

**PERANCANGAN DESAIN KARAKTER
UNTUK VIDEO KLIP ANIMASI PADA LAGU “AURA SUMRINGAH”
DARI BAND ASAL SUKABUMI**

**CHARACTER DESIGN FOR AN ANIMATED MUSIC VIDEO
FOR THE SONG “AURA SUMRINGAH” BY THE BAND
FROM SUKABUMI**

Wildan Muhammad Ramdan¹, Yosa Fiandra², Pebriyanto³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

wildandan@student.telkomuniversity.ac.id¹, pichaq@telkomuniversity.ac.id²,

pebriyanto@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRAK

Aura Sumringah merupakan band asal Kota Sukabumi yang terbentuk pada 10 Juli tahun 2022, band dengan genre orkes moral dangdut kontemporer yang beranggotakan, Ayman Fawaz, Iwan, Agung Darisman, Ihsan Doyok, dan Sam. Perkembangan musik di Kota Sukabumi pada pasca Covid-19 meningkat drastis, banyak bermunculan band baru dengan beragam genre salah satunya adalah Aura Sumringah. Musik video merupakan salah satu media pemasaran yang cukup umum di gunakan oleh sebuah band untuk mempromosikan lagunya, namun di Kota Sukabumi jarang sekali band yang menggunakan medium tersebut sebagai media promosi sebuah lagu, di Kota Sukabumi itu sendiri tidak ada band yang menggunakan animasi sebagai medium untuk mempromosikan lagunya. Tujuan dari penelitian perancangan desain karakter untuk video klip animasi ini adalah menghasilkan sebuah desain karakter yang menarik untuk video klip animasi pada lagu “Aura Sumringah” sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah audiensi dari band Aura Sumringah. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan cara mengobservasi secara langsung pada band Aura Sumringah, wawancara, dan juga melakukan kuesioner, baik terhadap pelaku industri musik maupun pendengar.

Kata kunci: Aura Sumringah, desain karakter, video klip.

ABSTRACT

Aura Sumringah is a band from Sukabumi City formed on July 10, 2022, a band with the genre of contemporary dangdut moral orchestra consisting of, Ayman Fawaz, Iwan, Agung Darisman, Ihsan Doyok, and Sam. The music development in Sukabumi City in post-Covid-19 increased drastically, many new bands appeared with a variety of genres one of which is Aura Sumringah. Video music is one of the most common marketing media used by a band to promote

a song, but in Sukabumi City it is rare for bands to use it as a medium for the promotion of a song. The aim of the character design research for this animated video clip is to produce an attractive character design for the animated clip video on the song "Aura Sumringah" so that it can increase the appeal and number of audiences of the Aura sumringah band. The research is qualitative by observing directly on the Aura Sumringah band, interviews, and also conducting questionnaires, both against the music industry and listeners.

Key words: Aura Sumringah, design character, video clip.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Musik adalah salah satu alat komunikasi yang memiliki beragam manfaat. Selain sebagai sarana hiburan, musik juga berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat (Bahrian, 2021). Menurut (Ersyad & Wulandari, 2022) pesan verbal adalah pesan yang disampaikan langsung oleh komunikator kepada komunikan. Sementara itu, pesan non verbal disampaikan secara tidak langsung, melalui gerakan tangan, tanda, simbol, atau melalui media cetak, elektronik, dan media massa. Salah satu contoh pesan yang disampaikan melalui komunikasi media massa adalah video klip.

(Carlsson, 1999) menjelaskan bahwa video klip adalah bentuk komunikasi audiovisual yang maknanya dihasilkan dengan menggabungkan informasi seperti musik, lirik, dan gambar bergerak. Video klip memiliki beragam jenis *output* atau hasil seperti, video, lirik musik video, *stop motion* atau video klip berupa animasi.

Definisi praktis dari animasi adalah film yang dibuat secara manual, *frame-by-frame*, untuk menghasilkan sebuah ilusi gerakan (Wells, 1998). Perkembangan industri animasi dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri kreatif untuk menonjolkan ide-ide mereka. Dengan animasi juga, ide-ide disampaikan seolah-olah mereka hidup dan nyata (Afif, Prajana, & Prahara, 2020). Salah satu aspek yang sangat penting dalam sebuah animasi merupakan desain karakter karena sebuah karakter memiliki peran mendasar dalam menyampaikan sebuah pesan atau cerita (Ruyattman, 2013).

(Barkley, 2023) Aura Sumringah band *alternative* asal Kota Sukabumi yang terbentuk pada 10 juli tahun 2022, band dengan genre orkes moral dangdut kontemporer yang beranggotakan, Ayman Fawaz, Iwan, Agung Darisman, Ihsan Doyok, dan Sam. Lagu Aura Sumringah berceritakan tentang “kami (band Aura Sumringah) yang akan menghibur hati para pendengarnya yang sedang gundah gulana” tutur ayman, melalui lirik yang berbunyi:

“Kala hati gundah gulana, terluka oleh keras dunia
Jangan pernah merasa sendiri, tenanglah masih ada kami
Jika kau merasa terluka
yang di kira adalah obat, ternyata dia luka terberat
Kami bisa buatmu sehat
Lelah hati mencari
Kedamaian diri”.

Menurut (Fawaz, Band Aura Sumringah, 2023) bahwa di Kota Sukabumi belum ada penggunaan video klip berupa animasi, dan itu di dukung oleh kuesioner yang penulis sebarakan ke beberapa orang terutama di Kota Sukabumi, oleh karena itu penggunaan animasi dalam sebuah video klip di Kota Sukabumi diharapkan menjadi yang pertama dan mampu meningkatkan daya tarik band Aura Sumringah melalui lagunya yang berjudul “Aura Sumringah”.

Oleh sebab itu perancangan desain karakter untuk video klip animasi ini dibutuhkan sebagai pendukung yang fundamental dalam sebuah animasi dan untuk memberi sentuhan baru pada band Aura Sumringah maupun menambah jenis video klip dan ikon yang ada pada band-band di Kota Sukabumi, juga diharapkan juga bisa meningkatkan daya tarik dari band Aura Sumringah itu sendiri.

2. Landasan Teori

2.1 Design Thinking

(Dam & Siang, 2021) menyatakan bahwa *design thinking* merupakan proses penyempurnaan yang bertujuan untuk memahami pengguna, menantang asumsi yang ada, dan mendefinisikan ulang masalah guna menemukan strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak terlihat pada pemahaman awal. Ada lima model fase yang diusulkan oleh *Hasso-Plattner Institute of Design* di Stanford, yang juga dikenal sebagai *d.school*:

1. Empati – memahami pengguna Anda
2. Definisi – merumuskan kebutuhan pengguna, masalah mereka, dan wawasan yang Anda peroleh
3. Ideasi – menantang asumsi dan menghasilkan ide-ide untuk solusi inovatif
4. Prototipe – mulai menciptakan solusi
5. Pengujian – menguji solusi

2.2 Konsep Desain

(Sugihartono, S.Pd., M.Sn., CiQaR., 2014) menyatakan konsep desain adalah inti dari ide yang difokuskan pada perancangan produk atau karya, yang diungkapkan melalui kumpulan sketsa, gambar, dan pernyataan tertulis. Ini membantu desainer dan pengembang untuk tetap terfokus dalam proses kreatif dan memastikan bahwa produk dapat dibawa ke pasar dengan nilai yang signifikan bagi pengguna. konsep desain terdiri dari dua elemen:

1. Elemen Verbal

Bagian verbal dari konsep menggunakan kata-kata untuk menggambarkan suatu ide. Konsep verbal cenderung bersifat abstrak dan fokus pada pesan yang ingin disampaikan.

2. Elemen Visual

Bagian visual dari konsep menggunakan gambar atau skema dengan warna tertentu. Konsep visual lebih konkret dan berfokus pada cara penyampaian pesan secara visual.

2.3 Media Promosi

Sebuah merek tidak hanya terbatas pada logo atau merek dagang. Merek dibangun melalui setiap interaksi antara konsumen dan musisi. Interaksi dengan karya, komunikasi pemasaran (baik visual, tertulis, maupun audiovisual) melalui berbagai saluran seperti website, media sosial, dan bentuk lainnya, serta citra seorang musisi secara keseluruhan, semuanya bergabung untuk membentuk identitas merek secara menyeluruh (Dewatara & Agustin, 2019).

2.4 Musik Video

Video klip lagu merupakan media visual yang mampu menarik perhatian dan memberikan gambaran informasi dari sebuah lagu yang ingin disampaikan oleh seorang pencipta lagu sehingga lebih mudah dipahami masyarakat (Al Rasyid, 2016).

2.5 Animasi 2D

Animasi dua dimensi, atau animasi klasik, merupakan jenis animasi yang dibuat dengan memulai dari satu gambar. Prosesnya mencakup pewarnaan, pengaturan gerak, dan penentuan waktu, yang biasanya dilakukan dengan bantuan komputer. Disebut dua dimensi karena hanya memiliki dua dimensi, yakni panjang dan lebar. (Yunia, I Komang, & Alexander, 2020).

2.6 Stylized Design Character

Desain karakter dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama yakni, realistis dan bergaya dengan banyak variasi di antara keduanya. Desain realistis berusaha meniru alam seakurat mungkin, sedangkan desain bergaya menggambarkan realitas dengan cara yang berlebihan. (Maestri, 2006).

Desain karakter yang bergaya (*stylized*) dapat menghindari berbagai masalah yang muncul dengan realisme. Ketika karakter tidak tampak sepenuhnya realistis, penonton lebih cenderung menerima gerakan dan ekspresi yang tidak realistis.

2.7 Desain Karakter

Desain karakter adalah sebuah bentuk ilustrasi yang menggambarkan konsep "manusia" beserta segala atributnya seperti sifat, fisik, profesi, tempat tinggal, bahkan takdir, dalam berbagai bentuk, termasuk hewan, tumbuhan, atau benda mati. Karakter dapat beragam, mencakup laki-laki, perempuan, manusia, robot, monster, dan sebagainya. Karakter mencerminkan sifat manusia secara umum, yang dipengaruhi oleh faktor kehidupan masing-masing individu. Sebagai makhluk individu dan sosial, manusia memiliki karakter sosial yang kuat dan unik dibandingkan makhluk hidup lainnya. Untuk menunjukkan eksistensinya, setiap manusia pasti memiliki karakteristik yang khas (Ruyattman, 2013).

a. Lingkaran

Karakter lingkaran sering digambarkan sebagai orang yang lucu dan tidak menyeramkan. Karakter bulat juga dapat digambarkan sebagai orang yang terbuka dan gampang percaya atau anak-anak (Beiman, 2007).

b. Persegi

Karakter persegi dapat menunjukkan bahwa seseorang dapat dipercaya, diandalkan, setia, dan kuat. Jenis ini sering dikaitkan dengan hal-hal maskulin, tetapi juga dapat menggambarkan hal-hal lain seperti kebodohan dan kebosanan (Beiman, 2007).

c. Segitiga

Tidak ada hubungan antara segitiga dan dengan feminitas atau maskulinitas. Bentuk ini dapat menggambarkan ketajaman, pergerakan, atau penyimpangan. Jenis karakter ini biasanya cepat, jeli, agresif, dan cerdas (Beiman, 2007).

Desain karakter juga dapat menghasilkan persepsi yang berbeda pada setiap penonton. Peran penting dari desain karakter adalah untuk berkomunikasi dengan penonton melalui tindakan yang menggabungkan berbagai postur, ekspresi, dan gestur (Pebriyanto, Ahmad, H. A., & Irfansyah, 2022).

2.8 Head Height

Mayoritas kartun animasi berada dalam kategori tinggi 2-6 kepala. Karakter yang memiliki tinggi 8 kepala mungkin tampak jenaka dan berlebihan, namun biasanya masuk ke dalam kategori serius dan realistis. Karakter dengan tinggi lebih dari 8 kepala juga bisa terlihat lucu, tetapi perhatian lebih akan tertuju pada tubuh mereka daripada kepala/wajah (Kongragte, 2016).

2.9 Kostum

(Capaccio, 2018) menjelaskan bahwa desainer dapat memaparkan cerita melalui karakter, keluarga, kondisi sosial, dan gaya hidup mereka melalui kostum mereka. Mereka juga dapat menonjolkan kekuatan, kelemahan, perasaan, dan keunikan setiap karakter melalui keharmonisan dan kontras antar karakter, dan desainer juga dapat menjelaskan hubungan antara karakter dan cerita yang sedang berlangsung melalui penampilan hubungan antara karakter dan alur cerita.

2.10 Psikologi Warna

(Monica & Luzar, 2011) menyatakan bahwa ketika warna diterapkan dalam dunia desain, kualitas sebuah desain sangat bergantung pada selera dan persepsi individu yang melihatnya. Meskipun begitu, hal pertama yang ditangkap oleh mata manusia selain bentuk adalah warna. Berikut adalah contoh warna beserta dengan maknanya:

a. Merah

Warna dapat dibagi berdasarkan arti simbolisnya, seperti merah yang sering dihubungkan dengan matahari, darah, api, atau kejahatan, yang memiliki konotasi baik positif maupun negatif (Tresna, 2021). Asosiasi positifnya mencakup semangat, cinta, darah, energi, antusiasme, panas, dan kekuatan. Sementara itu, asosiasi negatifnya meliputi agresi, kemarahan, perang, revolusi, kekejaman, dan ketidaksopanan (Monica & Luzar, 2011).

b. Ungu

Ungu diasosiasikan dengan keagungan dan spiritualitas. Asosiasi positifnya meliputi kemewahan, kebijaksanaan, imajinasi, keajaiban, kedudukan, inspirasi, kekayaan, penghargaan, dan mistik. Sisi negatifnya bisa berarti kekejaman dan berlebihan (Monica & Luzar, 2011).

c. Oranye

Oranye diasosiasikan dengan musim semi dan buah jeruk. Asosiasi positifnya mencakup peningkatan energi, kreativitas, keunikan, stimulasi, sifat sosial, kesehatan, dan aktivitas. Sisi negatifnya bisa meliputi kegilaan, tren yang sementara, dan kebisingan (Monica & Luzar, 2011).

d. Hitam

Hitam diasosiasikan dengan malam dan kematian. Asosiasi positifnya mencakup kekuatan, kekuasaan, berat, kemewahan, keanggunan, keseriusan, kelas, kesunyian, dan misteri (Monica & Luzar, 2011).

e. Putih

Putih diasosiasikan dengan sinar dan kemurnian. Asosiasi positifnya mencakup kesempurnaan, pernikahan, kebersihan, kebajikan, kejujuran, sinar, kelembutan, kesucian, dan kesederhanaan. Sementara itu, asosiasi negatifnya mencakup kerapuhan dan isolasi (Monica & Luzar, 2011).

2.11 Teori Khalayak Sasar

Dikutip dari buku “Life-Span Development” Edisi Ketigabelas Jilid 1 yang ditulis oleh (Santrock, 2002). Bahwa fase “Dewasa Awal” dimulai pada usia 18 - 25 tahun. Di mana individu mengalami eksplorasi dalam memilih jalan yang ingin mereka tempuh, mengetahui identitas mereka, gaya hidup yang ingin mereka pilih, dan belajar bertanggung jawab akan pilihan untuk kesenangan mereka. Menurut Teori Piaget, pada usia tersebut juga mengalami perkembangan kognitif yang disebut “Postformal Thought” yaitu pemikiran untuk menghadapi ketidakpastian, ketidaksempurnaan, dan juga kompromi yang terjadi sebelum memasuki tahap terakhir dalam pertumbuhan kognitif terakhir pada manusia.

3. Data dan Analisis Data

3.1 Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data dalam lingkungan alami untuk menafsirkan fenomena yang terjadi. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama, pengambilan sampel sumber data dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu (Anggito & Setiawan, 2018)

3.2 Observasi

Observasi untuk bidang penelitian visual adalah mengamati dan mencatat unsur yang terdapat pada suatu gambar. Gambar dilihat secara teliti, yang kemudian memberikan sensasi kepada otak untuk di olah menjadi persepsi kemudian di rangkai menjadi informasi (Soewardikoen, 2019). Dari hasil observasi yang penulis lakukan baik secara langsung maupun tidak langsung:

a. Observasi Secara Tidak Langsung

Aura Sumringah memiliki platform digital dengan visual yang relatif kurang bervariasi di mulai dari *profile picture platform* digital hingga *cover* lagu dari karyanya hanya digarap dengan 2 jenis medium yaitu fotografi dan videografi,

b. Observasi Secara Langsung

Audiensi yang hadir di hari dimana penulis melakukan obesrvasi secara langsung terbilang sangat tersegmentasi, sebagian besar audiensi dari Aura Sumringah merupakan penggiat otomotif atau komunitas motor.

				
Iwan Barkley	Ayman Fawaz	Agun Darisman	Ihsan	Dicky Riyadi

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, anggota band Aura Sumringah memiliki jarak umur yang jauh, dengan rata-rata berkulit sawo matang, menunjukkan bahwa anggota band Aura Sumringah memiliki darah keturunan Indonesia, dengan rata-rata rambut berwarna hitam dan gaya rambut yang cukup bervariasi.

3.3 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara periset (seorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap suatu objek) (Berger dalam Kriyantono, 2020:289).

a. Hasil Wawancara Dengan Band Aura Sumringah

Berdasarkan hasil dari wawancara yang saya lakukan dengan grup band Aura Sumringah, grup tersebut telah berdiri sejak 10 juli 2022, dengan Iwan Barkley sebagai *initiator* atau penggagas akan langkah pertama dalam pembuatan grup band Aura Sumringah. Mereka berpendapat bahwa grup band tersebut merupakan band yang sedang banyak diminati khususnya di kota Sukabumi, dikarenakan belum adanya band dengan konsep seperti Aura Sumringah yang membawakan orkes dangdut, mereka sendiri menyadari bahwa mereka mengisi kebutuhan akan hiburan orkes dangdut di kota Sukabumi khususnya.

Iwan sadar akan lagu yang berjudul Aura Sumringah yang sengaja dia ciptakan bersama Agung sebagai mars dari grup band tersebut berhasil menjadi sebuah lagu yang wajib ditampilkan baik pada pembukaan maupun penutupan, lagu tersebut seakan akan menjadi mars band Aura Sumringah tutur Ihsan. Lagu tersebut memiliki nyawa tersendiri dari mulai lirik yang mudah diingat dan dipahami dengan kesengajaan mereka lebih menguatkan lagu di aspek lirik namun bukan berarti tidak memperhatikan komponen lainnya dalam bermusik, Agung berpendapat bahwa lirik pada *chorus* yang berbunyi “aura sumringah bisa jadi solusinya, aura sumringah kami hadir untuk anda” dia rasa dalam lirik itu memiliki makna dan tujuan dari Aura Sumringah yang akan menjadi solusi dan penghibur untuk hati yang gundah-gulana, bagaimana pun Ayman merasa bahwa lagu yang berjudul Aura Sumringah akan sulit untuk dibuat Kembali, mengingat bahwa memang musik dangdut merupakan musik yang menurutnya sulit untuk di buat atau di mainkan.

b. Hasil Wawancara Dengan Media Musik dan Penggiat Musik

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua narasumber genre musik di Indonesia secara menyeluruh memiliki peningkatan, terutama pasca *Covid-19* musik memiliki variasi yang lebih beragam dalam hal genre, termasuk *Punk*, *Hardcore*, dan Dangdut seperti yang dibawakan oleh Denny Caknan. Konser-konser *multigenre* sering diadakan di berbagai kota dan didukung oleh platform *streaming* yang menunjukkan peningkatan popularitas yang merata di semua genre.

Begitupun peristiwa yang terjadi di Kota Sukabumi sebelumnya didominasi oleh band-band *scene underground*. Namun, pada tahun 2023, bermunculan genre-genre yang lebih bervariasi. Salah satunya adalah orkes moral kontemporer dengan Aura Sumringah.

Di Kota Sukabumi sedikit sekali band-band yang membuat video klip karena banyak dari band-band di Kota Sukabumi merupakan sebuah band yang masih merintis, jadi lagu saja sudah merupakan pencapaian paling tinggi di band-band Kota Sukabumi.

Sebuah video klip dapat memengaruhi minat terhadap lagunya, sebuah video klip dapat dinilai melalui *story telling*, visual art, dan kualitas gambar, karena sebuah video klip itu dinilai bagus salah satunya melalui *story telling* dan sosok (desain karakter) adalah sebuah medium yang cocok untuk dapat menyampaikan sebuah cerita atau narasi yang di luar audio.

3.4 Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Uma Sekaran dan Roger Bougie 2017:170).

Dari hasil data kuesioner dapat disimpulkan bahwa di kota Sukabumi belum ada band ataupun penyanyi yang menggunakan musik video animasi sebagai media untuk mempromosikan dan meningkatkan daya tarik dari musik itu sendiri, 92,6% dari responden menyatakan bahwa unsur visual dapat meningkatkan daya tarik sebuah musik, dan 87% juga menyatakan bahwa animasi dengan gaya kartun lebih menarik sebagai musik video animasi di dibandingkan dengan stop motion atau animasi berupa *vector*.

3.5 Analis Karya Sejenis

<p>Dragon Force “Razorblade Meltdown”</p>	<p><i>King Gizzard & The Lizard Wizard</i> “Interior People”</p>	<p><i>Childish Gambino</i> “Feels Like Summer”</p>
		

Pada desain karakter video klip animasi milik Dragon Force “Razorblade Meltdown” memiliki gaya desain yang realistis dengan kemiripan pada bentuk karakter anggota Dragon Force aslinya. Warna monochrome yang ditampilkan membuat penulis fokus terhadap cerita yang ingin disampaikan pada video klip tersebut . Pada video klip King Gizzard & The Lizard Wizard menampilkan desain karakter yang

realistis dan tidak realistis penggabungan 2 gaya desain karakter memberikan kebebasan dalam penyampaian sebuah cerita yang ingin disampaikan. Warna pada video klip tersebut memiliki warna yang unik, dengan kontras yang sangat kuat, penempatan warna-warna yang tidak biasa memberikan kebebasan dalam imajinasi dalam video klip tersebut. Pada video klip milik Childish Gambino “Feels Like Summer” bentuk desain karakter tersebut memiliki desain yang tidak realistis mendekati kartun dengan proporsi pada bagian kepala yang besar. Warna pada video klip tersebut menampilkan warna-warna yang hangat memberikan kesan tenang dan hangat.

4 Konsep Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Dengan slogan yang dibuat oleh Iwan selaku founder dari Aura Sumringah yakni, “edisi bosan keren” membuat aura sumringah tampil bebas dan meriah dengan memakai kostum yang menurut mereka “norak” dan itu merupakan ciri khas mereka untuk tampil mencolok menjadikan hal tersebut sebagai ciri khas dan karakter Aura Sumringah yang nyentrik (bergaya eksentrik). Diharapkan melalui perancangan desain karakter yang penulis lakukan dapat meningkatkan citra tersebut sebagai band yang bergaya eksentrik.

4.2 Konsep Kreatif

Konsep dan ide perancangan karakter untuk animasi 2D untuk video klip lagu yang berjudul “Aura Sumringah” terbentuk dari berbagai data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan analisis karya sejenis. Karakter dalam video klip tersebut merepresentasikan setiap anggota band Aura Sumringah.

Desain dari masing-masing anggota band Aura Sumringah di sesuaikan dengan ciri-ciri fisik yang ada pada setiap individu yang bergabung dalam band Aura Sumringah, Dari apa yang telah penulis lakukan selama wawancara ada kata-kata yang cukup melekat dari apa yang founder Aura Sumringah yaitu Iwan barkley katakan pada saat sesi wawancara berlangsung terhadap kostum yang Aura Sumringah gunakan pada saat tampil, yaitu “edisi bosan keren” dengan tampil menggunakan pakaian yang dia rasa “norak” atau kurang serasi dengan kostum atau pakaian yang generasi saat ini gunakan. Pakaian dengan gaya tahun 70-an merupakan kostum yang Aura Sumringah pilih sebagai ciri khas grup tersebut agar terkesan norak, menghibur, dan “nyeleneh” (menyimpang).

4.3 Konsep Media

Dalam proses perancangan ini, penulis memanfaatkan salah satu aplikasi dari Adobe untuk mendukung pembentukan karakter yang sesuai dengan konsep yang dibuat. Media utama yang digunakan penulis dalam merancang karakter untuk video klip lagu “Aura Sumringah” adalah Photoshop Cc 2024. Aplikasi ini digunakan untuk membuat sketsa, garis tepi, dan pewarnaan karakter.

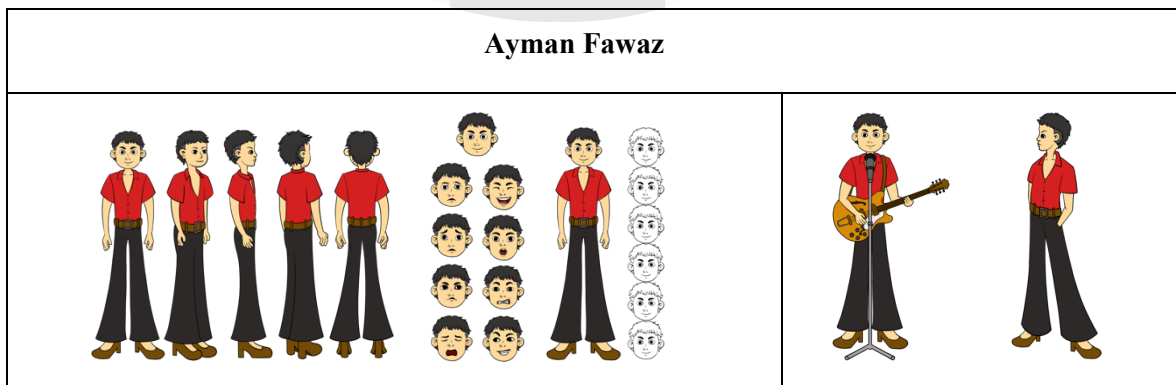
4.4 Konsep Visual

Perancangan desain karakter untuk video klip “Aura Sumringah” berfokus untuk merepresentasikan setiap individu di dalam grup band “Aura Sumringah”, dengan gaya visual *stylized animation character* seperti pada video klip milik *Dragon Force “Razorblade Meltdown”* melalui penyesuaian yang ada pada karakteristik band Aura Sumringah yang “nyeleneh” atau menyimpang juga dengan sentuhan atribut dari era 70-an sebagai kostum utama yang ada pada masing-masing desain karakter.

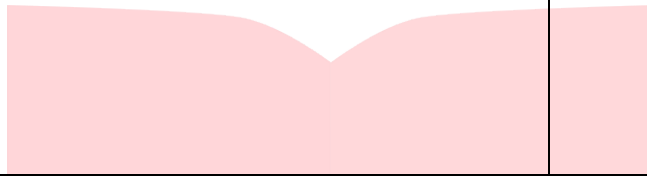
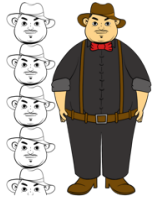
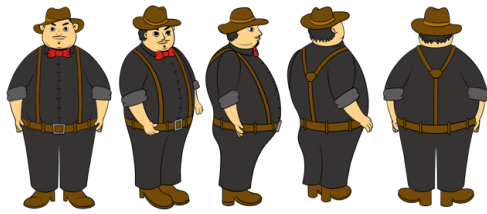
Warna yang ada pada masing-masing karakter tersebut diputuskan melalui hasil wawancara yang telah penulis lakukan, menyesuaikan dengan watak dan karakter dari tokoh-tokoh yang ada pada grup band tersebut, seperti karakter Ayman yang memiliki karakter dengan dominasi warna merah. Warna dominasi hitam pada karakter Iwan Barkley melambangkan profesional juga warna merah sebagai lambang semangat dan cinta pada grup band tersebut. Warna oranye pada karakter Dicky Riyadi (Sam) menunjukkan bahwa dia adalah seseorang yang periang. Warna putih pada sosok karakter Ihsan melambangkan kebersihan dan kesucian. Warna ungu yang ada pada karakter Agung Darisman melambangkan inspirasi dan keajaiban.

4.5 Hasil Perancangan

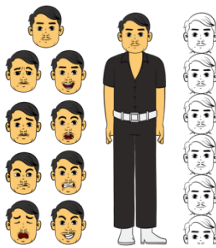
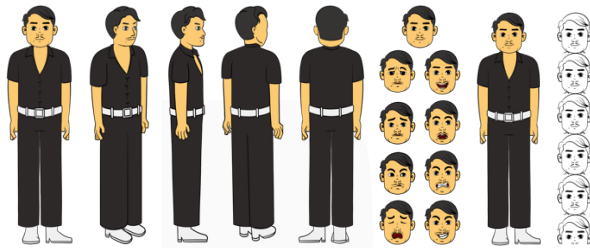
Berikut ini merupakan hasil perancangan desain karakter untuk video klip Aura Sumringah yang diselesaikan setelah melakukan observasi terhadap anggota grup band tersebut.



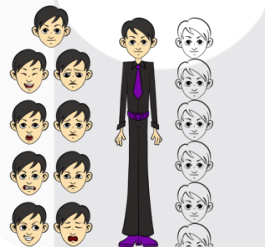
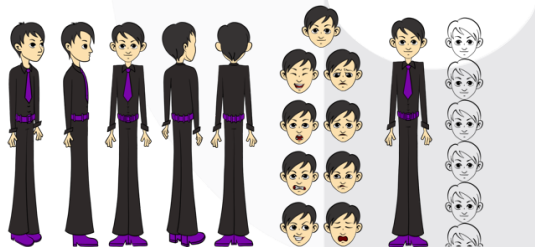
Iwan Barkley



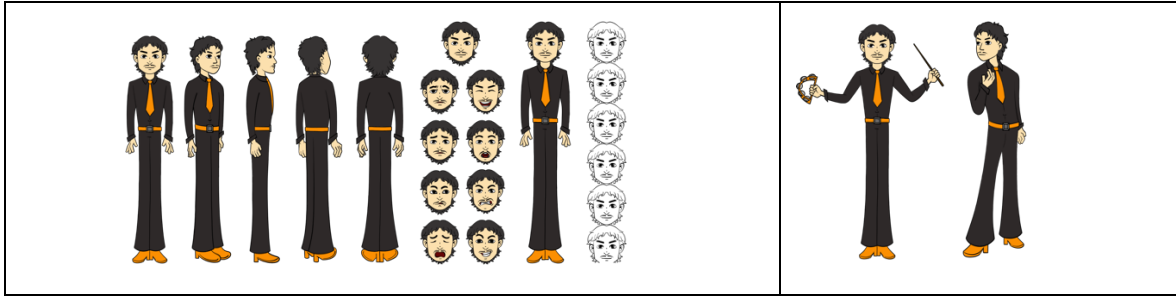
Ihsan



Agung Darisman



Dicky Riyadi



5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Untuk membantu meningkatkan daya tarik dari lagu berikut dengan band Aura Sumringah, targetnya adalah remaja hingga dewasa yang berusia antara 18-25 tahun. Pendekatannya menggunakan desain karakter untuk video klip animasi yang merepresentasikan *personality* band Aura Sumringah dengan menampilkan anggota band Aura Sumringah dalam sebuah desain karakter animasi yang dengan gaya kartun.

Data dikumpulkan melalui berbagai metode seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan karya sejenis. Informasi yang diperoleh, seperti *personality* anggota band Aura Sumringah, pemanfaatan peristiwa munculnya variasi genre musik di Indonesia dan Kota Sukabumi khususnya, pemanfaatan tidak adanya penggunaan video klip animasi sebagai media pemasaran sebuah lagu di Kota Sukabumi

Setelah data dan referensi visual yang diperoleh diterapkan ke dalam perancangan sebuah desain karakter, hasilnya adalah desain karakter yang merepresentasikan anggota band Aura Sumringah. Desain karakter ini kemudian dapat digunakan sebagai sebuah *asset* untuk berbagai kebutuhan selain animasi, seperti *merchandise*, *artbook* dan *icon* band Aura Sumringah.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan perancangan desain karakter untuk Tugas Akhir, penulis telah merangkum beberapa saran yang dapat menjadi panduan bagi penelitian selanjutnya terkait pembuatan animasi untuk video klip Aura Sumringah, yaitu:

- a. Bagaimana memasarkan sebuah lagu Aura Sumringah melalui elemen-elemen visual seperti merchandise, ikon, poster, juga video klip.
- b. Membuat video klip animasi yang sesuai dengan pesan yang disampaikan pada lagu Aura Sumringah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aff, R. T., Prajana, A. M., & Prahara, G. A. (2020). ANALYSIS OF CHARACTER DESIGN AND CULTURE IN THE LASKAR CIMA ANIMATION. *International Proceeding Conference on Multimedia, Architecture & Design*, 410.
- Al Rasyid, H. (2016). PERANCANGAN VIDEO KLIP ANIMASI 2D LAGU ANAK-ANAK “ MENGENAL WARNA DALAM BAHASA INGGRIS”. 2.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Kabupaten Sukabumi: CV Jejak.
- Bahrian, M. M. (2021). Studi Analisis Semiotika Lirik Lagu Secukupnya yang Dipopulerkan Oleh Hindia. *PEMAKAIAN LIRIK LAGU SECUKUPNYA*, 2.
- Barkley, I. (2023, December 31). Band Aura Sumringah. (W. M. Ramdan, Interviewer)
- Beiman, N. (2007). *Prepare To Board!: Creating Story and Characters for Animated Features and Shorts*. Waltham, Massachusetts: Elsevier Focal Press.
- Capaccio, N. (2018). *Costume Design in TV and Film*. United States: Cavendish Square Publishing, LLC.
- Carlsson, S. E. (1999, February 2). *Audiovisual poetry or Commercial Salad of Images? - Perspective on Music Video Analysis*. Retrieved from FilmSound.org: https://filmsound.org/what_is_music_video/
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). What is Design Thinking and Why Is It So Popular? *Interaction Design Foundation*, 2-3.
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). PEMASARAN MUSIK PADA ERA DIGITALDIGITALISASI INDUSTRI MUSIK DALAM INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4.
- Ersyad, F. A., & Wulandari, D. N. (2022). STRATEGI KREATIF PADA VIDEO KLIPRAISA NYAWA DAN HARAPAN. *Jurnal Ilmu Sosial, Seni, Desain dan Media*, 1.
- Fawaz, A. (2023, December 31). Band Aura Sumringah. (W. M. Ramdan, Interviewer)
- Kongragte. (2016, May 19). *KONGREGATE DEVELOPER*. Retrieved from kongregate: <https://blog.kongregate.com/design-tips-for-in-game-character-proportions/>
- Maestri, P. G. (2006). *Digital Character Animation 3*. New Riders.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. 1.
- Pebriyanto, Ahmad, H. A., & Irfansyah. (2022). Anthropomorphic-Based Character in The Animated Film “Ayo Makan Sayur dan Buah”. *Jurnal Seni Media Rekam*, 75-91.
- Ruyattman, M. (2013). Perancangan Buku Panduan Membuat Desain Karakter Fiksi Dua Dimensi secara Digital. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1-2.
- Santrock, J. W. (2002). *Life-span Development*. United States: McGraw-Hill.
- Soewardikoen. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugihartono, S.Pd., M.Sn., CiQaR., D. A. (2014). Konsep Desain. 2-3.
- Tresna, S. B. (2021). The Color Map of Death in the Scene of the Bridge Connecting the Land of the Living and the Land of the Dead in Coco Film. *Proceedings of the 3rd ITB Graduate School Conference ISSN: 2963-718X Enhancing Creativity in Research Through Developing Innovative Capabilities*, 330.
- Wells, P. (1998). *Understanding Animation*. Psychology Press.
- Yunia, I. S., I Komang, S., & Alexander, H. S. (2020). *Pengembangan Animasi Dua Dimensi Pada Pembelajaran Tematik Untuk Siswa Kelas III Sekolah Dasar*, 4.