Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat
eISSN. 2808-8182 | Vol. 4 (2023) hlm. 322-330
Penerbit: Universitas Islam Malang

# PERANCANGAN MOTION GRAPHIC ILUSTRATIF LAGU "MELANGKAH BERSAMA" GRUP MUSIK GO TAKE OVER SEBAGAI SARANA PENINGKATAN MEDIA PROMOSI

**Wahyu Adi Utomo, Addin Aditya*, Adita Ayu Kusumasari, Arif Tirtana, Diah Arifah P.**
*Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia, Malang, Indonesia*
**Koresponden penulis: addin@stiki.ac.id*

## ABSTRAK
*Musik hardcore telah menjadi genre populer di kalangan anak muda yang mencari ekspresi kuat dan autentik melalui musik. GTO, sebuah grup indie dari Malang, memiliki visi untuk menyampaikan pesan positif melalui musik mereka. Namun, tantangan dalam industri musik independen, seperti biaya produksi yang tinggi dan promosi yang sulit, menghambat upaya mereka untuk dikenal luas. Lagu "Melangkah Bersama" mencerminkan tema kebersamaan dan perjalanan GTO. Namun, video klip yang ada kurang menarik perhatian audience. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang motion graphic ilustratif yang memperkuat pesan lirik lagu, membangun identitas visual untuk GTO, dan meningkatkan kesadaran dan minat pendengar terhadap lagu dan grup musik tersebut. Motion graphic ilustratif dipilih karena keunggulannya dalam menggambarkan cerita visual dengan cara kreatif. Media ini akan digunakan untuk mempromosikan lagu "Melangkah Bersama" secara efektif kepada pendengar potensial GTO. Ilustrasi visual berbasis gambar dipilih karena memberikan efek dramatisasi yang kuat, sesuai dengan lirik lagu, dan dapat menarik audience dari berbagai latar belakang musik. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data primer dari wawancara secara langsung kepada personel GTO, data sekunder artikel, buku, jurnal dan sumber lain yang relevan. Analisis data menggunakan pendekatan 5W+1H, serta metode perancangan design thingking. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru tentang pemanfaatan motion graphic ilustratif sebagai media promosi yang efektif dalam industri musik modern, khususnya untuk grup musik independen seperti GTO. Dengan strategi promosi yang lebih kuat, diharapkan GTO dapat mencapai audience yang lebih luas dan memberikan dampak positif pada perkembangan karier mereka dalam industri musik independen.*

***Kata Kunci:***
*musik; hardcore; motion graphic; ilustrasi; media promosi*

## PENDAHULUAN
Media promosi adalah alat yang dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi suatu produk, jasa, ataupun perusahaan agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat (Fujianto & Antoni, 2020). Sebelum era digitalisasi, promosi dilakukan melalui penyampaian informasi dari mulut ke mulut. Sejalan dengan perkembangan zaman, muncul media promosi seperti koran, poster, majalah, brosur, katalog,flyer, booklet, kartu nama, spanduk, banner, pamflet, billboard, iklan TV, radio, dan lain-lain. Media-media ini cukup efektif digunakan


*Is licensed under a*
*Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense*

sebagai media promosi, namun tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Semakin berkembangnya teknologi informasi, berkembang juga media promosi yang semakin menarik, kreatif, dan inovatif, seperti media promosi dalam bentuk motion graphic (Martono, Triyono, & Septiani, 2018).

Grup musik indie atau independent adalah grup musik yang melakukan segala sesuatu secara mandiri, mulai dari pembuatan lagu, video musik, hingga promosi (Fawaid, 2022). Berdasarkan artikel tahun 2020, disebutkan bahwa terdapat banyak kendala harus dihadapi oleh para grup musik independent, antara lain biaya produksi mahal terkait dengan produksi lagu, hingga kendala dalam proses promosi. Hal tersebut menjadi tantangan grup musik independent seperti Go Take Over (GTO) untuk dikenal masyarakat luas. Selama berkarir, GTO mempublikasikan karya mereka melalui beberapa platform digital, salah satunya adalah platform Youtube. Lagu berjudul "Melangkah Bersama" sebagai karya terbaru mereka yang telah dipublikasikan melalui platform tersebut.

Melangkah Bersama merupakan lagu terbaru atau hits dari Go Take Over dengan tema kebersamaan, solidaritas, semangat juang, dan perjalanan melalui perbedaan. Lagu tersebut diciptakan sebagai gambaran momen kebersamaan mereka, dari awal berdiri hingga sekarang, dalam berbagai macam kondisi, dikemas dalam musik Hardcore yang mereka bawakan. Dari penyusunan tema dan konsep, record vocal, aransement, mixing, mastering, hingga publikasi dilakukan pada rumah sewa salah satu personil dari Go Take Over secara mandiri atau independent. Setelah melalui proses tersebut menghasilkan sebuah karya video klip dan telah di upload pada platform Youtube. Video klip terdiri dari teks lirik lagu, di iringi instrument musik dengan background foto dari para personel Go Take Over. Video klip tersebut kurang menarik perhatian audience, karena masih lemah dalam segi tampilan visual yang hanya menampilkan foto dari para personel GTO. Hal tersebut dapat dilihat dari views yang didapat setelah dipublikasikan pada platform Youtube kurang dari 100 views dalam beberapa waktu. Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, media promosi memegang peran penting. Salah satu bentuk media yang menarik dan dinamis untuk menarik perhatian pendengar potensial adalah motion graphic ilustratif.

Tujuan penelitian dalam merancang motion graphic ilustratif untuk lagu "Melangkah Bersama" adalah untuk menciptakan visual yang memperkuat pesan lirik lagu, membangun identitas visual yang kuat dan konsisten untuk Go Take Over Hardcore, serta meningkatkan kesadaran dan minat pendengar terhadap lagu dan grup musik tersebut. Melalui pemanfaatan media yang efektif, seperti motion graphic ilustratif, diharapkan lagu "Melangkah Bersama" dapat mencapai audience yang lebih luas dan memberikan dampak positif pada perkembangan karier Go Take Over Hardcore.

Motion graphic merupakan media digital yang menggabungkan elemen-elemen grafis seperti teks, gambar, dan ilustrasi dengan pergerakan animasi untuk menciptakan konten visual dinamis yang dapat digunakan dalam berbagai media, seperti film, televisi, dan media online (Jackson, 2017). Motion graphic terdiri dari

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

ilustrasi visual, instrument musik dan teks narasi dari lirik lagu untuk menggambarkan esensi lagu "Melangkah Bersama" dengan akurat dan menghadirkan tampilan kuat secara visual. Ilustrasi visual yang dipilih berupa ilustrasi berbasis gambar dirancang menggunakan media digital. Ilustrasi berbasis gambar dipilih karena dapat memberikan efek dramatisasi yang lebih dibandingkan ilustrasi berbasis foto, serta ilustrasi berbasis gambar dapat memunculkan objek-objek khayalan yang sulit didapatkan melalui ilustrasi berbasis foto. Ilustrasi yang dirancang bersifat deskriptif berdasarkan lirik lagu untuk mengurangi sampai menghilangkan anggapan bahwa musik Hardcore hanya musik keras dan berisik semata, menjadi dapat diterima oleh semua audience baik dari skena musik Hardcore maupun diluar skena musik tersebut.

## METODE PELAKSANAAN

Dilihat dari beberapa permasalahan yang ditemukan pada grup musik Go Take Over berkaitan dengan kurangnya media promosi, promosi yang telah dilakukan sebelumya masih kurang efektif dalam bersaing di industri musik modern, terutama sebagai grup musik jalur independen seperti mereka. Setelah mendapati beberapa permasalahan yang dihadapi oleh grup musik tersebut, peneliti menemukan solusi dalam menyelesaikan permasalahan dengan mengembangkan judul “Perancangan Motion Graphic Ilustratif Lagu ”Melangkah Bersama” Grup Musik Go Take Over” berfungsi sebagai media utama dan beberapa media pendukung lainnya. Solusi tersebut dirancang menggunakan metode perancangan design thinking, meliputi beberapa tahapan antara lain , tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test.

Design thinking merupakan sebuah alat ilmiah yang digunakan untuk pemecahan masalah. Dalam lingkup desainer, design thinking dapat memudahkan kita dalam membantu mengekstrak, mengajar, mempelajari dan menerapkan teknik yang berpusat dalam memecahkan masalah dengan cara kreatif dan inovatif dalam dunia desain, bisnis, maupun di kehidupan (Abdurrohman, Aditya, & Nurfitri, 2023). Gambar 1 menunjukkan kerangka desain thinking.

**Gambar 1**. Kerangka desain thinking

Adapun tahapan desain thinking adalah (Soedewi, Mustikawan, & Swasty, 2022):



Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

**Empathize**

Empati digunakan guna mengungkap insight dan kebutuhan pengguna yang mendalam dengan mendapatkan perspektif yang lebih luas. Dalam perancangan ini maka pelaksana melakukan hal-hal seperti merumuskan tema atau topik dari perancangan, mengumpulkan data yang berdasarkan fakta seperti melakukan observasi atau wawancara terhadap suatu permasalahan.

**Define**

Tahap define digunakan dalam mendefinisikan suatu masalah. Tahap define dilakukan setelah melalui tahap empathize dengan mencari insight yang didapat dari wawancara terkait keinginan, kebutuhan, dan mendefinisikan permasalahan utama dalam membuat sebuah perancangan suatu karya. Berdasarkan hasil data lapangan, observasi lapangan dan dokumentasi, peneliti menemukan permasalahan utama, yakni kurangnya informasi visual yang membantu untuk meningkatkan promosi produk.

**Ideate**

Ideate adalah tahapan dalam pembuatan konsep atau ide yang menjadi sumber untuk membangun sebuah perancangan dan mendapatkan solusi dalam sebuah permasalahan. Tahap ideate mengumpulkan berbagai ide untuk dijadikan solusi terbaik dengan mengembangkan mind-map untuk memikirkan solusi yang ditawarkan menghadapi masalah yang ada.

**Prototype**

Pada akhir tahap ini, tim desain akan memiliki gagasan yang lebih baik tentang kendala yang melekat pada produk dan masalah yang ada, dan memiliki pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana pengguna yang sebenarnya akan berperilaku, berpikir, dan rasakan ketika berinteraksi dengan bagian akhir produk

**Test**

Tahap ini merupakan tahap akhir dalam design thinking, karya yang sudah dibuat akan di uji coba ke beberapa konsumen atau responden. Maka desainer mampu mempertimbangkan apakah hasil desain yang sudah dibuat sesuai dengan harapan atau tidak.

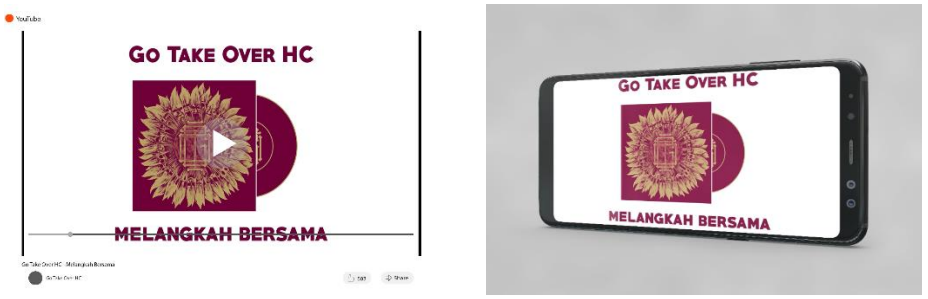
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perancangan motion graphic ilustratif untuk lagu "Melangkah Bersama" oleh Go Take Over (GTO) Hardcore. Ini mencakup tema visual, konsep desain, pemilihan warna, efek visual, visualisasi lirik dan narasi, serta representasi karakter GTO Hardcore. Tujuannya adalah memperkuat lirik lagu, membangun identitas visual yang kuat dan konsisten untuk GTO Hardcore, serta meningkatkan kesadaran dan minat pendengar terhadap lagu dan grup musik tersebut, guna menginspirasi lebih banyak orang melalui pesan positif yang disampaikan melalui musik mereka.

Perancangan *motion graphic* ilustratif lagu Melangkah Bersama menggunakan 2 media, yaitu media utama dan media pendukung. utama dalam perancangan ini digunakan untuk media komunikasi dan promosi lagu melangkah bersama dari grup musik Go Take Over. Media utama berupa motion graphic

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

ilustratif yang dikemas dalam sebuah video klip. Media utama diupload pada platform Youtube, dengan format mp4, durasi 02:18 menit, resolusi 1920x10801 px 29,97 fps HD, ukuran 354MB. Dalam media utama terdapat beberapa komponen yang dijelaskan pada bagian berikutnya.




**Gambar 1.** Tampilan media utama pada pc atau smartphone

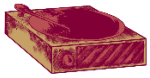
Selanjutnya adalah elemen visual. Konsep visual merupakan sebuah unsur-unsur dan elemen-elemen visual yang akan ditampilkan dalam bentuk ikon dan gambar, tipografi, warna dan ilustrasi (Yonanda & Usman, 2021).

**Tabel 1**. Menunjukkan elemen visual yang digunakan pada motion graphics

| No. | Gambar | Keterangan |
|---|---|---|
| 1 | | Bunga matahari (ilustrasi simbolis). Ilustrasi ini dibuat khusus sebagai sebuah simbolis yang mewakili keseluruhan nilai dan esensi dari lagu Melangkah Bersama. Ilustrasi berupa bunga matahari, bagian pusat bunga yang disispkan logo grub musik GTO, dikelilingi kelopak bunga yang memiliki wajah dan mimic ekspresi. Ilustrasi ini memiliki arti bahwa bukan hanya kekompakan dan solidaritas antar personil GTO saja, kekompakan antara band dan para penggemarnya menjadi sebuah support system penyemangat mereka untuk terus melangkah dan berkarya bersama. |
| 2 | | *Cover vinyl* |
| 3 | | *Vinyl* |
| 4 | | *Vinyl player* |



Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

| | | |
|---|---|---|
| **5** | | *Tone arm* |
| **6** | | Bunga matahari dalam pot |
| **7** |  | *Vinyl player* |
| **8** | | Foto |
| **9** | | Tangan memegang foto |
| **10** | | Tangan mengepal |
| **11** | | Tangan mengepal |
| **12** | | Tangan mengepal |
| **13** | | Tangan terbuka |
| **14** | | Tangan memegang bir |
| **15** | | Tangan memegang bir |

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

| | | |
|---|---|---|
| **16** | | Foto |
| **17** | | Pesta |
| **18** | | Foto merapat |
| **19** | | Saling gendong |

Selanjutnya adalah media pendukung dari media promosi. Adapun media pendukung diwujudkan seperti kaos, artprint, pin, stiker dan konten di sosial media.

**Gambar 2.** Media pendukung

Selanjutnya adalah tahapan testing. Bagian ini menjelaskan tentang ujicoba yang dilakukan terhadap hasil perancangan yang dilakukan. Pada tahapan ini termasuk tahapan akhir pada metode perancangan design thinking. Uji coba yang dilakukan menggunakan kuisioner dalam bentuk googleform untuk menjangkau target audience yang dituju. Form uji coba disebar melalui sosial media Whatsapp dan Instagram kepada khalayak umum terutama penggemar musik Hardcore. Responden akan menjawab pertanyaan sesuai dengan karya yang ditampilkan dalam Google Form. Uji coba dilakukan oleh 20 responden selama 2 hari pada tanggal 16-17 Agustus 2023.

**Tabel 2.** hasil pengujian

| Sub Komponen | Butir Pertanyaan | Nilai | Presentase |
|---|---|---|---|
| **Kesesuaian dan** | Media yang dirancang mudah dikenali target *audience* | Sangat Setuju<br>Setuju | 45%<br>55% |



Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Efektifitas Media** | | Biasa Saja | - |
| | | Tidak Setuju | - |
| | | Sangat Tidak Setuju | - |
| | Media yang dirancang menarik bagi target *audience* | Sangat Setuju | 45% |
| | | Setuju | 55% |
| | | Biasa Saja | - |
| | | Tidak Setuju | - |
| | | Sangat Tidak Setuju | - |
| | Media yang dirancang sesuai dengan objek penelitian dan karakteristik target *audience* | Sangat Setuju | 55% |
| | | Setuju | 45% |
| | | Biasa Saja | - |
| | | Tidak Setuju | - |
| | | Sangat Tidak Setuju | - |
| | Media yang dirancang mempermudah pemahaman tentang objek penelitian | Sangat Setuju | 45% |
| | | Setuju | 55% |
| | | Biasa Saja | - |
| | | Tidak Setuju | - |
| | | Sangat Tidak Setuju | - |
| | Media yang dirancang tepat untuk kegiatan promosi objek perancangan | Sangat Setuju | 50% |
| | | Setuju | 45% |
| | | Biasa Saja | 5% |
| | | Tidak Setuju | - |
| | | Sangat Tidak Setuju | - |

Hasil uji coba mengenai tingkat efektifitas media yang dirancang menunjukkan rata rata responden memilih untuk "Setuju" dan "Sangat Setuju" dengan kisaran presentase rata rata yang cukup tinggi. Media yang dirancang sudah tepat dan tidak perlu mengulang kembali pada tahap sebelumnya sesuai prosedur metode perancangan design thinking. Namun tidak menutup kemungkinan untuk pengembangan media untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kedepannya.

## KESIMPULAN

Perancangan ini menghasilkan motion graphic ilustratif untuk lagu Melangkah Bersma dari grup musik Go Take Over. Hal ini dilakukan untuk mengkomunikasikan secara visual lagu tersebut secara unik efektif dan menarik yang mempermudah tujuan utama yaitu mempromosikan lagu dan grup musik tersebut kepada khalayak ramai. Hasil perancangan diimplementasi kedalam media utama yang lebih mudah di terima oleh masyarakat atau penikmat musik. Media utama berupa sebuah videoklip yang ditentukan sesuai dengan target dan perilaku konsumen. Hasil perancangan juga di implementasikan pada media pendukung berupa merchandise bundle yang memiliki nilai jual unttuk menambah pemasukan untuk band. Dari hasil uji coba yang dilakukan menunjukkan bahwa tujuan penelitian telah tercapai sebagai upaya mengatasi permasalahan yang ada.

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

## DAFTAR RUJUKAN

Abdurrohman, Aditya, A., & Nurfitri, R. (2023). Perancangan Desain Maskot Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan Design Thinking. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 5*(1), 38-46. doi:https://doi.org/10.32664/mavis.v5i01.757

Fawaid, M. A. (2022). Musik Indie: Alternatif Musik Tanpa Label (Tinjauan: Produksi Karya Band Silampukau). *Repertoar Journal, 2*(2), 171-180. doi:https://doi.org/10.26740/rj.v2n2.p171-180

Fujianto, R. Z., & Antoni, C. (2020). Produksi Dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts, 3*(2), 104-123.

Jackson, C. (2017). *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up.* New York: Bloomsbury Visual Arts.

Martono, Triyono, & Septiani, R. A. (2018). Pembuatan Video Profil Sekolah Menegah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Technomedia Journal, 3*(1).

Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022, April). THE DESIGN THINKING METHOD APPLICATION ON THE kirihuci msme website design. *Visualita, 10*(2), 79-96. doi:https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378

Yonanda, D. H., & Usman, R. (2021). Perancangan Media Informasi Wisata Bahari Kota Pariaman dalam Bentuk Motion Graphic. *JudiKatiF: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif, 3*(1), 9-13. doi:https://doi.org/10.35134/judikatif.v3i1.3



Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense