

"Honestunes": Video Musik Kolaborasi Virtual di Masa Pandemi

"Honestunes": A Virtual Collaboration Music Video in the Time of Pandemic

Grace Caroline Sahertian¹

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, Indonesia¹

How to cite :

Sahertian, G. C. (2023). "Honestunes": Video musik kolaborasi virtual di masa pandemi. *Serat Rupa Journal of Design*, 7(2), 191-210. <https://doi.org/https://doi.org/10.28932/srjd.v7i2.6130>

Abstrak

Industri seni dan hiburan merupakan salah satu industri yang terkena dampak besar oleh pandemi Covid-19. Pada awal pandemi, banyak musisi yang kehilangan panggungnya, karya musik yang tidak bisa dipromosikan dengan maksimal, khususnya dengan diberlakukannya protokol *social distancing* dan pembatasan sosial berskala besar. Dalam era "*new normal*" ini, musisi Grace Sahertian mengajak para pendengarnya untuk ikut berpartisipasi dalam pembuatan video musik "Honestunes". Video utama, video *footage* dan video kiriman netizen akan dikemas dengan sentuhan ilustrasi dan grafis menarik dengan menggunakan teknik *motion graphic*, sehingga memunculkan kesan *fun*, *playful* dan *lighthearted*. Kolaborasi virtual ini diharapkan dapat menjadi alternatif karya video untuk promosi musik di tengah pandemi. Selain itu, video klip ini juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk para musisi dan masyarakat dapat beradaptasi dengan dunia digital.

Kata Kunci

Digital, *Motion Graphic*, Multimedia, Musik, Pandemi, Video Musik

Abstract

The arts and entertainment industry is one of the industries that have been heavily impacted by the Covid-19 pandemic. At the beginning of the pandemic, many musicians lost their stages and musical works that could not be promoted optimally, especially with the implementation of social distancing protocols and large-scale social restrictions. In this "new normal" era, musician Grace Sahertian invites her listeners to participate in making the music video for "Honestunes." The main videos, video footage, and videos posted by netizens will be packaged with a touch of illustrations and attractive graphics using motion graphics techniques, giving the impression of being fun, playful, and lighthearted. It is hoped that this virtual collaboration can be an alternative to video work for music promotion in the midst of a pandemic. Additionally, this video clip can also be used as a reference for musicians and the public to adapt to the digital world.

Keywords

Digital, *Motion Graphic*, Multimedia, Music, Pandemic, Music Video

Correspondence Address:

Grace Caroline Sahertian, Fakultas,
Seni Rupa dan Desain, Universitas
Kristen Maranatha, Jl. Prof. drg Surya
Sumantri MPH no. 65, Bandung,
40165, Jawa Barat, Indonesia
Email: grace.sahertian@gmail.com



©2023 The Authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Industri seni dan hiburan merupakan salah satu industri yang terkena dampak besar oleh pandemi Covid-19. Dampak yang cukup signifikan menerpa industri musik global terhadap aspek produksi, promosi dan distribusi. Berdasarkan data yang diperoleh dari World Economic Forum pada Mei 2020, industri musik global bernilai lebih dari US\$50 miliar, dengan dua aliran pendapatan utama, yaitu penjualan tiket pertunjukan musik live sebesar 50% dari total pendapatan dan rekaman musik yang merupakan gabungan dari pendapatan *streaming*, unduhan digital, penjualan fisik, dsb. Industri musik adalah ruang yang kompleks dan multifaset dengan banyak aktor berbeda yang mewakili berbagai kepentingan dan tujuan (Reynolds, 2009). Di dalam industri musik yang terdampak adalah perusahaan musik (A&R, CMO, *organization, licensor, publisher, record label, dll*), promotor (promotor konser, promotor tur), *road crew/roadies, freelance crew* atau pekerja lepasan yang biasanya bekerja untuk mengorganisir acara musik, profesional dan teknisi (*business manager, talent scouter, booking agent, lawyer, engineer*) dan tentunya musisi atau artisnya sendiri (*producer, songwriter, arranger, composer, performer*). Berdasarkan analisis subpasar mengungkapkan pandemi sebagai akselerator tren industri dan perubahan perilaku konsumen. Meskipun pengeluaran konsumen untuk musik rekaman menurun selama pandemi, industri musik telah menguasai transisi dari penjualan fisik ke layanan berbasis langganan *online*. Mengenai pasar langsung, aliran pendapatan baru seperti acara *online* langsung telah muncul dan dapat ditetapkan sebagai aliran pendapatan tambahan (Denk dkk., 2022).

Pada awal pandemi Covid-19, banyak musisi yang kehilangan panggungnya, karya musik yang tidak bisa dipromosikan dengan maksimal akibat keterbatasan kondisi pandemi, khususnya dengan diberlakukannya protokol *social distancing* dan pembatasan sosial berskala besar. Minimnya perhatian yang diberikan oleh pemerintah kepada musisi di Indonesia, tidak hanya memberikan dampak yang sangat besar pada pendapatan finansial, tetapi berdampak pula pada kesehatan mental para musisi tersebut (Sundari & Putri, 2022). Selain itu, efek dari pandemi ini juga membuat beberapa perubahan, khususnya dalam bentuk *platform* kerja dan hal interaksi antara musisi dengan para penggemarnya. Para musisi dituntut untuk lebih kreatif dan cepat beradaptasi dengan dunia digital di era "*new normal*" ini. Peranan media baru adalah sebagai jembatan antara batasan-batasan yang ada dalam melakukan kegiatan bermusik secara konvensional menjadi format *online* (Aglaia & Aestetika, 2022). Hal tersebut dapat dilihat sebagai efek yang positif dan transformatif. Ruang *online* telah muncul sebagai opsi yang paling aman dan efektif untuk terus berkarya, menjaga pertunjukan tetap berjalan dan terlibat dengan penggemar dengan cara baru. Terlepas dari hilangnya faktor emosi ketika menonton pertunjukan secara langsung, kegiatan berbasis internet ini memiliki jangkauan yang lebih luas, menghemat biaya produksi, dan tentunya dapat membantu mencegah penyebaran virus (Susilo, 2020). Kolaborasi serta eksplorasi platform digital merupakan salah satu bentuk adaptasi kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh para musisi untuk merilis, mempromosikan dan mendistribusikan karyanya, baik dalam bentuk audio maupun visual; dengan menggunakan peralatan sederhana dan memanfaatkan sumber daya yang ada

di sekitarnya. Publikasi dan pengarsipan karya pada ruang digital dapat menjadi bank data yang sangat penting bagi para musisi, penikmat, dan tentunya pengkaji musik (Hastuti, 2020).

Penyanyi dan penulis lagu asal Bandung, Grace Sahertian, merupakan salah satu musisi independen yang merilis lagunya yang berjudul "Honestunes" tepat di saat awal pandemi, yaitu pada bulan Juli 2020. Dalam kondisi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Grace mengalami keterbatasan dalam pembuatan video musik sebagai media promosi dari lagu "Honestunes". Melalui media sosial Instagram miliknya, Grace mengajak para *fans* untuk ikut berpartisipasi dalam pembuatan video musik "Honestunes" melalui *campaign* #JoinVideoClipHonestunes. Para fans diajak untuk merekam video aktivitas sehari-hari mereka sambil mendengarkan lagu "Honestunes". Hal ini dilakukan sebagai representasi dari lirik lagu "Honestunes" yang berbunyi "*Music always leads me to magic. Music keeps me away from tragic.*". Pendengar menerima hiburan atau motivasi melalui interpretasi lirik sebagai makna. Lirik lagu merupakan produk budaya dapat mencerminkan pergeseran fitur psikologis, emosi, dan tujuan lintas generasi (Putter dkk., 2022). Keberadaan musik melalui aransemen musik dan liriknya, diharapkan dapat memberikan efek yang positif dalam masa sulit seperti saat pandemi ini. Bagi sebagian orang, musik dapat menjadi berperan sebagai media pengelola suasana hati dan emosi. Musik juga berpotensi sebagai media yang efektif untuk membantu manusia dalam mengatasi krisis (Carlson dkk., 2021). Selaras dengan pernyataan DeNora (2000) dalam bukunya "Music in Everday Life" di tahun 2000 yang menyebutkan bahwa musik berperan sebagai agen estetika dan afektif. Musik dapat digunakan untuk mengontrol suasana hati, menyampaikan makna dan mengartikulasi identitas. Sementara itu, representasi dan asosiasi mental juga mencerminkan bagaimana memori jangka panjang pendengar memengaruhi respons afektif terhadap musik. Hal ini sangat penting dalam kasus pengalaman menonton musik video karena ada potensi lebih banyak asosiasi untuk terbentuk saat pemirsa-pendengar memperhatikan konten visual dan musik. Pada aspek musikal, faktor yang berpengaruh adalah genre, artis, kualitas emosional, dan *familiarity*. Dalam aspek visual, penggambaran emosi, hadirnya alur cerita atau gestur pertunjukan, dan kualitas sinematografi juga sangat berpengaruh (Dasovich-Wilson dkk., 2022).

"Honestunes" sendiri berasal dari kata "*honest*" dan "*tunes*" yang artinya adalah melodi yang tulus dari hati. Lagu ini sebenarnya ditulis pada tahun 2010, ketika Grace masih tergabung dalam band "Circle O' Fifth" dengan teman-temannya, yaitu Ibrahim Ismullah, Athfand Denanda dan Ilman Ibrahim dari Maliq & D'Essentials atau dikenal sebagai pencipta lagu dari Laleilmanino. Sepuluh tahun kemudian, yaitu tahun 2020, Grace Sahertian memutuskan untuk mengaransemen ulang dan merilis lagu "Honestunes" secara resmi. "Honestunes" versi terbaru ini, Grace Sahertian berkolaborasi dengan penyanyi Aryo Wismoyo, Ayub Jonn dan *rapper* ShotgunDre dari "ONAR"; sebuah grup Hip hop/R&B kolektif dari Jakarta.

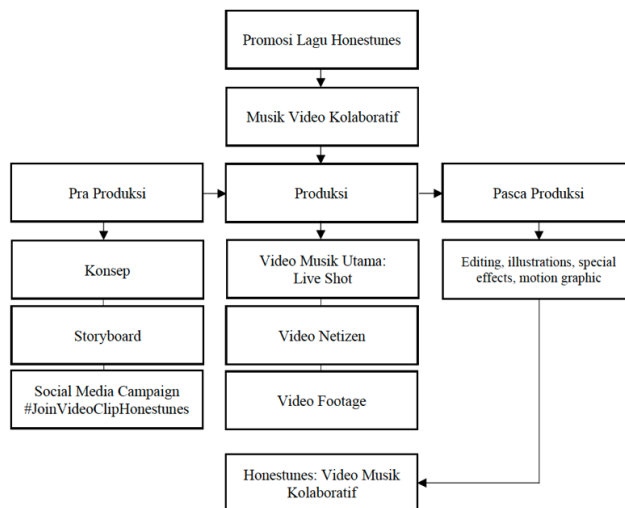
Video musik "Honestunes" merupakan karya multimedia yang menggabungkan audio, video, teks, *image* dan animasi. Video utama digabungkan dengan video *footage* dan video kiriman dari para fans yang berpartisipasi dalam *campaign* #JoinVideoClipHonestunes.

Video-video tersebut kemudian digabungkan dan dikemas dengan grafis dan ilustrasi dengan menggunakan teknik *motion graphic*.

Tahapan pembuatan video musik ini terdiri dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Adapun konsep dari video musik “Honestunes” adalah untuk menangkap dan menggambarkan peran musik dalam kehidupan kita sehari-hari, khususnya di masa pandemi. Ada yang mendengarkan musik sambil bekerja, berolahraga, atau bahkan dijadikan sebagai pemicu kreativitas untuk berkarya. Kemasan grafis yang ditampilkan pun memberikan kesan *fun, playful* dan *lighthearted*. Diharapkan pesan dari lagu “Honestunes” ini dapat beresonansi dengan setiap pendengar melalui caranya masing-masing dalam menikmati musik dalam aktivitasnya sehari-hari. Diharapkan juga video musik ini dapat menjadi media promosi yang efektif di tengah pandemi, serta dapat menghibur dan memberikan dampak yang positif bagi pendengarnya.

Fokus dalam perancangan ini dibagi menjadi dua tahapan, yaitu tahap pembuatan konsep dan tahap perwujudan konsep menjadi produk video musik. Masing-masing tahapan terbagi ke dalam rangkaian proses berikut:

1. Tahap Pembuatan Konsep Perancangan
 - a. *Storyboard*
 - b. *Social Media Campaign: #JoinVideoClipHonestunes*
2. Tahap Perealisasian Musik Video
 - a. Video musik utama (*live shot*)
 - b. Video partisipasi netizen melalui campaign #JoinVideoClipHonestunes
 - c. Video *footage*: video rekaman dan video live “Honestunes”



Bagan 1. Skema Perancangan Video Musik “Honestunes”
 Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2021

METODE PERANCANGAN

Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena pandemi Covid-19 khususnya yang memengaruhi industri musik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi,

wawancara, dokumentasi, dan survey menggunakan kuesioner. Observasi dilakukan dengan cara mengamati karakter dari musisi Grace Sahertian, genre musik dan lirik dari lagu "Honestunes", *style* video musik terdahulunya dan tren video musik musik terkini, khususnya dalam kondisi pandemi. Wawancara dilakukan dengan menggali makna dari lagu "Honestunes" dan menanyakan pesan apa yang ingin disampaikan kepada penonton melalui video musik ini. Kemudian teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan video hasil karya netizen melalui *campaign* #JoinVideoClipHonestunes di media sosial Grace Sahertian, untuk kemudian digabungkan dengan video utama dari video musik lagu "Honestunes". Selain itu, dilakukan juga pendokumentasian dari elemen-elemen visual yang menunjang era musik Hip Hop/Soul/R&B, serta tren desain grafis pada tahun 2020/2021. Pada tahap akhir, dilakukan survey menggunakan kuesioner, terhadap *audience* mengenai *experience* yang didapat setelah menonton video musik "Honestunes", baik dari segi audio maupun visual. Tujuannya supaya penelitian ini menjadi lebih objektif.

Teknik analisis yang dilakukan dalam perancangan video musik "Honestunes" adalah 5W+1H, dengan mempertimbangkan *What, Where, When, Why, Who*, dan *How*. *What* merujuk pada masalah yang terjadi, yaitu dunia sedang mengalami krisis global pandemi Covid-19 yang menyebabkan musisi tidak bisa melakukan aktivitas bebas dan mempromosikan karyanya dengan maksimal karena pemberlakuan *lockdown*.

Tabel 1. Teknis analisis data

5W + 1 H	Pertanyaan	Analisis
<i>What</i>	Apa masalahnya?	Dunia sedang mengalami krisis global pandemic Covid-19 yang menyebabkan musisi tidak bisa mempromosikan karyanya dengan maksimal karena pemberlakuan <i>lockdown</i> .
<i>Where</i>	Di mana masalah ini terjadi?	Pandemi terjadi di seluruh dunia, termasuk Indonesia
<i>Who</i>	Siapa yang mengalami masalah ini?	Semua orang yang bekerja di industri musik, khususnya musisi
<i>When</i>	Kapan masalah ini terjadi?	Sejak Maret 2020 hingga saat ini
<i>Why</i>	Kenapa masalah ini terjadi?	Kegiatan bermusik yang melibatkan orang banyak dengan interaksi langsung dapat menjadi sumber penyebaran wabah Covid-19.
<i>How</i>	Bagaimana cara mengatasi masalah ini?	Para musisi harus beradaptasi dengan cepat dengan memanfaatkan platform digital. Interaksi secara langsung diganti dengan interaksi secara virtual, salah satunya dengan membuat video musik kolaboratif.

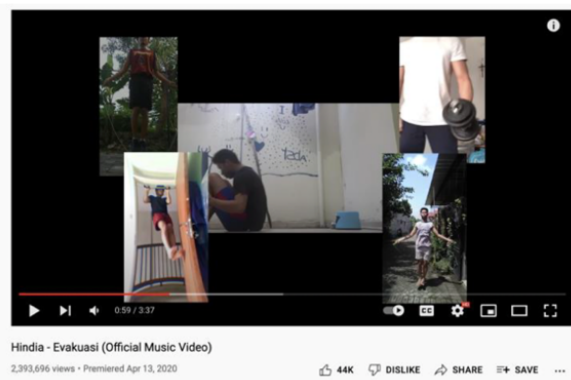
Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2021

Dalam perancangan video musik "Honestunes" ini, dilakukan studi eksisting guna menambah ide dan referensi. Beberapa beberapa referensi yang diamati adalah:

1. Hindia – Evakuasi (*Official Music Video*)

Grup musik Hindia menggarap video musik "Evakuasi" pada 13 April 2020 dengan mengajak keterlibatan para penggemarnya. Video musik yang digarap oleh Chandra Dwi

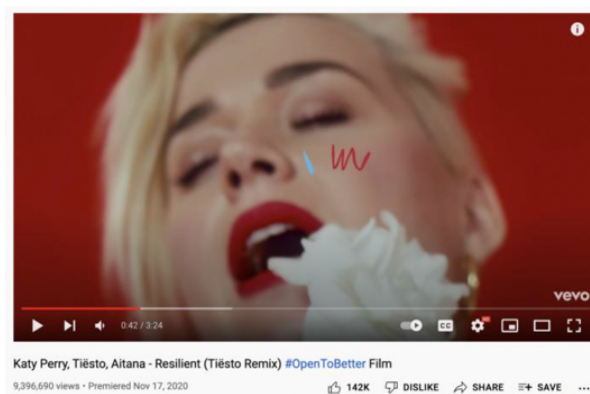
Abdurrahman ini mengangkat tema *social distancing* dengan memperlihatkan kegiatan keseharian para penggemarnya di tengah pandemi global Covid-19.



Gambar 1. Evakuasi (Official Music Video)
Sumber: (Hindia, 2020) diakses pada 11 Maret 2021, pukul 12.07 WIB

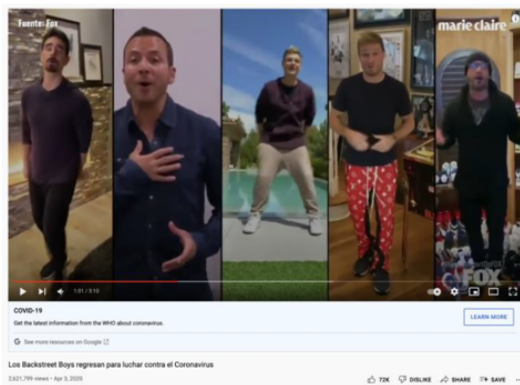
2. Katy Perry, Tiësto, Aitana – Resilient

Penyanyi-penulis lagu Amerika Katy Perry dan DJ asal Belanda Tiësto bekerja sama untuk merilis remix baru dari "Resilient" yang menampilkan penyanyi Spanyol Aitana pada 13 November. Lagu ini menerima pemutaran pertama selama BBC Radio 1 "Pop Baru Terbaik". Video klipnya disutradarai oleh Chloe Wallace. Video dan lagu tersebut mendukung kampanye OpenToBetter oleh Coca-Cola. Bagi Katy Perry, *campaign* dan makna lagu ini adalah tentang tumbuh melalui tantangan, tidak hanya pertumbuhan pribadi, tapi tumbuh bersama-sama, khususnya dalam masa sulit pandemi Covid-19 yang dialami seluruh dunia.



Gambar 2. Resilient (Official Music Video)
Sumber: (Perry, 2020) diakses pada 11 Maret 2021, pukul 12.16 WIB

3. Backstreet Boys Performance for iHeartRadio's Living Room Concert for America Salah satu boy band terhebat dalam sejarah berkumpul untuk FOX mempersembahkan the iHeartRadio Living Room Concert untuk memberikan penghormatan kepada orang-orang di garis depan pandemi virus corona, yang mempertaruhkan nyawa mereka setiap hari melawan penyebaran Covid-19. Video direkam dari rumah masing-masing personel Backstreet Boys.



Gambar 3. Los Backstreet Boys regresan para luchar contra el Coronavirus
Sumber; (Claire, 2020) diakses pada 11 Maret 2021, pukul 12.21 WIB

Adapun landasan teori yang digunakan dalam perancangan video musik “Honestunes” adalah sebagai berikut:

1. Video Musik

Menurut Moller (2011) video musik adalah video atau film pendek yang mendampingi sebuah alunan musik. Fungsi dari video musik adalah sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan lagu atau album musik. Menurut Denny Sakrie dalam Achmad (2012), video musik mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi secara artistik dengan menginterpretasikan sebuah lagu ke dalam bentuk visual dan sebagai media untuk mempromosikan karya dari musisi yang bersangkutan.

2. Multimedia

Multimedia adalah kombinasi tiga elemen, yaitu suara, gambar dan teks; atau kombinasi dari komputer dan video (Rorsch, 1996). Jadi, sistem multimedia merupakan integrasi dari beberapa komponen multimedia seperti teks, gambar, suara audio, animasi video; yang dikontrol melalui komputer. Keseluruhan elemen tersebut diproses dan diolah menggunakan *hardware* (perangkat keras), *software* (perangkat lunak), dan *brainware* (manusia). Informasi akan dihasilkan dari kerja sama yang baik antara ketiga sistem ini.

3. Motion Graphic

Menurut Betancourt (2013) seorang ahli teori perfilman, dalam bukunya yang berjudul “The Origins of Motion Graphics” tahun 2013, *motion graphic* adalah sebuah media yang menciptakan ilusi gerak dengan menggunakan teknologi animasi. *Output* berupa multimedia biasanya menggabungkan animasi tersebut dengan audio.

4. Tren Grafis

Tren yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah tren desain grafis 2021 dari Envato (Rimmer, 2020), yaitu komunitas *online* terkemuka dunia yang berbasis di Melbourne untuk aset kreatif, alat, dan bakat. Berikut adalah beberapa tren desain grafis Envato yang digunakan dalam perancangan video musik “Honestunes”:

- *Organic Design*

Tren *organic design* semakin berkembang di tahun 2021, seiring dengan maraknya isu *sustainability* dan lingkungan. Fokus dari tren ini adalah hubungan manusia dengan

alam yang ditampilkan melalui tekstur organik, bentuk natural dan warna netral (cokelat, krem dan putih). Tren ini banyak ditemukan dalam bidang mode, desain produk, interior dan desain grafis.

- *DIY Design Aesthetic*

Tren ini menampilkan desain yang *raw, unpolished* dan *hand-crafted style*; sehingga timbul kesan personalisasi dan bisa menimbulkan koneksi dengan penikmatnya.

- *Nostalgic Design*

Nostalgia merupakan alat psikologis yang memberikan hidup menjadi berkman dan memiliki tujuan. Tren ini mengangkat hal-hal familiar yang membangkitkan kenangan masa lalu, serta menimbulkan rasa nyaman dan bahagia. *Style* grafis diadaptasi dari era lampau dengan menggunakan garis tebal, *grainy texture*, warna-warna yang *bold, free-form typography*, dan sebagainya.

- *Illustration*

Penggabungan ilustrasi yang digambar tangan dengan elemen desain yang lebih modern seperti garis yang presisi, warna yang *bold*, bentuk geometris 3D dan foto; dapat menghasilkan desain yang menarik. Merayakan “ketidaksempurnaan” di dalam sebuah gaya desain dapat terasa lebih autentik dan *relatable* dengan market.

- *Organized Chaos*

Tren desain 'Organized Chaos' menggabungkan kekacauan anti-desain dengan struktur minimalis yang terorganisir. Tren ini ditampilkan dengan teks yang berlebihan, terdistorsi, pelapisan, warna yang berbenturan, dan kolase yang semrawut.

PEMBAHASAN

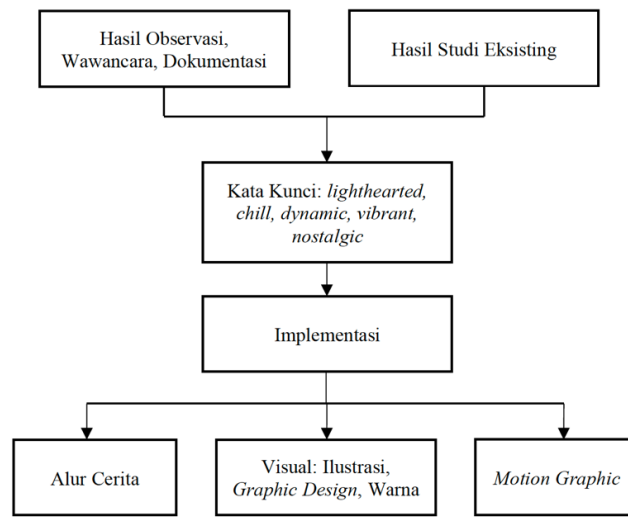
Berikut adalah penjabaran hasil data yang dijadikan sebagai arahan dalam pembuatan video musik “Honestunes”:

- *Hook* dari lirik yang berbunyi “*music always leads me to magic; music keeps me away from tragic*” dijadikan tema utama dari video musik “Honestunes”.
- Lagu “Honestunes” diciptakan tahun 2010 oleh Grace Sahertian ketika masih tergabung dalam band Circle O' Fifth. Selama 10 tahun terakhir, lagu “Honestunes” sering dibawakan secara *live* oleh Grace Sahertian, masuk chart radio online, dan sebagainya. Sosok para pencipta lagu “Honestunes” dan momen-momen tersebut perlu diangkat dan dimasukkan ke dalam video musik, baik dalam bentuk kolase video maupun foto.
- Genre neo-soul yang disajikan dalam lagu “Honestunes” dapat diwakilkan dengan visual bernuansa 90-an, sesuai dengan era saat *genre* tersebut berkembang.
- Dalam kondisi pandemi yang serba terbatas ini, banyak interaksi yang hilang, khususnya antar musisi dan pendengarnya. Oleh sebab itu, *campaign* #JoinVideoClipHonestunes dibuat. *Campaign* ini mengajak para netizen untuk mengirimkan video singkat aktivitas sehari-hari mereka selama pandemi sambil mendengarkan lagu “Honestunes”. Video-video yang masuk akan dikompilasikan ke dalam video musik “Honestunes”.

- Video *footage* lainnya yang perlu dimasukkan ke dalam musik video adalah video kolaborator dan video proses rekaman.
- Penggabungan video musik utama, video *footage* dan video kiriman netizen dapat dijahit dengan ilustrasi dengan menggunakan teknik *motion graphic*.

Pencarian Kata Kunci

Kata kunci dibutuhkan untuk mempertajam arahan visual dari video musik “Honestunes”. Berikut adalah skema proses penentuan kata kunci video musik “Honestunes”:



Bagan 2. Skema alur pencarian kata kunci
 Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2021

Deskripsi Konsep Video Musik “Honestunes”

Konsep dari video musik “Honestunes” adalah penggambaran aktivitas keseharian musisi Grace Sahertian di rumah dan di studio musik selama pandemi ini. Kemudian video utama tersebut akan digabungkan dengan video *footage* dari proses rekaman lagu “Honestunes”, kolase video kiriman dari netizen dan *footage* (video dan foto) nostalgia perjalanan 10 tahun lagu “Honestunes”. Lirik “*music always leads me to magic, music keeps me away from tragic*” digambarkan melalui testimoni netizen dalam bentuk video, dimana musik sangat berperan dalam keseharian mereka. Kedinamisan musik dapat berpengaruh kepada *mood* seseorang. Hal ini dituangkan ke dalam referensi visual berupa *mood board*.



Gambar 4. *Mood Board* “Honestunes”
 Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2021

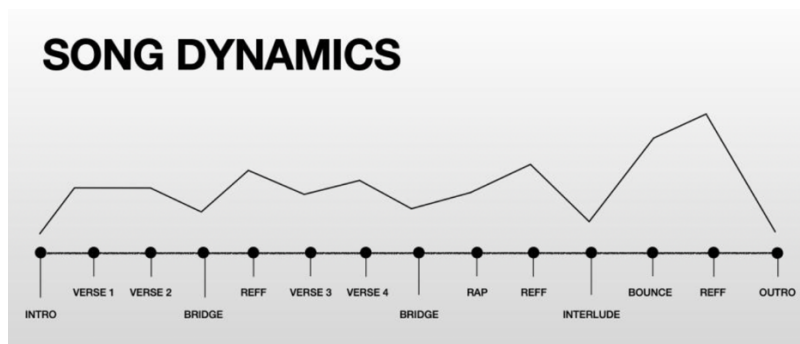
Image-image dalam *mood board* ini mewakili aktivitas di rumah selama pandemi, elemen grafis dan tipografi yang dimasukkan juga berdasarkan adaptasi dari tren desain grafis Envato tahun 2021. Warna-warna primer yang digunakan menggambarkan kedinamisan manusia dan peran musik dalam kesehariannya. Adapun pemilihan *image-image* dalam *mood board* ini adalah berdasarkan kata kunci yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu: *lighthearted*, *chill*, *dynamic*, *vibrant* dan *nostalgic*.

Alur Perancangan Video Musik “Honestunes”

Alur perancangan karya video musik “Honestunes” terbagi ke dalam 3 tahap yaitu: pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

1. Pra-Produksi

Dalam tahap ini, penulis membuat kurva dinamika lagu “Honestunes” berdasarkan aransemen dan bagan lagunya. Kurva dinamika ini yang menjadi pedoman untuk menentukan alur dari video musik yang akan dibuat. Sebelum masuk ketahap produksi, yang perlu dipersiapkan dahulu adalah *storyline* dan *storyboard* berdasarkan data yang sudah diperoleh. Publikasi campaign #JoinVideoClip“Honestunes” di media sosial Instagram juga masuk ke dalam tahap pra-produksi.



Gambar 5. Kurva dinamika lagu “Honestunes”
Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2021



Gambar 6. Publikasi campaign #JoinVideoClip“Honestunes”
Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2021

2. Dalam tahap produksi dilakukan syuting di dua lokasi berdasarkan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya. Proses syuting memakan waktu satu hari, lokasinya dilakukan di kediaman Grace Sahertian dan studio musik Lakipadada, Bandung. Pembuatan ilustrasi dan grafis juga dilakukan dalam tahap ini oleh tim yang berbeda dari tim videografer.



Gambar 7. *Behind the scenes* syuting video musik “Honestunes”
Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2021



Gambar 8. Ilustrasi video musik “Honestunes”
Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2021

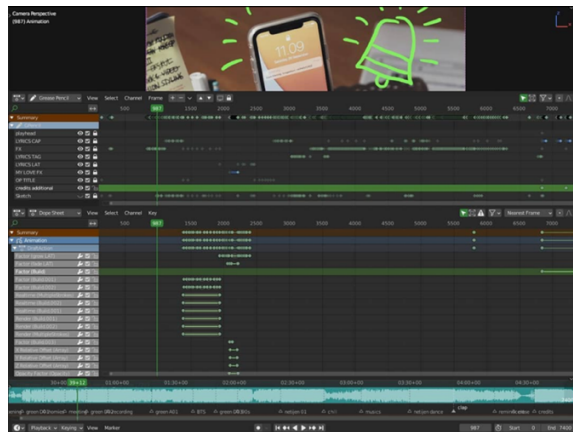


Gambar 9. *Doodle* “Honestunes”
Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2021

3. Pasca Produksi

Tahap terakhir yang dilakukan adalah menggabungkan video utama (*live shot*), video *footage* dan video netizen. Proses ini kembali dilakukan merujuk pada *storyboard* yang telah

dibuat. Video partisipasi dari netizen dikelompokkan ke dalam beberapa kegiatan, seperti aktivitas berolah raga, bekerja/belajar, bermusik, menari, dsb. Kemudian masuk ke tahap *editing*, pemberian efek khusus, dan proses *mixing* audio dengan video. Kompilasi video-video tersebut dikemas dengan menggunakan asset ilustrasi dan grafis yang telah dibuat sebelumnya, menggunakan teknik *motion graphic*.



Gambar 10. Proses *editing* video musik "Honestunes"
 Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2021

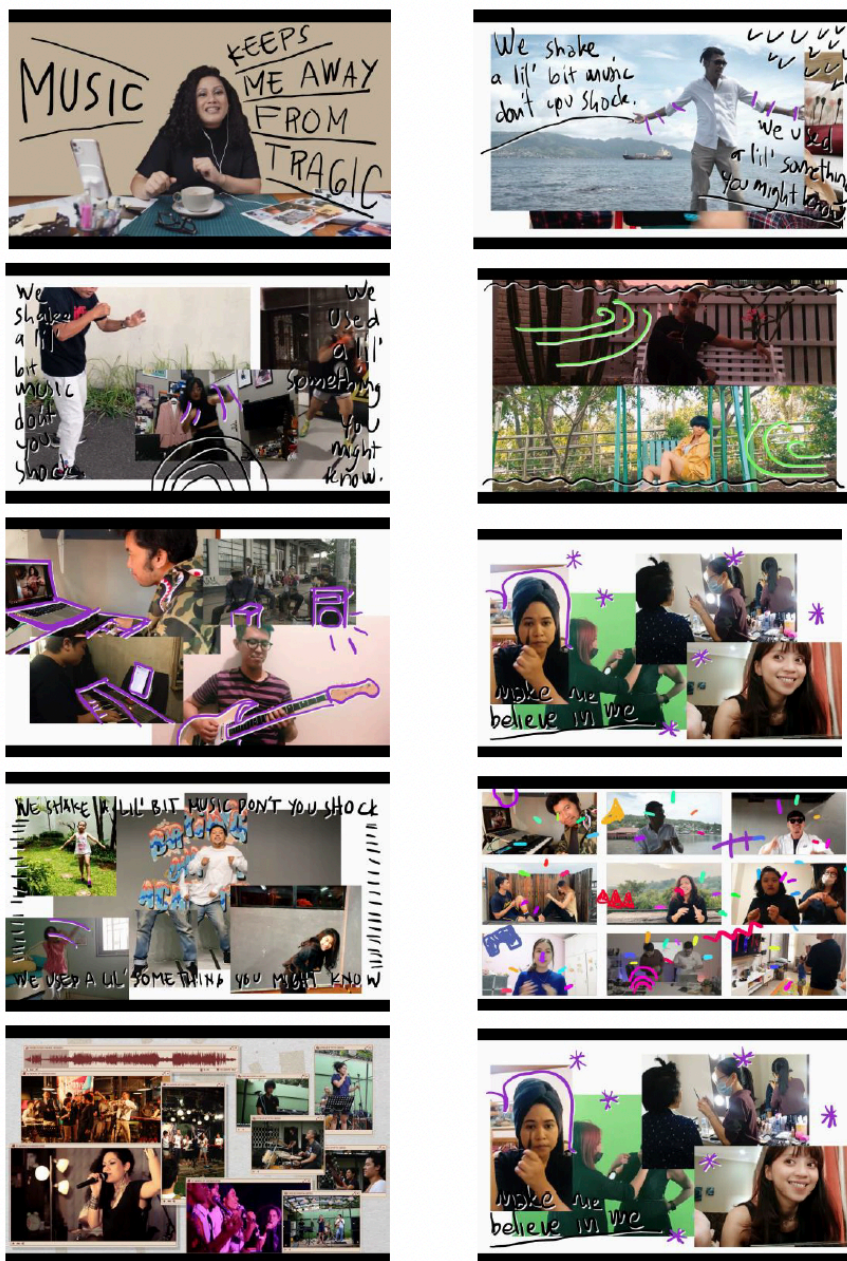
Hasil Perancangan Video Musik "Honestunes"

Proses pembuatan video musik "Honestunes" dari tahap pra-produksi – produksi – pasca produksi memakan waktu kurang lebih 2 bulan. Video musik "Honestunes" dirilis pada tanggal 18 Desember 2020 melalui kanal YouTube Grace Sahertian Music. Kolaborator atau netizen dalam video musik ini berjumlah 60 orang dari seluruh Indonesia dan luar negeri. Hingga laporan ini dibuat, video musik "Honestunes" telah mencapai 3,062 *views*. Berikut tautan dan tangkapan layar dari video musik "Honestunes":



Gambar 11. Video musik "Honestunes" di YouTube
 Sumber: (Sahertian, 2020) diakses pada 23 Juni 2023, pukul 19.57 WIB

Gambar di bawah ini adalah tangkapan layar beberapa *scene* dalam video musik "Honsetunes" yang memperlihatkan beberapa unsur multimedia, seperti video, teks, dan ilustrasi; yang digabungkan menggunakan teknik *motion graphic*.



Gambar 12. Beberapa *scene* video musik "Honestunes"
Sumber: (Sahertian, 2020) diakses pada 20 Desember 2021, pukul 19.57 WIB

Respon dan *Feedback* terhadap Video Musik "Honestunes"

Setelah perilisannya, agar publikasi perancangan ini lebih objektif, maka penulis merangkum beberapa respon dan *feedback* dari para warganet terhadap musik video "Honestunes" dengan menggunakan metode dokumentasi pada media sosial dan metode kuesioner dengan hasil sebagai berikut:

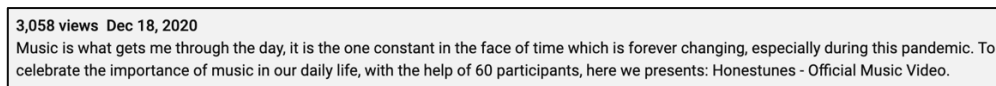
1. Dokumentasi Media Sosial

Cuplikan video musik "Honestunes" pada media sosial Instagram milik Grace Sahertian mendapatkan respon yang sangat baik, dengan data dilihat sebanyak 2.444 kali dan disukai oleh 536 warganet.



Gambar 13. Tangkapan layar media sosial Grace Sahertian
 Sumber: (Sahertian, 2021) diakses pada 14 Februari 2023, pukul 00:12 WIB

Sementara di YouTube *channel* Grace Sahertian, video musik “Honestunes” juga mendapatkan respon yang baik dari warganet dengan data dilihat sebanyak 2974 kali, disukai oleh 100 warganet dan diberi komentar oleh 20 warganet.

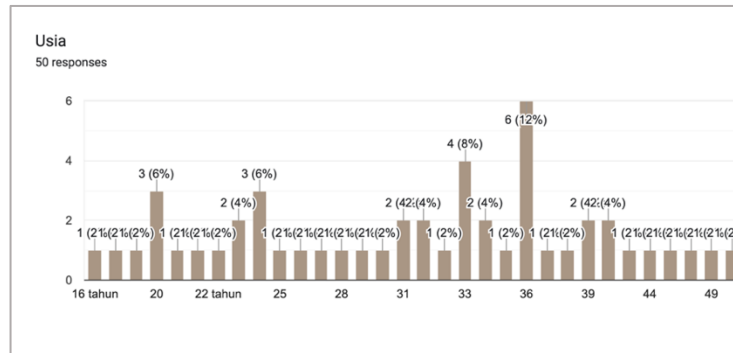


Gambar 14. Tangkapan layar YouTube channel Grace Sahertian
 Sumber: (Sahertian, 2020) diakses pada 23 Juni 2023, pukul 09.58 WIB

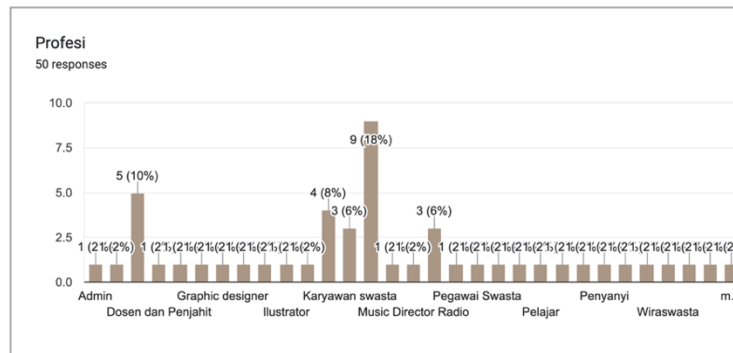
2. Kuesioner

Kuesioner ini dibuat untuk mendapatkan respon dari warganet mengenai *experience* setelah menonton video musik “Honestunes”, baik dari segi audio maupun visual. Pertanyaan terbagi ke dalam tiga bagian, yaitu audio, visual dan video musik kolaborasi. Kuesioner mulai disebarakan pada bulan April 2023.

Kuesioner diisi oleh 50 orang responden berusia antara 20-45 tahun yang dominan berdomisili di Bandung, Bekasi, Depok, Jakarta dan Tangerang. Profesi responden antara lain, karyawan swasta, pengajar, pelajar, mahasiswa, musisi, ibu rumah tangga, pekerja kreatif dan *freelancer*.



Gambar 15. Grafik usia responden kuesioner "Honestunes"
 Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2023

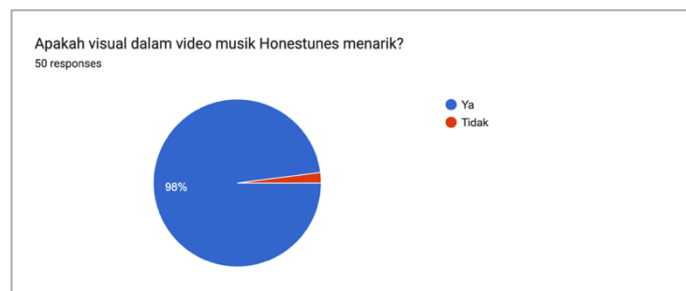


Gambar 16. Grafik profesi responden kuesioner "Honestunes"
 Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2023

Pada bagian audio, 99% responden menyatakan bahwa mereka suka mendengarkan musik. Durasi mereka mendengarkan musik beragam, rata-rata 1-3 jam sehari. Lalu, 100% responden menyatakan bahwa musik dapat mempengaruhi *mood*/suasana hati mereka. Perasaan yang timbul saat responden mendengarkan lagu "Honestunes" antara lain, bersemangat, *happy*, ceria, semangat, *chill*, dan *relax*.

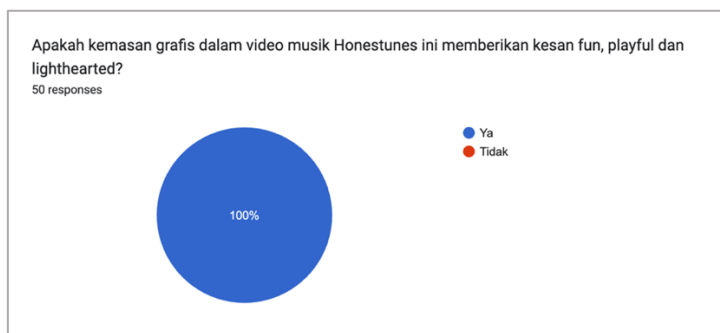
Kemudian saat ditanya interpretasi tentang lirik "*Music always leads me to magic. Music keeps me away from tragic.*", sebagian besar responden menjawab bahwa musik itu memiliki dampak positif dan kekuatan untuk mempengaruhi perasaan ke arah yang lebih baik.

Pada bagian visual, 98% responden menyatakan bahwa visual dari video musik "Honestunes" itu menarik.



Gambar 17. Diagram video musik "Honestunes"
 Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2023

Ketika ditanya perihal *scene* favorit, masing-masing responden memiliki pilihannya masing-masing. Sebagian besar menyatakan bahwa perpaduan video dengan animasi teks dan grafis *doodle* sangat menarik. Kemudian, kompilasi penggambaran musik dalam keseharian dari 60 kolaborator juga sangat relevan di masa pandemi ini, walaupun masing-masing sedang *struggling* tapi semuanya berusaha untuk tetap positif. Lalu, 100% responden setuju bahwa kemasan grafis dalam video musik "Honestunes" ini memberikan kesan *fun*, *playful* dan *lighthearted*.



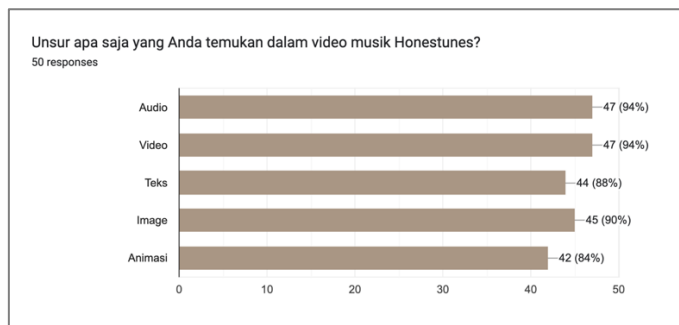
Gambar 18. Diagram kemasan grafis video musik "Honestunes"
Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2023

100% responden juga dapat merasakan energi positif saat menonton video musik "Honestunes".



Gambar 19. Diagram efek menonton video musik "Honestunes"
Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2023

70% dari responden dapat menangkap unsur-unsur seperti audio, video, teks, *image*, dan animasi dalam video musik "Honestunes".

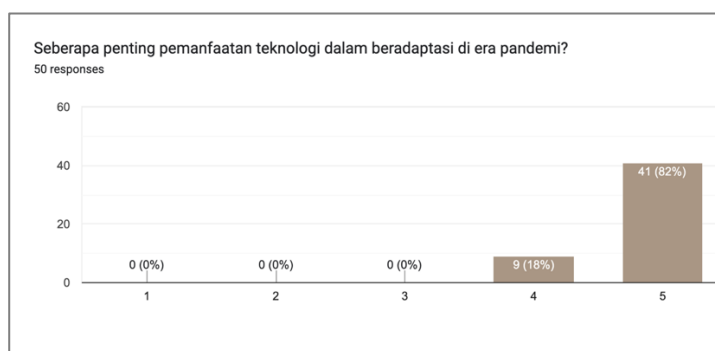


Gambar 20. Grafik unsur dalam video musik "Honestunes"
Sumber: Grace Carolline Sahertian, 2023

Pada bagian terakhir, yaitu video musik kolaborasi, 100% responden setuju bahwa kolaborasi antar musisi dengan warganet melalui *social media* merupakan salah satu cara

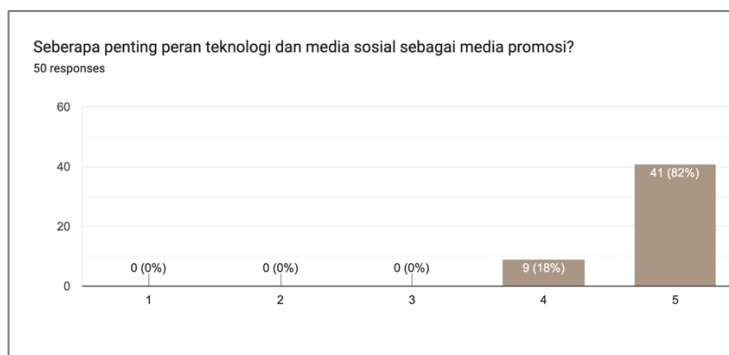
untuk terkoneksi secara digital di masa pandemi. Seluruh responden juga setuju bahwa ruang interaksi digital dapat dibangun dengan memanfaatkan teknologi dan *platform* media sosial. Kemudian, 100% responden menyetujui bahwa kolaborasi dengan pemanfaatan teknologi dan media sosial seperti dalam video musik “Honestunes” ini dapat menjadi alternatif atau solusi yang efektif untuk musisi mempromosikan karya di masa pandemi. 100% responden juga menyetujui bahwa video musik “Honestunes” ini merupakan sebuah langkah adaptasi di masa pandemi.

Sebanyak 82% responden menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi dalam beradaptasi di masa pandemi adalah sangat penting.



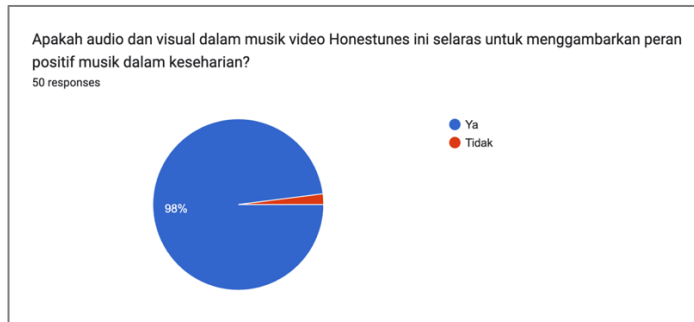
Gambar 21. Grafik pemanfaatan teknologi dalam video musik "Honestunes"
Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2023

Sebanyak 82% responden menyatakan bahwa peran teknologi dan media sosial sangat penting sebagai media promosi.



Gambar 22. Grafik peranan teknologi dan media sosial sebagai media promosi
Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2023

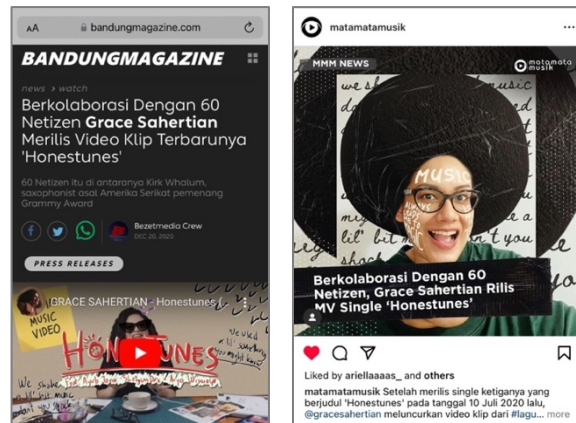
Pada pertanyaan terakhir, sebanyak 98% responden menyetujui bahwa audio dan visual dalam musik video “Honestunes” ini selaras untuk menggambarkan peran positif musik dalam keseharian.



Gambar 23. Diagram keselarasan audio dan visual dalam video musik "Honestunes"
 Sumber: Grace Caroline Sahertian, 2023

Video Musik "Honestunes" di Media

Musik video "Honestunes" juga mendapatkan sambutan dan apresiasi yang hangat dari beberapa media *online* dan cetak di Indonesia.



Gambar 24. Tangkapan layar liputan video musik "Honestunes" di media online
 Sumber: (BezetmediaCrew, 2020) diakses pada 18 Oktober 2021, pukul 22.34



Gambar 25. Dokumentasi liputan video musik "Honestunes" di media cetak
 Sumber: (Pramudya, 2020)

PENUTUP

Kreativitas merupakan jawaban dalam setiap permasalahan yang ada, termasuk keterbatasan dalam kondisi pandemi seperti saat ini. Selain kreativitas, kolaborasi pun merupakan hal yang sangat penting. Dengan berkolaborasi, permasalahan yang ada di sekitar dapat dipecahkan

dan dapat membawa perubahan yang positif, serta menginspirasi sesama. Bagi para musisi yang mengalami keterbatasan dalam mempromosikan karyanya, baik dari segi teknis maupun materiil, bisa memanfaatkan teknologi dan media sosial secara maksimal untuk berkarya. Berkarya dari rumah bisa dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk beradaptasi. Pada akhirnya, musisi/*artist* adalah pencipta, mereka akan menemukan cara untuk terus menyampaikan pesan melalui kreasi mereka. Kolaborasi antara musisi dan fans seperti dalam video musik Honestunes diharapkan dapat mengisi celah interaksi yang hilang dan dapat membangun *awareness* tentang peran positif musik dalam keseharian. Semoga kehadiran video musik kolaborasi virtual "Honestunes" ini dapat menularkan energi positif kepada para pendengarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, H. (2012). *My life as video music director*. PlotPoint - PT Benteng Pustaka.
- Aglaia, R. R., & Aesthetika, N. M. (2022). Peran media baru terhadap gelaran konser musik di era pandemi Covid-19: Studi kasus Pamungkas "The Solipsism 0.2". *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(1), 13-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.19836>
- Betancourt, M. (2013). *the history of motion graphics*. Wildside Press.
- BezetmediaCrew. (2020, 20 Desember 2020). *Berkolaborasi dengan 60 netizen Grace Sahertian merilis video klip terbarunya 'Honestunes'* <https://www.bandungmagazine.com/news/watch/berkolaborasi-dengan-60-netizen-grace-sahertian-merilis-video-klip-terbaru-nya-quot-honestunes-quot>;
- Carlson, E., Wilson, J., Baltazar, M., Duman, D., Peltola, H.-R., Toiviainen, P., & Saarikallio, S. (2021). The role of music in everyday life during the first wave of the coronavirus pandemic: A mixed-methods exploratory study. *Front. Psychol.*, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.647756>
- Claire, M. (2020, 3 April 2020). *Los Backstreet Boys regresan para luchar contra el Coronavirus* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4-UwCHCmfZ4>
- Dasovich-Wilson, J. N., Thompson, M., & Saarikallio, S. (2022). Exploring music video experiences and their influence on music perception. *Music & Science*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/20592043221117651>
- Denk, J., Burmester, A., Kandziora, M., & Clement, M. (2022). The impact of Covid-19 on music consumption and music spending. *PLoS ONE*, 17(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0267640>
- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge University Press.
- Hastuti, P. (2020). Dinamika ekosisten industri musik indie Jakarta dan wilayah sekitarnya pada masa pandemi Covid-19 gelombang pertama. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Indonesia)*, 46(2).
- Hindia. (2020, 13 April 2020). *Hindia - Evakuasi (Official Music Video)* [video]. YouTube.
- Moller, D. (2011). *Redefining music video*
- Perry, K. (2020, 17 November 2020). *Katy Perry, Tiësto, Aitana - Resilient (Tiësto Remix) (Official #OpenToBetter Film)* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KJvmdDBrXNU>

- Pramudya, W. E. (2020, Selasa, 14 Juli 2020). Grace Sahertian: Dari hati. *Pikiran Rakyat*.
- Putter, K. C., Krause, A. E., & North, A. C. (2022). Popular music lyrics and the Covid-19 pandemic. *Psychology of Music*, 50(4), 1280-1295. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/03057356211045114>
- Reynolds, A. (2009). *The music industry: Music in the cloud* by Patrik Wikström. Cambridge: Polity Press.
- Rimmer, K. (2020, 10 September). 10 big graphic design trends for 2021: from organic design to organized chaos. <https://www.envato.com/blog/graphic-design-trends-2021/>
- Rorsch. (1996). *Easy way to understand the multimedia*. Bostom: Allyn and Bacom.
- Sahertian, G. (2020, 18 Desember 2020). GRACE SAHERTIAN - Honestunes (Official Music Video) [video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=crvj3PI_xgQ
- Sahertian, G. (2021). https://www.instagram.com/p/C18ETKZgOi-/?utm_source=ig_web_copy_link, [video]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C18ETKZgOi-/?utm_source=ig_web_copy_link,
- Sundari, O. E., & Putri, K. K. (2022). The impacts of Covid-19 pandemic to the welfare of Indonesian musicians. *Humaniora*, 13(2), 153-164. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v13i2.7848>
- Susilo, N. A. (2020). Strategi industri. musik bertahan ditengah pandemi. *Jurnal Media Kom*, X(1), 96-104.