

# PERANCANGAN VIDEO PROFIL BAND OM SEPA DI KOTA SEMARANG

Stevida Dwiyan, Daniar Wikan Setyanto, M.Sn, Khamadi, M. Ds  
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261  
E-mail : 114201000944@mhs.dinus.ac.id

---

## ABSTRAK

Musik bagi sebagian orang merupakan sebuah kebutuhan pokok yang wajib mereka konsumsi setiap harinya. Tanpa musik dunia mungkin terasa kurang berwarna, bahkan ada yang menjadikan musik itu sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi hidup mereka. Musik *indie* adalah sebuah idealisme bermusik yang tidak bisa dipengaruhi oleh arogansi “*major label*” yang selalu mengutamakan isi komersialisme bisnis dari pada semangat bermusik dan ekspresi sang musisi. Band Om Sepa untuk sekarang masih masuk *indie label* karena band Om Sepa masih independen, Band Om Sepa sebuah band bergenre orkes dangdut parodi yang terbentuk sejak 2009. Band Om Sepa adalah band yang masih baru di dunia musik. Mereka mencoba untuk di kenal oleh masyarakat di kota Semarang dengan memperkenalkan band mereka melalui perancangan video profil. Mereka berharap dengan adanya perancangan video profil, band Om Sepa dapat di terima dan dinikmati masyarakat sehingga band Om Sepa tambah dikenal di kota Semarang. Perancangan video profil menggunakan analisa SWOT untuk mendapatkan strategi-strategi, strategi tersebut di harapkan dapat membantu dalam Perancangan Video Profil Band Om Sepa . Dengan membuat Video Profil yang efektif dan menarik dengan menginformasikan musik dangdut parodi yang mereka mainkan. Dengan strategi tersebut Band Om Sepa dapat memperluas jaringan mereka walaupun mereka harus bersaing dengan kompetitor mereka yang sekarang semakin ketat.

Kata Kunci : Musik, *Indie*, Band Om Sepa, Video Profil

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Musik adalah suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonian suara. Keberadaan musik sudah ada sejak jaman dahulu, manusia menggunakan batu, tulang dan barang seadanya yang dapat mengeluarkan gema saat dipukul-pukulkan untuk membuat musik mereka sendiri. Tidak dipungkiri lagi musik pada jaman sekarang ini mengalami perkembangan yang pesat, bahkan di belahan dunia dimana pun memiliki musik dengan ciri khasnya sendiri. Saat ini terdapat berbagai macam musisi (orang yang memainkan musik dengan format yang berbeda-beda dan aliran musik mereka yang sangat beragam). (Putranto : 117). Wendy Putranto : 117, Brandgardener

Musik *indie* berasal dari kata *Independent* yang artinya mandiri bisa dikatakan musik *indie* adalah sebuah idealisme bermusik yang tidak terkait dengan *major label* yang selalu mementingkan sisi komersial bisnis dari pada semangat bermusik itu sendiri dimana secara musikal menyimpang dari musik arus besar (*mainstream*). Istilah *indie* sendiri baru dipopulerkan sejak tahun 1990an. Semua musik dari musisi yang tidak terkait dengan *major label* dapat disebut sebagai musik *indie*, apapun metode produksi dan pemasaran lagu dan album mereka baik itu *do-it-yourself*, *self released* ataupun dengan bantuan *indie label*

(disamping anggaran yang terbatas). Musisi-musisi *indie* ini memiliki kebebasan dalam *idealisme*, mereka dapat menciptakan dan merekam musik dengan gaya dan cara mereka sendiri tanpa ada *intervensi* dari pihak luar (selain artis atau musisi itu sendiri). Hal ini dapat mengajak anak muda Indonesia untuk lebih berkreasi dalam menciptakan musik-musik yang ingin mereka mainkan dan sekarang dikota-kota besar banyak bermunculan komunitas-komunitas musik yang beragam. Istilah *indie* saat ini terkesan lebih modern dan lebih banyak diminati oleh anak muda. Kota Semarang pun terdapat musik *Indie* yang beraliran orkes dangdut parodi (atau di Semarang lebih dikenal dengan sebutan Band Orkes) seperti ini sudah banyak dilirik dan dicari kalangan anak muda terutama para anak-anak SMA dan mahasiswa sederajat. Bersaing dengan musik *Indie* lain yang berkembang di Semarang seperti *Genre Indie Pop* hingga *Death Metal* sekalipun. Musik orkes ini tumbuh dan berkembang dengan baik, seperti Serempet Gudal, Sastro Sastri, Senggol Tromol, Om Sepa dan Sorry Wortel mereka selalu mendapatkan tempat di hati anak muda Kota Semarang dan hampir setiap *event music* yang diadakan di Kota Semarang pasti salah satu dari band tersebut ikut serta tampil *perform* untuk menghibur. Hal menarik dari perkembangan dunia musik adalah semua aspek pendukung dari musik itu sendiri, dari berbagai jenis media promo, trik-trik strategi yang bermacam-macam sampai pengaruh musik ke *life style* seseorang (*fans*). Idealnya seorang *fans* adalah aset berharga bagi artis/bandnya karena *fans* ini sejatinya akan selalu membeli berbagai macam *marchandise* asli yang dikeluarkan oleh artis/band yang mereka idolakan sebagai bentuk nyata dan timbal balik mereka kepada artis idola yang telah ikut menghibur dan membahagiakan kehidupan sehari-hari mereka dengan musik dan lagu yang mereka ciptakan. Hal ini secara otomatis menjadikan musik itu sebagai industri besar yang sangat menjanjikan. Media Komunikasi Visual yang tepat memiliki peran yang sangat penting bagi para musisi dan pelaku bisnis di industri musik untuk mempromosikan produk mereka, tanpa mengesampingkan kualitas musikalitas yang mereka tawarkan dari produk mereka itu sendiri.

Band Om Sepa adalah salah satu band *indie* Semarang yang beraliran Orkes dangdut parodi, yang mencoba mencampur semua aliran musik yang sedang *tren* saat ini dan mengemasnya dalam sentuhan dangdut. Mereka memulai karir bermusik sejak tahun 2009, dari tahun ketahun mengalami keluar masuknya pergantian personil dan sampai sekarang telah menemukan 11 personil yaitu: Niko (Drum), Amin (Vokal 1), Bowo (Vokal 2), Kunto (Bass), Okky (Gitar 1), Boni (Gitar 2), Dodik (Gendang), Prosper (Ukulele), Bogora (Tamborin 1), Ari (Tamborin 2), Sandy (Keyboard), mereka menyatukan misi untuk menghibur semua penonton dengan musik dangdut yg di kemas secara kocak, segar dan *easy listening*. Dalam penampilan dipanggung mereka selalu menggunakan kostum unik yang dikenakan mereka untuk tampil dan tidak lupa terkadang mereka juga menggunakan dasi kupu-kupu yang di kustom sendiri untuk menjadi daya tarik kedua setelah musik dan humor mereka saat dipanggung.

Sejauh ini, dengan usaha minimum Band Om Sepa berhasil menciptakan 5 buah lagu yaitu : Kamoe Doloe, Martinah, Gadis Tanggul Indah, Amfibi dan Onani. Usaha Band Om Sepa dalam menciptakan lagu memang belum sepenuhnya maksimal, tetapi setiap waktu Om Sepa selalu berusaha menciptakan lagu-lagu yang terbaik. Musik yang dibawakan Om Sepa adalah musik dangdut yang didominasi oleh dangdut koplo sebagai instrumen pemanis serta sampling suara seperti pukulan kayu, *shaker* dan masih banyak yang lain. Dari segi lirik, penulisan lirik-lirik mengekspresikan kekosongan hati, kekecewaan dan kehampaan cinta yang dituangkan dalam bait berbahasa Indonesia. Walaupun masih memiliki lima buah lagu ciptaan sendiri dan masih sering membawakan lagu-lagu orang lain, band Om Sepa mendapatkan tanggapan dan penerimaan yang positif dari kawan-kawan band Om Sepa yang sering disebut dengan “Separatis”, karena musik yang unik dengan lirik yang *slengean*.

Dimana kelompok “Separatis” ini adalah sekelompok orang yang mendukung band Om Sepa Om Sepa. (wawancara dengan Muktiastari manager band Om Sepa, 26 Desember 2013).

Dengan minimumnya media, band Om Sepa lebih mengandalkan *live perform* di *event music* sehingga dapat menarik penonton dengan genre dan gaya perform yang unik. Hal ini membuat penonton lebih cenderung mengenal 11 personil Band Om Sepa saja, namun lagu band Om Sepa sudah dikenal di kalangan remaja di Kota Semarang. Hal ini disebabkan karena seringkali band Om Sepa menjadi band pembuka atau *second guest* dalam *event music*. Beberapa *fans* band Om Sepa (Separatis) sendiri juga kurang mengenal 11 personil band Om Sepa dikarenakan banyaknya personil yang dimiliki band Om Sepa itu sendiri.

Oleh karena itu pentingnya penikmat musik *indie* khususnya *fans* band Om Sepa (Separatis) untuk lebih mengetahui profil band Om Sepa agar mengenal lebih dekat dengan 11 personil dan keunikan band Om Sepa. Dengan melihat kecenderungan masyarakat sekarang yang lebih dekat dengan teknologi, profil band Om Sepa akan dirancang dalam bentuk video profil. Selain itu keunggulan yang lebih jelas dalam menyampaikan informasi lewat audio visual dan dengan adanya video ini lebih membantu para penikmat musik mengaksesnya dengan media teknologi internet dalam hal ini melalui media sosial instagram dan youtube.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang video profil band Om Sepa yang kreatif dan inovatif sehingga band Om Sepa lebih dapat dikenal oleh peminat musik dan masyarakat di Kota Semarang ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Perancangan ini dibatasi berupa “Perancangan Video Profil Band Om Sepa di Kota Semarang” sehingga dengan adanya pembuatan video profil ini diharapkan masyarakat Kota Semarang, khususnya wilayah Semarang Selatan, Semarang Tengah dan Semarang Timur dapat mengenal Om Sepa dan dapat menikmati atau mendengarkan lagu-lagu dari band Om Sepa. Target *audience* perancangan ini adalah remaja di Kota Semarang.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan merancang video profil band Om Sepa yang kreatif dan inovatif adalah untuk memperkenalkan band Om Sepa ke peminat musik dan masyarakat di Kota Semarang. Diharapkan melalui perancangan video profil ini, mereka dapat lebih dikenal dan karya band Om Sepa dapat dinikmati oleh peminat musik *indie* di Kota Semarang.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

1. Manfaat bagi masyarakat

Manfaat perancangan bagi masyarakat adalah terciptanya video profil yang sesuai sehingga peminat musik *indie* dan masyarakat lebih mengenal band Om Sepa di Kota Semarang.

2. Manfaat bagi klien

Manfaat perancangan bagi band Om Sepa yaitu dengan banyaknya peminat musik *indie* dan masyarakat yang mengenal band Om Sepa akan membawa keuntungan tersendiri yaitu meningkatkan peminat terhadap band Om Sepa di Kota Semarang.

### 3. Manfaat bagi mahasiswa

Mahasiswa mendapat pendidikan mental untuk memenuhi keinginan *klien*, masyarakat dan dosen sebagai ahli. Selain itu mahasiswa juga memperdalam ilmu yang ada di dalam perkuliahan.

## 2 PENDAHULUAN

### 2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode ini adalah suatu cara untuk memperoleh data yang diperlukan dalam proses perancangan. Metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan bahan-bahan terkait sesuai dengan yang diharapkan. Metode yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dari sumber terkait dengan data yang dicari. Dalam metode perancangan ini diperlukan data sebagai bahan dalam proses perancangan itu sendiri.

### 2.2 Analisis Data SWOT

Analisa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah perancangan video profil Band Om Sepa adalah dengan menggunakan metode SWOT akan membantu menentukan bagian – bagian penting yang akan membantu dalam pengambilan keputusan. *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) di analisis melalui factor internal, dimana mencari keunggulan dan kelemahan dari Band Om Sepa. Sedangkan *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) dianalisis melalui faktor eksternal, dimana melihat faktor luar dari Band Om Sepa, apa yang menjadi kesempatan dan ancaman bagi Band Om Sepa

1. Kekuatan (*Strenght*)
  - a) Musik yang di mainkan adalah musik yang bergenre orkes dangdut parodi yang bisa di dengarkan dan di nikmati para penikmat musik *indie* di semua kalangan.
  - b) Band Om Sepa selalu menggunakan *custom* unik yang sesuai dengan tema di setiap *perform*.
2. Kelemahan (*Weakness*)
  - a) Band Om Sepa belum terkenal di masyarakat Kota Semarang, hanya dikenal khususnya wilayah Semarang Selatan, Semarang Tengah dan Semarang Timur.
  - b) Banyaknya personil band Om Sepa yang membuat para fans dan peminat musk *indie* sulit untuk berinteraksi dengan 11 personil Band Om Sepa dan hanya mengingat lagu band Om Sepa saja, tetapi belum mengenal masing – masing personil dari band Om Sepa.
3. Peluang (*Opportunity*)
  - a) Musik *indie* ini sudah banyak peminatnya terutama masyarakat di Kota Semarang.
4. Ancaman (*Treath*)
  - a) Makin banyak band – band tahun ketahun dengan arasemen / ciri khas yang berbeda, sehingga dapat menjadikan persaingan semakin ketat.

**Tabel 2.1 Matrix SWOT**

	<p><b>OPPORTUNITIES</b> Musik indie sudah banyak peminatnya .</p>	<p><b>TREAT</b> Banyaknya band pendatang baru dengan arasemen / ciri khas yang berbeda, sehingga dapat menjadikan persaingan semakin ketat.</p>
<p><b>STRENGTH</b></p> <p>a) Musik yang di mainkan adalah musik yang bergenre orkes dangdut parodi yang bisa di dengarkan dan di nikmati para penikmat musik <i>indie</i> di semua kalangan.</p> <p>b) Band Om Sepa selalu menggunakan <i>custom</i> unik yang sesuai dengan tema di setiap <i>perform</i>.</p>	<p><b>S-O Strategi</b></p> <p>Dengan memperkenalkan 11 personil Band Om Sepa dan keunikan lagu-lagu Band Om Sepa yang bergenre orkes dangdut parodi agar masyarakat Kota Semarang lebih mengenal dan mengetahui keberadaan Band Om Sepa ini. (S1, O1).</p>	<p><b>S-T Strategi</b></p> <p>Band Om Sepa menciptakan musik yang mudah di dengar sehingga dapat bersaing dengan band-band yang lain.(S1,T1)</p>
<p><b>WEAKNESS</b></p> <p>a) Band Om Sepa belum terkenal di masyarakat Kota Semarang, hanya dikenal khususnya wilayah Semarang Selatan, Semarang Tengah dan Semarang Timur.</p> <p>b) Banyaknya personil band Om Sepa yang membuat para fans dan peminat musik <i>indie</i> sulit untuk berinteraksi dengan 11 personil Band Om Sepa dan hanya mengingat lagu band Om Sepa saja, tetapi</p>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <p>Dengan peminat musik band indie yang sudah banyak Band Om Sepa dapat memperkenalkan Band Om Sepa ke masyarakat Kota Semarang sehingga orang banyak yang mengetahui tentang Band Om Sepa (W1, O1).</p>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <p>Memperluas jaringan Band Om Sepa sehingga dapat bersaing dengan band-band yang lain di karenakan persaingan sekarang semakin ketat (W1,T1)</p>

<p>belum mengenal masing – masing personil dari band Om Sepa.</p>		
---	--	--

Berdasarkan strategi-strategi dari analisis SWOT di atas maka strategi yang terpilih adalah (S1,O1) “Dengan memperkenalkan 11 personil Band Om Sepa dan keunikan lagu-lagu Band Om Sepa yang bergenre orkes dangdut parodi agar masyarakat Kota Semarang lebih mengenal dan mengetahui keberadaan Band Om Sepa ini” dan (W1,T1) “Memperluas jaringan Band Om Sepa sehingga dapat bersaing dengan band-band yang lain di karenakan persaingan sekarang semakin ketat “, dengan strategi tersebut di harapkan dapat membantu dalam Perancangan Video Profil Band Om Sepa di Kota Semarang. Dengan membuat Video profil yang efektif dan menarik dengan menginformasikan musik dangdut yang mereka mainkan. Dengan strategi tersebut Band Om Sepa dapat memperluas jaringan mereka walaupun mereka harus bersaing dengan kompetitor mereka yang sekarang semakin ketat.

### 2.3 Segmentasi Target Audience

#### 1. Segmentasi Berdasarkan Geografis

Segmentasi pasar berdasarkan segi geografi, market utama band Om Sepa adalah wilayah Kota Semarang karena disinilah tempat pertama kali band Om Sepa muncul dan berkembang, kompetitor masih sedikit di bandingkan kota besar lainnya. Jika sudah mengalami peningkatan maka bisa melakukan perluasan jangkauan wilayah pemasaran seperti di luar Kota Semarang .

#### 2. Segmentasi Berdasarkan Demografis

- a) Jenis Kelamin : Pria dan wanita
- b) Usia : Anak muda
- c) Strata Ekonomi : Menengah kebawah dan menengah ke atas. Karena harga produk yang relatif tidak murah tetapi juga tidak mahal.

#### 3. Segmentasi Berdasarkan Psikografis

- a) Komunitas musik indie khususnya kota Semarang  
 Karena segmentasi produk adalah penikmat musik *indie* yang senang dengan musik – musik yang nyeleneh (tidak *mainstream*).

#### 4. Segmentasi Berdasarkan *Behavioristik*

Segmentasi pasar jika dilihat dari segi behavioristik biasanya ditujukan untuk orang memiliki minat dan selera di bidang musik yang diluar jalur mainstream (*Indie*) dan juga memilih mendengarkan musik yang diluar kebiasaan (*out of the box*).




### 3 HASIL DAN PEMBAHASAN





#### 3.1 Program Tayangan

Program tayangan video perancangan video profil band Om Sepa dirancang dengan durasi penayangan kurang lebih 3 (lima) menit, program ini tidak ada batasan penayangan karena video profil ini di unggah di *youtube* dan media sosial lainnya dengan alasan pengunjung terbanyak di internet adalah pengguna *youtube* dan *media social*.




#### 3.2 Final Video

Table 3.2.1 Final Video

<p>Scene 1</p> <p>Narasi : Wawancara Bowo (Vokal) yang menceritakan tentang terbentuknya band band Om Sepa.</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>INT. Dalam Ruangan -Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II dan 24-70 f/2,8 L</p> <p>Perlengkapan : Polyfoam dan Lampu Neon</p> <p>Properti : Kursi</p> <p>Dresscode : Baju, Jaket dan Topi</p>
<p>Scene 2</p> <p>Narasi : Menampilkan 11 personil Band Om Sepa</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>INT. Dalam Ruangan -Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II dan 24-70 f/2,8 L</p>
<p>Scene 3</p> <p>Narasi : Menampilkan beberapa kegiatan saat melakukan sebuah video band Om Sepa</p>		<p>EXT. Luar Ruangan-Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II</p>

Musik : Lagu band Om Sepa		
<p>Scene 4</p> <p>Narasi : Nicko (Drummer) memberikan kesan dan pesan untuk Band Om Sepa</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>INT. Dalam Ruangan – Pagi</p> <p>Alat : 5D mark II, Canon 24-70 f/2,8 , 7D , Canon FIX 50mm f/1,8</p> <p>Perlengkapan : Polyfoam dan Lampu Neon</p> <p>Properti : Sofa, helm, tong, dan kayu</p> <p>Dresscode : Baju, Swetter dan Celana</p>
<p>Scene 5</p> <p>Narasi : Narasi : Bogora (Tamborin1) memberikan kesan dan pesan untuk Band Om Sepa</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>INT. Dalam Ruangan -Pagi</p> <p>Alat : 5D mark II, Canon 24-70 f/2,8 , 7D , Canon FIX 50mm f/1,8</p> <p>Perlengkapan : Polyfoam dan Lampu Neon</p> <p>Properti : Kayu dan kursi</p> <p>Dresscode : Baju, JAket Jeans dan Celana</p>
<p>Scene 6</p> <p>Narasi : Menampilkan beberapa aksi panggung band Om Sepa</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>EXT. Luar Ruangan - Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II dan 70-200 f/2,8 L</p> <p>Properti : Alat Musik</p> <p>Dresscode : Kebaya jawa</p>
<p>Scene 7</p> <p>Narasi : Aksi panggung Band Om Sepa membawakan lagu “Gadis Tanggul Indah”</p>		<p>EXT. Luar Ruangan - Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II dan 70-200 f/2,8 L</p> <p>Properti : Alat Musik</p> <p>Dresscode : Kebaya jawa</p>



Musik : Lagu band Om Sepa		
<p>Scene 8</p> <p>Narasi : Narasi : Aksi panggung Band Om Sepa membawakan lagu “Kamoe Doeloe”</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>EXT. Luar Ruangan - Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II dan 70-200 f/2,8 L</p> <p>Properti : Alat Musik</p> <p>Dresscode : Kebaya jawa</p>
<p>Scene 9</p> <p>Narasi : Menampilkan beberapa foto profil Band Om Sepa</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>EXT. Luar Ruangan -Pagi</p> <p>Alat : 5D mark II, Canon 24-70 f/2,8 , 7D , Canon FIX 50mm f/1,8</p> <p>Perlengkapan : Polyfoam dan Lampu Neon</p> <p>Properti : Alat Musik, KAcA Mata, dan Dasi</p> <p>Dresscode : Baju, Jas dan Celana</p>
<p>Scene 10</p> <p>Narasi : Menampilkan beberapa foto-foto Separatis dan Crew Band Om Sepa</p> <p>Musik : Lagu band Om Sepa</p>		<p>EXT. Luar Ruangan - Pagi</p> <p>Alat : 5D Mark II dan 70-200 f/2,8 L, 7D dan 24-70 f/2,8 L</p>

### 3.3 Aplikasi Media Pendukung

#### 3.3.1 Teaser Video

##### Spesifikasi media

- Bahan : Berupa video berdurasi 15 detik.
- Program media : Video teaser ini akan di sebarakan di semua media sosial seperti facebook, intagram, path, dll. Tujuan video teaser ini buat untuk menarik

audience pengguna media sosial untuk melihat video profil band Om Sepa di youtube.



Gambar 3.3.1 Aplikasi Video Teaser

### 3.3.2 CD & Cover CD Musik

Spesifikasi media:

- 1 Font : *Om Sepa*
- 2 Bahan : Untuk CD dan cover CD bahan Ifori 230
- 3 Program media : CD & Cover CD ini akan digunakan tahun depan untuk launching video klip “Kamoe Doeloe” Band Om Sepa.



Gambar 3.3.2 Aplikasi CD dan Cover CD

### 3.3.3 X-Banner

#### Spesifikasi media

1. Ukuran : 60x160cm
2. Font : *Deftone Stylus*
3. Bahan : X-Banner
4. Program Media : X-Banner ini di pasang pada waktu *perform* di *event music*.



Gambar 3.3.3 Aplikasi X-Banner

### 3.3.4 Poster

#### Spesifikasi media

1. Ukuran : A3
2. Font : *Marketing Script*
3. Bahan : Ifori 230
4. Program media : Dipublikasikan di tempat tempat yang berhubungan dengan musik dan di Universitas di Kota Semarang.



Gambar 3.3.4 Aplikasi Poster

### 3.3.5 T-Shirt

#### Spesifikasi media

1. Ukuran : M dan L
2. Font : *Deftone Stylus*
3. Bahan : Misty grey
4. Program media : Baju ini khusus di pakai buat personil dan crew band Om Sepa, sebagian juga ada yang di bagikan secara gratis kepada para penonton pada waktu band Om Sepa perform.



Gambar 3.3.5 Media Aplikasi Kaos Personil Band Om Sepa

### 3.3.6 Totebag

Spesifikasi media

1. Font : *Deftone Stylus*
2. Bahan : Drill
3. Program media : Totebag ini khusus di pakai buat personil dan crew band Om Sepa, sebagian juga ada yang di bagikan secara gratis kepada para penonton pada waktu band Om Sepa perform.

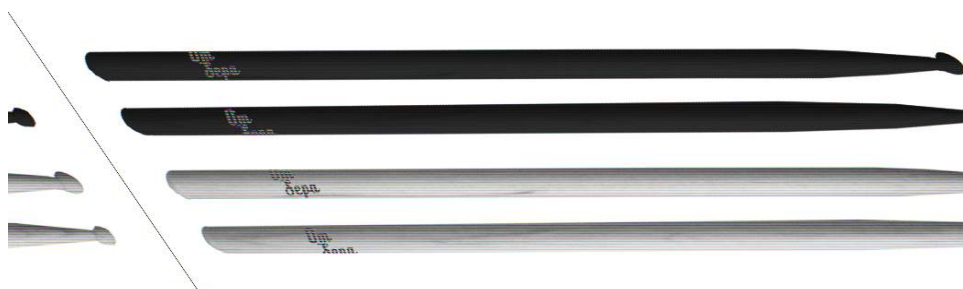


Gambar 3.3.6 Media Aplikasi Totebag

### 3.3.7 Stick Drum

Spesifikasi media

1. Font : *Deftone Stylus*
2. Bahan : Kayu maple
3. Program media : Stick drum ini digunakan personil pada waktu perform dan untuk *marchandise*.

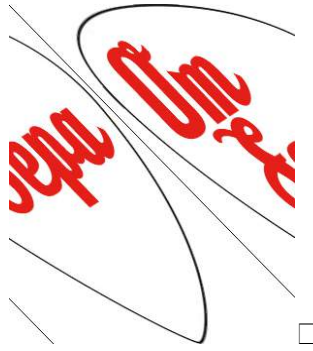


Gambar 3.3.7 Media Aplikasi Stick Drum

### 3.3.8 Pick

Spesifikasi media

1. Font : *Deftone Stylus*
2. Bahan : Plastik
3. Program media : Pick gitar ini di pakai personil pada waktu perform dan untuk *marchandise*.



Gambar 3.3.8 Media Aplikasi Pick Gitar

### 3.3.9 Pin

Spesifikasi media

1. Ukuran : Diameter 5cm
2. Font : *Deftone Stylus*
3. Bahan : Pin
4. Program media : Dibagikan secara gratis kepada para penonton pada waktu band Om Sepa perform.



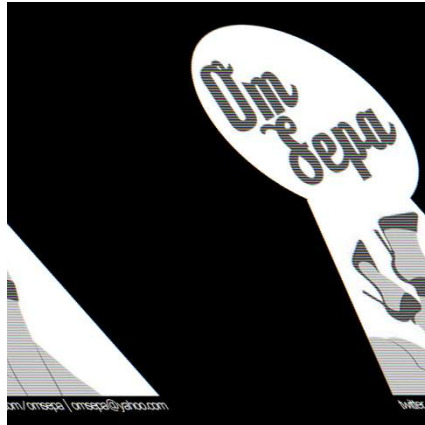
Gambar 3.3.9 Media Aplikasi Pin

### 3.3.10 Stiker

Spesifikasi media

1. Ukuran : 10x10 cm
2. Bahan : Kertas stiker
3. Font : *Deftone Stylus*
4. Program media : Dibagikan secara gratis kepada para penonton pada waktu band Om Sepa perform.





Gambar 3.3.10 Media Aplikasi Stiker

### 3.3.11 Gantungan Kunci

Spesifikasi media

1. Ukuran : Diameter 5cm
2. Font : *Deftone Stylus*
3. Bahan : Gantungan Kunci
4. Program media : Dibagikan secara gratis kepada para penonton pada waktu band Om Sepa perform.



Gambar 3.3.11 Media Aplikasi Pin

## 4 KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Perancangan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual berupa perancangan video profil band Om Sepa di Kota Semarang, video membutuhkan perhatian pada setiap detail dalam strategi pemasaran yang disusun dalam rangka memperkenalkan suatu produk yang baru. Perancangan video ini juga memberikan banyak manfaat dan pengalaman, serta pengetahuan baru yang didapat penulis untuk menambah wawasan dalam hal seperti dunia musik, analisis data, perencanaan proses dan strategi kreatif, penentuan media, serta anggaran promosi yang nantinya bisa diterapkan penulis dalam dunia kerja. Penulis juga mendapatkan ilmu tentang suatu industri besar yang melingkupi musik yang telah berkembang menyusup ke *lifestyle* anak muda. Band Om Sepa adalah sebuah band indie

bergenre orkes modern di kota Semarang yang terbilang band baru tetapi mereka sebelumnya personil sudah malang-melintang di industri musik di kota Semarang. Disinilah peran video yang dibuat untuk menarik target *audience* sehingga dapat bersaing dengan *competitor* sehingga tingkatan produk baru tersebut memiliki *reminding* (peringat) untuk target *audience*, hal tersebut dianalisis dari single lagu terbaru Band Om Sepa. Perancangan video profil band Om Sepa di Kota Semarang ini diharapkan dengan adanya rangkaian perancangan ini akan meningkatkan kepedulian dalam masyarakat di kota Semarang.

#### 4.2 Saran

Perancangan video profil band Om Sepa di Kota Semarang ini diharapkan dapat memperkenalkan band Om Sepa, sehingga band ini semakin di kenal di kota Semarang. Untuk memperkenalkan band ini yang dibutuhkan dan disesuaikan dengan media-media yang sesuai dengan kebutuhan target *audience* sehingga pesan yang di sampaikan cukup efektif. Selain video teaser dan media pendukung yang dipakai memiliki makna atau pesan yang ingin disampaikan, dimana media pendukung yang digunakan baiknya menunjukkan tema yang sama dan berkaitan sehingga pesan dari produk baru dapat mengena pada target *audience*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ambrose, Harris, 2005, Basic Design: Layout, Ava Publishing.
- Artini Kusmiati, Sri Pujiastuti, & Pramuji Suptandar (1991). Teori Dasar Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Djambatan.
- Brewer, Roy. 1971. *Pengantar Tipografi*.
- Craven, David, W, (2003), *Strategic Marketing, Sevent Edition*, Boston: Irvin McGraw-Hill.
- Danim, Sudarwan. 2002. Menjadi Peneliti kualitatif. Bandung : Pustaka Setia
- Dastbaz, Mohammad. (2003). *Designing Interactive Multimedia Systems*. International Edition. McGraw-Hill. Singapore.
- Hofstetter, Fredt. (2001). *Multimedia Literacy*. Third Edition. McGraw-Hill, Irwin.
- J.McNeil, Rhoderick. 2002. *Sejarah Musik 1*. Jakarta : Gunung Mulia
- .Kotler, Phillip, Armstrong, Gary, 2008, *Principles of marketing*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kurtz, David L, 2008, *Principles of contemporary marketing, South-Western Educational Publishing*, Stamford
- Kusmiati, A, Pujiastuti, S, Dan Suptandar, P. (1999). *Teori Desain Komunikasi Visual*. Jakarta : Djambatan.
- Morrison, Stanley. *Typographical Achievement*. London,



Nugroho , Eko .2008 . *Pengenalan Teori Warna* : Andi Publisher

. Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Rangkuti , Fred . 2009 . *Strategi Promosi Yang Kreatif* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama..

Rustan, surianto. (2009) *Layout dasar dan penerapannya*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Shimp , Tarence A . *Periklanan Promosi* . Jakarta : Prenhallindo Scheder, Georg (1977).*Perihal Cetak Mencetak*.Yogyakarta: Kanius.

Sukmadinata, nana syaodih. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

Vaughan, Tay. (2011). *Multimedia : Making It Work. 8th Edition*. New York : McGrawHill.

## **WEB**

[https://instagram.com/om\\_sepa](https://instagram.com/om_sepa) diakses bulan April 2015

<https://twitter.com/search?q=%40officialomsepa&src=typd> diakses bulan April 2015

[https://web.facebook.com/pages/OmSepa/352515014795409?sk=app\\_2405167945](https://web.facebook.com/pages/OmSepa/352515014795409?sk=app_2405167945) di aksen bulan April 2015