

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab III, Tinjauan Pustaka, penulis akan menerangkan tentang penjelasan- penjelasan mendetail beserta sumber-sumber teoritis yang berkaitan dengan Pengerjaan *Cover Video Klip* “*Aku Lelakimu* “ yang telah dilaksanakan di Stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI).

3.1 Pengertian Video Clip

Video Clip merupakan suatu kumpulan dari potongan visual yang kemudian dirangkai dengan atau tanpa menggunakan efek tertentu dan disesuaikan dengan ketukan pada irama lagu, instrumennya, lirik, nada, dan penampilan band atau suatu kelompok music itu sendiri untuk dapat mengenalkan dan memasarkan lagunya yang selanjutnya membeli kaset, CD, DVD (Effendy, OnongUchjana.1993).

Video Clip dapat memberikan pengaruh yang baik untuk seluruh stasiun TV untuk dapat mendapatkan pemasukan dari iklan yang membeli tayangannya baik dalam bentuk program music ataupun sebagai iklan itu sendiri. Selain itu juga dapat memberikan kesempatan bagi para insane muda yang kreatif dalam berkarya baik sebagai sutradara atau crew kreatif di dalamnya (Effendy, OnongUchjana.1993).

3.1.1 Unsur– unsur Video clip

Dari pengertian diatas tersebut Video Klip terbagi beberapa bagian :

1. Bahasa Ritme (irama)

Pelajari birama dulu apakah *slowbeat*, *fastbeat*, *middlebeat* dan coba rasakan dengan ketukan-ketukan kaki untuk memperoleh tempo yang pas.

2. Bahasa Musik alisasi (instrument musik)

Pembuat Video Klip atau biasa disebut *VIDEO CLIPPER* haruslah mempunyai sebuah wawasan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan music baik itu jenis musik, alat musik, bahkan juga profil band.

3. Bahasa Nada

Perhatikan alur nada, diskusikan dengan piñata musiknya tentang aransemn yang dibuat. Selanjutnya rasakan dengan hati nada-nada tersebut.

4. Bahasa Lirik

Seorang *VIDEO CLIPPER* dituntut mempunyai sebuah imajinasi visual terhadap lirik dan lagu walaupun tidaklah harus secara verbal.

Jika ada lirik yang mengungkapkan kata 'CINTA' maka sebagai simbolisasi tidak harus dengan bunga, warna pink, atau hati. Bisa saja berupa kertas (surat), sepatu butut (cinta tanpa mengenal status social), air (cinta yang mengalir). Atau bahkan biasa dengan tarian kontemporer.

5. Bahasa Performance (penampilan)

Selami karakter pemusik, penyanyi, pemain band baik dari latar belakang bermusiknya, hingga keprofil fisiknya seperti hidung, mata, style, fashion, gerakan (Siahaan, S.M. 1991).

3.2 Definisi Colour Grading

Colour Grading adalah proses mengubah dan meningkatkan warna dari gambar gerak, gambar televisi, atau gambar diam baik elektronik, foto-kimia atau digital. Foto-kimia proses ini juga disebut sebagai waktu warna dan biasanya dilakukan pada fotografi laboratorium. Modern koreksi warna, baik untuk film teater, distribusi video, atau mencetak umumnya dilakukan secara digital (<http://slametriyanto.net>).

3.3 Teori Desain Colour Grading

Pengertian desain colour desain adalah sebuah hasil akhir dari rangkaian proses kreatif seseorang. Namun menurut Suyatno, desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk, dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi. (<http://slametriyanto.net>).

1. Warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provoaktif. Warna juga salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian *audience*. Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan komposisinya agar tidak merusak citra. Warna- warnasoft dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantik. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberikesan dinamis, cenderung meriah.

Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

- a. *Hue* –pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, kuning, hijau dan seterusnya.
- b. *Value* – terang gelapnya warna.
- c. *Intensity* – tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Berdasarkan dimensi *Hue*, warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu warna primer, warna sekunder dan warna tersier. Secara visual warna dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu warna dingin dan warna panas. Warna-warna dingin seperti hijau, biru, dan ungu dapat member kesan pasif, statis, kalem, damai dan secara umum kurang mencolok. Sebaliknya, warna-warna panas seperti merah, oranye, dan kuning memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian.

Dimensi warna yang kedua adalah *Value*, yaitu gelap-terangnya warna. Semua warna dapat dikurangi atau diperlemah kekuatannya dengan cara dibuat lebih terang atau dibuat lebih gelap.

Selain *Hue* dan *Value*, warna dapat dilihat dari aspek *Intensity*, yaitu tingkat kemurnian atau kejernihan warna. Suatu warna dikatakan memiliki intensitas penuh saat tidak dicampur dengan warna lain. Intensitas warna dapat berkurang menjadi lebih redup dan netral saat tercampur dengan sedikit warna lain.

2. Gelap-Terang

Kontras *value* bersifat relatif, sangat dipengaruhi oleh *background* dan elemen-elemen lain disekitarnya. Dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra. Penggunaan warna-warna yang kurang kontras dapat menciptakan kesan kalem, damai, statis, dan tenang. Sebaliknya, komposisi warna-warna kontras memberikan kesan dinamis, enerjik, riang, dan dramatis.

Berdasarkan nilai gelap-terangnya, warna dibagi menjadi beberapa tingkatan, mulai dari warna paling terang, sangat terang, terang, sedang dan yang paling terang. Warna-warna terangkakan lebih terbaca jika ditempatkan pada *background* gelap, dan sebaliknya warna gelap akan lebih terbaca bila ditempatkan pada *background* terang.

3. Ukuran

Besar-kecilnya elemen visual perlu diperhitungkan secara tepat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca yang tinggi. Dengan membuat skala prioritas merupakan langkah awal untuk mempermudah penyusunan elemen-elemen desain.

Besar-kecilnya ukuran huruf untuk judul, subjudul, dan teks perlu diperhitungkan. Demikian pula dengan foto, perbedaan ukuran yang proporsional akan membantu pembaca dalam milih informasi yang perlu didahulukan. Jadi perlu ditentukan hierarki visual, yaitu mulai dari yang sangat penting, penting, dan kurang penting.

3.4 Teori Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, *typefamily* (huruf dalam suatu keluarga huruf) yang digunakan, dan alternative huruf yang digunakan untuk berbagai media (Siahaan, S.M. 1991).

1. Jenis-jenis Huruf

Secara garis besar huruf-huruf digolongkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. **Roman**, pada awalnya adalah kumpulan huruf capital seperti yang biasa ditemui dipilar dan prasasti Romawi, namun kemudian definisinya berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku.
- b. **Serif**, dengan ciri memiliki serif diujungnya. Selain membantu keterbacaan, serif juga memudahkan saat huruf diukir ke batu.
- c. **Sans Serif**, dengan ciri tanpa sirip/serif, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hamper sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.
- d. **Egyptian**, atau populer dengan sebutan slab serif. Cirinya adalah kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hamper sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, dan stabil.
- e. **Script**, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring kekanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab.
- f. **Miscellaneous**, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan orname.