video musik “Uchiage Hanabi”.

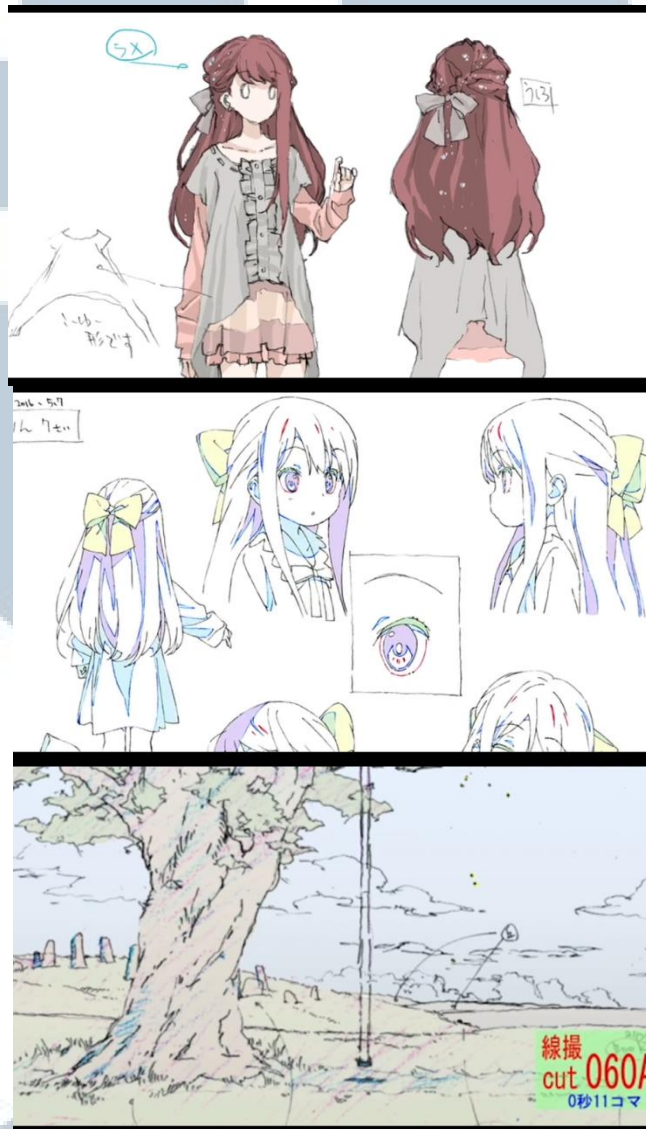
(Daoko “Uchiage Hanabi” music video, 2017).

3.2.3.3. Video Musik milik Porter Robinson yang berjudul “Shelter”

Porter Robinson merupakan seorang DJ yang berasal dari Amerika. Ia merilis video musik dari lagu yang berjudul “Shelter” ini pada 18 Oktober 2016. Sampai saat ini, “Shelter” sudah ditonton sebanyak 22 juta kali di *Youtube*. Video musik ini merupakan kolaborasi antara Porter Robinson dengan studio A-1 Pictures. Walaupun singkat, video musik ini memiliki alur cerita yang cukup jelas, tidak terkesan seperti memendekkan suatu cerita.

Porter Robinson menjelaskan di dalam video pembuatan video musik ini bahwa, cerita yang diangkat di dalamnya merupakan bentuk korelasi antara manusia dengan teknologi di masa ini. Ia juga menyatakan bahwa dalam proses pembuatan animasi ini, ia perlu terlibat secara menyeluruh dalam segala proses pembuatannya. Selain itu, hal menarik lainnya di dalam video musik ini adalah, tokoh utama wanita di dalamnya diberi nama berdasarkan nama CEO dari A-1

Pictures itu sendiri. Oleh karena itu, proyek ini merupakan proyek yang sangat dekat di hati setiap staf yang ikut serta dalam pembuatannya.



Gambar 3.11. Screenshot dari pembuatan video musik “Shelter”.

(‘Shelter’ Behind The Scene, 2016).

Video musik ini juga bukan merupakan video musik interaktif. Akan tetapi, video musik ini memiliki ending yang multitafsir. Hal ini dikarenakan pembuatnya tidak menjelaskan lebih lanjut mengenai nasib dari tokoh utama tersebut.



Gambar 3.12. Screenshot dari video musik *Shelter*.

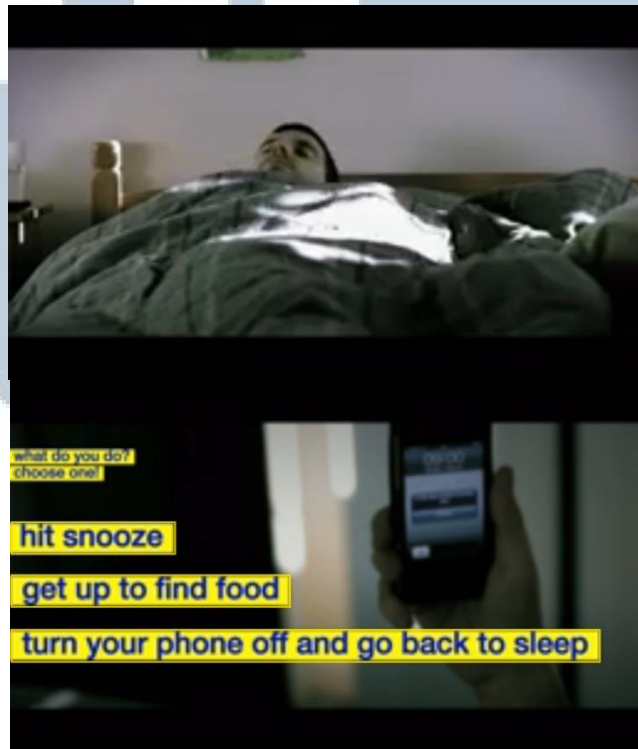
(Porter Robinson 'Shelter' music video, 2016).

3.2.3.4. Film Interaktif milik The Streets yang berjudul “*Computers and Blues*”

The Streets merupakan sebuah proyekband yang ditargetkan hanya untuk mengeluarkan 5 buah album. Pada album terakhir mereka yang berjudul *Computers and Blues*, Mike Skinner, selaku vokalis utama dan juga pemimpin dari band ini, mengusulkan untuk membuat film interaktif ini sebagai media promosi dari album terakhir mereka.

Video musik interaktif ini merupakan video musik di mana audiens dapat memilih alur cerita atau petualangannya sendiri. Dari setiap akhir petualangan yang dipilih audiens, akan terdapat lagu yang merupakan potongan lagu dari

album tersebut. Video musik ini menggunakan media berupa *youtube* dan untuk membuat pilihan, video ini menggunakan *annotation* di dalam *youtube* yang dapat mengaitkan video yang satu dengan video yang lainnya. Jadi, pemilihan alur ini tidak terdapat dalam 1 video yang sama, melainkan potongan-potongan dari video pendek yang di-*upload* secara terpisah.

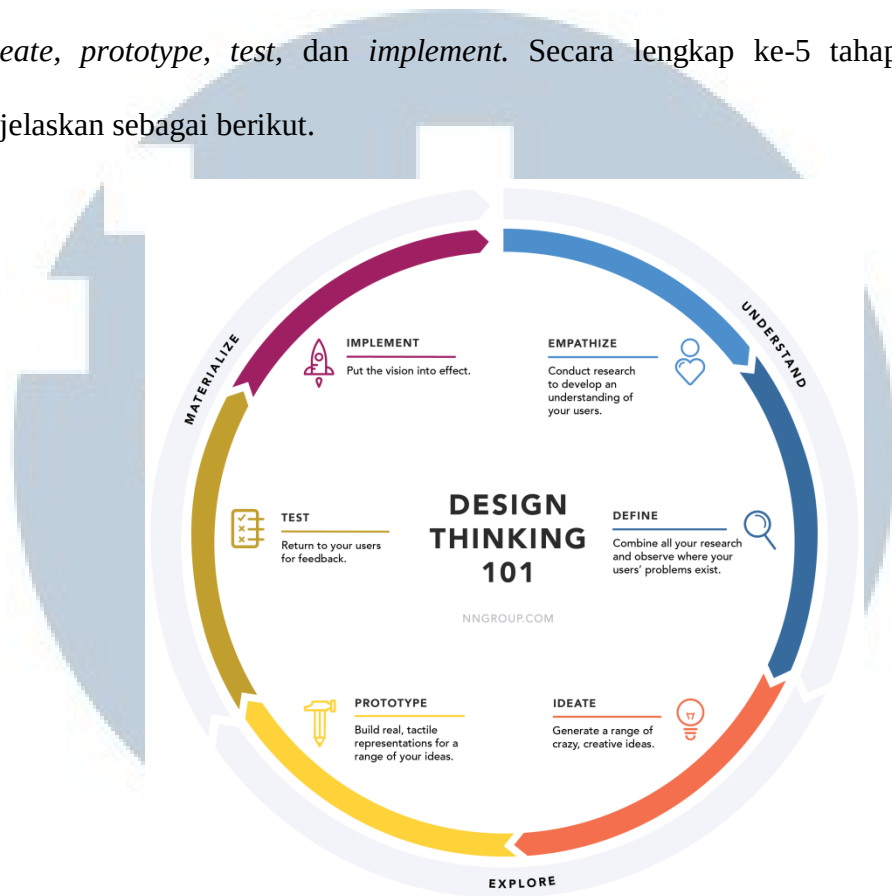


Gambar 3.13. Screenshot dari video musik *Computers and Blues*.
(*Computers and Blues* music video, 2011).

3.3. Design Thinking

Perancangan ini menggunakan *Design Thinking* sebagai metodologinya. *Design thinking* merupakan suatu metodologi yang dapat digunakan di dalam perancangan ini. Plattner (2010) menjelaskan mengenai *design thinking* milik *Institute of Design at Stanford* yang terdiri dari 5 tahap, yaitu *empathize*, *define*,

ideate, prototype, test, dan implement. Secara lengkap ke-5 tahap ini akan dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 3.14. *Design Thinking*.

(<https://www.nngroup.com/>, 2016).

1. *Empathize*

Empathize merupakan proses mempelajari audiens, mulai dari cara berpikir dan cara mereka berinteraksi dengan sesuatu. Melalui hal ini, desainer dapat mengerti apa yang audiens butuhkan. Proses ini dapat dilakukan dengan observasi dan mewawancara secara langsung.

2. *Define*

Define merupakan proses menganalisa informasi yang telah didapatkan dari proses sebelumnya. Melalui informasi-informasi tersebut, desainer dapat menentukan masalah yang sesungguhnya pada audiens dan

menentukan solusi yang tepat bagi masalah tersebut. Pada tahap ini, lebih difokuskan untuk mencari permasalahan tersebut.

3. *Ideate*

Ideate merupakan proses pencarian solusi dari masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Plattner (2010), dalam proses ini, bukan hanya soal menemukan solusi yang tepat, akan tetapi mengeksplorasi secara luas kemungkinan yang dapat dijadikan solusi. Proses ini, desainer perlu menggabungkan pikiran secara sadar, maupun tak sadar, dengan imajinasi, agar dapat mendapatkan berbagai macam kemungkinan untuk solusi tersebut walau hanya dengan memikirkan masalah tersebut.

4. *Prototype*

Prototype merupakan proses merealisasikan solusi-solusi yang telah didapat sebelumnya. Pada proses ini, ada baiknya ide yang direalisasikan lebih dari 1. *Prototype* nantinya akan dicoba untuk berinteraksi dengan audiens agar dapat menentukan apakah solusi yang dihadirkan lewat *prototype* ini tepat atau tidak. *Prototype* juga merupakan suatu cara untuk mengkomunikasikan solusi tersebut dengan sesuatu yang lebih nyata dibandingkan dengan sekedar sketsa dan kata-kata.

5. *Test*

Melalui proses ini, desainer mendapatkan info lebih lanjut mengenai interaksi antara audiens dan solusi yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam proses ini akan terlihat apakah solusi yang telah ditentukan sebelumnya itu tepat atau tidak. Jika tidak tepat, tidak menutup

kemungkinan bahwa desainer harus kembali ke proses *define* lagi. Pada proses ini, desainer juga akan mendapatkan informasi untuk memperbaiki dan menyempurnakan solusi yang sudah ada agar lebih sesuai dengan audiens.

6. Implement

Implement dilakukan saat solusi tersebut sudah sempurna. Ini merupakan tahap akhir yang juga berarti melepas solusi tersebut untuk dikembalikan kepada audiens agar dapat menyelesaikan masalah yang ada sebelumnya.

Berikut ini adalah bagan hasil pembedahan dari *design thinking* yang kemudian diaplikasikan ke dalam perancangan ini.



Gambar 3.15. Bagan perancangan.

(Dokumentasi pribadi, 2017).

1. *Emphatize*

Dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang kemudian turut mengambil bagian dalam video musik, penulis pun mendapatkan sebuah lagu yang dapat dijadikan video musik. Penulis pun melakukan *emphatize* pada lagu ini. Lagu yang berjudul “Tanah Lot” ini dibuat untuk menggambarkan kerinduan Tanah Lot yang merupakan Pura terpisah dari daratan. Selain itu, keindahan Tanah Lot juga turut digambarkan dalam lagu ini. Keindahan Tanah Lot ini digambarkan dalam tempo-tempo yang dihadirkan di dalamnya. Tempo-tempo ini mengindikasikan berbagai hal seperti keagungan dan kesedihan yang dialami Tanah Lot tersebut.

2. *Define*

Pada tahap ini, data yang telah didapatkan sebelumnya dianalisa. Hasil dari analisa ini menunjukkan bahwa tempo yang digunakan pada lagu ini berkisar antara 70 bpm sampai 120 bpm. Lagu ini juga menggunakan tempo *grave* (tempo yang lambat dan sedih) pada bagian awalnya, dan mengalami *accelerando* (peningkatan tempo) yang pada akhirnya menggunakan tempo *maestoso* (tempo yang penuh keagungan). Tempo ini membantu dalam pemilihan cerita yang kemudian digunakan di dalam perancangan ini.

3. *Ideate*

Pada tahap ini, penulis menghubungkan hasil dari tahap *emphatize* dan juga tahap *define* sehingga tema kerinduan ini diibaratkan dalam

kisah cinta berupa sepasang kekasih yang terpisah oleh jarak dan perbedaan budaya. Oleh karena itu, kisah cinta inilah yang pada akhirnya diangkat dalam perancangan ini. Selain itu fakta bahwa kisah cinta merupakan hal yang umum di masyarakat ini juga menjadi pertimbangan dalam pemilihan alur cerita ini.

4. *Prototype*

Proses *prototyping* pun dilakukan dengan membuat *asset-asset* visual. *Asset-asset* visual ini kemudian disatukan di dalam aplikasi agar dapat dijadikan animasi.

5. *Test*

Testplay dilakukan sebanyak 2 kali. *Testplay* alpha, dilakukan saat perancangan baru mencapai sekitar 40%. Setelah mendapat masukan dari responden, penyempurnaan terhadap perancangan ini dilakukan dan dilakukan *testplay* beta. Hasil data yang telah didapatkan dari kedua *testplay* tersebut dapat dibandingkan dan terlihat perkembangan di dalam data tersebut.

6. *Implement*

Setelah dilakukan proses-proses di atas, perancangan ini pun kemudian dirancang dan dipublikasikan melalui aplikasi *eko studio* yang mewadahi pembuatan video musik interaktif serta mempublikasikan video musik tersebut sehingga pada akhirnya video musik ini dapat dinikmati oleh khalayak ramai.

3.4. Perancangan

Pada sub-bab ini, akan dijelaskan mengenai konsep dan juga *moodboard* dari perancangan ini.

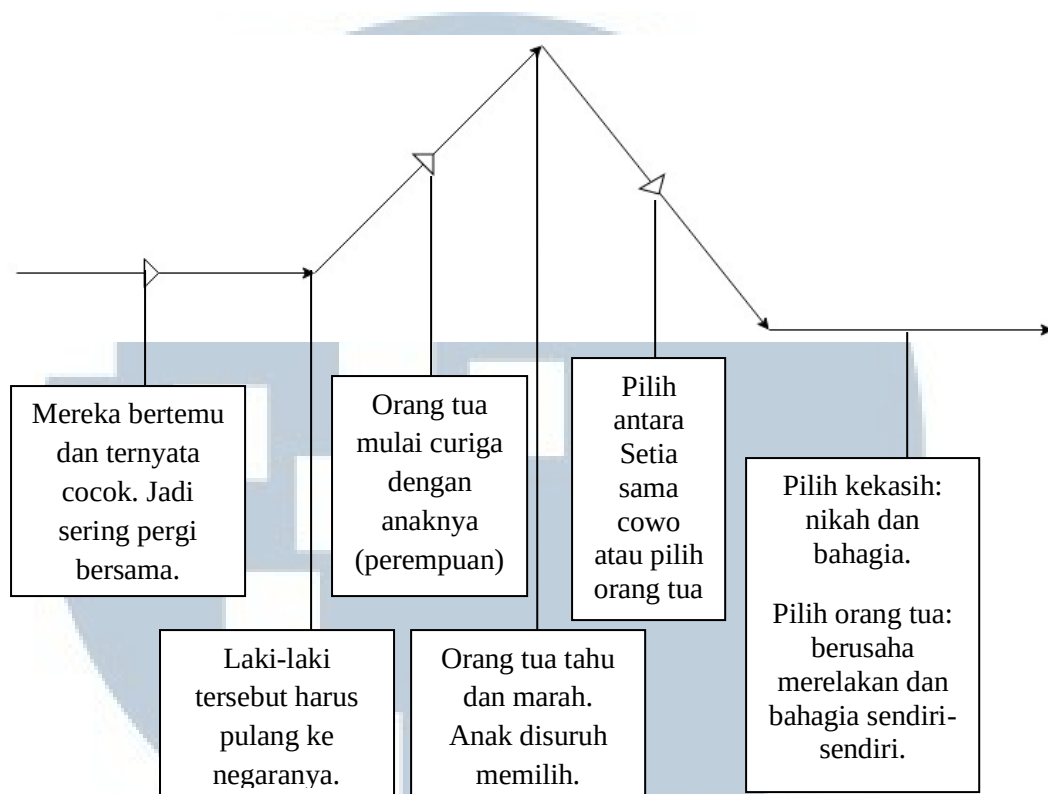
3.4.1. Konsep

Cerita yang akan diangkat dalam perancangan ini adalah mengenai kisah cinta dari seorang gadis pelayan Pura Tanah Lot. Setelah itu, cerita ini akan memiliki *moodboard*, *character sheet*, dan konsep cerita seperti yang dilampirkan di sub dari sub-bab berikutnya.

3.4.1.1 Sinopsis

Sinopsis dari video musik ini menggunakan piramida milik Gustav Freytag dan memiliki struktur cerita sebagai berikut.





Gambar 3.16. Piramida struktur cerita.

(Dokumentasi pribadi, 2017).

Kisah cinta dipilih sebagai media penyampai maksud dari cerita ini dikarenakan hal ini merupakan hal yang umum di masyarakat. Selain itu, faktor kisah cinta yang lebih *catchy* juga mempengaruhi pemilihan cerita ini.

Secara lengkap, sinopsis perancangan ini adalah mengenai seorang gadis Bali yang menjalin hubungan dengan pria berkewarganegaraan asing. Video musik ini akan menghadirkan 2 buah situasi yang menempatkan pengguna untuk memilih nasib untuk gadis tersebut. Pada akhirnya gadis tersebut akan memiliki 2 buah *ending* yang berlainan. *Ending* pertama adalah kesuksesan di dalam hubungan gadis Bali ini dengan kekasihnya. *Ending* kedua adalah, gadis Bali ini yang memilih untuk sendiri dikarenakan beberapa masalah yang menyimpannya. Secara lengkap cerita dari gadis Bali ini akan dijelaskan sebagai berikut.

Maharani adalah seorang gadis Bali yang ceria dan terbuka dengan hal baru. Ia pertama kali bertemu dengan kekasihnya yang merupakan seorang turis dari Korea Selatan saat ia sedang berwisata ke Tanah Lot. Setelah pertemuan itu, mereka pun mulai sering menghabiskan waktu bersama.

Mereka berkencan seperti pasangan pada umumnya. Mereka pergi makan siang bersama serta membeli oleh-oleh untuk si pria. Pada suatu waktu, mereka bertemu dengan seseorang yang membagikan brosur mengenai Tanah Lot. Laki-laki ini pun tertarik untuk menghabiskan waktu ke Tanah Lot lagi bersama Maharani. Akan tetapi, Maharani teringat dengan mitos bahwa banyak pasangan kekasih yang akan segera berpisah setelah pergi ke Tanah Lot. Maharani pun mencoba mencari alternatif lain dan ia melihat sebuah penunjuk arah menuju sebuah taman bermain Safari Bali.

Pada bagian ini, pengguna akan dihadapkan dengan pilihan tempat yang akan mereka datangi selanjutnya. Jika pengguna memilih untuk pergi ke Tanah Lot, mereka akan menikmati makan malam di pinggir pantai bersama. Akan tetapi, hal ini akan mengganggu pikiran Maharani serta memengaruhi suatu event di masa depan. Jika pengguna memilih untuk pergi ke taman bermain Safari, mereka akan menikmati beberapa wahana serta memakan es-krim bersama. Kondisi ini tidak menambahkan suatu permasalahan pada hubungan keduanya.

Setelah kencan tersebut, kekasih Maharani ini terpaksa harus pulang ke negaranya karena liburannya telah berakhir. Maharani mengantar kekasihnya tersebut sampai ke bandara. Setelah itu, keduanya pun memberikan salam

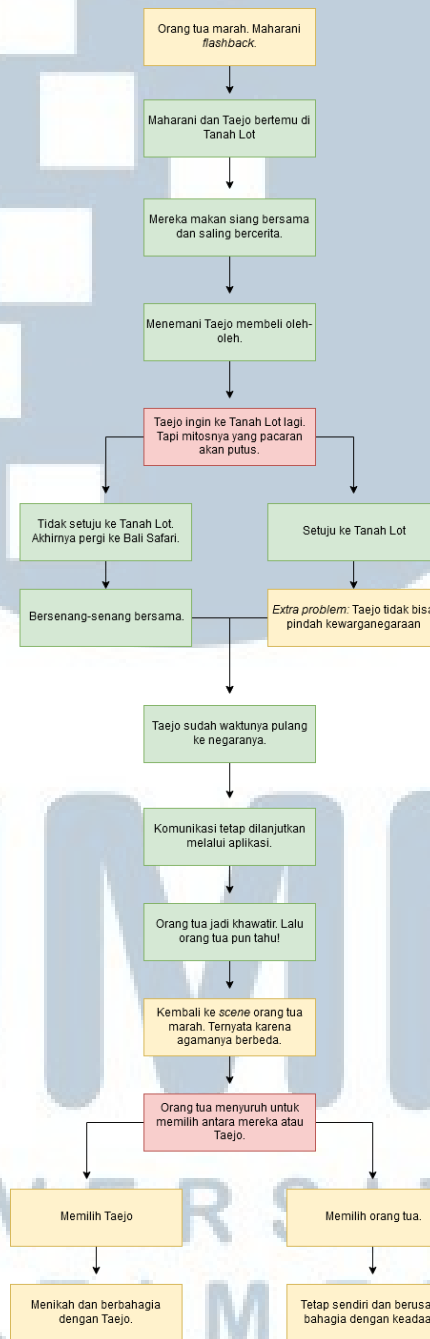
perpisahan. Akan tetapi, Maharani yakin bahwa mereka dapat bertemu lagi di masa depan.

Setelah itu, mereka tetap berkomunikasi melalui telepon genggam masing-masing. Dikarenakan komunikasi mereka yang cukup intens, orang tua dari Maharani pun mulai curiga dan khawatir dengan siapa anaknya sering berkomunikasi. Saat anaknya sedang pergi, orang tua Maharani mencoba untuk mencari tahu dan ia menemukan sebuah foto seorang laki-laki yang tidak dikenal di dompet milik anaknya.

Saat Maharani pulang, kedua orang tuanya langsung mempertanyakan siapa laki-laki tersebut. Maharani yang kebingungan hanya bisa terdiam. Akan tetapi, ayahnya menyatakan bahwa ia melihat Maharani dengan laki-laki tersebut saat ia harus sembahyang dan pada saat itu, ayahnya menyadari bahwa laki-laki ini memiliki kepercayaan yang berbeda dengan mereka. Hal ini juga didukung dengan foto yang ditemukan oleh ibunya saat mencari bukti tersebut di kamar Maharani.

Di tengah-tengah pembicaraan itu, tiba-tiba Maharani mendapat telepon dari laki-laki tersebut. Orang tuanya yang menyadari hal itu, langsung mengambil telepon genggam milik Maharani. Orang tua Maharani pun memaksa Maharani untuk memilih di antara dirinya dan panggilan dari laki-laki tersebut. Jika Maharani memilih laki-laki tersebut, ia akan memiliki akhir yang bahagia dengan laki-laki tersebut. Maharani akan melepas statusnya sebagai pelayan Pura dan menikah dengan kekasihnya. Jika Maharani lebih memilih orang tuanya, ia akan tetap sendiri pada akhirnya, akan tetapi ia tetap menikmati hidupnya.

Berikut ini adalah bagan dari sinopsis yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada bagan ini, terlihat jelas 2 buah *decision key* yang akan dihadapi oleh pengguna.

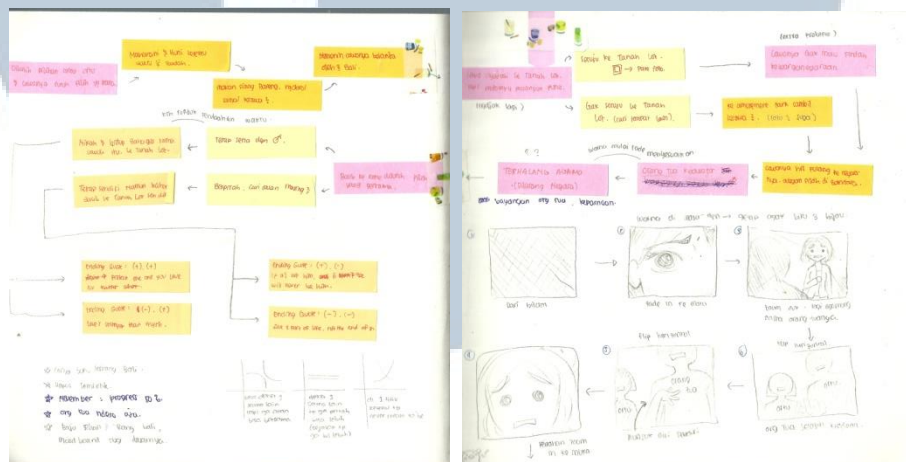


Gambar 3.17. Bagan sinopsis.

(Dokumentasi pribadi, 2017).

3.4.1.2 Storyboard

Pada perancangan ini, pada mulanya dirancang *storyboard* yang akan menjadi panduan dari perancangan animasi dalam video musik ini. Pada proses pembuatan *storyboard* ini, pertama-tama dibuat *storyboard* dengan *post-it* yang masih berupa tulisan. Hal ini bertujuan agar alur dapat diatur dan disesuaikan dengan mudah. Setelah cerita telah ditentukan, *storyboard* baru dapat divisualisasikan. Berikut ini adalah tahap pembuatan *storyboard* dalam perancangan ini.



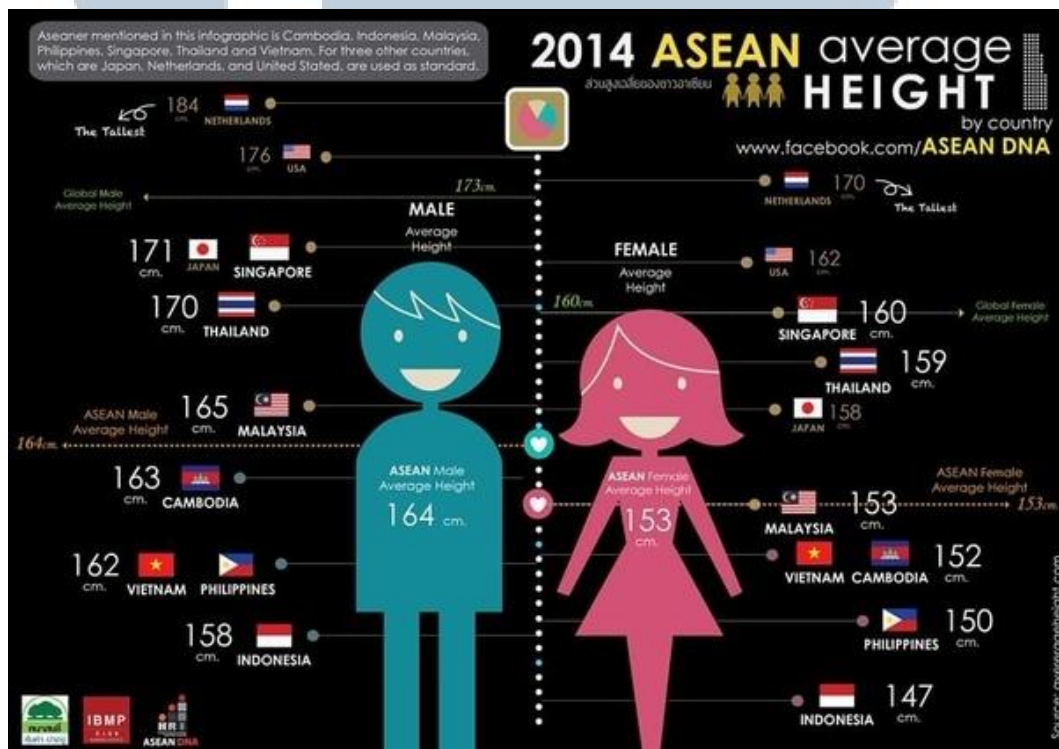
Gambar 3.18. Storyboard dengan *post-it*.

(Dokumentasi pribadi, 2017).

Pada tahap pertama perancangan *storyboard* ini, penggunaan *post-it* membantu dalam menentukan *scene* yang akan dibuat versi visualnya. Harmonisasi antara *scene* dengan lagu sangat diperlukan sehingga penggunaan *post-it* ini mempermudah dalam memindahkan satu *scene* dari satu posisi ke posisi yang lain. Untuk *storyboard* versi *post-it* dan juga sketsa *storyboard* secara menyeluruh dapat dilihat di kolom lampiran.

3.4.1.3 Character Sheet

Maharani memiliki nama panjang Ida Ayu Putu Maharani. Desain Maharani diawali dengan fakta bahwa ia merupakan gadis Bali yang ceria serta terbuka terhadap hal-hal baru. Sebagai seorang gadis Bali, Maharani memiliki penampilan fisik seperti orang Indonesia pada umumnya, yaitu warna kulit sawo matang dan tinggi badan yang hanya sekitar 150-155 cm. Maharani juga merupakan pribadi yang sering taat beragama. Oleh karena itu, pakaian yang dikenakan Maharani lebih dipengaruhi oleh *moodboard* mengenai pakaian adat Bali saat ke Pura.



Gambar 3.19. Rata-rata tinggi penduduk ASEAN.

(www.facebook.com/aseandna , 2015).

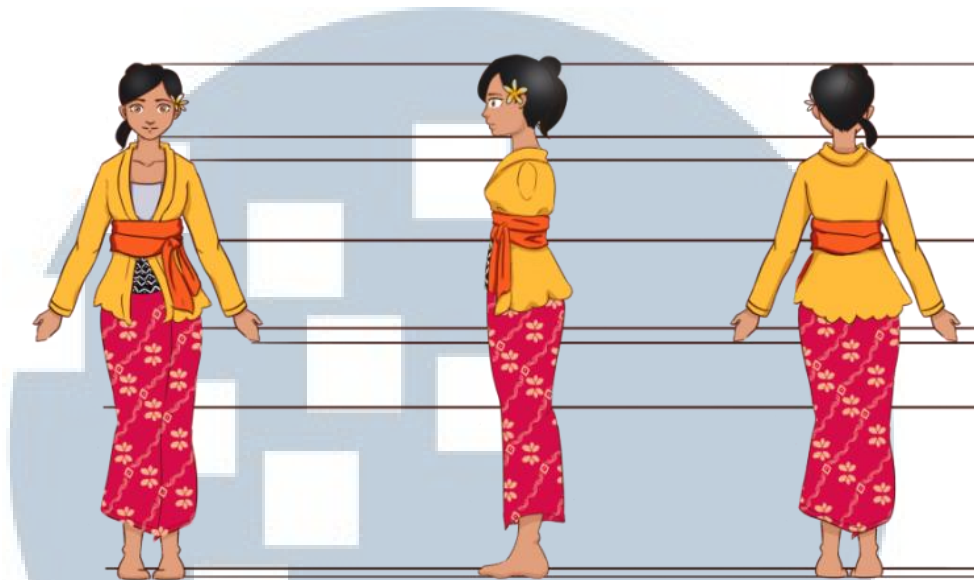
Berikut ini adalah sketsa beberapa alternatif dari perancangan karakter Maharani.



Gambar 3.20. Perancangan karakter Maharani

(Dokumentasi pribadi, 2017).

Maharani memiliki atribut yang menjelaskan status dirinya mulai dari warna kuning yang dominan sebagai warna kuning yang identik dengan pemimpin agama Hindu, seperti pada teori warna milik Bleicher (2012, 191). Selain itu, kain songket yang dikenakan oleh Maharani berwarna pink dengan motif berwarna kuning. Setelah itu, gaya rambut yang dikenakan oleh Maharani merupakan *pusung gonjer*, gaya rambut untuk perempuan yang masih lajang saat ke Pura.



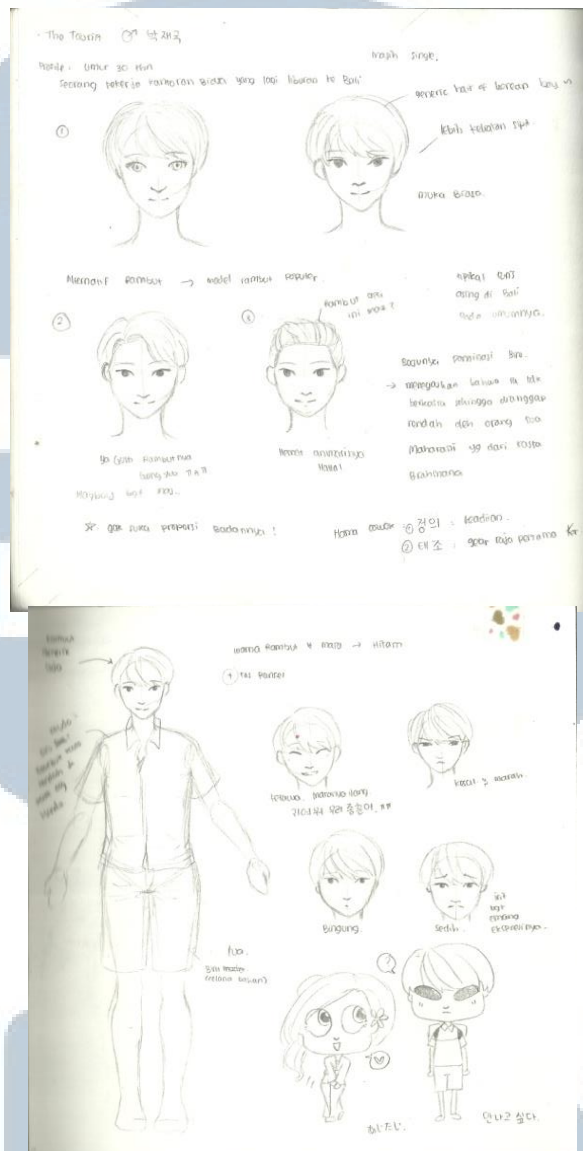
Gambar 3.21. *Character sheet* Maharani.

(Dokumentasi pribadi, 2017).

Selanjutnya adalah perancangan karakter utama laki-laki dalam perancangan ini. Karakter utama ini diutamakan seorang turis asing dengan kepribadian yang ramah. Setelah itu, memiliki warna kulit yang putih bersih agar mencerminkan perbedaan yang mencolok dengan karakter utama perempuan. Selain itu, perbedaan budaya juga ditonjolkan dengan perbedaan pakaian yang mereka kenakan, sehingga saat karakter utama perempuan mengenakan baju adat, karakter utama laki-laki mengenakan pakaian yang lebih modern dan santai.

Setelah itu, dipilihlah turis berkewarganegaraan Korea Selatan sebagai karakter utama laki-laki. Pemilihan kewarganegaraan karakter ini didasari oleh kedekatan personal penulis dengan orang dari negara tersebut sehingga penulis cenderung lebih mengetahui bagaimana orang dari negara tersebut berinteraksi.

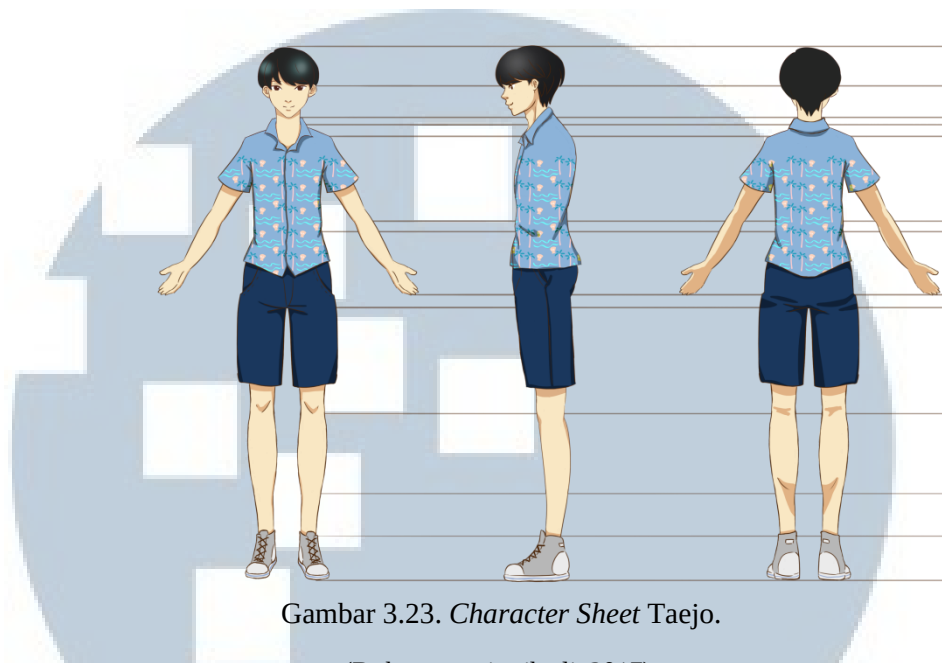
Berikut ini merupakan sketsa dari karakter pria yang menjadi kekasih dari Maharani.



Gambar 3.22. Sketsa perancangan karakter Taejo.

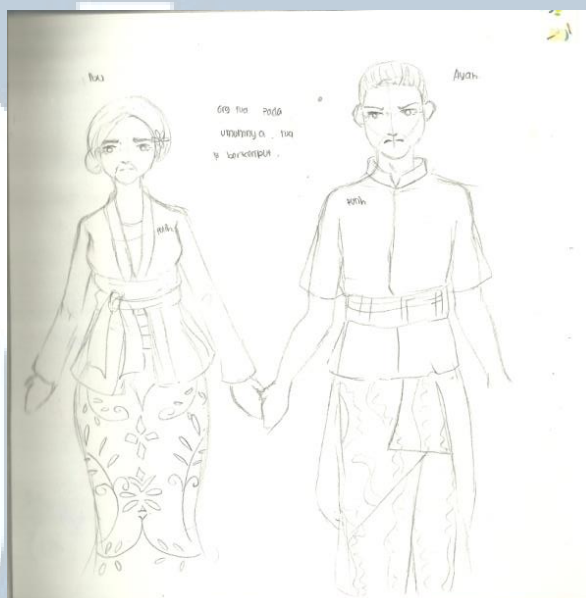
(Dokumentasi pribadi, 2017).

Pria ini bernama Taejo. Taejo mengenakan pakaian yang didominasi oleh warna biru. Hal ini untuk memperkuat status Taejo yang dipandang rendah oleh keluarga Maharani karena warna biru biasanya digunakan oleh orang berkasta rendah dalam agama Hindu. Taejo sendiri sebenarnya hanya seorang pekerja kantor biasa yang kebetulan sedang berlibur ke Bali.



Gambar 3.23. *Character Sheet Taejo.*

(Dokumentasi pribadi, 2017).



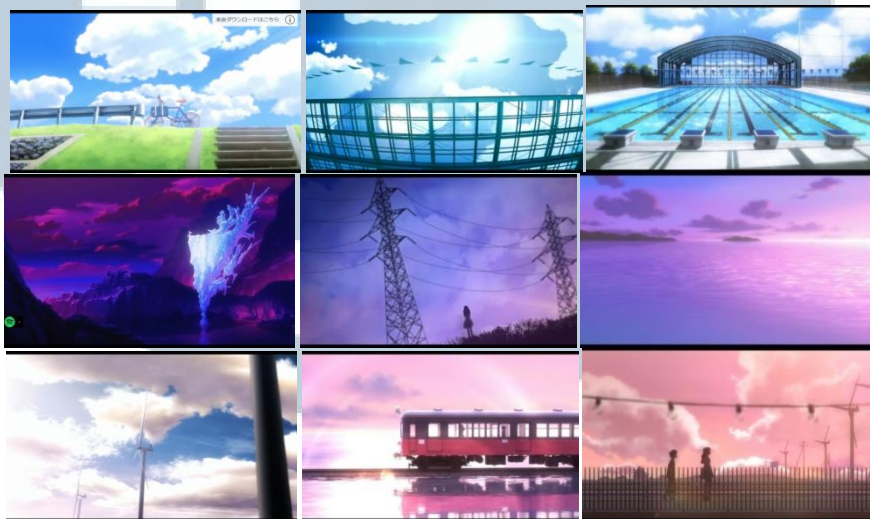
Gambar 3.24. *Sketsa perancangan karakter orang tua Maharani.*

(Dokumentasi pribadi, 2017).

Pada perancangan orang tua Maharani, digunakan atribut yang tidak jauh berbeda dengan Maharani. Atribut yang digunakan tetap berdasar pada filosofi dari pakaian adat Bali.

3.4.2. Moodboard

Sub-bab ini berbicara mengenai *moodboard* yang akan menjadi gambaran visualisasi dari perancangan ini. *Moodboard* yang akan ditampilkan terbagi jadi 2 bagian. *Moodboard* yang pertama adalah *moodboard* yang mewakili warna-warna yang akan ada di dalam perancangan ini. Berikut ini adalah *moodboard* yang mewakili warna tersebut.



Gambar 3.25. *Moodboard* warna.

(“Fireworks”, 2017).

Moodboard selanjutnya merupakan *moodboard* yang berkaitan dengan Bali dan juga agama Hindu. *Moodboard* ini juga berkaitan dengan pakaian dan atribut yang dikenakan oleh tokoh utama.



1. <https://www.pictaram.org/hashtag/balimediainformasi>
2. <http://beritagan.blogspot.co.id/2015/10/5-suku-indonesia-paling-populer-di-dunia.html>
3. <http://hindualukta.blogspot.co.id/>

Gambar 3.26. *Moodboard* karakter utama perempuan.

Selain itu disertakan juga referensi dari Tanah Lot. Referensi ini menyertai penamndangan Tanah Lot dalam beberapa waktu seperti siang dan sore.

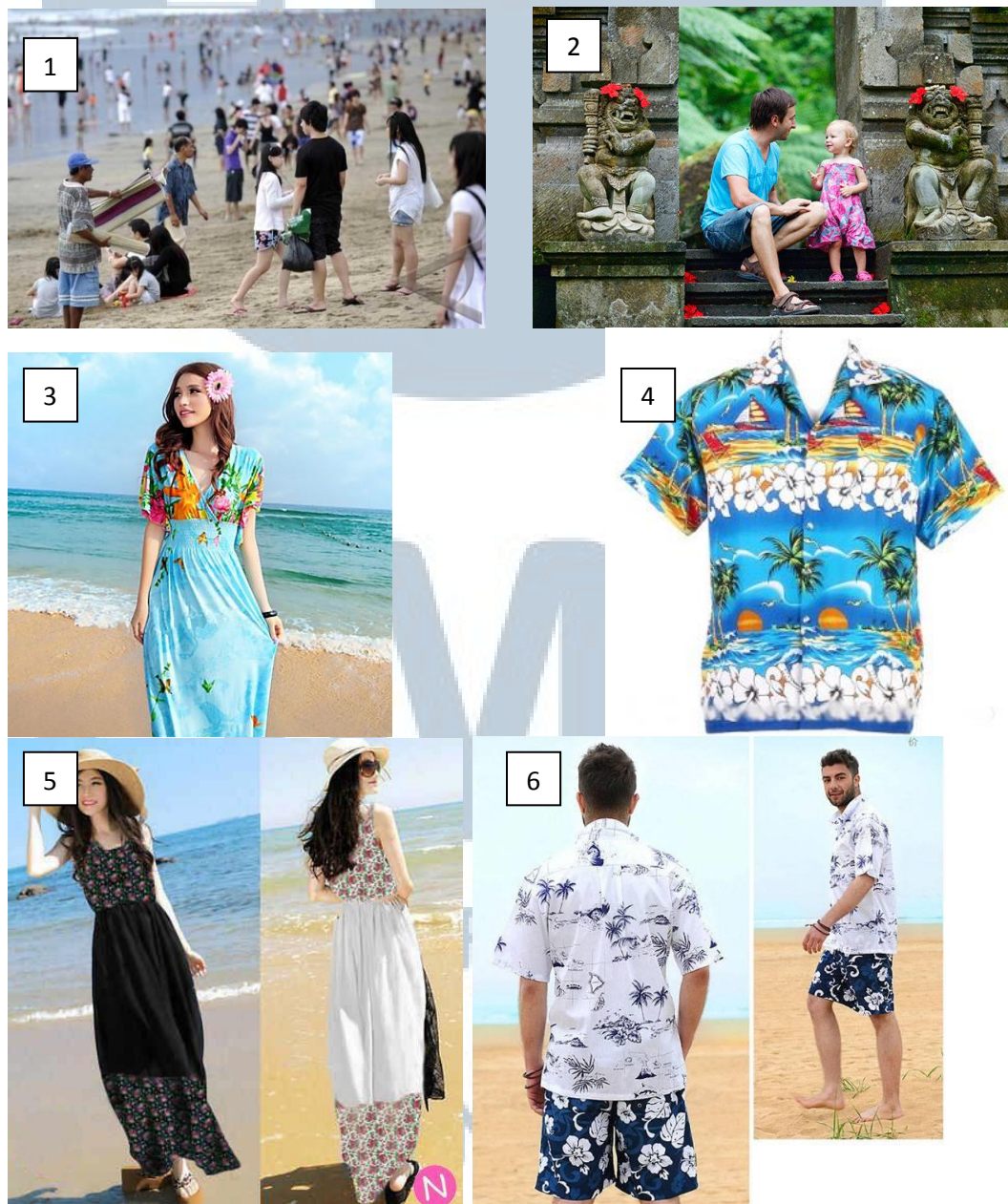


1. <https://www.pinterest.com/pin/544935623640126676/>
2. https://static.limakaki.com/2017/01/TanahLot_2014.jpg

3. <https://www.balitravelexpert.com/wp-content/uploads/2017/02/Pura-tanah-lot.jpg>
4. http://www.hanindotours.com/images/4347210343_228cbf2b74_o.jpg

Gambar 3.27. *Moodboard* Tanah Lot.

Moodboard selanjutnya akan berkaitan dengan karakter utama laki-laki yang merupakan turis asing yang sedang berlibur ke Bali. *Moodboard* ini juga merupakan referensi pakaian dan model rambut dari karakter utama laki-laki tersebut.





1. <http://raw.cdn.baca.co.id/48f22452-7e74-4057-8fa1-9aba227cab13>
2. <http://www.live4family.com/wp-content/uploads/2017/01/mn890-1024x683.jpg>
3. <http://designersoutfits.com/wp-content/uploads/2016/05/image010-16.jpg>
4. [http://3.bp.blogspot.com/-qNJnfhwKfU/UxiAR0i5NwI/AAAAAAAAABI/ML4dT6GJE/s1600/baju+kemeja+\(1\).jpg](http://3.bp.blogspot.com/-qNJnfhwKfU/UxiAR0i5NwI/AAAAAAAAABI/ML4dT6GJE/s1600/baju+kemeja+(1).jpg)
5. https://s3.bukalapak.com/img/343924808/w-1000/42360_ada_2_pilihan_warna_hitam_putih.png
6. <https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1nnfRGpXXXXajaXXXq6xXFXXOXO/220368418/HTB1nnfRGpXXXXajaXXXq6xXFXXOXO.jpg>
7. <https://kpopchart.net/2017/10/seventeen-ungkap-daftar-lagu-di-full-album-teenage.html>

Gambar 3.28. *Moodboard* karakter utama laki-laki.

3.4.3. *Progress*

Setelah proses perancangan melalui sketsa dan penyesuaian warna dengan *moodboard*, proses perancangan dilanjutkan dengan pembuatan *asset* secara *digital*. *Asset* ini dibuat berdasarkan desain karakter yang telah ditentukan serta *storyboard* yang telah dirancang sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa contoh *asset* yang telah dibuat menjadi versi *digital*.



Gambar 3.29. Asset digital.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Setelah menyelesaikan proses *asset* yang dibutuhkan untuk satu *scene*, *asset* tersebut akan dimasukkan ke dalam *after effect* untuk diatur posisinya serta dianimasikan. Setelah itu, animasi yang telah selesai di-*render* menjadi suatu video yang nantinya akan dibuat menjadi video interaktif.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

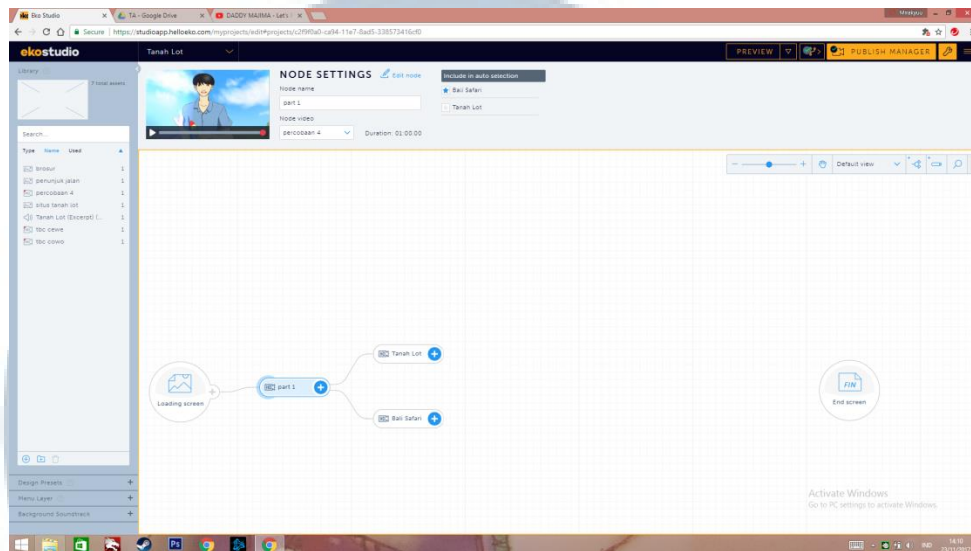


Gambar 3.30. Asset yang telah dianimasikan.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Hasil video yang telah di-render ini kemudian di-upload ke sebuah situs yang dapat membuat suatu video menjadi video interaktif. Situs yang bernama *Eko Studio* ini bekerja dengan prinsip menyatukan beberapa video yang ada menjadi suatu alur atau bahkan percabangan alur. Berikut ini adalah tampilan dari *Eko Studio* dalam mengedit video musik ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.31. Tampilan dari situs *Eko Studio*.

(Dokumentasi pribadi, 2017)

Eko Studio juga membantu dalam mempublikasikan hasil video yang telah dibuat. Publikasi ini biasanya berupa dibagikan melalui media sosial atau dengan meng-copy link yang diberikan. Akan tetapi, kekurangan *Eko Studio* adalah video yang telah dibuat, tidak dapat di-download atau di-export menjadi bentuk lain.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA