



HEART & MIND TOWARDS EXCELLENCE

PEMBUATAN VIDEO KLIP INTERAKTIF *ONE MAN BAND*

DENGAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR 360°



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Yeremia Octaviano

12.51016.0014

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2016**

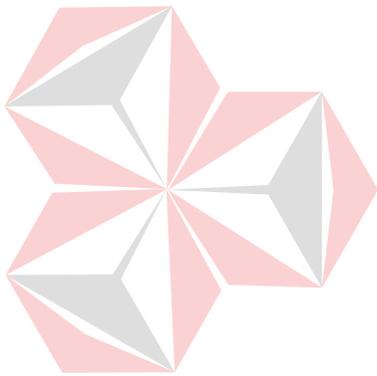
PEMBUATAN VIDEO KLIP INTERAKTIF *ONE MAN BAND*

DENGAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR 360°

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana Terapan Komputer Multimedia



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Yeremia Octaviano

NIM : 12.51016.0014

Program Studi : DIV Komputer Multimedia

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2016**

Tugas Akhir

**PEMBUATAN VIDEO KLIP INTERAKTIF *ONE MAN BAND*
DENGAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR 360°**

Dipersiapkan dan disusun oleh

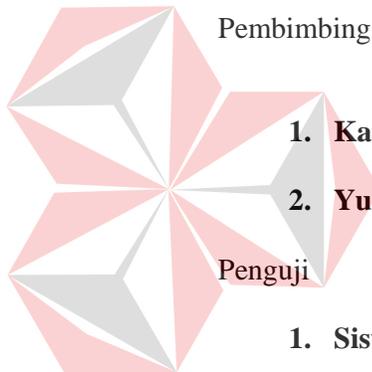
Yeremia Octaviano

NIM : 12.51016.0014

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji

Pada : 2 Februari 2016

Susunan Dewan Penguji



1. **Karsam, MA., Ph.D.** _____
2. **Yusmita Akhirul Latif, M.Sn.** _____
1. **Siswo Martono, S.Kom., M.M.** _____
2. **Krisna Yuwono Fora, S.T., M.T., ACA.** _____

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana

Dr. Jusak

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Yeremia Octaviano

NIM : 12.51016.0014

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Tugas Akhir ini adalah asli karya saya sendiri, bukan plagiat baik sebagian maupun apalagi keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Tugas Akhir ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada karya Tugas Akhir ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Surabaya, 2 Februari 2016

Yeremia Octaviano
NIM : 12.51016.0014

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai *civitas academica* Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Yeremia Octaviano
NIM : 12.51016.0014
Program Studi : DIV Komputer Multimedia
Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya ***Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)*** atas karya ilmiah yang berjudul :

**PEMBUATAN VIDEO KLIP INTERAKTIF *ONE MAN BAND*
DENGAN TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR 360°**

Untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam bentuk pangkalan data (database), untuk didistribusikan atau dipublikasikan untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Februari 2016

Yeremia Octaviano
NIM : 12.51016.0014

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Akhir ini adalah untuk menghasilkan video klip interaktif *One Man Band* dengan teknik pengambilan gambar 360°. Saat ini perkembangan dunia hiburan berkembang sangat pesat. Terutama dalam industri musik yang sampai saat ini masih sangat diminati oleh masyarakat terutama anak-anak muda. Begitu maju dan cepatnya perkembangan dunia musik saat ini, memberikan kesempatan bagi para musisi-musisi muda untuk ikut berpartisipasi dalamnya dengan kreativitas yang mereka miliki.

Perkembangan dalam musik salah satunya adalah adanya video klip. Dari tahun ke tahun video klip mengalami perkembangan yang sangat cepat. Banyak bermunculan seniman-seniman kreatif dalam membuat video klip. Dalam Tugas Akhir ini penulis mengambil judul “Pembuatan Video Klip *One Man Band* dengan Teknik Pengambilan Gambar 360°”. Video klip akan dibuat dengan konsep *One Man Band*. Dan hasil yang diharapkan adalah video klip interaktif dengan sudut pandang 360° yang mampu membuat penikmat video klip tersebut berinteraksi dan seolah terlibat dalam video klip tersebut.

Harapan yang ingin dicapai dalam pembuatan video klip dengan teknik 360° yaitu mampu memberikan inovasi baru dalam pembuatan video klip di industri musik Indonesia. Serta mampu memicu semangat seniman-seniman muda yang kreatif dan inovatif dalam berkarya untuk menuju Indonesia kreatif.

Kata Kunci: Video Klip, *One Man Band*, Teknik 360°



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Video Klip Interaktif *One Man Band* dengan Teknik Pengambilan Gambar 360°” dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang Tua serta saudara yang senantiasa mendoakan dan mendukung selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir.
2. Bapak Karsam MA., Ph.D. selaku Ketua Program Studi DIV Komputer Multimedia.
3. Mbak Yusmita Akhirul Latif, M. Sn. Selaku dosen videografi.
4. Dan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan laporan ini.

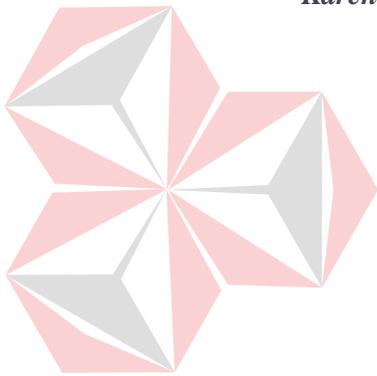
Demikian Laporan Tugas Akhir ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan Tugas Akhir ini penulis mohon kritik dan saran. Sehingga Laporan Tugas Akhir ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Jurusan DIV Komputer Multimedia Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Surabaya, 07 Januari 2016

Penulis

LEMBAR MOTTO

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

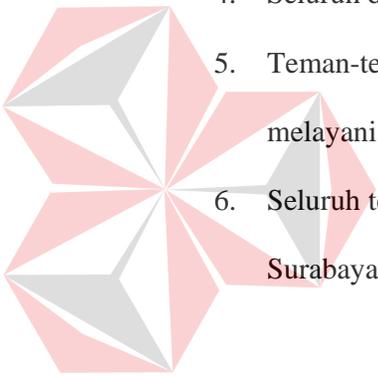


UNIVERSITAS
Dinamika

PERSEMBAHAN

Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus.
2. Kedua Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberi doa dan kasih sayangnya serta pengorbanannya yang tiada henti.
3. Almamaterku tercinta Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
4. Seluruh dosen DIV Multimedia yang telah membimbing saya.
5. Teman-teman UKPD yang telah memberikan dukungan dan bersama-sama melayani Tuhan di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
6. Seluruh teman-teman DIV Multimedia Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.



UNIVERSITAS
Dinamika

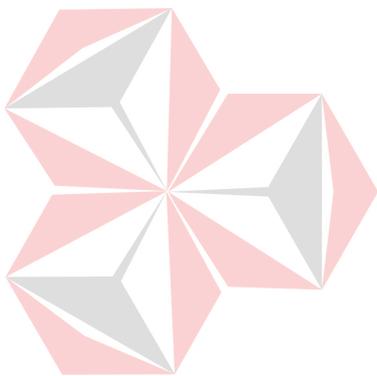
DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan	9
1.5 Manfaat	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Video Production	10
2.2 Pengertian Video Klip.....	11
2.3 Metode Editing.....	11
2.4 Teknik Editing Film	11
2.5 Konsep 360°	12
2.6 Teknik Pengambilan Gambar 360°	15
2.7 Teknik Editing Video 360°	17
2.8 Konsep Band dan Genre.....	18
2.8.1 One Man Band	18
2.8.2 R&B	18
BAB III METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA	20
3.1 Tahap Perencanaan Karya/ <i>Planning</i>	20
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1. Video Klip	21
2. Interaktif	25

3. <i>One Man Band</i>	26
4. Teknik Video 360°	30
3.1.2 STP.....	35
3.1.3 Analisis Data.....	36
3.1.4 Pencarian Keyword.....	39
3.1.5 Perancangan Karya	42
3.2 Pra Produksi	44
3.2.1 Naskah.....	44
3.2.2 Penataan Kamera.....	51
3.2.3 Artistik	53
3.2.4 Penyutradaraan.....	55
3.2.5 Manajemen Produksi.....	56
3.2.6 Perancangan Teknik Pengambilan Gambar 360°	59
3.2.7 <i>Coloring</i>	59
3.3 Produksi	60
3.4 Pasca Produksi	60
3.4.1 Publikasi.....	61
BAB IV IMPLEMENTASI KARYA	63
4.1 Pra Produksi	63
4.1.1 Kru Produksi	63
4.1.2 Setting Tokoh dan Lokasi	64
4.1.3 Anggaran Produksi.....	70
4.1.4 Jadwal Kerja.....	71
4.2 Produksi	72
4.2.1 Proses Pengambilan Gambar	72
4.3 Pasca Produksi	74
4.3.1 Editing.....	74
4.4 Hasil	79
4.5 Screenshot Video Klip	79
4.6 Publikasi.....	82
BAB V PENUTUP	84

5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
BIODATA PENULIS.....	89
LAMPIRAN.....	90



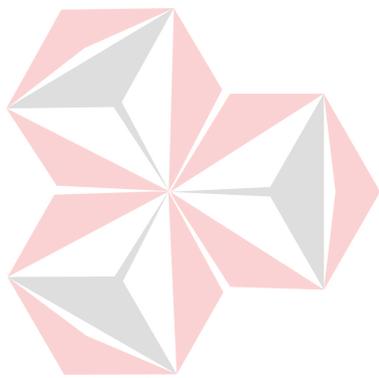
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Seorang anak sedang menunjuk objek dalam film Dora.....	4
Gambar 1.2 Mark Zuckerberg mencoba <i>Virtual Reality</i>	5
Gambar 1.3 Screenshot Google Street View	6
Gambar 1.4 Yeremia Saat Tampil di Acara XL.....	7
Gambar 2.1 <i>Cubic</i>	13
Gambar 2.2 <i>Rectilinear</i>	13
Gambar 2.3 Screenshot foto sebelum dilakukan <i>Stitch</i>	14
Gambar 2.4 Screenshot foto setelah dilakukan <i>Stitch</i>	14
Gambar 2.5 <i>Cylindrical</i>	15
Gambar 2.6 Screenshot foto dengan proyeksi <i>Cylindrical</i>	15
Gambar 2.7 <i>Spherical</i>	16
Gambar 2.8 <i>Focal Length</i>	16
Gambar 2.9 <i>360 Rig</i>	17
Gambar 2.10 Screenshot <i>Autopano Video Software</i>	17
Gambar 3.1 Screenshot video klip Burn it Down – Linkin Park	23
Gambar 3.2 Screenshot video klip Now - Paramore.....	23
Gambar 3.3 Penampilan Wahyu Harius saat menjadi <i>solo performer</i>	27
Gambar 3.4 Screenshot Video klip D’Cinnamons – Sweet Memories.....	32
Gambar 3.5 Foto Profil D’Cinnamons	33
Gambar 3.6 Bagan pencarian <i>keyword</i>	39
Gambar 3.7 Bagan Pra Produksi	43
Gambar 3.8 Bagan Produksi dan Pasca Produksi	44
Gambar 3.9 <i>Storyboard</i> Video Klip “Satu Indonesia” Halaman Pertama	48
Gambar 3.10 <i>Storyboard</i> Video Klip “Satu Indonesia” Halaman Kedua	49
Gambar 3.11 <i>Storyboard</i> Video Klip “Satu Indonesia” Halaman Ketiga.....	50
Gambar 3.12 <i>Storyboard</i> Video Klip “Satu Indonesia” Halaman Empat.....	51

Gambar 3.13 Pencahayaan dalam lapangan basket.....	52
Gambar 3.14 Posisi kamera.....	53
Gambar 3.15 Setting lokasi untuk lap <i>indoor</i>	54
Gambar 3.16 Setting lokasi untuk <i>Outdoor</i>	54
Gambar 3.17 <i>Wardrobe</i>	55
Gambar 3.18 Proses <i>Colouring</i>	60
Gambar 3.19 Sketsa Poster “Satu Indonesia”	61
Gambar 3.20 Sketsa Cover dan Cakram DVD “Satu Indonesia”	62
Gambar 4.1 Tokoh Utama: Yeremia Octaviano	64
Gambar 4.2 Tokoh Pendukung: Toridtya Yudha.....	65
Gambar 4.3 Toko Pendukung: Muhammad Apri S	65
Gambar 4.4 Toko Pendukung: Elok Sofiyah	66
Gambar 4.5 Toko Pendukung: John Christian	66
Gambar 4.6 Toko Pendukung: Stevanus Lokobal.....	67
Gambar 4.7 Toko Pendukung: Fahrída Hilda Fahriska	67
Gambar 4.8 Toko Pendukung: Teguh Nugroho.....	68
Gambar 4.9 Lapangan Basket	69
Gambar 4.10 Bukit Jaddih	70
Gambar 4.11 Pengambilan Gambar Vokalis.....	73
Gambar 4.12 Pengambilan Gambar Gitaris	73
Gambar 4.13 Susunan kamera 360°	74
Gambar 4.14 <i>Import Video</i>	75
Gambar 4.15 <i>Synchronization</i>	76
Gambar 4.16 <i>Stitching</i>	76
Gambar 4.17 <i>Calibrating</i>	77
Gambar 4.18 <i>Masking</i>	78
Gambar 4.19 <i>Colour Grading</i>	78
Gambar 4.20 <i>Opener</i>	79
Gambar 4.21 <i>Pre-intro</i>	80
Gambar 4.22 <i>Master Video</i>	80
Gambar 4.23 <i>Insert Video</i>	81

Gambar 4.24 Poster “Satu Indonesia”	82
Gambar 4.25 Cakram DVD dan Cover DVD “Satu Indonesia”	83



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara umum, tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Akhir ini adalah untuk menghasilkan video klip interaktif *One Man Band* dengan teknik pengambilan gambar 360°. Saat ini perkembangan dunia hiburan berkembang sangat pesat. Terutama dalam industri musik yang sampai saat ini masih sangat diminati oleh masyarakat terutama anak-anak muda. Begitu maju dan cepatnya perkembangan dunia musik saat ini, memberikan kesempatan bagi para musisi-musisi muda untuk ikut berpartisipasi dengan kreativitas yang mereka miliki.

Dalam konteks industri musik, sebuah label rekaman (*records label*) adalah suatu jenis *brand* yang sering dikaitkan dalam hal pemasaran hasil suatu rekaman suara, seperti musik ataupun video musik (Rez, 2008: 21). Dengan berkembangnya kemajuan industri musik yang sangat pesat ini, banyak bermunculan musisi baru, baik mereka yang bergabung dalam *major* label maupun *indie* label. *Indie* label dan *major* label merupakan dua jalur berbeda dalam dunia musik namun tetap saling terkait. *Indie* label berkaitan dengan band dan musik *indie* yang bergerak secara mandiri tanpa ada campur tangan ataupun ikatan dari perusahaan *major*. Sedangkan *major* label merupakan label rekaman yang dimiliki oleh perusahaan besar seperti contohnya: Nagaswara, Alfa records, dan Sony BMG.

Banyak sekali musisi-musisi yang mengejar *major* label karena memiliki kelebihan dalam pendistribusian kaset yang lebih luas, dan dari sisi komersial sudah jelas nama band atau musisi tersebut lebih cepat terangkat. Akan tetapi, tidak semua harus masuk melalui jalur *major* label. Karena sebagian musisi lebih senang dengan kebebasan dalam artian tanpa ikatan dari perusahaan besar atau *major* label yang terkadang memiliki batasan karena adanya perjanjian dalam kontrak.

Semua band ataupun musisi khususnya yang bergerak di jalur indie, akan selalu berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan perhatian dari khalayak demi sebuah pengakuan dan penghargaan atas karya yang mereka buat. Berbagai cara dapat dilakukan untuk mendapatkan perhatian tersebut seperti menonjolkan keunikan band atau musisi tersebut, mulai dari penampilan, lagu dan aransemen musik. Kemudian pemanfaatan multimedia dan internet sebagai media promosi, seperti membuat video klip, web, blog yang berisi tentang semua info dari band atau musisi tersebut.

Seiring berkembangnya dunia musik dan teknologi, video klip saat ini bisa dibuat sangat kreatif. Para pembuat video klip saling bersaing untuk membuat sebuah video klip yang unik, menarik namun tetap bisa diterima dan disukai oleh semua golongan masyarakat. Para pembuat video dapat menyajikan sebuah video klip yang didalamnya terdapat berbagai teknik pengambilan gambar dengan peralatan yang canggih, kemudian pemberian spesial efek pada video tersebut agar video klip tidak terlihat biasa dan membosankan.

Fungsi dari video klip adalah media untuk mempromosikan lagu dari sebuah band atau seorang musisi. Dengan adanya video klip, dapat membuat orang yang melihat mengerti maksud dari lagu yang dibawakan serta orang dapat mengenal siapa saja personil band tersebut atau siapa musisi tersebut.

Video klip sangat berhubungan dengan suatu band atau musisi. Tanpa adanya video klip, kita tidak bisa mengetahui siapa yang membawakan lagu dan seperti apa makna lagu tersebut bila divisualisasikan. Jadi akan lebih apabila tiap band atau musisi membuat sebuah video klip untuk tiap lagunya untuk meningkatkan daya tarik lagu yang sudah diciptakan.

Banyak sekali saat ini band indie membuat video klip sendiri dengan tujuan masyarakat mengenal band tersebut. Tapi terkadang masih terbatas dalam teknik dan peralatan sehingga terlihat asal-asalan video klip tersebut. Jaman sekarang banyak sekali anak-anak muda gemar membuat film, hal ini dapat membantu para musisi untuk membuat video klip tersebut sekaligus bisa menambah kreatifitas para pembuat film ataupun video klip.

Di era ini, perkembangan teknologi dari video berkembang sangat pesat. Banyak eksperimen yang dilakukan oleh banyak videografer, mulai dari teknik pengambilan gambar hingga spesial efek dalam editing. Teknik dalam membuat video klip ada bermacam-macam. Dalam hal pergerakan kamera adalah *zoom in/zoom out*, *panning*, *tilting*, *follow*, *fading*, dan lain-lain. Dalam hal pengambilan gambar mulai dari pengambilan gambar tertinggi hingga terendah adalah *bird eye view*, *high angle*, *low angle*, *eye level*, *frog eye*. Sedangkan dalam hal pengambilan objek adalah *one shot*, *two shot*, *three shot*, dan *group shot*.

Dalam tugas akhir ini penulis memilih video klip interaktif dengan teknik pengambilan gambar 360°. Menurut Ari Priyonggo dalam jurnalnya yang berjudul *Pembuatan Film Kartun Interaktif 2 Dimensi Berjudul “Ayo Bermain Permainan Tradisional”* menjelaskan bahwa Film mengandung pengertian sebagai gambar hidup atau rangkaian gambar yang bergerak menjadi satu alur cerita. Film animasi bukanlah sebuah tontonan interaktif karena film animasi hanya dapat menyajikan sebuah informasi tetapi tidak menyediakan akses bagi penikmatnya untuk berinteraksi dengan film yang ditontonya. Namun film animasi itu sendiri merupakan produk dari multimedia. Film animasi merupakan multimedia linier yang dapat digunakan untuk penyayangan melalui televisi, internet maupun hiburan dirumah. Dan juga dikatakan bahwa multimedia merupakan gabungan dari teks, grafik, *audio*, *video* dan animasi dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan penonton melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi (Priyonggo, 2011:2). Contoh dari film interaktif salah satunya adalah film kartun “Dora The Explorer”. Yang didalamnya banyak berisi konten-konten ajakan untuk penonton agar seolah-olah ikut terlibat dalam film tersebut. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Seorang anak sedang menunjuk objek dalam film Dora
(Sumber: Olahan Penulis)

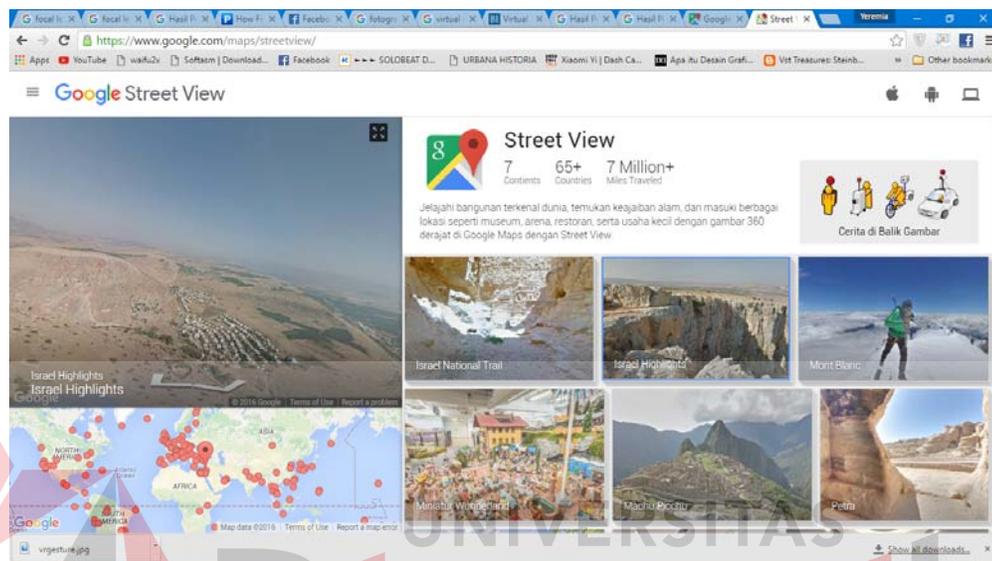
Dari kutipan tersebut, tidak menutup kemungkinan film ataupun video klip dibuat menjadi interaktif. Dalam hal ini, interaktif tidak dibatasi dengan adanya tombol navigasi ataupun *tools* yang bisa digunakan untuk berinteraksi. Namun melalui *gesture* tubuh atau ekspresi tubuh juga bisa menjadi salah satu cara untuk seseorang terlibat dan berinteraksi dengan film atau video yang ditonton. Saat ini ada teknologi terbaru untuk merealisasikan video interaktif melalui teknologi virtual reality. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Mark Zuckerberg mencoba *Virtual Reality*
(Sumber: www.businessinsider.com)

Untuk mendukung pembuatan video klip agar menjadi video klip interaktif, video dibuat dengan menggunakan teknik 360°. Hal ini dilatarbelakangi oleh

munculnya teknologi yang dikenalkan oleh Google di tahun 2007 yaitu teknologi gambar 360° yang diterapkan dalam salah satu fitur *Google Maps* yaitu *Google Street View*. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 1.3 berikut.



Gambar 1.3 Screenshot Google Street View
(Sumber: Olahan Penulis)

Teknik 360° ini merupakan adaptasi dari pengambilan gambar diam (*still*) yang biasa disebut dengan panorama. Saat ini teknik 360° mengalami perkembangan dari *still* bisa diaplikasikan ke gambar gerak (*motion graphic/video*). Pemilihan teknik pengambilan gambar 360° merupakan representasi dari sebuah kesatuan. Karena dalam video klip ini kita tidak hanya melihat dari satu sisi saja, namun dari berbagai sisi secara langsung dan dengan penglihatan yang lebih luas. Selama ini, sangat jarang sekali ada band berkonsep *One Man Band* dengan video klip yang menggunakan pengambilan gambar dengan sudut 360° dan diaplikasikan dalam *Virtual Reality*. Hal ini menjadi

tantangan penulis untuk membuat video klip ini dengan menggunakan teknik tersebut.

Dalam tugas akhir ini dipilih lagu yang berjudul Satu Indonesia dari Band Jeremio. Lagu ini merupakan lagu yang unik karena diiringi oleh campuran musik modern dan tradisional. Lagu Satu Indonesia bertemakan kesatuan dan persaudaraan. Band Jeremio hanya terdiri dari satu personel saja bernama Yeremia. Sebelumnya Yeremia merupakan personel dari band HOMZ dan RVD serta sering menjadi *additional player*. Namun karena adanya kesibukan, Yeremia memutuskan untuk menjalani solo karir yaitu dengan menjadi *One Man Band*.

Berikut adalah gambar saat Yeremia sedang tampil di panggung.



Gambar 1.4 Yeremia saat tampil di acara XL
(Sumber: olahan penulis)

Dalam web www.oxforddictionaries.com, *One Man Band* diartikan sebagai seorang penghibur jalanan yang memainkan banyak instrumen musik pada saat yang bersamaan. Dalam perkembangannya, didalam ataupun diluar negeri konsep

one man band ini banyak digemari. Tetapi band dengan konsep *one man band* juga tidak terlalu banyak jumlahnya apabila dibandingkan dengan konsep band yang beranggotakan dengan beberapa orang didalamnya. Genre Band Jeremio adalah Pop dan R&B. Band Jeremio sudah memiliki album lagu namun sampai saat ini belum memiliki video klip. Maka dalam Tugas Akhir ini penulis memilih untuk melakukan pembuatan video klip untuk band Jeremio sebagai media promosi agar band Jeremio lebih dikenal oleh masyarakat.

Diharapkan dengan dibuatnya video klip ini banyak bermunculan para pembuat video klip dengan ide yang kreatif dan unik. Jadi band indie pun bisa bersaing dengan band yang menggunakan jalur *major* label. Sehingga dibuatkan Tugas Akhir ini yang mengangkat judul Pembuatan Video Klip Interaktif *One Man Band* dengan teknik pengambilan gambar 360°.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang masalah diatas adalah bagaimana membuat sebuah eksperimen pembuatan video klip dari band Jeremio yang menggunakan teknik pengambilan gambar 360° dengan tujuan mendapatkan hasil yang mampu membuat *audience* terlibat langsung dalam video klip tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan video klip ini, maka pembahasan masalah dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Membuat video klip dengan eksplorasi teknik kamera yaitu dengan pengambilan gambar 360°.
2. Membuat video klip berkonsep *one man band* untuk semua kalangan.
3. Video klip dibuat dengan *action cam (Xiaomi Yi)*.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan video klip ini adalah membuat video klip yang menciptakan kesan nyata seolah-olah seperti terlibat langsung dalam video klip tersebut dengan pemaksimalan teknik pengambilan gambar 360° dari *action cam Xiaomi Yi*.

1.5 Manfaat Proyek

Manfaat yang diharapkan dalam tugas akhir ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat mengetahui proses pembuatan video klip.
 - b. Memberi pemahaman tentang teknik pembuatan video klip dengan pengambilan gambar 360°.
2. Manfaat Praktis
 - a. Video klip ini dapat mengenalkan kembali musik tradisional melalui video klip.
 - b. Penggunaan Kamera *Xiaomi Yi* yang mampu menghasilkan gambar dengan sudut pandang yang lebar.

BAB II

LANDASAN TEORI

Untuk mendukung pembuatan video klip berkonsep *One Man Band*, maka akan digunakan beberapa tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka yang digunakan antara lain *Video Production*, pengertian video klip, metode *editing*, teknik editing film, konsep band dan genre. Berikut adalah beberapa kajian pustaka untuk mendukung pembuatan video klip ini.

2.1 Video Production

Video Production adalah usaha produksi di bidang multimedia yang khusus menangani kebutuhan pemrosesan video. Bentuknya bermacam-macam, dapat dalam bentuk transfer video, *editing* video, dokumentasi acara, *company profile*, pembuatan iklan, atau film pendek, dan lain sebagainya. Usaha ini masih dekat dengan bentuk usaha *production house* (PH) atau rumah produksi yang lebih profesional dalam menghasilkan produk-produknya. Juga hampir sama dengan *editing video* yang jauh lebih simpel, karena *editing video* itu cukup mengedit video saja (Wahana Komputer, 2008).

Perkembangan *video production* berbasis audio visual ini dapat dilihat dari berbagai perkembangan format *output* yang telah dihasilkan antara lain film, sinetron, *infotainment*, *reality show*, video klip, iklan, dan lain sebagainya (Wahana Komputer, 2008).

2.2 Pengertian Video Klip

Salah satu produk *video editing* adalah pembuatan video klip. Video klip telah menjadi salah satu sarana promosi yang cukup potensial. Gambar yang diambil dapat berupa acara pentas musik, pesta pernikahan, pesta ulang tahun, konser, dan lain sebagainya. Bahkan sekarang banyak grup musik *Indie* dapat membuat video rekaman sendiri dan diperjualbelikan (Wahana Komputer, 2008). Video klip merupakan sarana bagi para produsen musik untuk memasarkan produknya melalui berbagai media terutama media visual seperti media televisi dan internet.

2.3 Metode Editing

Proses *editing* film dibedakan menjadi dua metode, yakni *Continuity Cutting* dan *Dynamic Cutting*.

1. *Continuity Cutting*

Metode ini merupakan metode *editing* film yang berisi penyambungan dari dua buah adegan yang mempunyai kesinambungan.

2. *Dynamic Cutting*

Metode *editing* film yang berisi penyambungan dari dua buah adegan yang tidak mempunyai kesinambungan.

2.4 Teknik Editing Film

Teknik *editing* film dikategorikan menjadi empat jenis, yakni *pararel editing*, *cross cutting*, *contras editing*, dan *montase trope*.

1. *Pararel Editing*

Yakni kalau ada dua adegan yang mempunyai persamaan waktu, harus dirangkaikan silih berganti.

2. *Cross Cutting*

Yakni beberapa adegan yang disilang atau penyilangan dua adegan dalam waktu tidak bersamaan.

3. *Contras Editing*

Yakni susunan gambar yang memperlihatkan kontradiksi dua adegan atau lebih.

4. *Montase Trope*

Yakni sistem *editing* yang mempergunakan simbol atau lambang-lambang yang menimbulkan pemikiran pada penonton.

2.5 Konsep 360°

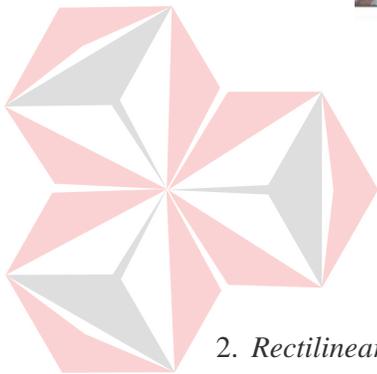
Konsep dasar dari gambar 360° adalah memproyeksikan gambar dua dimensi kedalam bidang lengkung seperti bola. Kemudian setelah diproyeksikan, proses dibalik, yaitu memproyeksikan kembali gambar yang sudah diproyeksikan di bidang lengkung ke dalam bidang datar. Dalam web www.cambridgeincolour.com dijelaskan bahwa 360° terdapat macam-macam jenis proyeksi dan contohnya sebagai berikut:

1. *Cubic*

Proyeksi *Cubic* merupakan proyeksi yang paling dasar dari 360° . Yaitu proyeksi yang terdiri dari enam gambar hasil dari pemetaan koordinat gambar yang membentuk jaring-jaring kubus seperti pada gambar 2.1 berikut.

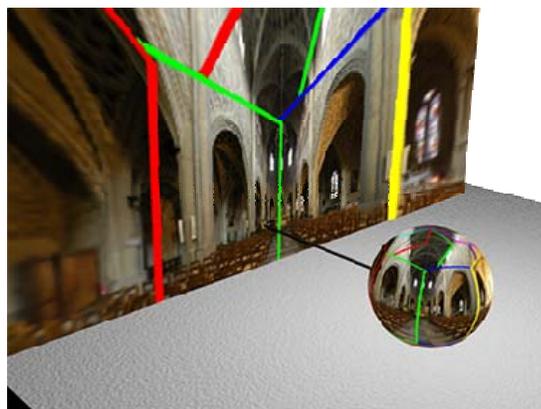


Gambar 2.1 *Cubic*
(Sumber: wiki.panotools.org)



2. *Rectilinear*

Proyeksi gambar *rectilinear* (Bujursangkar) adalah memproyeksikan semua garis lurus kedalam ruang tiga dimensi ke dalam bidang datar dua dimensi seperti pada gambar 2.2 dan 2.3 berikut.



Gambar 2.2 *Rectilinear*
(Sumber: www.kolor.com)



Gambar 2.3 Screenshot Foto sebelum dilakukan *Stitch*
(Sumber: Olahan Penulis)

Namun kelemahan dari proyeksi *rectilinear* yaitu dapat menimbulkan sudut pandang yang berlebihan atau distorsi, seperti garis yang menjadi miring pada objek seperti pada gambar 2.4 berikut.



Gambar 2.4 Screenshot Foto setelah dilakukan *Stitch*
(Sumber: Olahan Penulis)

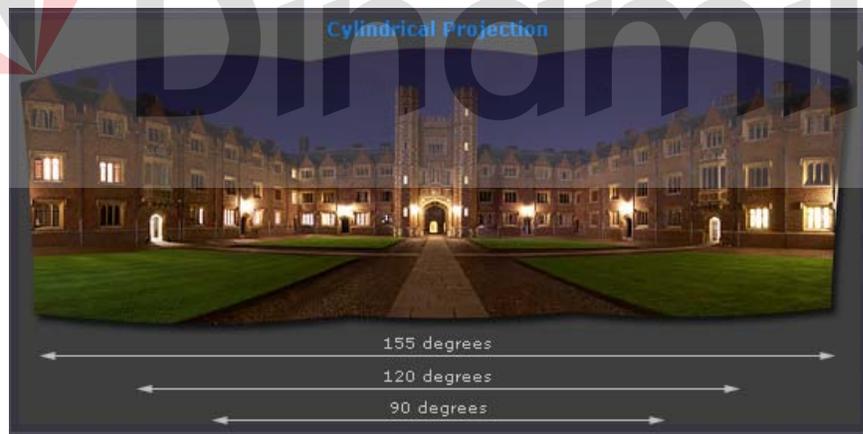
3. *Cylindrical*

Proyeksi gambar *Cylindrical* hampir sama dengan proyeksi *Equirectangular* namun yang membedakan adalah saat *angle vertical* tidak bisa menangkap keseluruhan ruang seperti pada gambar 2.5 berikut.



Gambar 2.5 *Cylindrical*
(Sumber: www.kolor.com)

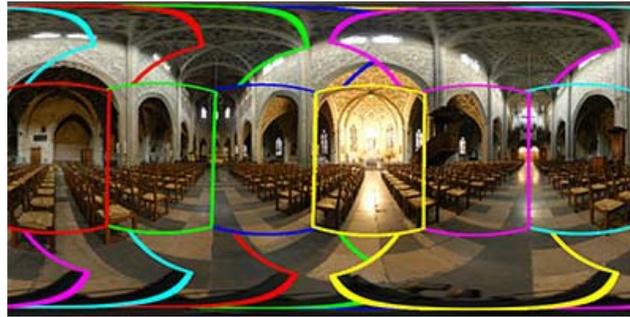
Tetapi proyeksi *cylindrical* ini memiliki ukuran yang paling akurat, namun garis lurus yang ditampilkan akan menjadi melengkung seperti pada gambar 2.6 berikut.



Gambar 2.6 Screenshot foto dengan proyeksi *Cylindrical*
(Sumber: www.kolor.com)

4. *Spherical* atau *Equirectangular*

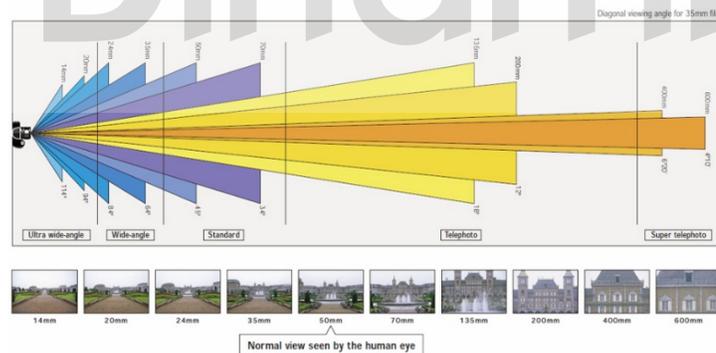
Proyeksi *Spherical* atau *Equirectangular* ini memproyeksikan gambar melalui koordinat garis *vertical* dan *horizontal*. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar berikut 2.7 berikut.



Gambar 2.7 *Spherical*
(Sumber: www.kolor.com)

2.6 Teknik Pengambilan Gambar 360°

Dalam fotografi, *focal length* dari sebuah lensa akan menentukan *viewing angle* atau jangkauan sudut pandang dari kamera. Semakin panjang *focal length* maka jangkauan sudut pandangan semakin sempit begitu juga sebaliknya. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 2.8.



Gambar 2.8 *Focal length*
(Sumber: av.jpn.support.panasonic.com)

Teknik 360° ini bisa dilakukan dengan cara menggunakan beberapa kamera action yang disusun sedemikian rupa sehingga *viewing angle* bisa menjadi 360°. Atau dengan satu kamera kemudian digerakan pada beberapa posisi untuk

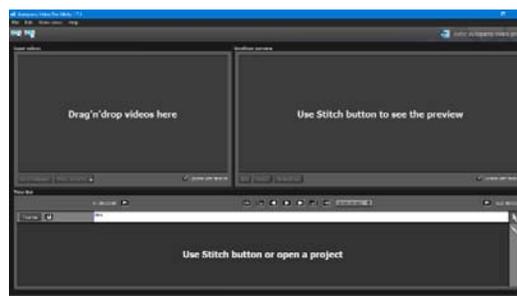
mencapai *viewing angle* 360°. Berikut adalah contoh dari susunan kamera *Xiaomi Yi* untuk pengambilan gambar 360°.



Gambar 2.9 360 Rig
(Sumber: Olahan Penulis)

2.7 Teknik Editing Video 360°

Dalam Pengambilan gambar 360 diperlukan *editing* lanjutan, yaitu *Stitch*. *Stitch* merupakan istilah penggabungan hasil gambar yang diambil terpisah dari beberapa kamera yang telah disusun sebelumnya. Penulis menggunakan *software Autopano Video*.



Gambar 2.10 Screenshot *Autopano Video Software*
(Sumber: Olahan Penulis)

2.8 Konsep Band dan Genre

Band Jeremio merupakan band dengan konsep *One Man Band*. Jadi hanya terdiri dari satu personil saja. Personil tersebut yang memegang semua instrumen musik dalam pembuatan lagu tersebut. Band Jeremio merupakan band dengan genre campuran. Personil dari Band Jeremio merupakan *solo performer* dalam penampilannya.

2.8.1 One Man Band

Dalam web www.oxforddictionaries.com *One Man Band* diartikan sebagai seorang penghibur jalanan yang memainkan banyak instrumen musik pada saat yang bersamaan. Dalam perkembangannya, didalam ataupun diluar negeri konsep *one man band* ini banyak digemari. Tetapi band dengan konsep *one man band* juga tidak terlalu banyak jumlahnya apabila dibandingkan dengan konsep band yang beranggotakan dengan beberapa orang di dalamnya.

2.8.2 R&B

Dalam web www.amazine.co dijelaskan bahwa musik *Rhythm* dan *Blues* atau R&B, pada awalnya disebut “musik ras” dan ditujukan bagi pendengar kulit hitam di Amerika Serikat. Musik ini merupakan kombinasi dari *jazz, gospel, dan blues*. Nama “R&B” diciptakan pada akhir tahun 1940-an di Amerika Serikat yang digunakan sebagai istilah pemasaran agar tidak terkesan rasis. Sementara musik ini telah berkembang selama bertahun-tahun dan menelurkan berbagai genre, R&B versi awal berfokus pada ritme boogie dengan artis terkenal antara lain Bo Diddley dan Chuck Berry. Musik R&B kontemporer memiliki komposisi

khas yang berbeda dari pendahulunya dengan fokus pada unsur pop dibandingkan *blues, gospel, dan jazz* (meskipun elemen-elemen tersebut kadang-kadang masih tetap muncul). Pada akhir 1940-an dan 50-an, kelompok musik R&B terutama terdiri dari instrumen kuningan (brass instrument) dan woodwinds, serta drum, piano dan vokal. Unsur-unsur tersebut juga umum di band jazz, tetapi musisi R&B menghasilkan suara lebih berat dengan beat yang mantap. Setelah tahun lima puluhan, genre ini menjadi terkenal karena lirik yang bernada seksual dan tarian provokatif yang terkait dengannya. Seiring dengan waktu, musik R&B mulai dikenal sebagai musik soul yang tidak secara eksklusif dibuat dan dibawakan oleh seniman kulit hitam. Musisi kulit putih juga mulai menulis lagu R&B, meskipun genre ini masih didominasi oleh seniman kulit hitam seperti Chubby Checker, Sam Cooke, dan band seperti The Miracles. Lirik R&B banyak terfokus pada isu-isu segregasi dan isu rasial terutama akibat nasib masa lalu kaum kulit hitam yang masih terpinggirkan. Di tangan seniman seperti Muddy Waters, musik R&B mendapatkan sentuhan instrumen gitar listrik. Dari waktu ke waktu, stereotip R&B sebagai musik kaum kulit hitam semakin memudar seiring dengan semakin menyebarnya musik ini ke seluruh dunia.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN KARYA

Dalam Bab III ini, menjelaskan tentang perancangan karya dalam proses pembuatan video klip interaktif *One Man Band* menggunakan teknik pengambilan gambar 360°. Video klip merupakan salah satu sarana yang digunakan para musisi untuk mengenalkan band mereka. *Outputnya* bisa berupa kaset, CD, ataupun media *online* seperti Youtube. Mengacu dari pendapat diatas, maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Asep Saipul Hamdi (2014: 5) dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan* dijelaskan bahwa Penelitian deskriptif (*Descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau. Dalam bab III ini menjelaskan konsep atau pokok pikiran utama yang menjadi dasar rancangan karya yang akan dibuat atau biasa dikenal sebagai proses pra-produksi.

3.1 Tahap Perencanaan Karya/*Planning*

Pada tahap perencanaan/*planning*, studi kelayakan yang dilakukan diantaranya adalah:

1. Teknik Pengumpulan Data
2. Teknik Analisis Data
3. STP
4. *Keyword*

5. Analisis warna
6. Perancangan Karya

3.1.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam pembuatan video klip ini menggunakan 4 (empat) cara, yaitu wawancara, studi literatur, pencarian internet dan studi eksisting. Untuk memudahkan dalam pencarian dan pengumpulan data maka pengumpulan data akan dikelompokkan berdasar pada topik pembahasan dalam Tugas Akhir ini yaitu video klip, *One Man Band*, dan teknik pengambilan gambar 360°.

1. Video Klip

Dalam pencarian data tentang video klip, penulis menggunakan studi literatur, pencarian di internet dan studi eksisting.

a. Studi literatur

Studi literatur digunakan untuk mendapatkan kerangka teoritis dan memperkaya latar penelitian melalui jurnal-jurnal yang berkaitan dengan iklan, produksi film dan lain sebagainya yang mendukung penelitian. Buku yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah buku Wahana Komputer dengan judul *Video editing* dan *Video Production* yang diterbitkan oleh PT. Elex Media Komputindo, Jakarta pada tahun 2008. Menurut Wahana Komputer video klip merupakan salah satu produk dari *video editing*. Video klip telah menjadi salah satu sarana promosi yang cukup potensial (Wahana, 2008: 6). Kemudian peneliti juga menggunakan

salah satu buku dari Idhar Rez dengan judul *Music Records Indie Label* yang diterbitkan oleh DAR! Mizan, Bandung, Jawa Barat pada tahun 2008. Idhar Rez menjelaskan bahwa dalam konteks industri musik, sebuah label rekaman (*records label*) adalah suatu jenis *brand* yang sering dikaitkan dalam hal pemasaran hasil suatu rekaman suara, seperti musik ataupun video musik. Tak itu saja, tapi juga meliputi produksi atau dalam hal ini rekaman si artis, manufaktur, distribusi, promosi, hingga perlindungan hukum dan hak cipta dari hasil rekaman dan video musik dari artis tersebut (Rez, 2008: 21). Dalam membuat video klip tidak hanya dituntut membuat video yang menarik saja tetapi juga unik agar video klip tersebut bisa dinikmati dari segi audio maupun visual. Dari studi literature didapatkan keyword *brand* dan promosi.

b. Studi Eksisting

Pencarian data berikutnya melalui studi eksisting. Yaitu dengan cara melihat karya-karya yang sudah dibuat mengenai video klip. Studi eksisting berguna untuk memperdalam konsep dan ide dalam pembuatan Tugas Akhir. Dalam hal ini, penulis memilih beberapa dari video klip yang memiliki konsep yang sama dengan topik pembahasan Tugas Akhir ini yaitu *One Man Band*. Karya yang digunakan sebagai studi eksisting seperti pada gambar 3.1 dan 3.2.



Gambar 3.1 Screenshot Video klip Burn It Down - Linkin Park
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 3.2 Screenshot Video klip lagu Now - Paramore
(Sumber: Olahan Penulis)

Kedua video klip tersebut band yang sama namun memiliki perbedaan dalam konsep visual. Dalam video klip yang pertama lebih menonjolkan teknik *split screen*. Setting lokasi yang digunakan hanya sebuah kamar yang dibentuk seperti studio. Konsep yang digunakan sangat sederhana, sehingga video klip terlihat membosankan. Sedangkan yang kedua lebih menonjolkan

teknik *masking*. Setting lokasi yang digunakan juga sederhana yaitu hanya menggunakan ruangan kosong yang terlihat sedikit lebih luas. Kedua video klip tersebut juga menggunakan sudut pandang kamera yang sederhana juga yaitu *full shot* dan *close up* saja. Kedua video klip tersebut terlihat dikerjakan kurang profesional, terlihat dari kostum yang digunakan dan setting yang digunakan. Namun kedua video klip tersebut terlihat menarik karena ada tiga orang yang sama dalam satu frame yang terlihat seolah-olah bermain musik dan bernyanyi ditempat dan waktu yang sama. Hal ini jarang ditemukan di video klip yang beredar saat ini.

c. Internet

Saat ini internet merupakan terobosan terbaru untuk melakukan pencarian data maupun studi literatur. Dengan menggunakan internet, pencarian data bisa lebih efektif dan efisien, karena tidak banyak membuang waktu dan tenaga. Dari internet bisa didapatkan buku elektronik atau yang biasa disebut dengan *e-book*. Bisa mengenai band, label serta produksi film yang mendukung penelitian ini. Video klip menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/videoklip>) yaitu kumpulan guntingan gambar hidup bisa berupa iklan, musik, dan sebagainya untuk ditayangkan lewat pesawat televisi atau layar bioskop. Menurut Emilia Trisni Ekowati dalam web www.youname-it.co.id menjelaskan bahwa sekitar tahun 1894 seorang pria bernama George Thomas membuat video klip pertama dengan konsep foto *slideshow* dari musisi yang memainkan alat musik dengan iringan lagu *The Little Lost Child*. Perkembangan video klip ditandai dengan penemuan

potongan-potongan film musikal dari tahun 1940 hingga tahun 1960. Kemudian video klip semakin berkembang di era musik *The Beatles* yang mendominasi dunia. Sehingga saat itu video klip dirasa penting oleh industri musik untuk keperluan promosi dan film pendek. Dari pencarian di internet didapatkan satu keyword yang sama dari studi literatur yaitu promosi.

2. Interaktif

Iwan Bintono dalam bukunya yang berjudul *Multimedia Digital – Dasar teori dan pengembangannya* menjelaskan bahwa multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, gambar, animasi, dan video yang disampaikan dengan komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan dan/atau dikontrol secara interaktif (Binanto, 2010: 2). Tiga jenis multimedia adalah sebagai berikut:

a. Multimedia Interaktif

Pengguna dapat mengontrol apa dan kapan elemen-elemen multimedia akan dikirimkan atau ditampilkan.

b. Multimedia Hiperaktif

Multimedia jenis ini mempunyai suatu struktur dari elemen-elemen terkait dengan pengguna yang dapat mengarahkannya. Dapat dikatakan bahwa multimedia jenis ini mempunyai banyak tautan (*link*) yang menghubungkan elemen-elemen multimedia yang ada.

c. Multimedia Linear

Pengguna hanya menjadi penonton dan menikmati produk multimedia yang disajikan dari awal hingga akhir.

Dari kutipan tersebut bisa disimpulkan bahwa interaktif adalah ketika pengguna dapat mengontrol apa yang ingin ditampilkan oleh pengguna. Dalam hal ini, video klip juga dapat dibuat menjadi interaktif. Dari pencarian data tentang interaktif melalui studi pustaka didapatkan keyword interaktif.

3. *One Man Band*

Untuk pencarian data tentang *One Man Band*, penulis melakukan wawancara dan studi eksisting.

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden (Budiharto, 2001: 40). Menurut Dr. Eko Budiharto wawancara memiliki keuntungan dalam pencarian data, yaitu jawaban yang dilakukan responden secara spontan sehingga jawaban dapat lebih dipercaya, dapat digunakan untuk menilai kebenaran dan keyakinan terhadap jawaban yang diberikan, dapat membantu responden untuk mengingat kembali hal-hal yang lupa, serta data yang didapat merupakan data primer. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada musisi yang berkompeten dibidang musik. Musisi tersebut bernama Wahyu Harius, seorang *solo performer* yang sebelumnya merupakan personil dari beberapa band namun karena ada beberapa peristiwa, Wahyu memutuskan untuk menjalani solo karir seperti pada gambar 3.3 berikut.



Gambar 3.3 Penampilan Wahyu Harius saat menjadi *solo performer*
(Sumber: Olahan Penulis)

Prestasi yang telah diukir sudah banyak, ratusan piala sudah pernah beliau dapatkan mulai dari band, *solo perform category*, hingga drum band. Selain menjadi musisi beliau juga menjalankan bisnis pembuatan alat-alat musik mulai dari gitar, bass, *cajon*, dan beberapa alat musik tradisional. Beliau juga pernah mengajar sebagai seorang guru seni rupa di beberapa sekolah. Wawancara tentang *One Man Band* ini dilakukan secara online melalui email pada hari Kamis, 12 November 2015 pukul 10:00 dan menerima jawaban berupa file audio pada hari Selasa, 17 November 2015 pukul 14.30. Untuk mempermudah pencarian *keyword* peneliti menggunakan beberapa

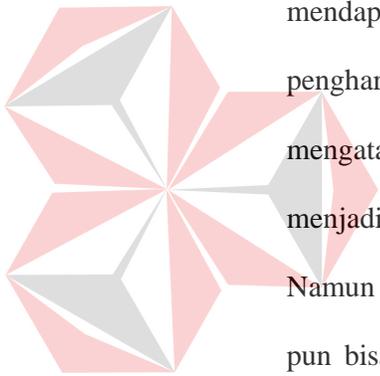
pertanyaan wawancara. Berikut pertanyaan wawancara yang diberikan ke salah satu musisi pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Daftar pertanyaan wawancara kepada seorang musisi

Pihak yang diwawancarai	Pertanyaan wawancara
Salah satu musisi	Sebagai seorang musisi dan seorang <i>solo performer</i> (<i>One Man Band</i>) bagaimana pengalaman anda selama ini?
	Prestasi apa saja yang sudah pernah anda raih?
	Bagaimana menurut anda tentang <i>One Man Band</i> yang ada di Indonesia?
	Menurut pandangan anda, bagaimana perkembangan musik di Indonesia saat ini?
	Menurut pandangan anda, bagaimana perkembangan musik tradisional di Indonesia saat ini?
	Bagaimana pendapat anda tentang pencampuran musik modern dengan musik tradisional?
	Bagaimana perkembangannya di Indonesia? (Pencampuran musik modern dan tradisional)
Apa harapan anda untuk musik di Indonesia?	

Dan berikut adalah rangkuman jawaban dari hasil wawancara di atas. Musisi solo dianggap sebagai seorang dirigen bagi dirinya sendiri. Jadi hal itu bisa membuat seorang *solo performer* bisa mengeksplorasi secara bebas inspirasi yang didapatkan tanpa adanya batasan. Seorang *solo performer* dapat membuat standart permainan musiknya sendiri sehingga mampu mengukur kemampuan musikalitasnya sendiri. Dalam menjalankan profesi sebagai

seorang *One Man Band*, Wahyu tidak mendapatkan kesulitan, karena Wahyu mempelajari semua secara otodidak melalui media visual mulai dari membaca buku, melihat tayangan di media online, maupun di konser-konser. Prestasi yang pernah Wahyu dapatkan mulai dari Juara 1 hingga 2 kategori band di berbagai tingkat daerah hingga provinsi, kemudian menjadi *The Best Guitarist* dan *Bassist* di berbagai *event* besar, pernah menjadi finalis band dan bersaing dengan band RADJA di Jakarta. Kemudian prestasi selanjutnya sebagai pelatih drum band yang setiap tahunya selalu mendapatkan gelar juara di *event* tingkat provinsi. Ratusan piala dan piagam penghargaan sudah ia dapatkan. Dalam pembahasan *One Man Band*, beliau mengatakan bahwa di masa lalu untuk menjadi *One Man Band* harus menjadi orang yang *Multi talented* untuk memainkan berbagai alat musik. Namun di era digital saat ini seorang yang kurang memiliki talenta musik pun bisa menjadi *One Man Band* berkat kecanggihan peralatan komputer saat ini. Meninjau perkembangan musik di Indonesia saat ini, banyaknya muncul genre musik baru tercipta karena adanya dukungan dari teknologi. Dengan adanya musik digital, aransemen musik bisa ditampilkan dengan sangat bagus. Hal ini membuat perkembangan musik di Indonesia menjadi sangat pesat dibandingkan dengan musik di era 60, 70 dan 80an. Perkembangan musik tradisional di Indonesia juga mengalami kemajuan. Seperti angklung dari Saung Udjo di Jawa Barat yang mengalami pergeseran dengan modifikasi cara bermain yang biasanya dimainkan secara *ensemble* atau bersama tapi bisa dilakukan seorang saja dengan berbagai



aransemen. Kemudian musik dari Bali oleh Balawan dan batuan etnik yang membuat paduan gitar dengan alat musik digital dengan aransemen musik etnik dan jazz. Hal-hal ini yang mampu membuat musik tradisional ikut berkembang seiring dengan majunya perkembangan musik di Indonesia. Gagasan tentang pencampuran musik tradisional dan modern sebenarnya sudah ada sejak tahun 1970. Namun pencampuran musik ini menjadi booming saat ini berkat adanya kemajuan teknologi dan fasilitas-fasilitas yang canggih dan mudah didapatkan. Dengan adanya pencampuran musik ini mampu menambah nilai jual bangsa Indonesia yang terkenal dengan keragaman seni dan budaya di mata dunia. Harapan Wahyu dengan adanya perkembangan pencampuran musik tradisional dan modern di Indonesia mampu membuat musik di Indonesia menjadi *trendsetter* di dunia. Dari hasil wawancara diatas didapatkan *keyword* yaitu *Solo Performer*, *Inspirasi*, *Multitalent*, *Digital Music*, dan *Modifikasi*.

3. Teknik Video 360°

Untuk mendapatkan data tentang teknik 360°, penulis melakukan pencarian di internet dan melakukan studi eksisting.

a. Internet

Menurut Andreas Yonathan dalam web www.studentpreneur.co Teknik 360° pertama kali dikenalkan oleh Google. Yaitu melalui fitur Google maps yang dinamai dengan *Google Street View*. Fitur ini diperkenalkan di tahun 2007 oleh Google. Fitur ini memungkinkan seseorang untuk melihat pemandangan sepanjang jalan kota-kota dengan gambar 360°, yaitu gambar

yang bisa dilihat secara keseluruhan dari berbagai sisi dengan cara memutar atau menggeser gambar pada tampilan desktop. Fitur ini membuat orang menjadi lebih interaktif dengan gambar 360° karena bisa berinteraksi dengan gambar yang bisa dilihat dari semua sisi. Dalam perkembangannya, teknik 360° tidak hanya dalam bentuk gambar saja. Rendy Rian Sandhika mengatakan dalam web www.rendyrians.com Youtube juga memperkenalkan fitur terbarunya yaitu video 360°. Melalui teknologi video 360°, para pengguna dapat melihat keseluruhan dari isi video. Berbeda dengan video yang biasanya hanya menggunakan jangkauan terbatas dari kamera konvensional. Video 360° memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan bagian depan, belakang, samping bahkan atas maupun bawah. Dan ini merupakan kelebihan dari video 360° yaitu lebih interaktif dan nyata, sehingga mampu membuat pengguna seolah-olah terlibat dalam video tersebut.

b. Studi Eksisting

Selain itu, penulis juga melakukan kajian terhadap video klip yang memiliki konsep yang sama dengan tugas akhir penulis. Hal ini dilakukan untuk mempelajari konsep dan teknik. Penulis memilih video klip yang sudah ada untuk dianalisa kelebihan dan kekurangannya, serta apa saja yang bisa diterapkan pada video klip yang dibuat dalam Tugas Akhir. Ini sangat berguna untuk memperdalam ide dan konsep yang dapat menunjang karya. Dalam hal ini, dipilih video klip milik band D'cinnamons dengan judul

Sweet Memories. Band ini dipilih karena memiliki kesamaan konsep ide dan visual seperti pada gambar 3.4.



Gambar 3.4 Screenshot Video Klip D'cinnamons – Sweet Memories (360 Video)
(Sumber: Olahan Penulis)

Video klip D'cinnamons diangkat untuk mempelajari teknik pengambilan gambar 360°. Berikut akan dijelaskan tentang profil D'Cinnamons.

1. D'cinnamons

D'Cinnamons adalah Grup Musik dari Indonesia yang beranggotakan 3 orang dengan aliran *unplugged acoustic*. Personil D'cinnamons terdiri dari Dodo (*Lead Vocals & Acoustic Guitar*), Nana (*Acoustic Bass & Backing Vocal*), dan Bona (*Acoustic Guitar & Backing Vocal*) seperti pada gambar 3.5.



Gambar 3.5 Foto Profil D'cinnamons
(sumber: www.dcinnamons.com)

D'Cinnamons diambil dari kata cinnamon yang dalam bahasa Latin berarti kayu manis, salah satu rempah yang wangi dan beraroma khas. Oleh karenanya mereka berharap D'Cinnamons dengan ciri khasnya bisa mengharumkan dunia musik Indonesia.

Diresmikan pada tanggal 17 September 2004, D'Cinnamons ingin menjadi berbeda dibandingkan band-band lainnya pada tahun itu. Pada saat itu kebanyakan band-band cafe di Bandung khususnya, beraliran *alternative pop rock* dan sangat jarang yang berformat *unplugged acoustic*. Hal ini membuat D'Cinnamons tetap komit dengan aliran musik mereka, dengan harapan mereka terlihat berbeda dan bisa diterima di masyarakat luas. Dan ternyata berhasil dan sampai sekarang D'Cinnamons bisa tampil di berbagai macam kalangan.

2. Jenis Lagu

Band ini beraliran *unplugged acoustic* dan mengedepankan konsep lagu yang *easy listening*, khususnya dengan instrumen *acoustic gitar* dan vokal yang *soulfull* tapi natural.

3. Video Klip

D'cinnamons sudah membuat banyak video klip di tiap albumnya. Konsepnya bermacam-macam. Dan yang paling akhir mereka membuat konsep video 360°.

4. Segmentasi Lagu

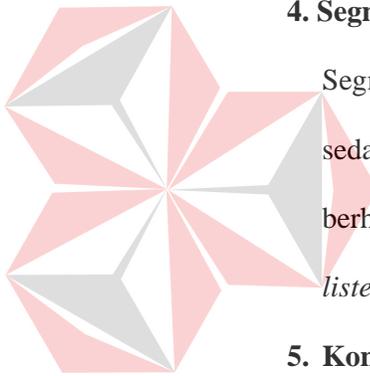
Segmentasi lagu dari di D'cinnamon untuk kalangan remaja-remaja yang sedang kasmaran. Karena lagu-lagu yang mereka ciptakan selalu berhubungan dengan kisah cinta yang dikemas dengan musik *easy listening*.

5. Konsep Genre Lagu

D'cinnamons mengangkat ide *unplugged acoustic* yang bisa diartikan tidak terhubung atau bisa disebut dengan musik akustik. Karena konsep lagu yang dibawa adalah tentang cinta, jadi musik yang digunakan cukup dengan gitar tanpa adanya hentakan drum yang terlalu keras. Hal ini agar mendukung suasana dari lagu cinta tersebut.

6. Kekuatan

Dilihat dari beberapa video klip, D'cinnamons selalu menonjolkan kesederhanaan dengan visual yang tidak terlalu ramai. Konsep



pewarnaan *soft* yang dipilih mendukung setiap lagu-lagu yang diciptakan sehingga mampu membuat seseorang terhanyut dalam lagu.

7. Kelemahan

Konsep yang terlalu sederhana terkadang juga membuat orang merasa bosan.

Video klip dari D'cinnamons tersebut merupakan video *band performance* dengan tambahan sedikit cerita yang biasa disebut *story telling* dalam video klip di tengah-tengah *performance*. Dengan teknik 360° mampu membuat video klip ini menjadi lebih interaktif, karena bisa membuat penonton seolah-olah terlibat dalam video klip tersebut. Penonton bisa melihat dari sisi depan belakang, samping, bahkan atas hingga bawah. Penonton bisa merasakan suasana yang terjadi didalam video tersebut. Video klip ini menggunakan pewarnaan yang menuju kekuningan sehingga mampu menampilkan suasana kehangatan. Dalam video klip ini juga menggunakan setting café yang sederhana dan *cozy* sehingga mampu menghasilkan suasana café yang santai. Keyword dari teknik 360° yang didapatkan dari internet dan studi eksisting adalah interaktif.

3.1.2 STP

Berikut adalah pembagian berdasarkan STP. STP akan dijelaskan dalam tabel 3.2 analisis STP.

Tabel 3.2 Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*).

STP		KETERANGAN
<i>Segmentation & Targeting</i>	Geografis	1. Untuk semua wilayah Indonesia 2. Kota Besar dan Kota Kecil
	Demografis	1. usia: 12 – 50 tahun 2. Gender: laki-laki, perempuan 3. Pendidikan: Pelajar, Mahasiswa, Sarjana
	Psikografis	1. Kelas sosial: Semua kalangan
<i>Positioning</i>		Video klip ini menyajikan video klip interaktif dengan sudut pandang 360° dan lagunya bertemakan tentang keberagaman suku dan budaya di Indonesia.

Dari analisis STP film di tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa video klip diperlukan konsep yang benar-benar matang. Karena video klip hanya dibuat dengan waktu yang singkat namun harus bisa menghibur dan memberikan nilai kepada masyarakat. Selain itu dapat disimpulkan bahwa suatu video klip harus mampu mempresentasikan isi pesan dengan semiotika cerita. Selain teknik yang dilakukan, penggabungan antar keduanya seimbang agar terlihat nyata dan tidak kaku. Dengan jelasnya target pasar serta penempatan iklan maka konsep tersebut dapat diterima oleh penikmatnya sesuai dengan tujuan video klip itu dibuat. Dari analisis STP didapatkan keyword yang interaktif.

3.1.3 Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data yang dipergunaan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dengan melakukan analisis dan pengolahan data sebagai berikut:

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Reduksi data / pembentukan abstraksi dimana data yang ada, seperti observasi, wawancara, dan intisari dokumen,
3. Klasifikasi data, yaitu mengelompokan data dan dipilah – pilah sesuai dengan jenisnya.
4. Penyajian data, melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan, dan disusun ke dalam bentuk teks yang diperluas.
5. Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

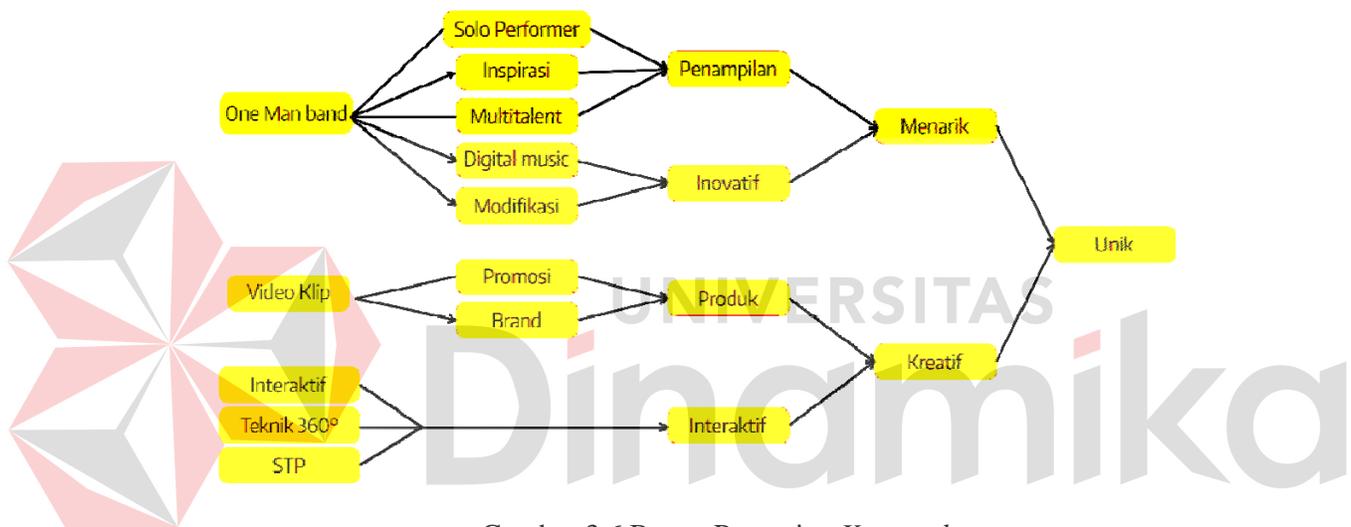
Tabel 3.3 Analisis Data

NO	Materi	Wawancara	Studi Pustaka	Studi Eksisting	Internet	Kesimpulan
1	One Man Band	One Man Band merupakan solo performer seperti seorang dirigen yang dapat mengeksplorasi inspirasi secara bebas dan tanpa batas.		Pengembangan teknik visual dari band ke <i>one man band</i> .	Seorang yang memainkan beberapa alat musik dalam waktu yang bersamaan.	Seorang <i>One Man Band</i> memiliki nilai lebih dibandingkan dengan band biasa. Karena hanya ada satu orang yang berperan dalam permainan musik yang seharusnya dilakukan banyak pemain musik.

2	Video Klip		Dalam industri musik terdapat major label dan indie label	Penggunaan konsep yang matang serta penambahan angle yang baik mampu menjadikan video clip dari One Man Band menjadi lebih menarik.	kumpulan guntingan gambar hidup (iklan, musik, dan sebagainya) untuk ditayangkan lewat pesawat televisi atau layar bioskop;	Dalam video klip dibutuhkan konsep yang matang agar menjadikan video klip lebih menarik
3	Interaktif		Pengguna dapat mengontrol apa dan kapan elemen-elemen multimedia akan dikirimkan atau ditampilkan			Pengguna dapat mengontrol apa dan kapan elemen-elemen multimedia akan dikirimkan atau ditampilkan
4	Teknik 360°			Memungkinkan seseorang dapat berinteraksi didalam video	Dapat melihat dari berbagai sisi mulai depan, belakang, samping, atas maupun bawah.	Teknik 360° memungkinkan penonton berinteraksi dalam video

3.1.4 Pencarian *Keyword*

Dari hasil pencarian data dengan melakukan wawancara, studi literatur, *internet searching*, studi eksisting dan studi komparator maka didapatkan kalimat-kalimat yang digunakan sebagai pencarian *keyword*/kata kunci. Analisis ini berguna untuk mencari *keyword* yang kemudian akan diterapkan dalam video klip.



Gambar 3.6 Bagan Pencarian *Keyword*
(sumber: olahan penulis)

3.1.5 Penjelasan Makna *Keyword*

Dari analisa data didapatkan beberapa *keyword* seperti gambar 3.6. Dari hasil wawancara untuk mendapatkan data tentang *One Man Band* terdapat lima kata *keyword* yaitu *solo performer*, *inspirasi*, *Multi talenta*, *digital music*, *modifikasi*. Jika diartikan dalam Bahasa Indonesia *solo performer* adalah penampilan tunggal. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/tampil>) kata penampilan kata dasarnya adalah tampil yang memiliki arti perbuatan menampilkan. Kemudian *Inspirasi* dalam Kamus Besar

Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/inspirasi>) adalah ilham. *Multi talenta* bila dipisah, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/multi>) Multi bisa memiliki arti banyak atau lebih dari satu atau berlipat ganda. Sedangkan talenta menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/talenta>) adalah pembawaan seseorang sejak lahir. Dari ketiga *keyword* tersebut setelah dianalisis lebih sempit lagi terdapat kata Penampilan.

Kemudian dua *keyword* selanjutnya dari hasil wawancara tentang *One Man Band* adalah *music digital* dan modifikasi. Digital menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/digital>) berhubungan dengan angka-angka untuk sistem perhitungan tertentu dan biasanya berhubungan dengan penomoran. Dalam hal ini, digital mengarah pada sistem perhitungan pada komputer. Musik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/musik>) adalah ilmu atau seni menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai kesatuan dan kesinambungan. Kemudian modifikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/modifikasi>) adalah perubahan dari rencana yang sudah diputuskan. Setelah kedua *keyword* tersebut dianalisis dan dipersempit lagi maka terdapat kata inovatif. Dari lima *keyword* tersebut setelah dikerucutkan menjadi dua *keyword* yaitu Penampilan dan inovatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/penampilan>) penampilan memiliki kata dasar yaitu tampil yang memiliki arti melangkah maju atau menampakkan diri. Inovatif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/inovatif>) bersifat

memperkenalkan sesuatu yang baru. Setelah dianalisis dan dipersempit lagi terdapat *keyword* akhir dari hasil wawancara yaitu menarik.

Dari studi literature dan pencarian di internet tentang video klip didapatkan dua *keyword* yaitu promosi dan *brand*. Promosi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/promosi>) adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha, dagang dan yang lain sebagainya. Kemudian *brand* bila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi merek. Merek dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/merek>) adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. Setelah kedua *keyword* dianalisis dan dipersempit lagi terdapat kata produk.

Dalam pembahasan teknik 360° menggunakan internet dan studi eksisting dalam pencarian data. Dan *keyword* yang didapat adalah interaktif. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/interaktif>) interaktif adalah bersifat saling melakukan aksi atau saling berhubungan dan berkaitan dengan dialog antara komputer dengan pengguna. Setelah *keyword* produk dan interaktif dianalisis dan dipersempit lagi terdapat *keyword* kreatif. Hasil analisis keseluruhan *keyword* dari wawancara, studi eksisting, studi literatur dan internet terdapat dua *keyword* yaitu menarik dan kreatif.

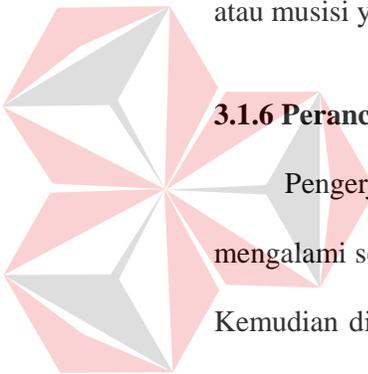
Dari hasil akhir *keyword* wawancara, studi literatur, internet, studi eksisting terdapat dua *keyword* yaitu menarik dan kreatif. Menarik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/menarik>) bisa diartikan yaitu mempengaruhi atau membangkitkan hasrat untuk memperhatikan. Kreatif menurut Kamus Besar

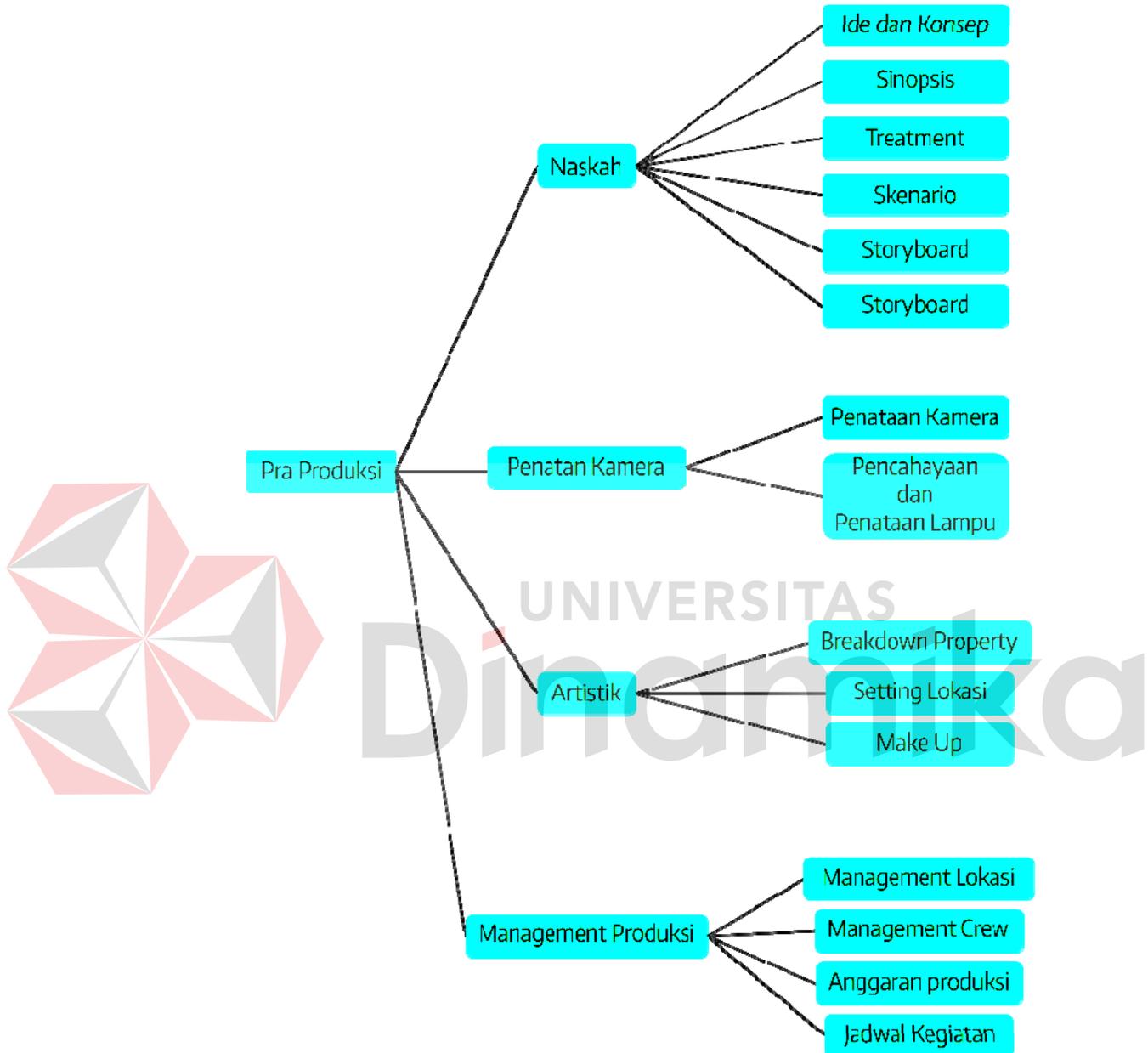
Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/kreatif>) adalah memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu dari imajinasi. Dari hasil analisis dan disempitkan lagi, dari kedua *keyword* tersebut terdapat *keyword* unik.

Unik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (<http://kbbi.web.id/unik>) adalah tersendiri dalam bentuk atau jenisnya dan lain daripada yang lain. Sehingga dapat disimpulkan *keyword* yang dipakai adalah *keyword* unik, dimana dalam membuat suatu karya terutama lagu dan video klip dituntut untuk memiliki keunikan tersendiri tanpa meniru karya sebelumnya demi menghargai seniman atau musisi yang lain.

3.1.6 Perancangan Karya

Pengerjaan Tugas Akhir ini berawal dari ide dan konsep yang telah mengalami sejak bertemunya ide dan hasil dari studi literatur serta studi eksisting. Kemudian diolah menjadi *storyboard* yang menjadi acuan pembuatan video klip ini. Untuk mempermudah penjelasan dalam pra produksi, produksi dan pasca produksi bisa dilihat pada gambar 3.7 dan 3.8 berikut.





Gambar 3.7 Bagan Pra Produksi
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 3.8 Bagan Produksi dan Pasca Produksi
(Sumber: Olahan Penulis)

Saat rangkaian syuting selesai maka tiba ke proses editing. Proses editing melewati beberapa tahap mulai dari pemberian pewarnaan gambar dan penambahan *backsound* di dalamnya.

3.2 Pra Produksi

Pada tahap ini akan dilakukan perencanaan pembuatan karya mulai dari pembuatan naskah, penataan kamera, artistic, penyutradaraan, manajemen produksi, perancangan teknik pengambilan gambar 360°, dan *coloring*.

3.2.1 Naskah

Proses pembuatan naskah akan menentukan pada saat pembuatan video klip. Pada proses ini ide dan konsep, synopsis, treatment, naskah dan storyboard.

1. Ide dan Konsep

One Man Band merupakan sebuah konsep band yang hanya memiliki satu personil saja sebagai *solo performer*, namun memainkan beberapa alat musik dalam waktu yang bersamaan. *One Man Band* diartikan sebagai seorang

penghibur jalanan yang memainkan banyak instrumen musik pada saat yang bersamaan (Oxford University Press, 2014). Dalam hal ini penulis juga merupakan sutradara dan *talent/solo performer* di dalam video klip ini. Ide dalam pembuatan video klip ini adalah dengan pengambilan gambar terpisah dari *solo performer* dengan tiap alat yang berbeda dalam satu lagu. Kemudian dari gambar yang terpisah dilakukan sinkronasi dalam proses editing yaitu dengan *masking*. Sehingga hasil yang didapatkan adalah video klip dari *solo performer* yang memainkan beberapa alat musik yang seolah-olah dimainkan secara langsung dan bersamaan di tempat dan waktu yang sama. Dengan dibuatnya video klip ini, diharapkan *One Mand Band* mulai dikenal masyarakat di Indonesia.

2. Sinopsis

Dalam video klip ini akan dibawakan sebuah lagu yang bertema keragaman nusantara. Dan musiknya berisi perpaduan antara alat musik tradisional dan alat musik modern. Alat musik tradisional yang dibawakan adalah angklung. Yang membawakan lagu ini hanya ada satu orang namun memainkan semua alat musik.

3. Treatment

- a. Pre Intro, setting lokasi ada di satu perbukitan.
- b. Intro lagu, setting lokasi ada di satu lapangan basket dengan posisi personil mengelilingi kamera 360°.
- c. Bait lagu, setting lokasi ada di satu lapangan basket dengan posisi personil mengelilingi kamera 360°.

- d. *Reff.* lagu, setting lokasi berada di beberapa tempat wisata pemandangan yang ada di Jawa Timur.
- e. *Chorus/Interlude - Ending* lagu, setting lokasi ada di satu lapangan basket dengan posisi personil mengelilingi kamera 360° untuk memperlihatkan aksi solo dari personil dan di ending kembali ke perbukitan.

4. Naskah

Dalam video klip ini menggunakan skenario untuk menentukan posisi objek yaitu personil dari band Jeremio. Posisi personil akan diletakkan mengelilingi kamera 360°. Kemudian di beberapa part lagu setting lokasi video akan berubah menjadi pemandangan di tempat wisata di Jawa Timur. Berikut adalah tabel naskah video klip yang akan dibuat.

Tabel 3.4 Naskah video klip lagu “Satu Indonesia”

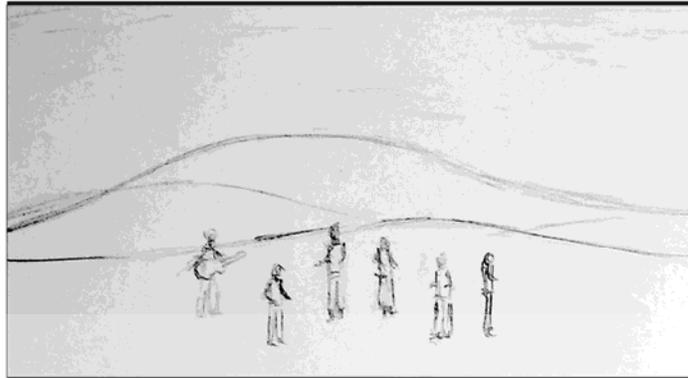
Naskah	Visual
Pre: Satulah kita saudara tercinta Kita satu dalam jiwa Walau ada berbeda suku dan agama Kita satu Indonesia	Ada beberapa orang dari berbagai suku berkumpul dan bermain bersama. Setting: Perbukitan
Bait: Ini Tanahku Ini Negeriku Ini Lautku Ini Tumpah darahku Kita Saudara Walau kita tak tentu bertemu Mari bersatu untuk Indonesia lebih maju	Solo Performer dengan alat musik masing-masing berada di tengah lapangan membentuk lingkaran . Setting: Lapangan Basket
Reff: Satulah kita saudara tercinta	Ada beberapa orang dari berbagai ras berkumpul dan bermain bersama.

Kita satu dalam jiwa Walau ada berbeda suku dan agama Kita satu Indonesia	Setting: Perbukitan
Bait: Ini Tanahku Ini Negeriku Ini Lautku Ini Tumpah darahku Kita Saudara Walau kita tak tentu bertemu Mari bersatu untuk Indonesia lebih maju	Solo Performer dengan alat musik masing-masing berada di tengah lapangan membentuk lingkaran. Setting: Lapangan Basket
Reff: Satulah kita saudara tercinta Kita satu dalam jiwa Walau ada berbeda suku dan agama Kita satu Indonesia	Ada beberapa orang dari berbagai ras berkumpul dan bermain bersama. Setting: Perbukitan
Interlude lagu	Solo Performer dengan alat musik masing-masing berada di tengah lapangan membentuk lingkaran. Setting: Lapangan Basket
Reff: Satulah kita saudara tercinta Kita satu dalam jiwa Walau ada berbeda suku dan agama Kita satu Indonesia	Ada beberapa orang dari berbagai ras berkumpul dan bermain bersama. Setting: Perbukitan
Ending: Kita Satu Indonesia Kita Satu Indonesia	Ada beberapa orang dari berbagai ras berkumpul dan bermain bersama. Setting: Perbukitan

5. Perancangan *Storyboard*

Dalam video klip ini juga akan dibuat *storyboard* sebagai acuan dalam pembuatan video klip ini. Berikut adalah *storyboard* video klip lagu “Satu Indonesia”.

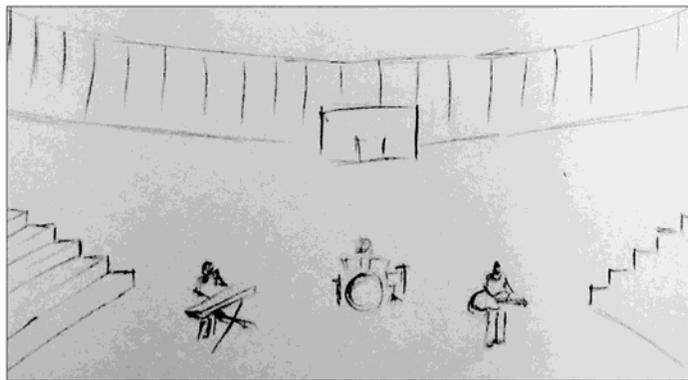
Project: VIDEO KLIP 360° "SATU INDONESIA" by JEREMIO	Date:
Director: YEREMIA OCTAVIANO	Storyboards:
	Page: <u>1</u> / <u>4</u>



Scene 1	Shot# 1
Pre-Intro:	
Anak-anak muda dari berbagai suku dan agama berkumpul sambil menyanyikan reff lagu "Satu Indonesia" dengan penuh canda tawa dan	
Location Bukit Jaddih, Madura	



Scene 2	Shot# 2
Bait:	
Performer menyanyikan lagu dengan diiringi performer dan alat musik masing ² . Pada sisi ini nampak vokalis, gitaris, angklung.	
Location Lapangan Basket Lt. 12 Stikom Surabaya	



Scene 2	Shot# 2
Bait:	
Performer menyanyikan lagu dengan diiringi performer dan alat musik masing ² . Pada sisi ini nampak pianis, drummer, dan bassis.	
Location Lapangan Basket Lt. 12 Stikom Surabaya	

Gambar 3.9 *Storyboard* video klip "Satu Indonesia" halaman pertama.
(Sumber: Olahan Penulis)

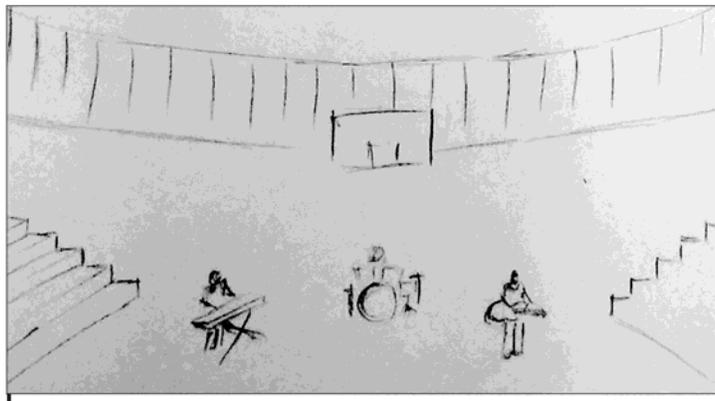
Project: VIDEO KLIP 360° "SATU INDONESIA" by JEREMIO	Date:
Director: YEREMIA OCTAVIANO	Storyboards:
	Page: <u>2 / 4</u>



Scene 3 Shot# 3
 Reff:
 Anak-anak muda dari berbagai suku dan agama bernyanyi nyanyi dengan penuh canda tawa dan gembira.
 Location Bukit Jaddih, Madura



Scene 4 Shot# 4
 Bait:
 Performer menyanyikan lagu dengan diiringi performer dan alat musik masing². Pada sisi ini nampak vokalis, gitaris, angklung.
 Lapangan Basket Lt. 12
 Location Stikom Surabaya



Scene 4 Shot# 4
 Bait:
 Performer menyanyikan lagu dengan diiringi performer dan alat musik masing². Pada sisi ini nampak pianis, drummer, dan bassis.
 Lapangan Basket Lt. 12
 Location Stikom Surabaya

Gambar 3.10 *Storyboard* video klip "Satu Indonesia" halaman kedua.
 (Sumber: Olahan Penulis)

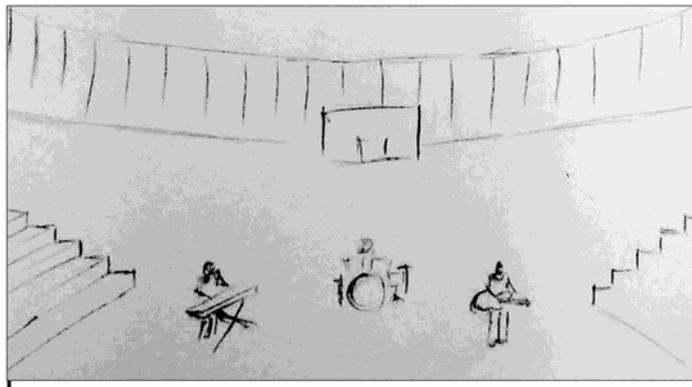
Project: VIDEO KLIP 360° "SATU INDONESIA" by JEREMIO	Date:
Director: YEREMIA OCTAVIANO	Storyboards:
	Page: 3 / 4



Scene 5 Shot# 5
 Reff:
 Anak-anak muda dari berbagai suku dan agama bernyanyi nyanyi dengan penuh canda tawa dan gembira.
 Location Bukit Jaddih, Madura



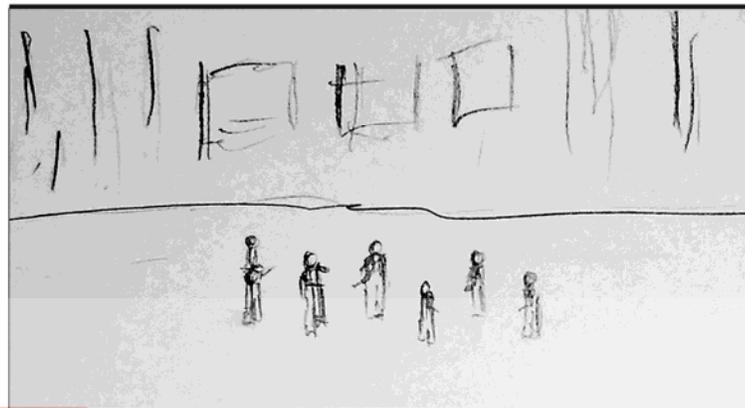
Scene 6 Shot# 6
 Interlude:
 Performer memainkan alat musik masing². Pada sisi ini nampak vokalis, gitaris, angklung.
 Lapangan Basket Lt. 12
 Location Stikom Surabaya



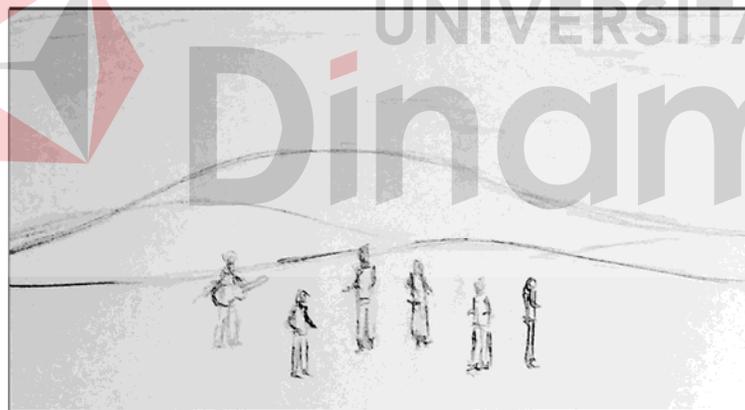
Scene 6 Shot# 6
 Interlude:
 Performer memainkan alat musik masing². Pada sisi ini nampak vokalis, gitaris, angklung.
 Lapangan Basket Lt. 12
 Location Stikom Surabaya

Gambar 3.11 *Storyboard* video klip "Satu Indonesia" halaman ketiga.
 (Sumber: Olahan Penulis)

Project: VIDEO KLIP 360° "SATU INDONESIA" by JEREMIO	Date:
Director: YEREMIA OCTAVIANO	Storyboards:
	Page: <u>4</u> / <u>4</u>



Scene 7 Shot # 7
 Reff:
 Anak-anak muda dari berbagai suku dan agama bernyanyi nyanyi dengan penuh canda tawa dan gembira.
 Location Bukit Jaddih, Madura



Scene 8 Shot # 8
 Reff:
 Anak-anak muda dari berbagai suku dan agama bernyanyi nyanyi dengan penuh canda tawa dan gembira.
 Location Bukit Jaddih, Madura

Gambar 3.12 *Storyboard* video klip "Satu Indonesia" halaman keempat.
 (Sumber: Olahan Penulis)

3.2.2 Penataan Kamera

1. Shot list

Shot list adalah daftar *shot* yang akan diambil pada saat pengambilan gambar atau *shooting*. *Shot list* dibuat sedemikian rupa berdasarkan skenario yang sudah dibuat secara linear sehingga akan memudahkan dalam membuat urutan

shot yang akan dilakukan. Namun pada perancangan karya ini hanya dibutuhkan satu shot list saja. Karena hanya menggunakan satu posisi dan satu *angle view* saja.

2. Pencahayaan dan penataan lampu

Pada pengambilan adegan pada video klip ini akan menggunakan cahaya buatan dan cahaya alami. Untuk di lapangan basket, menggunakan cahaya alami dan dibantu dengan lampu dari lapangan basket karena hampir semua pengambilan gambar berada didalam lapangan tersebut seperti pada gambar 3.13.



Gambar 3.13 Pencahayaan dalam lapangan basket
(Sumber: Olahan Penulis)

Kemudian untuk lokasi *outdoor* yang berada di bukit Jaddih, menggunakan cahaya alami untuk mendapatkan kesan nyata dan tidak dibuat-buat seperti pada gambar

3. Penataan kamera

Dalam video klip ini hanya menggunakan satu shot saja, yaitu dengan cara *panorama view*. Karena kamera akan ditata sedemikian rupa sehingga akan mencapai *viewing angle* 360° seperti pada gambar 3.14.



Gambar 3.14 Posisi kamera
(Sumber: Olahan Penulis)

3.2.3 Artistik

1. *Breakdown property*

Setelah skenario dan *storyboard* selesai dibuat, sutradara akan menentukan properti pendukung untuk menambah nilai dramatis. Properti yang diperlukan untuk pembuatan video klip ini adalah sebagai berikut.

2. *Setting lokasi*

Pencarian lokasi akan dilaksanakan setelah semua scene telah disepakati bersama. Pencarian lokasi *shooting* ini harus cocok dengan skenario, baik dari segi artistik, dramatik, lingkungan, dan kemudahan akomodasi yang berkaitan langsung dengan ongkos produksi. Dan berikut akan dijelaskan setting lokasi yang akan digunakan pada gambar 3.15 dan 3.16



Gambar 3.15 Setting lokasi untuk lap *indoor*
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 3.16 Setting lokasi untuk *Outdoor*
(Sumber: Olahan Penulis)

3. *Wardrobe*

Pada bagian ini, *wardrobe* bertanggungjawab atas semua *costume* ataupun aksesoris yang digunakan saat produksi seperti pada gambar 3.17 berikut.



Gambar 3.17 *Wardrobe*
(Sumber: Olahan Penulis)

4. *Make up*

Pada bagian ini, *Make up* bertanggung jawab atas tampilan wajah para pemain agar tetap wajar dan terjaga konituitasnya dalam satu *scene* serta dalam kamera.

3.2.4 Penyutradaraan

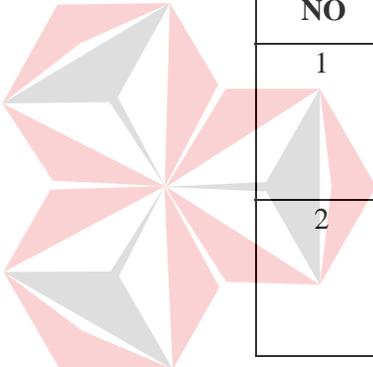
Dalam pembuatan film ataupun videoklip diperlukan adanya penyutradaraan. Pada tahap ini, dalam pembuatan video klip lagu “Aku Indonesia” tidak memerlukan casting karena *talent* sudah ditentukan. Dalam hal ini penulis menjadi sutradara serta *performer/talent* juga dalam pembuatan video klip. Jadi dalam pelaksanaan akan ada asisten yang membantu dalam penyutradaraan

sehingga pembuatan video klip tetap bisa berjalan dengan baik. Untuk menyutradarai video 360° harus memahami komposisi dalam satu frame, karena *angle* yang diambil dari video ini adalah 360°, yang memiliki sudut pandang penuh.

3.2.5 Manajemen Produksi

1. Manajemen lokasi

Tabel 3.5 Lokasi Syuting



NO	LOKASI	HARI/TANGGAL	PUKUL
1	Lapangan Basket lantai 12 Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	Senin, 07 Desember 2015	07.00 – 12.00 WIB
2	Bukit Jaddih, Bangkalan, Madura	Senin, 28 Desember 2015	07.00- 12.00 WIB

2. Manajemen kru

Kru yang dipilih untuk proses produksi, yaitu:

- a. Sutradara: Orang yang memimpin jalannya proses produksi. Tugas sutradara adalah mengontrol tindakan dan dialog di depan kamera dan bertanggung jawab untuk merealisasikan apa yang dimaksud oleh naskah dan produser serta memimpin crew dan mengarahkan para pemain di lapangan.
- b. *Cameraman*: Orang yang bertanggungjawab untuk mengoperasikan semua peralatan kamera yang dibutuhkan untuk komposisi, fokus, gerakan kamera, dan apa yang ada dalam domain fotografi.

- c. *Director of Photography (DOP)*: Orang yang melaksanakan aspek teknis dari pencahayaan dan fotografi adegan.
- d. *Soundman*: Dalam pembuatan video klip ini, *soundman* mengatur *sound* yang diputar sebagai penuntun talent.
- e. *Wardrobe*: Orang yang bertanggungjawab atas pemilihan kostum yang akan dipergunakan untuk kebutuhan produksi.
- f. *Make up*: Bertugas terhadap penampilan aktor/aktris agar sesuai dengan kebutuhan skenario pada saat syuting.
- g. *Property*: Orang yang bertanggungjawab atas semua properti yang digunakan saat produksi.

3. Anggaran Produksi

Tabel 3.6 Anggaran Produksi

NO	ITEM	QTY	PRICE	TOTAL
Pra produksi				
1	Recording Lagu	-	Rp 800.000,-	Rp 800.000,-
2	Penulis Skenario	-	Rp 150.000,-	Rp 150.000,-
3	Pembuatan <i>Storyboard</i>	-	Rp 150.000,-	Rp 150.000,-
4	Latihan	-	Rp 200.000,-	Rp 200.000,-
Produksi				
6	Sewa Kamera xiaomi yi	6 Buah	Rp 100.000,-	Rp 600.000,-
7	Pembelian 360 Rig	1 Buah	Rp 600.000,-	Rp 600.000,-
8	Pembelian Monopod	1 Buah	Rp 600.000,-	Rp 600.000,-
8	Pembelian angklung	1 oktaf	Rp. 200.000,-	Rp. 200.000,-
9	Pembelian Memory SDHC	1 Buah	Rp 300.000,-	Rp 300.000,-

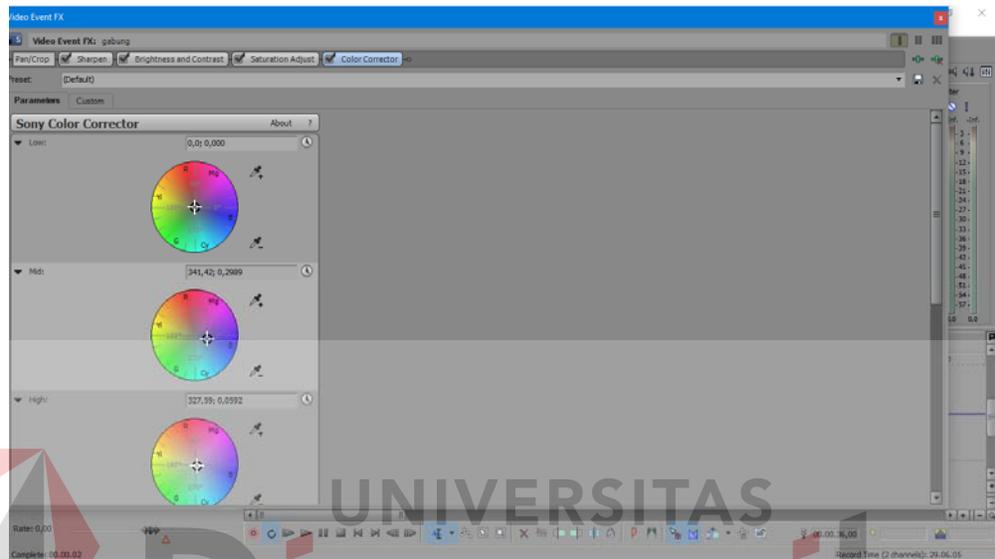
PRODUKSI														
Melakukan <i>Preview</i> di lokasi														
Melakukan <i>Shooting</i>														
PASCA PRODUKSI														
<i>Editing</i>														
<i>Special Effect</i>														
Final Edit - <i>Synchronizing</i>														
Promosi video klip - Penayangan														

3.2.6 Perancangan Teknik Pengambilan Gambar 360°.

Penggunaan teknik pengambilan gambar 360° berdasarkan pada hasil analisis data yang telah dilakukan serta hasil dari studi komparator. Teknik ini dipilih karena dengan mengambil gambar 360° dapat merepresentasikan luasnya Indonesia dengan memandang penuh sekeliling tanpa batas. Proses pengambilan gambar 360° sama seperti pengambilan video konvensional. Yang membedakan adalah alat yang digunakan serta susunannya yang bisa membuat angle kamera memiliki sudut 360°. Dalam pengambilan gambar untuk video klip ini dibutuhkan beberapa pengambilan gambar dengan setting yang sama di lokasi utama yang berfungsi untuk proses masking di pasca produksi.

3.2.7 Coloring

Pada video ini menggunakan teknik *coloring* untuk mendukung suasana dari video tersebut sesuai dengan hasil analisis warna sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih kuat seperti pada gambar 3.18 berikut



Gambar 3.18 Proses *Colouring*
(Sumber: Olahan Penulis)

3.3 Produksi

Produksi dilakukan selama satu minggu di lapangan basket lantai 12 yang ada di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Serta di suatu tempat wisata pemandangan alam di Jawa Timur.

3.4 Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi ini dilakukan proses *editing* dan penambahan *special effects*. Pada proses *editing* akan menggunakan teknik *Synchronization*,

Stitching, Calibrating, Masking, dan Color Grading serta *video mask* dan *split screen* pada beberapa *stock shoot* video.

3.4.1 Publikasi

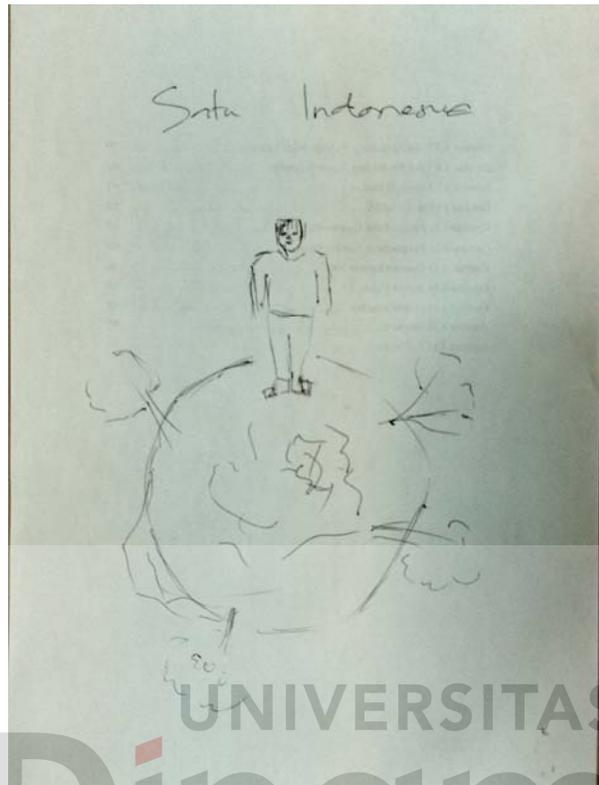
Tahap publikasi akan dilakukan sebagai syarat presentasi Tugas Akhir. Media yang akan digunakan untuk publikasi adalah poster, merchandise dan DVD (cover depan dan cover cakram). Pembuatan media publikasi film dokumenter ini diperlukan beberapa proses, antara lain menentukan konsep. Berikut adalah langkah-langkah yang akan dilakukan dalam persiapan melakukan tahap publikasi:

1. Poster

Poster pada karya video klip interaktif *One Man Band* yang berjudul “Aku Indonesia” menggunakan foto *selfie* dengan mode 360. Berikut adalah sketsa dari poster yang akan dibuat untuk publikasi.



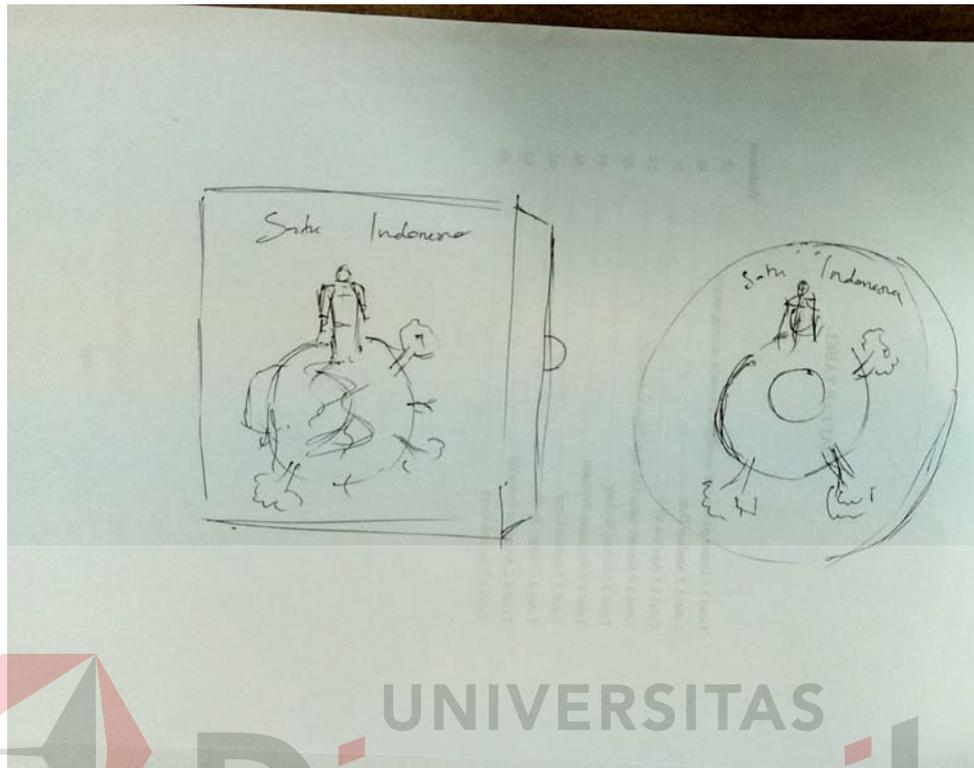
UNIVERSITAS
Dinamika



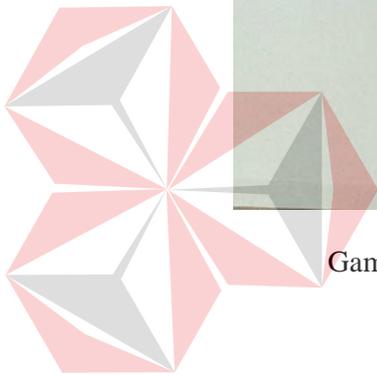
Gambar 3.19 Sketsa Poster “Satu Indonesia”.
(sumber: olahan penulis)

2. Cover dan Cakram DVD

Menggunakan konsep yang disamakan dengan poster hanya saja dibedakan resolusinya dan berikut akan dijelaskan dengan sket pada gambar 3.20



Gambar 3.20 Sketsa Cover dan Cakram DVD “Satu Indonesia”.
(sumber: olahan penulis)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Secara garis besar bab ini akan membahas tentang produksi hingga pasca produksi. Di bagian produksi terdiri penentuan setting lokasi dan tokoh yang menjadi pemeran dalam video klip *One Man Band* “Aku Indonesia”, dan pengerjaan teknik 360°.

Selanjutnya bagian pasca produksi terdiri dari pengerjaan teknik *Synchronization, Stitching, Calibrating, Masking, dan Color Grading*. Pemberian efek ini berguna untuk memvisualisasikan Indonesia satu.

4.1 Pra Produksi

Bagian pra produksi akan terbagi menjadi dua, yaitu penggunaan tokoh dan penataan lokasi. Masing-masing bagian akan dijelaskan pada sub bab berikut.

4.1.1 Kru Produksi

1. SUTRADARA : Yeremia Octaviano
2. PRODUSER : Yeremia Octaviano
3. SKENARIO : Yeremia Octaviano
4. CAMERA OPERATOR : John Christian, Yeremia Octaviano
5. KRU : Yosua, Stevanus, Edhi, John
6. EDITOR : Yeremia Octaviano
7. BTS : Toriditya, Teguh, John, Riska

4.1.2 Setting Tokoh dan Lokasi

Pemilihan tokoh, dan lokasi didasari dari sinopsis yang ada, sedangkan pesan yang dipakai dipilih berdasarkan pesan dari masing-masing adegan yang divisualkan. Berikut ini adalah detail pembahasan tentang tokoh, lokasi dan pesan:

1. Tokoh

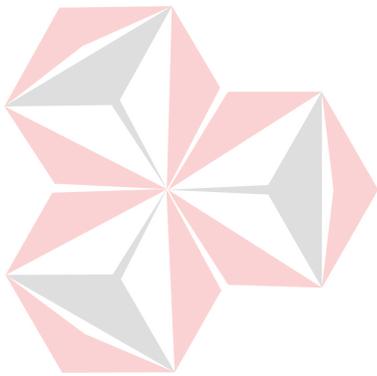
Pemilihan tokoh didasari dari sinopsis yang ada. Tokoh yang muncul berdasarkan sinopsis hanya terdiri dari satu orang. Tokoh ini akan mendominasi video klip dari awal hingga akhir. Di beberapa scene juga akan ada tokoh-tokoh pendukung. Beberapa orang dari berbagai suku dipilih untuk menjadi took pendukung. Berikut gambar 4.1 sampai gambar 4.8 adalah foto dari tokoh-tokoh tersebut.



Gambar 4.1 Tokoh Utama: Yeremia Octaviano
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.2 Tokoh Pendukung: Toriditya Yudha
(Sumber: Olahan Penulis)



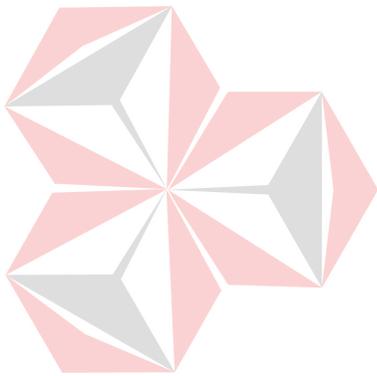
Gambar 4.3 Tokoh Pendukung: Muhammad Apri S
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.4 Tokoh Pendukung: Elok Sofiyah
(Sumber: Olahan Penulis)



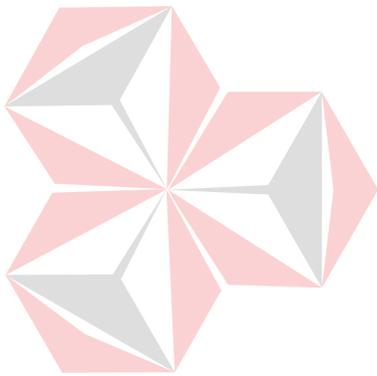
Gambar 4.5 Tokoh Pendukung: John Christian
(Sumber: Olahan Penulis)



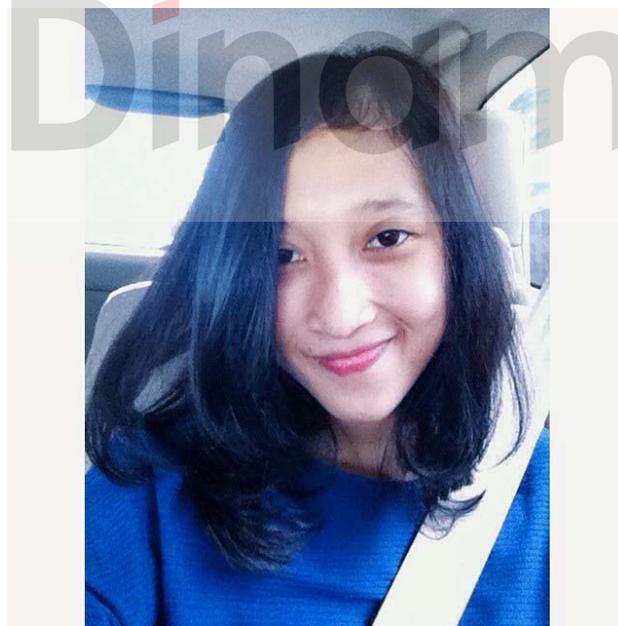
UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4.6 Tokoh Pendukung: Stevanus Lokobal
(Sumber: Olahan Penulis)



UNIVERSITAS
Dinornika



Gambar 4.7 Tokoh Pendukung: Fahrída Hilda Fahriska
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.8 Tokoh Pendukung: Teguh Nougroho
(Sumber: Olahan Penulis)

Tokoh-tokoh yang dipilih merupakan anak-anak muda dari berbagai suku dan agama. Tokoh-tokoh ini dipilih sebagai representasi keragaman Indonesia dalam video klip lagu “Satu Indonesia”.

2. Lokasi

Lokasi yang dipilih adalah lokasi yang sesuai dengan diskusi yang telah dilakukan pada tahap pra produksi. Ada beberapa pilihan lokasi yang akan dipilih, untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel 4.1 dan gambar 4.9

Tabel 4.1 Lokasi Syuting

NO	LOKASI	HARI/TANGGAL	PUKUL
1	Lapangan Basket lantai 12 Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	Senin, 07 Desember 2015	07.00 – 12.00 WIB
2	Bukit Jaddih, Bangkalan, Madura	Senin, 28 Desember 2015	07.00-12.00 WIB



Gambar 4.9 Lapangan Basket
(sumber: olahan penulis)

Lokasi ini dipilih karena akan mempermudah saat proses editing nanti. Kemudian lokasi yang kedua adalah tanah lapang. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 4.10 berikut



Gambar 4.10 Bukit Jaddih
(Sumber: Olahan Penulis)

Lokasi ini dipilih sebagai alternatif kedua. Juga digunakan untuk *stock shot*.

4.1.3 Anggaran Produksi

Tabel 4.2 Anggaran Produksi

NO	ITEM	QTY	PRICE	TOTAL
Pra produksi				
1	Recording Lagu	-	Rp 800.000,-	Rp 800.000,-
2	Penulis Skenario	-	Rp 150.000,-	Rp 150.000,-
3	Pembuatan <i>Storyboard</i>	-	Rp 150.000,-	Rp 150.000,-
4	Latihan	-	Rp 200.000,-	Rp 200.000,-
Produksi				
6	Sewa Kamera xiaomi yi	6 Buah	Rp 100.000,-	Rp 600.000,-
7	Pembelian 360 Rig	1 Buah	Rp 600.000,-	Rp 600.000,-

4.2 Produksi

Proses produksi dilakukan setelah proses pra produksi dipersiapkan dengan matang. Kegiatan yang dilakukan dalam produksi adalah pengambilan gambar secara keseluruhan dimulai dari tahap awal, tengah hingga akhir.

Sebelum melakukan *shooting*, kru serta tokoh pendukung di *breafing* terlebih dahulu agar dapat melaksanakan *job desk* masing-masing dengan benar. Pelaksanaan *shooting* sesuai pada *rundown*. Beberapa peralatan untuk produksi adalah :

1. Enam kamera Xiaomi yi
2. 360 Rig for Xiaomi Yi
3. Monopod
4. Memory SDHC kamera
5. Komputer/laptop *editing*

Dalam *shooting* video klip 360° ini hanya dibutuhkan satu *angle* saja. Kamera dan rig akan diletakkan di satu *spot* untuk mempermudah saat proses *masking*.

4.2.1 Proses Pengambilan Gambar

1. Proses Shooting

Proses shooting dilakukan dengan menggunakan pedoman storyboard. Pada video klip ini pengambilan gambar hanya static saja. Hal ini dilakukan karena proses ini dapat mempermudah proses *mask* dan *split screen* pada proses editing nanti. Sehingga pada satu frame bisa memvisualisasikan satu orang yang digandakan di berbagai posisi yang mewakili keragaman Indonesia.

Pengambilan gambar dilakukan enam kali sesuai dengan jumlah alat musik yang digunakan oleh *talent*. Proses pengambilan gambar menggunakan enam kamera Xiaomi Yi. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 4.11 dan 4.12 berikut.



Gambar 4.11 Pengambilan gambar vokalis
(sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.12 Pengambilan gambar gitaris
(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 4.13 Susunan kamera 360°
(sumber: Olahan penulis)

4.3 Pasca Produksi

Pasca produksi dilakukan untuk menggabungkan video dengan lagu dan memberikan beberapa efek. Pemberian efek pada video ini berguna untuk memberikan kesan dramatis pada video klip.

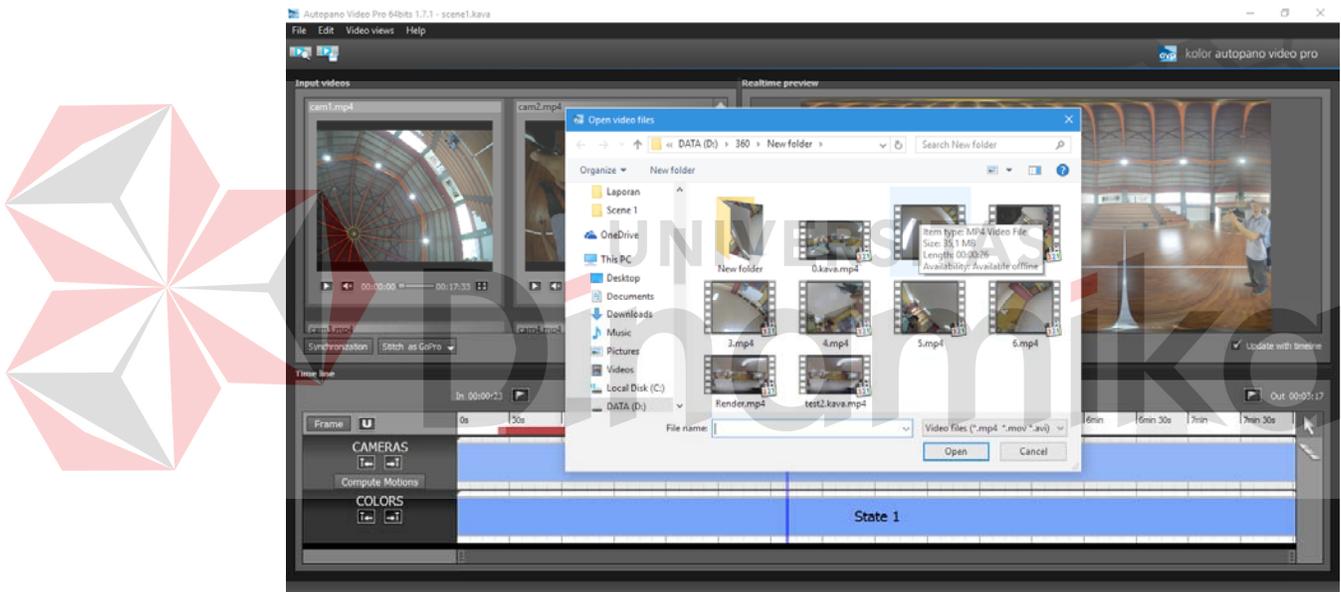
4.3.1 Editing

Edit yang dilakukan pada sub bab ini adalah penggabungan enam *footage video* menjadi satu hingga menghasilkan gambar 360°. Dan pemberian beberapa efek yang berguna untuk memberikan kesan dramatis pada video klip. Teknik-

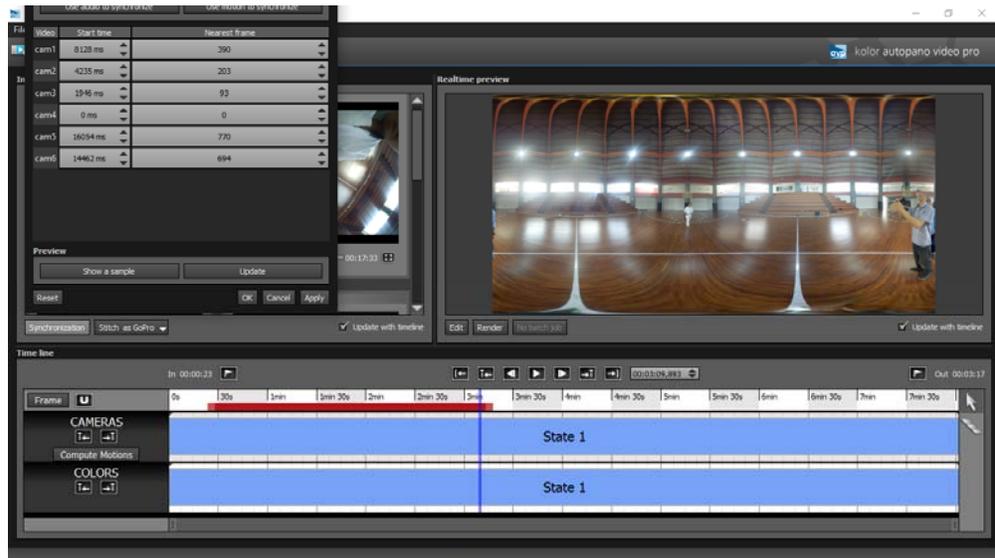
teknik tersebut adalah *Synchronization*, *Stitching*, *Calibrating*, *Masking*, dan *Color Grading*, yang masing akan dijelaskan pada sub bab berikut.

1. *Synchronization*

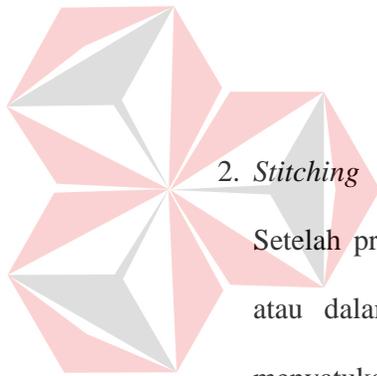
Teknik ini merupakan teknik untuk menyelaraskan audio dengan pergerakan dalam video atau biasa disebut dengan sinkronasi. Sebelum melakukan sinkronasi harus melakukan *import video* terlebih dahulu. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 4.14 dan 4.15 berikut.



Gambar 4.14 *Import Video*
(sumber: Olahan penulis)

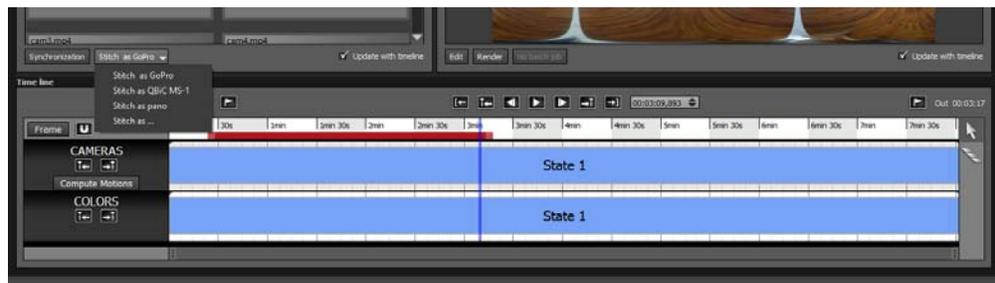


Gambar 4.15 *Synchronization*
(sumber: Olahan penulis)



2. *Stitching*

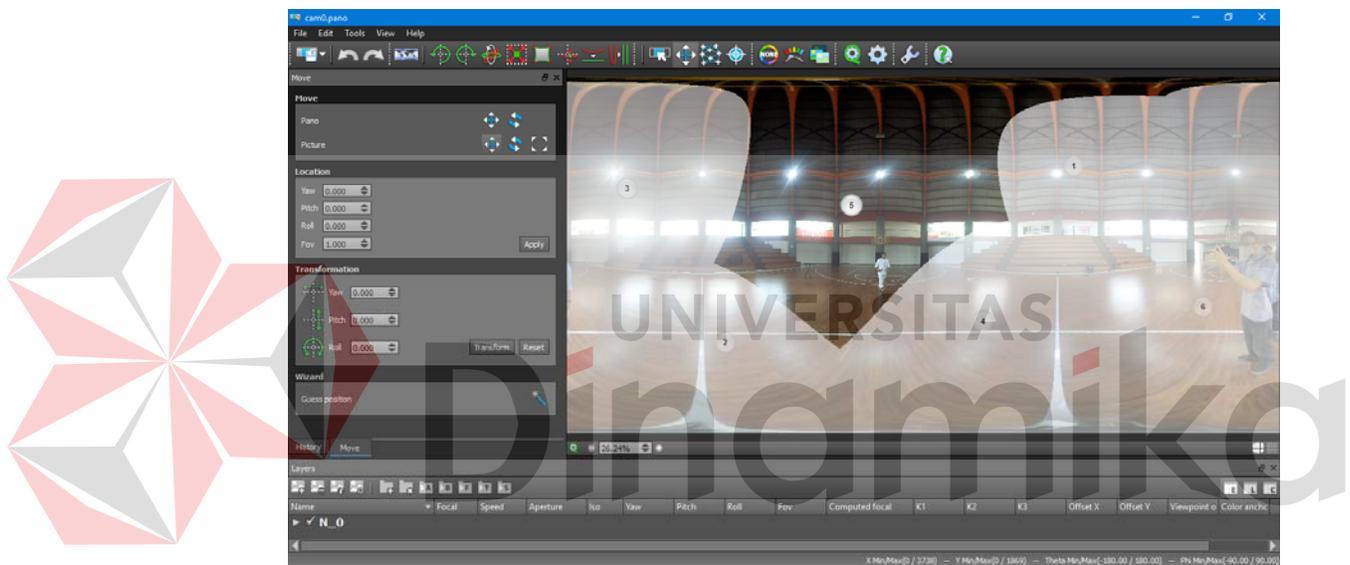
Setelah proses sinkronisasi selesai, proses selanjutnya adalah menjahit video atau dalam istilah *editing* adalah *stitching*. Proses ini dilakukan untuk menyatukan gambar dari satu video dengan video yang lain. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di gambar 4.16



Gambar 4.16 *Stitching*
(sumber: Olahan penulis)

3. *Calibrating*

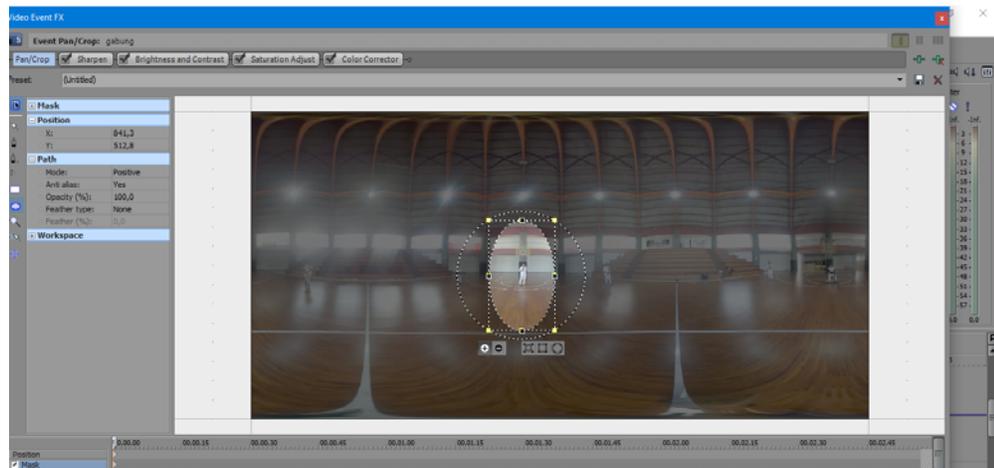
Proses kalibrasi merupakan proses penyempurnaan dari hasil jahitan di proses *stitching* sebelumnya. Proses ini digunakan agar gambar yang tergabung terletak di titik yang sempurna sehingga tidak terlihat tumpukan atau potongan dari gambar ke gambar. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 4.17.



Gambar 4.17 *Calibrating*
(sumber: Olahan penulis)

4. *Masking*

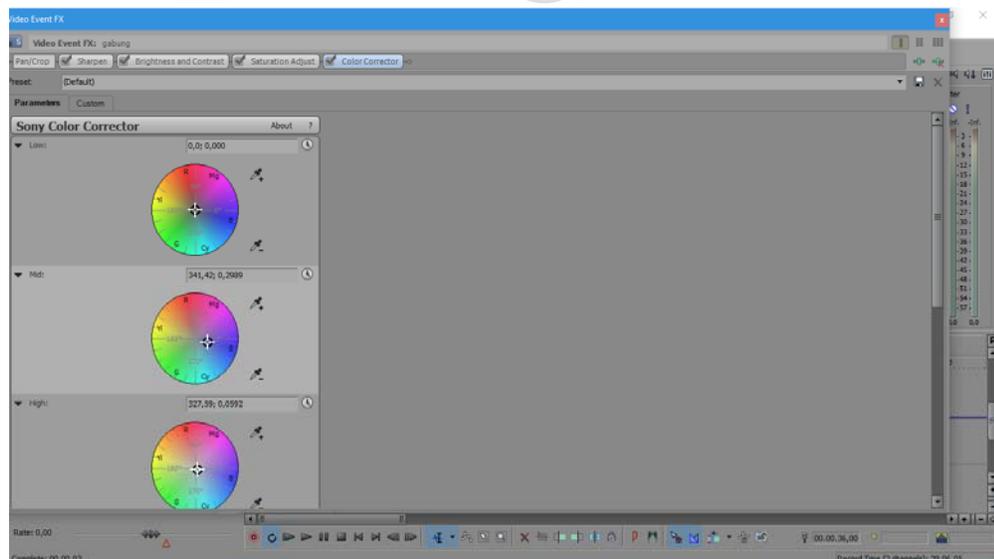
Proses ini digunakan untuk menggabungkan obyek-obyek yang diinginkan dengan video utama. Hasil dari proses ini adalah adanya satu objek yang sama tetapi dalam jumlah yang banyak namun tetap dalam satu frame. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 4.18 berikut.



Gambar 4.18 *Masking*
(sumber: Olahan penulis)

5. *Color Grading*

Proses ini merupakan proses terakhir dari pembuatan video klip ini. Proses ini berguna untuk memberikan efek dramatis dalam video klip ini. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 4.19 berikut.



Gambar 4.19 *Colour Grading*
(sumber: Olahan penulis)

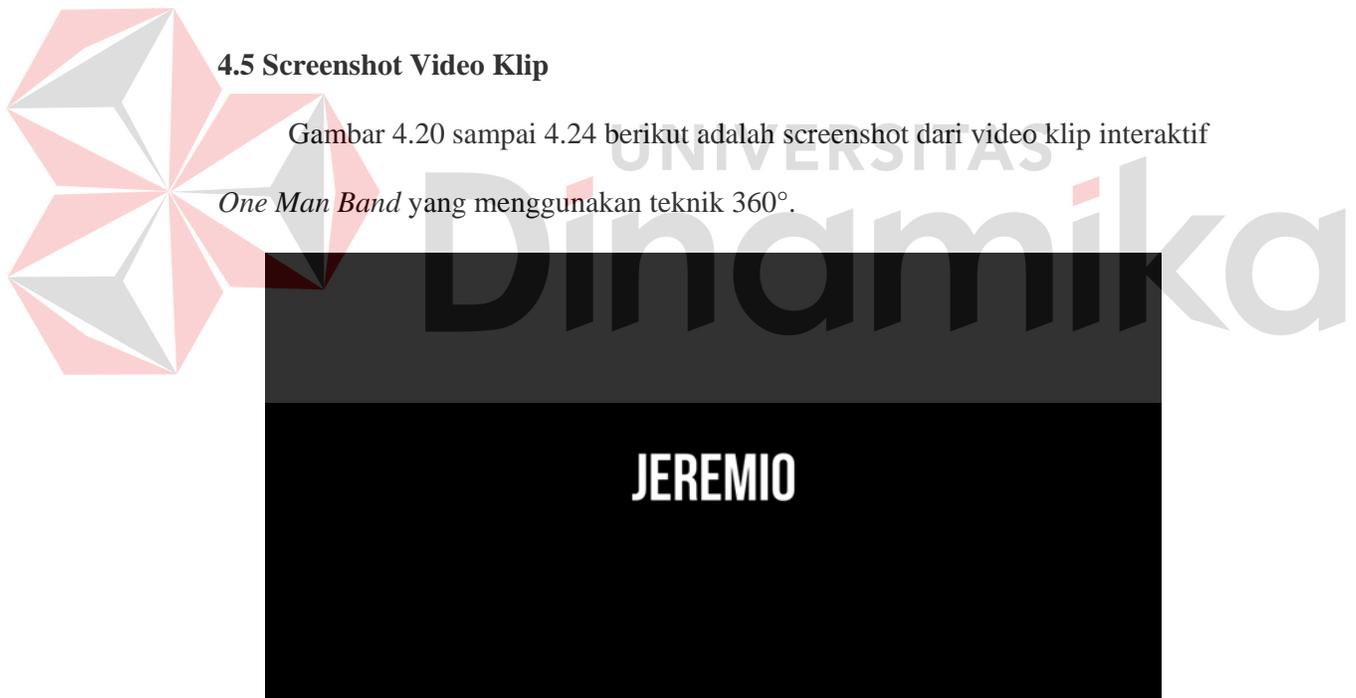
4.4 Hasil

Setelah proses produksi digabungkan dengan lagu dan diberikan beberapa efek pada bagian pasca produksi, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan proses rendering pada video. Rendering ini berguna untuk menghasilkan video klip secara utuh.

Video klip ini merupakan hasil dari pembuatan video klip *One Man Band* “Satu Indonesia” dengan durasi 3 menit. Selanjutnya video klip ini siap untuk ditayangkan di berbagai media.

4.5 Screenshot Video Klip

Gambar 4.20 sampai 4.24 berikut adalah screenshot dari video klip interaktif *One Man Band* yang menggunakan teknik 360°.



Gambar 4.20 *Opener*
(sumber: Olahan penulis)



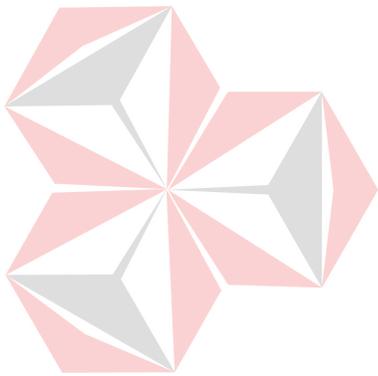
Gambar 4.21 *Pre-Intro*
(sumber: Olahan penulis)



Gambar 4.22 *Master Video*
(sumber: Olahan penulis)



Gambar 4.23 *Insert Video*
(sumber: Olahan penulis)



UNIVERSITAS
Dinamika

4.6 Publikasi



Gambar 4.24 Poster “Satu Indonesia”
(sumber: Olahan penulis)



Gambar 4.25 Cakram DVD dan *cover* DVD “Satu Indonesia”
(sumber: Olahan penulis)



UNIVERSITAS

Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penggunaan teknik pengambilan gambar 360° pada video klip lagu “Satu Indonesia” dengan konsep *One Man Band* yang dibawakan oleh band Jeremio mampu membuat penonton seolah terlibat dalam video klip tersebut dan berinteraksi dengan video klip tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman yang didapat dalam pembuatan video dengan teknik 360° maka dapat diberikan saran bagi yang akan membuat video dengan menggunakan teknik serupa. Beberapa saran tersebut adalah:

1. Untuk menggunakan teknik 360°, sebaiknya menggunakan kamera dengan spesifikasi bagus dengan lensa yang lebar.
2. Perencanaan lokasi sangat penting dalam pembuatan video 360° karena bisa berpengaruh pada estetika gambar dalam video 360° yang bisa dilihat dari berbagai posisi
3. Pentingnya pengetahuan tentang teknik penyutradaraan yang sutradaranya merupakan talent juga dalam pembuatan video klip tersebut.
4. Manajemen waktu yang baik juga sangat diperlukan dalam pembuatan video klip 360° ini. Karena dalam proses editing diperlukan banyak percobaan untuk menghasilkan gambar yang bagus.

DAFTAR PUSTAKA

1. Diambil dari buku:

- Budiharto, D. E. 2001. *Pengantar Epidemiologi Edisi 2*. Jakarta: Penerbit buku kedokteran EGC.
- Darmadi Durianto, D. 2003. *Invasi pasar dengan iklan yang efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hamdi, A. S. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Kasali, R. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Mabruri, A. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Rez, I. 2008. *Music Records Indie Label*. Bandung: DAR! Mizan.
- Santoso, E. J. 2013. *Bikin Video Dengan Kamera DSLR*. Jakarta: Mediakita.
- Wahana Komputer. 2008. *Video Editing dan Video Production*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

2. Diambil dari jurnal:

- Priyonggo, A. 2011. *Pembuatan Film Kartun Interaktif 2 Dimensi Berjudul "Ayo Bermain Permainan Tradisional"*. Yogyakarta: Amikom.

3. Diambil dari Internet:

Amazine. 2015. *Apa Itu Musik R&B? Asal Usul R&B*
<http://amazine.co/14573/apa-itu-musik-rb-asal-usul-rb/>
Diakses tanggal 06 Mei 2015

Cambridge in Colour. 2016. *PANORAMIC IMAGE PROJECTION*
<http://www.cambridgeincolour.com/tutorials/image-projections.htm>
Diakses tanggal 02 Februari 2016

Ekowati, E. T. 2013. *Obrolin Video Klip : Awal Mula Video Klip*
<http://www.younameit-id.com/blog/2013/10/obrolin-awal-mula-video-klip/>
Diakses tanggal 23 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Inovatif*
<http://kbbi.web.id/inovatif>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Inspirasi*
<http://kbbi.web.id/inspirasi>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Interaktif*
<http://kbbi.web.id/Interaktif>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Kreatif*
<http://kbbi.web.id/kreatif>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Menarik*
<http://kbbi.web.id/menarik>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Merek*
<http://kbbi.web.id/merek>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Modifikasi*
<http://kbbi.web.id/modifikasi>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Multi*
<http://kbbi.web.id/multi>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Musik*
<http://kbbi.web.id/musik>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Penampilan*
<http://kbbi.web.id/penampilan>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Promosi*
<http://kbbi.web.id/promosi>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Talenta*
<http://kbbi.web.id/talenta>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Tampil*
<http://kbbi.web.id/tampil>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Unik*
<http://kbbi.web.id/unik>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2015. *Video Klip*
<http://kbbi.web.id/videoklip>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Oxford Dictionaries. 2015. *One Man Band*
<http://www.oxforddictionaries.com/>
Diakses tanggal 07 Juli 2015

Rian, Rendy. 2015. *Teknologi Terbaru Youtube Video 360 Derajat*
<http://www.rendyrians.com/2015/06/teknologi-terbaru-youtube-video-360.html>
Diakses tanggal 23 Desember 2015

Ridwan. 2015. *Apa itu Google Street View?*
<https://www.orakarik.com/2016/01/apa-itu-google-street-view/>
Diakses tanggal 23 Desember 2015

Rusdi, R. 2013. *Obrolin Video Klip : Awal Mula Video Klip*.
<http://younameit-id.com/blog/2013/10/obrolin-awal-mula-video-klip/>
Diakses tanggal 20 Desember 2015

Yonathan, A. 2015. *Asyik, Kini Google Street View Indonesia Sudah Bisa Digunakan.*

<https://studentpreneur.co/blog/asyik-kini-google-street-view-indonesia-sudah-bisa-digunakan/>

Diakses tanggal 23 Desember 2015

4. Sumber Gambar

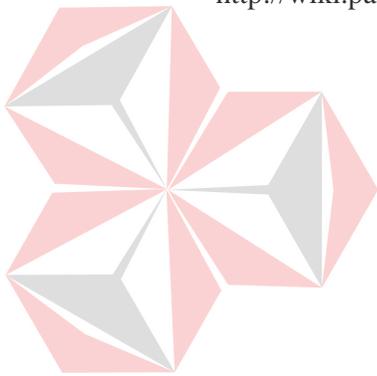
<http://av.jpn.support.panasonic.com/support/global/cs/dsc/knowhow/knowhow12.html>

<http://www.businessinsider.com/virtual-reality-cant-get-rid-of-its-dork-factor-2015-8?IR=T&r=US&IR=T>

<http://dcinnamons.com/biography/>

http://www.kolor.com/wiki-en/action/view/Understanding_Projecting_Modes

<http://wiki.panotools.org/File:Cubic.jpg>



UNIVERSITAS
Dinamika