



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

## **2. STUDI LITERATUR**

### **2.1 TEORI *MUSIC VIDEO***

*Music video* adalah sebuah film pendek yang didampingi alunan musik sebagai garis ceritanya, umumnya sebuah music video berfungsi sebagai kebutuhan promosi untuk mengenalkan sebuah lagu atau album rekaman. Secara historis, video musik kemudian telah mengalami banyak perubahan yang dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. (Arnold, Cooknery, Fairclough & Goddard, 2017, p. 9). Unsur visual musik tersebut sekarang dipandang penting bagi lagu tersebut dalam hal penyebaran ke pendengar baru maupun fansnya. Maka dari itu banyak *artist* yang memutuskan untuk membuat *Music Video* sebagai wadah lanjutan kreasinya.

### **2.2 *PRODUCTION DESIGNER***

*Production Design* adalah seni yang memfokuskan pada tampak sebuah kerajinan visual sinematik. Tampilan dan gaya film ini diciptakan oleh imajinasi, kesenian, dan kolaborasi sutradara, *Director Of Photography*, dan *Production Designer*. Seorang desainer produksi bertanggung jawab untuk menafsirkan naskah dan visi sutradara untuk film tersebut, dan menerjemahkannya ke dalam lingkungan fisik latar adegan hingga props, di mana para aktor dapat mengembangkan karakter mereka dan menyajikan ceritanya. (LoBrutto, 2002, p. 3)

Perancang produksi pertama mempelajari naskah secara menyeluruh, melakukan penelitian, dan berunding dengan produser dan sutradara untuk mengembangkan "tampilan" dan aliran warna serta desain dari satu urutan ke urutan berikutnya. Fungsi *Production Designer* dalam melayani cerita, adalah perwujudan visi dan penciptaan ilusi realita dan fantasi. (Lo Brutto, 2002, p. 4-5) Seorang Perancang Produksi pun turut membawahi kerja bersama dengan seorang penata rias, penata kostum, ahli properti, penata set dan lainnya untuk mewujudkan konsepnya.

### **2.3 PENGERTIAN PROPS**

Prop adalah objek fisik yang digunakan aktor selama pertunjukan. (Hart, 2017) Props dan Set sendiri fungsinya cukup mirip, yaitu untuk menjadi barang

pendukung sebuah rancangan kisah visual. Disitulah set dan props berperan, untuk memberikan logika pada sebuah kisah visual, dan untuk mendukung alur cerita tersebut. Film menunjukkan prop lebih dekat daripada yang biasa dilihat penonton pada teater. Sehingga detail halus pada penggunaan prop film menjadi jauh lebih penting. (Hart, 2017, p. 15) Sehingga prop yang sukses adalah Prop yang dibangun untuk memberikan logika dan mendukung visual sebuah film. Serta penampilan dan sifat fisik lainnya yang dapat melayani visual sebuah produksi. (Hart, 2017, p.17)

## 2.4 MOODS IN COLOR THEORY

Warna adalah salah satu unsur yang paling penting dalam elemen desain. Warna dapat merangsang mata dan otak hingga menciptakan sebuah respon bawah sadar langsung dari penonton. Sebuah penggunaan warna yang baik bisa menggerakkan jiwa dan bergoyangnya emosi penikmat visual. (Bleicher, 2017, p. 8)

Warna sangat mirip dengan musik, mereka memiliki ritme dan harmoni dan dipakai untuk menambah *emphasis* serta perasaan. Mereka bisa bermain secara langsung dengan nalar dan emosi dan melewati kesadaran otak kita. (Bleicher, 2012, p. 15) Karena itulah penggunaan suatu warna sangat penting untuk menyampaikan sebuah pesan visual.

<p><b>Red</b></p> <p>Excitement Strength Love Energy</p>	<p><b>Orange</b></p> <p>Confidence Success Bravery Sociability</p>	<p><b>Yellow</b></p> <p>Creativity Happiness Warmth Cheer</p>	<p><b>Green</b></p> <p>Nature Healing Freshness Quality</p>	<p><b>Blue</b></p> <p>Trust Peace Loyalty Competence</p>
<p><b>Pink</b></p> <p>Compassion Sincerity Sophistication Sweet</p>	<p><b>Purple</b></p> <p>Royalty Luxury Spirituality Ambition</p>	<p><b>Brown</b></p> <p>Dependable Rugged Trustworthy Simple</p>	<p><b>Black</b></p> <p>Formality Dramatic Sophistication Security</p>	<p><b>White</b></p> <p>Clean Simplicity Innocence Honest</p>

Gambar 2.1 Visualisasi Teori Warna

(Sumber: London Image Institute)

Merah sebagai warna, mengungkapkan gairah, cinta, bahaya, kemarahan, seks, kegembiraan dan perayaan. Jingga mendorong kebersamaan, keberanian, mudah beradaptasi dan berbagi. Kuning bisa menjadi kekuatan pendorong untuk perencanaan strategis yang baik dan diasosiasikan sebagai warna kebahagiaan. Hijau adalah pengatur, pengharmonisasi, dan penghilang stres yang hebat bila digunakan dalam rona yang tepat untuk lingkungan. Biru merupakan warna paling populer secara global, dan terkait dengan ketenangan, kedamaian, ketenangan, dan kesetiaan. Pink biasanya diasosiasikan dengan sifat feminim, ketulusan, dan rasa kasih. Ungu mengasosiasikan warna dengan keberanian dan kemewahan, hal ini terlihat dalam branding barang-barang mewah yang kita telah melihat rata rata memiliki penggunaan warna ungu di dalamnya seperti sapphire dan amethyst. Coklat menandakan kesederhanaan, dapat diandalkan, dan terpercaya. Hitam memberikan kesan keamanan, formalitas, serta dramatis. Dan putih yang menggambarkan kepolosan, ketulusan dan kejujuran. (McLeod, 2016, p. 17-46)

