

KARTUN SEBAGAI KOMUNIKASI VISUAL COVER ALBUM YOURSELF BAND WRONGWAY

Dendy Ilham Gumilang¹, Asidigisianti Surya Patria²

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
dendy.19123@mhs.unesa.ac.id

²Desain Grafis, Program Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
asidigisiantipatria@unesa.ac.id

Abstrak

Kebutuhan hiburan masyarakat khususnya musik menuntut manusia untuk berinovasi agar dapat menghasilkan sebuah karya musik yang berkarakter untuk bisa dinikmati banyak orang. Komponen penting dari promosi musik adalah rilisan album fisik maupun digital. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan komunikasi visual untuk album kedua band Wrongway, yang berjudul Yourself. Wrongway adalah band hardcore asal Surabaya yang dibentuk pada tahun 2010. Untuk mempromosikan album kedua mereka, dibutuhkan perancangan komunikasi visual untuk menyampaikan pesan dan membentuk citra album Yourself ini. Penelitian ini menggunakan metode design thinking dengan fokus utama user. Proses perancangan ini diawali dengan melakukan interview bersama personel band Wrongway untuk mendapatkan detail mengenai representasi serta isi dari album ini, kemudian mendengarkan lagu dari album Yourself dan melalui proses analisis hingga ke proses perancangan. Sumber data yang didapat berasal dari wawancara langsung dengan personel band Wrongway, serta data sekunder dari literatur. Visualisasinya menerapkan gaya kartun dengan menggunakan warna vibrant. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karya komunikasi visual dengan pendekatan ilustrasi dipilih karena dapat menyampaikan pesan dari isi album ke dalam bentuk visual, sehingga diharapkan dapat membentuk citra album Yourself dan memperkuat karakter musik hardcore yang dimainkan oleh band Wrongway.

Keywords: Hardcore, Band, Album Yourself, Kartun, Wrongway.

Abstract

The needs of society, especially music, require humans to pursue in order to produce a musical work with character that can be enjoyed by many people. An important component of music promotion is the release of both physical and digital albums. This research departs from the need for visual communication for the band's second album Wrongway, entitled Yourself. Wrongway is a hardcore band from Surabaya which was formed in 2010. To form their second album, a visual communication design is needed to convey the message and image of this Yourself album. This research uses the design thinking method with the main focus on the user. The design process started by conducting interviews with Wrongway band personnel to get details about the representation and contents of this album, then listening to songs from the album Yourself and going through the analysis process to the design process. Sources of data obtained from direct interviews with Wrongway band personnel, as well as secondary data from the literature. The visualization applies a cartoon style using bright colors. The results showed that the communication of visual works with an illustration approach was chosen because it can convey messages from the contents of the album into visual form, so it is hoped that the album will image Yourself and strengthen the character of the hardcore music played by the band Wrongway.

Keywords: Hardcore, Band, Album Yourself, Cartoon, Wrongway.

PENDAHULUAN

Musik indie adalah istilah yang mengarah pada band atau musisi yang berkarya secara independen. Mulai dari pembuatan lagu, rekaman, promosi, hingga distribusi yang dilakukan sendiri. Meskipun tidak dinaungi label rekaman, musik indie punya keunikan tersendiri (Yahya, 2016). Kehadiran band indie saat ini bukanlah hal baru di dalam dunia musik Indonesia. Band indie sudah muncul dan tumbuh pada tahun 1970-an diawali oleh Koes Plus dan diikuti oleh God Bless, AKA, Giant Step, Super Kid, dan Bantoel. Namun, pada era itu band-band tersebut masih disebut dengan musik bawah tanah (*underground*).

Musik *underground* mengusung beragam aliran atau jenis musik atau genre. Terminologi musik *underground* yang digunakan pada akhir 1990-an di Indonesia merujuk pada kelompok subgenre Rock yang merentang dari punk, hardcore, death metal, grindcore, brutal death, hyperblast, black metal, grunge, indies, industrial, dan gothic (Wallach, 2003:36). Di antara beberapa jenis musik tersebut, musik hardcore adalah yang paling populer semenjak tahun 1980-an (Satya, 2016). Jenis musik ini populer karena banyak dukungan dari adanya kontribusi kelompok musik hardcore di acara musik umum maupun konser besar.

Pada dasarnya, musik hardcore adalah keturunan dari musik punk. Akan tetapi, musik hardcore menggunakan tempo yang lebih cepat serta agresif. Lirik yang dibawakan musik hardcore biasanya berbicara tentang solidaritas, kebersamaan, kesetaraan, perdamaian, HAM, lingkungan hidup, hingga politik (Samyayogi, 2006).

Karakter yang dimiliki musik hardcore sendiri masih seperti musik punk, yakni cepat dan bersemangat. Perbedaannya terletak pada karakter vokalnya yang diubah. Vokal dalam musik hardcore sendiri lebih terengah-engah seperti kehabisan nafas yang menimbulkan kesan emosional dan lelah. Terkadang, vokal yang digunakan dalam musik hardcore juga menggunakan jeritan serta teriakan yang sangat keras di puncak lagu mereka (Radin, 2008).

Salah satu band indie yang beraliran hardcore yaitu *Wrongway*. *Wrongway* adalah band

asal Surabaya yang mengusung musik hardcore. Band ini mulai ikut meramaikan dunia permusikan di Surabaya dan sekitarnya pada akhir 2010. *Wrongway* dibentuk karena kesamaan musik yang disukai pemain-pemainnya. Pada awalnya, *Wrongway* terdiri dari 5 anggota, yaitu Edi (gitar) Gondrong (gitar), Viga (vokal), Kluwing (bass) dan Piyong (drum). Seiring berjalannya waktu, *Wrongway* telah mengalami pergantian personil dan kini hanya berjalan dengan 4 personil yaitu Edi (gitar), Viga (vokal), Ade (bass), dan Gembul (drum).

Di tahun 2021, *Wrongway* merilis album keduanya yang bertajuk "*Yoursel*". Dalam album kedua ini, *Wrongway* membutuhkan media komunikasi visual yang efektif untuk mempromosikan albumnya dengan lebih matang dan menarik sebagai upaya meningkatkan nilai jual album tersebut. Akan tetapi, album "*Yoursel*" ini masih belum memiliki desain cover sebagaimana mestinya yang harus dimiliki oleh sebuah album.

Wrongway sebagai band yang akan memulai debut album keduanya harus memiliki media promosi yang menarik agar lebih dikenal oleh penikmat musik secara luas. Namun, tidak semata-mata hanya untuk meraih keuntungan bagi band *Wrongway* sendiri, perancangan album yang dikonsep secara mendalam dengan mengangkat gaya hidup *straight edge* juga diharapkan mampu menginspirasi band-band indie lokal lainnya yang memiliki permasalahan dalam pembentukan *value*, *brand image*, dan identitas visual.

Peluncuran album baru band *Wrongway* membutuhkan cover album sebagai penciri album tersebut. Selain itu, cover album juga bisa digunakan sebagai media promosi album agar para penggemar dapat mengetahui album baru tersebut. Dengan cara mempromosikan album saat band *Wrongway* tampil di acara musik. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa diperlukan cover album baru dari band *Wrongway* yang digunakan sebagai penciri album dan sebagai media promosi.

Dalam strategi promosi musisi, pengenalan album dimulai dari keluarnya hits single yang masuk media *streaming*, *event on air*, dan dilanjutkan ke promosi album lewat *official*

website ataupun media sosial artis itu sendiri. Sebagai bentuk usaha management musisi dalam mempromosikan musisi baru, desain komunikasi visual menjadi salah satu aspek penting yang diperlukan. Bagi para musisi dan pelaku bisnis di industri musik, media komunikasi visual yang sesuai mempunyai peran penting untuk mempromosikan produk mereka tanpa mengesampingkan kualitas musik yang mereka tawarkan dari produk mereka itu sendiri. Hal ini berlaku untuk semua musisi, baik yang dinaungi label ataupun independen (*indie*).

Setiap musisi memiliki gaya desain yang diselaraskan dengan genre yang dimilikinya karena setiap musisi memiliki karakter dan target market yang berbeda-beda. Band punk bergenre *hardcore* memiliki ciri khas visual bergaya kartun dengan penggunaan elemen seperti *dance* dan *komik* (Sadewo, 2018). Kartun sering digunakan sebagai visual pada cover album kartun karena kartun merupakan sebuah karya visual yang bersifat representasi dan simbolik untuk menyampaikan suatu pesan secara cepat dan ringkas atau sesuatu sikap terhadap orang, situasi, atau kejadian-kejadian tertentu (Tanudjaja, 2002). Selaras dengan lirik lagu dalam musik *hardcore* yang sarat dengan pesan-pesan sosial, lingkungan hidup, ataupun politik, kartun menjadi salah satu visual yang dapat digunakan dalam cover album band *hardcore*. Penulis memilih ilustrasi kartun dalam merancang desain sampul album *Yourself* dari band *Wrongway*. Penulis merasa ilustrasi kartun cocok untuk menyampaikan isi pesan dalam album tersebut.

Faradhiga (2017) membuat perancangan album dari band beraliran *post rock/instrumental* dengan tujuan untuk menciptakan identitas visual yang berkarakter pada perancangan grafis albumnya. Perancangan tersebut menerapkan teori dan konsep gaya desain *Art Deco* sebagai gaya ilustrasi, layout, dan tipografi.

Pangestu dan Islam (2020) menerapkan visualisasi penerapan gaya *pop art* dengan penggunaan warna cerah atau *vibrant* untuk merancang album kedua dari band *Dandelions* yang berjudul *Kanan dan Kiri*. Perancangan tersebut dilakukan sebagai usaha untuk mengenalkan album dan sebagai upaya menyampaikan pesan dan membentuk citra album *Kanan dan Kiri*.

Tafwidh (2021) juga melakukan perancangan desain album, menggunakan lanskap *psychedelic* sebagai sumber inspirasi perancangan. Perancangan tersebut dilakukannya sebagai upaya menyampaikan pesan dan mengenalkan album dari band *The Old Pines* yang memainkan musik perpaduan antara genre *Stoner Rock* dan *Psychedelic*.

Berdasarkan latar belakang di atas, artikel ini membahas rancangan ilustrasi kartun sebagai desain komunikasi visual untuk cover album *Yourself*, dalam upaya membangun citra band *Wrongway* agar mendapat tempat tersendiri di hati para penikmat musik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan rancanganan ilustrasi kartun sebagai komunikasi visual album kedua band *Wrongway*.

METODE PERANCANGAN

Perancangan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan alur model *design thinking*. *Design thinking* adalah metode dalam proses desain yang penyelesaian masalahnya berfokus pada user (Ali, 2017). Pada dasarnya, *design thinking* memberikan pendekatan yang berbasis solusi.

Arvira (2020) mengatakan bahwa *design thinking* adalah proses berulang dimana kita berusaha memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam upaya mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat dengan tingkat awal pemahaman kita. Dalam prosesnya, *design thinking* menggunakan *human-centered approach* yang ditujukan untuk dapat memahami permasalahan ataupun kebutuhan yang dimiliki oleh pengguna. *Design thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut uraian mengenai lima tahapan *design thinking* yang digunakan dalam perancangan ini.

1) *Emphatize*, yaitu melakukan riset atau pengumpulan data untuk mendapatkan pemahaman empatik mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perancangan. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi mengenai *gigs*, musik *indie* dan cover album band *Wrongway* sebelumnya. Data dalam perancangan ini berupa data primer dan data sekunder, yaitu: Data primer diperoleh dari

wawancara, merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara bertanya langsung pada sumbernya (Barlian, 2018). Wawancara dilakukan di Surabaya dengan narasumber personel Wrongway dan lima responden yang terdiri dari penggemar Wrongway. Data sekunder berupa dokumentasi dan studi literatur. Dokumentasi berupa beberapa contoh cover album musik yang sejenis sebagai bahan referensi. Studi literatur bersumber dari artikel, jurnal, dan e-book yang membahas tentang teori desain komunikasi visual, musik independent/indie, dan kemasan. Studi literatur juga dapat diperoleh dari sumber lainnya yang membahas seputar lagu dan band *Wrongway*.

- 2) *Define* meliputi proses reduksi data, analisis data, dan pengonsepan. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui apa saja hal yang diperlukan maupun tidak diperlukan dalam perancangan dalam perilisian album *Yourself*.
- 3) *Ideate*. Pada tahapan ini, perancang melakukan *brainstorming* dan sketsa sebagai upaya untuk menemukan solusi komunikasi visual yang tepat dalam mempromosikan album *Yourself*.
- 4) *Prototype* merupakan tahap mewujudkan bentuk visual atau gambaran kasar dari album *Yourself*. Tahap ini meliputi lineart, coloring, editing, sampai karya *finishing*. *Prototype* dilaksanakan untuk melihat realisasi hasil perancangan pada cover album *Yourself*. Dengan begitu, akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan hasil dari rancangan,
- 5) *Test* sebagai tahap akhir meliputi pengujian terhadap realisasi ilustrasi cover album *Yourself* kepada audiens. Pengujian ini dilakukan melalui *platform Youtube*.

KERANGKA TEORETIK

Cover Album sebagai Media Promosi dan Komunikasi

Cover album adalah garda depan bagi musisi. Cover album menjadi identitas sekaligus memberi daya jual album musik yang beredar di pasaran (Respati, 2016). Ketika berada dalam rak penjualan bersama dengan album lainnya, cover album menjadi hal pertama yang akan dilihat oleh pembeli atau audiens. Oleh karena itu, secara tidak

langsung, cover album menjadi media visual utama yang dapat mempengaruhi audiens.

Cover album yang menarik dapat membantu meningkatkan penjualan rekaman melalui visual yang menarik. Bahkan, cover album saat ini sudah menjadi proyek permanen di industri musik. Dengan kata lain, cover album menjadi media promosi yang paling disadari keberadaannya oleh audiens.

Sanyoto (2006) mengatakan bahwa promosi adalah salah satu unsur pada pemasaran berupa komunikasi yang bersifat informative-persuasif. Promosi dilakukan dengan media yang dapat menarik masyarakat untuk melihat ataupun membeli. Dalam kaitannya dengan band, cover album yang dirancang sedemikian rupa dimaksudkan sebagai media promosi.

Selain memiliki daya jual yang bersifat persuasif, cover album juga memuat citra dan nilai ideologis dari musisi atau band di dalamnya. Sebuah cover album dapat mengukuhkan idealisme bermusik sebuah band atau dan membangun citra/image band melalui desain cover album mereka. Oleh karena itu, selain menjadi media promosi, cover album juga berfungsi sebagai media komunikasi band untuk menyebarkan citra dan ideologi mereka kepada audiens.

Desain Cover Album

Desain rekaman fisik adalah area desain dimana seorang desainer telah menembus batas-batas tertentu sehingga ketika konsumen atau penikmat musik yang akan membeli tidak sebatas hanya ingin memiliki produk yang terdapat di dalamnya melainkan juga karena tertarik kepada kemasan produk itu sendiri (Rivers, 2006). Salah satu bentuk desain rekaman fisik adalah cover album. Sebagai bentuk usaha management musisi dalam mempromosikan musisi baru, desain komunikasi visual menjadi salah satu aspek penting yang diperlukan.

Howells (dalam Mahargasari, 2004) mengatakan bahwa desain yang ada pada cover album adalah hal yang sangat berperan penting pada mata rantai industri rekaman. Dengan desain yang menarik, tentunya cover album dapat menjadi media komunikasi dan media promosi yang juga menarik bagi siapa saja yang melihatnya.

Secara khusus bagi band indie, cover album diposisikan sebagai sarana komunikasi akan idealisme mereka. Sachari (1986) menyatakan bahwa suatu desain terbentuk oleh dinamika sosial, dinamika perkembangan, dinamika budaya, dan dinamika nilai-nilai. Dinamika-dinamika inilah yang akan membentuk ciri gaya desain tersendiri. Gaya dalam desain merupakan cerminan perilaku dan sikap budaya manusia pada waktu tersebut, sejalan dengan budaya yang berlangsung (Sachari, 1986). Dalam kaitannya dengan cover album, sebuah desain cover album yang memiliki gaya tertentu merupakan cerminan dari nilai-nilai dan isi yang ada di dalam album tersebut.

Kartun

Menurut Munadi (2008:88) media kartun merupakan salah satu bentuk komunikasi grafis, yakni suatu gambar yang interpretatif yang menggunakan simbol-simbol untuk menyampaikan suatu pesan secara cepat dan ringkas atau sesuatu sikap terhadap orang, situasi, atau kejadian-kejadian tertentu. Kartun merupakan salah satu media grafis yang sering digunakan sebagai media komunikasi. Agus (dalam Tanudjaja, 2002) mengatakan bahwa penciptaan karya kartun menuntut banyak keterampilan dan keahlian. Hal ini terjadi karena kartun merupakan karya individual yang tidak hanya ekspresif, tetapi juga harus memiliki jangkauan sosial yang sangat luas dan tidak terbatas.

Kartun adalah gambar yang bentuknya disederhanakan dan umumnya menonjolkan kelucuan serta memberikan penekanan terhadap pesan-pesan tertentu (Gejir, 2017:38). Susanto (2011) mengatakan bahwa kartun dapat diperluas maknanya sebagai gambar satir. Kartun mempunyai sisi menarik yang memiliki keunggulan lebih dibandingkan dengan media komunikasi yang lain. Kartun dapat menjadi media untuk mengungkapkan komentar karena kartun menampilkan masalah tidak secara harfiah tetapi melalui metafora agar terungkap makna yang tersirat dibalik peristiwa.

Ilustrasi Kartun pada Cover Album

Cover album sebagai sebuah karya desain komunikasi visual menerapkan penggunaan

elemen-elemen visual sebagai strategi komunikasi untuk mempersuasi, menyampaikan pesan dan menunjukkan identitas kepada audiens. Ilustrasi merupakan elemen visual yang paling sering ditemukan di dalam cover album. Komunikasi melalui ilustrasi dapat menyampaikan pesan secara universal dan lebih efektif dibandingkan dengan teks karena mampu menembus perbedaan bahasa (Respati, 2016).

Kusrianto (dalam Maharsi, 2016) menyebutkan bahwa ilustrasi merupakan seni gambar yang dipakai untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan tertentu ataupun maksud tertentu. Ilustrasi memungkinkan penjelasan tersebut disampaikan secara visual. Ilustrasi memiliki keunikan tersendiri. Penggunaan ilustrasi dapat mendramatisir pesan yang ingin disampaikan. Ilustrasi memungkinkan objek diatur sedemikian rupa dengan memberikan efek yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan pesan yang ingin ditampilkan.

Sebagai cara untuk berkomunikasi, ilustrasi memiliki karakter yang harus dipahami agar efek yang diinginkan dapat dicapai dengan menggunakan ilustrasi tersebut (Witabora, 2012). Ilustrasi kartun biasa digunakan oleh banyak band yang mengusung music punk maupun hardcore untuk mengomunikasikan identitas, idealisme, dan nilai yang mereka bawa secara metafor. Ilustrasi kartun dapat menjadi media pembangun identitas bagi suatu band.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis telah mengumpulkan data perihal gigs, musik indie, dan desain cover album dari band Wrongway dari lima responden. Hasil dari kelima responden tersebut dapat dibahas dalam lima tahapan *design thinking*. Berikut uraian mengenai hasil data.

Emphatize

Perancangan komunikasi visual diawali dengan pengumpulan data untuk mendapatkan pemahaman empatik mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perancangan. Penulis telah menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan gigs, musik indie, dan desain cover album dari *Wrongway* kepada lima responden. Dari pertanyaan yang telah dilontarkan penulis kepada responden, dapat diketahui bahwa sampai saat ini,

kelima responden masih mendengarkan musik indie. Musik indie yang didengarkan berasal dari musisi dalam negeri maupun mancanegara. Seluruh responden mengatakan bahwa saat ini, acara gigs yang diselenggarakan di Surabaya telah semakin banyak.

Empat dari lima orang responden mengatakan bahwa desain cover dari album band Wrongway yang sebelumnya masih belum menceritakan pesan yang ingin disampaikan. Mereka berpendapat bahwa secara visual, pesan dalam album Wrongway masih belum bisa tersampaikan.

Dari hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa band Wrongway memerlukan sebuah citra baru berupa desain cover album terbarunya untuk membangun identitasnya. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan pendapat responden desain cover album dari album band Wrongway sebelumnya kurang bisa menyampaikan isi pesan dari album tersebut kepada pendengarnya.

Selain dilihat dari pendapat responden, perlunya desain sampul album *Yourself* yang lebih merepresentasikan isi album juga dapat dilihat dari pendapat musisi dan lirik dalam album. Lagu dalam album tersebut berisi keresahan diri akan ekspresivitas yang terbatas. Melalui desain baru perancangan ini, pesan dalam album dapat tersampaikan dengan baik secara visual. Band Wrongway dapat memiliki *trademark* baru karena inovasi yang dilakukannya.

Define

Define meliputi proses reduksi data, analisis data, dan pengonsepan. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui apa saja hal yang diperlukan maupun tidak diperlukan dalam perancangan dalam perilisian album *Yourself*.

Dari data yang telah diperoleh dan dianalisis menggunakan metode 5W + 1H, dapat dijabarkan bahwa objek dari perancangan ini adalah desain cover album band Wrongway (*what*). Perancangan ini dibuat dengan tujuan pesan dalam album *Yourself* milik band Wrongway dapat tersampaikan dengan baik kepada pendengarnya melalui desain visual (*why*). Waktu perancangan desain cover album ini akan dilakukan pada saat ini juga, saat penulisan jurnal ini dilaksanakan. (*when*).

Setelah perancangan selesai, album *Yourself* akan didistribusikan saat ada gigs berlangsung (*where*). Target audiensnya adalah masyarakat Surabaya dengan rentang usia 18—25 tahun yang memiliki ketertarikan pada musik hardcore (*who*). Selain itu, album *Yourself* akan didistribusikan dengan cara menjual bundling kaos dan album CD lewat media sosial Instagram (*how*).

Tujuan kreatif perancangan ini adalah menerapkan sebuah ilustrasi kartun dalam pembuatan album kedua Wrongway yang tujuannya menyampaikan isi pesan dari album *Yourself* kepada para pendengar musik Wrongway dan juga kepada masyarakat luas yang memiliki ketertarikan terhadap sebuah musik.

Album *Yourself* berisikan 8 lagu yang memuat pesan tentang pilihan hidup. Semua materi dieksekusi menjadi karya ilustrasi yang merepresentasikan kegelisahan personal Wrongway terhadap lingkaran pertemannya, yang berbentuk ilustrasi kartun.

Album *Yourself* digambar dengan ilustrasi kartun yang menggunakan warna cerah atau warna vibrant. Warna yang digunakan dalam sampul album *Yourself* adalah warna kuning, merah, dan hijau. Pemilihan ketiga warna ini dikarenakan ketiga warna tersebut menggambarkan kebebasan, semangat, ekspresivitas diri, dan memberikan kesan dramatis.

Warna merah, kuning, dan hijau dalam perancangan ini digunakan untuk memperjelas pesan dalam album *Yourself* yang ingin disampaikan. Mahnke (1947) menyatakan bahwa warna merah adalah warna yang beraura kuat dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Warna merah memiliki arti keberanian, gairah, kekuatan, dan membangkitkan emosi yang kuat.

Warna kuning dapat diartikan sebagai keceriaan dan semangat. Mahnke (1947) mengatakan bahwa warna kuning memberi arti bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Berbeda dengan warna kuning, warna hijau adalah warna yang mampu memberi kesan suasana santai. Warna hijau melambangkan kesejukan dan ketenangan.

Tipografi pada album *Yourself* menggunakan *font old school*, font seperti ini sering ditemukan pada poster acara musik *Hardcore*. Nama fontnya adalah *Berthold City* yang sedikit disesuaikan

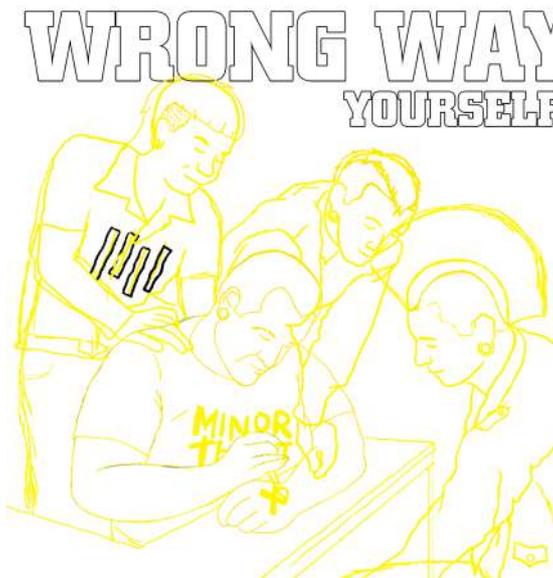
dengan komposisi desain cover album ini. Alasan memilih font old school ini adalah karena font ini memberikan kesan tegas dan berani, sesuai dengan aliran musik *Hardcore* dan juga penggunaan visual yang mewakili isi dari album *Yourself* itu sendiri.

A 0065	B 0066	C 0067	D 0068	E 0069	F 0070	G 0071
A	B	C	D	E	F	G
H 0072	I 0073	J 0074	K 0075	L 0076	M 0077	N 0078
H	I	J	K	L	M	N
O 0079	P 0080	Q 0081	R 0082	S 0083	T 0084	U 0085
O	P	Q	R	S	T	U
V 0086	W 0087	X 0088	Y 0089	Z 0090		
V	W	X	Y	Z		

(Sumber: Gumilang, 2022)

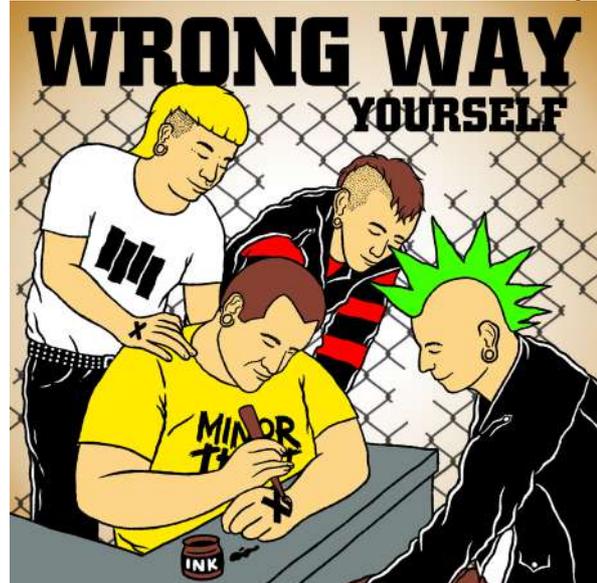
Ideate

Tahapan ini dilakukan untuk menemukan ide-ide yang akan diaplikasikan saat pengonsepan. Pencarian ide dilakukan melalui literasi visual kartun. Setelah itu, perancangan dimulai dari sketsa awal yang dikerjakan di Photoshop. Gambar di bawah ini merupakan sketsa awal untuk desain cover album *Yourself*.



(Sumber: Gumilang, 2022)

Kemudian dilanjutkan dengan proses pemberian garis tegas, pewarnaan hingga detailing yang dikerjakan di Photoshop. Gambar ini adalah desain akhir dari cover album *Yourself*.



Gambar 3. Desain akhir cover album *Yourself*
(Sumber: Gumilang, 2022)

Pada hasil perancangan ini terdapat sebuah gambar beberapa anak punk yang sedang nongkrong. Salah satu anak punk tersebut sedang mencoret tangannya menggunakan tinta. Coretan tersebut berbentuk huruf “X” yang merupakan simbol dari *straight edge*.

Istilah “straight edge” mengacu pada judul lagu salah satu band hardcore asal Amerika, yaitu Minor Threat. Lagu “Straight Edge” dirilis pada tahun 1981. Lirik lagu tersebut mencerminkan ide dari personel band Minor Threat yang mengkritik budaya dan gaya hidup *self-destruction* yang melekat pada pelaku dan penikmat musik punk serta hardcore (Syuryavin, 2017).

Setelah lagu Minor Threat tersebut tersebar, istilah *straight edge* kemudian diambil sebagai gerakan atas gaya hidup bersih kaum muda yang bergelut di dunia punk dan hardcore. ‘Straight edge’ menunjukkan potensi yang sangat kuat dari dunia musik, melampaui aspek yang menggerakkan orang-orang hanya untuk menari, tetapi sampai menggerakkan orang-orang untuk bertindak (Haenfler dalam Guerra, 2016), *Straight edge* menjadi istilah untuk gaya hidup anak punk yang tidak mengonsumsi rokok, minuman keras,

narkoba, hingga seks bebas. Gaya hidup straight edge menggunakan tanda “X” sebagai simbolnya.

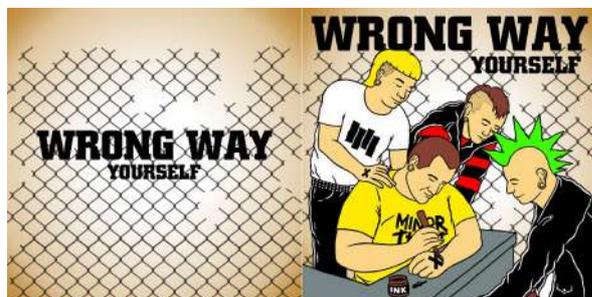
Pemakaian simbol X tersebut bermula sebelum band hardcore punk Teen Idles tampil di sebuah klub bernama Mabuhay Gardens, di San Fransisco. Saat itu pihak klub Mabuhay memberikan tanda X pada punggung tangan para personel Teen Idles, karena mereka masih dibawah umur dan tergolong masih muda. Tanda X tersebut digunakan sebagai penanda bahwa mereka tidak diperbolehkan membeli dan mengonsumsi minuman beralkohol di dalam klub. Berawal dari peristiwa tersebut, simbol X mulai menjadi penanda bagi penganut ideologi Straight Edge (Fajar. 2016).

Sedangkan tanda X yang dicoretkan pada punggung tangan juga merupakan upaya untuk mengenalkan identitas diri dan menyampaikan pesan-pesan terkait Straight Edge. Tanda X pada punggung tangan tersebut digunakan ketika penganut Straight Edge tampil di pertunjukan musik. Tanda X tersebut tidak hanya di punggung tangan saja, namun juga digunakan pada beberapa atribut seperti baju, jaket, pin dan atribut lain yang mereka pakai sebagai identitas diri dan gerakan Straight Edge (Afandi, 2015).

Gambar anak punk yang mencoret tangannya sendiri dengan simbol “X” di samping menggambarkan anak punk yang memutuskan untuk menjalani hidup yang lebih baik dengan menjadi *straight edge*. Gambar tersebut merepresentasikan bahwa pilihan hidup untuk menjadi lebih baik ada pada diri sendiri, bukan dari orang lain.

Prototype

Tahapan ini meliputi tahap visualisasi hasil akhir desain cover album *Yourself* yang telah dilakukan. Desain akhir divisualisasikan pada cover CD album dan merchandise band berupa kaos.



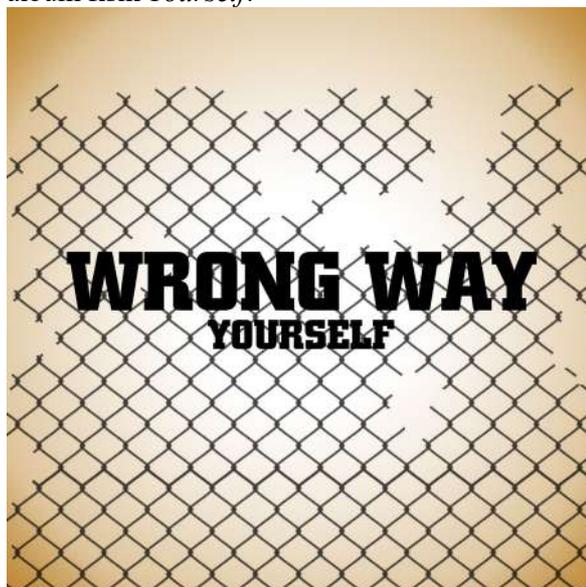
Gambar 4. Desain cover album *Yourself* bagian depan dan dalam
(Sumber: Gumilang, 2022)



Gambar 5. Desain album *Yourself*
(Sumber: Gumilang, 2022)

Kemasan album ini menggunakan kemasan CD pada umumnya, yaitu *jewel case*. *Jewel case* ini mempunyai ukuran 14,2 cm x 12,2 cm x 1 cm. Cover depan beserta bagian dalamnya berukuran 24,2 cm x 12,1 cm dan jika dilipat, ukurannya menjadi 12,1 cm x 12,1 cm. Untuk ukuran cover belakang dan bagian dalamnya yaitu 15 cm x 11,8 cm.

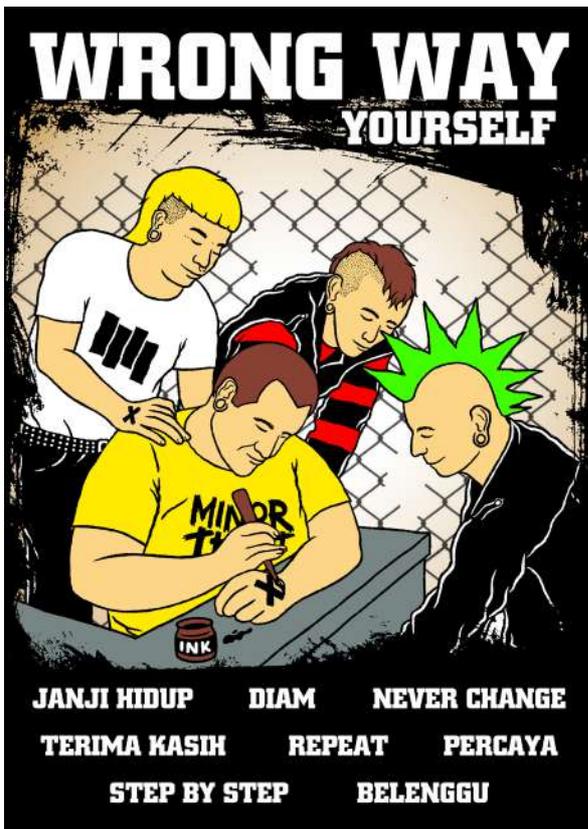
Selain CD, pengemasan album ini juga disertai dengan *merchandise* berupa kaos dan poster. Poster dalam pengemasan album ini dicetak dengan ukuran A3. *Merchandise* kaos dan poster dikemas sebagai *bundle pack* bersama album fisik *Yourself*.



Gambar 6. Desain cover belakang album *Yourself* bagian dalam
(Sumber: Gumilang, 2022)



Gambar 7. Desain cover belakang album *Yourself* bagian luar
(Sumber: Gumilang, 2022)



Gambar 8. Desain merchandise album *Yourself* berupa poster berukuran A3
(Sumber: Gumilang, 2022)



Gambar 9. Desain merchandise album *Yourself* berupa kaos
(Sumber: Gumilang, 2022)

Test

Penulis melakukan pengujian dengan cara menanyakan hasil desain cover album *Yourself* kepada lima orang penggemar band Wrongway dan anggota band Wrongway. Penulis menanyakan apakah desain terbaru album *yourself* cukup menyampaikan isi pesan dalam album tersebut. Para responden mengatakan bahwa hasil desain ini cukup untuk menyampaikan isi pesan dari album *Yourself* dibandingkan desain cover album *Wrongway* sebelumnya.

KESIMPULAN

Perancangan ini dilakukan dengan tujuan utama untuk menyampaikan isi pesan dalam album *Yourself* milik band Wrongway. Selain itu, perancangan ini juga menjadi upaya untuk membentuk identitas dari album *Yourself* sebagai album musik hardcore dengan gaya hidup *stright edge* punk dan hardcore sebagai inspirasinya.

Perancangan komunikasi visual pada album *Yourself* ini diawali dengan cara melakukan pengumpulan data dengan cara riset untuk mendapatkan pemahaman empatik mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perancangan.

Setelah itu dilakukan wawancara kepada personil Wrongway untuk mengetahui cerita dari album Yourself ini. Kemudian dilanjutkan dengan mencari referensi berupa dokumentasi desain cover album yang serupa dan studi literatur yang bersumber dari artikel, jurnal dan e-book yang membahas mengenai kartun, ilustrasi, unsur desain dan prinsip layout. Kemudian dilanjutkan dengan membuat seksta ilustrasi hingga menjadi karya utuh. Setelah itu desain tersebut dilayout sesuai dengan ukuran cover album pada umumnya.

Hasil dari perancangan ini adalah album fisik dengan konsep kemasan *jewel case* beserta beberapa media pendukung, yaitu kaos (*t-shirt*) dan poster berukuran A3. Seluruh hasil dari perancangan album band Wrongway ini diharapkan dapat menjadi sebuah media promosi yang menarik bagi penggemar musik hardcore dan masyarakat awam.

Perancangan album *Yourself* ini diharapkan dapat menjadi wawasan lain dalam bidang ilmu desain dan menjadi acuan bagi para mahasiswa yang secara khusus mendalami proses perancangan desain komunikasi visual album band. Selain itu, perancangan ini diharapkan menjadi sumber bagi mahasiswa yang mendalami proses perancangan desain komunikasi visual album band beraliran hardcore dan punk. Desain yang telah dibuat dalam perancangan ini diharapkan juga dapat menjadi sumber informasi masyarakat tentang Wrongway sebagai band beraliran hardcore asal Kota Surabaya yang berkompeten.

REFERENSI

Afandi. (2015). Konsep Diri Penganut Straight Edge dalam Komunitas Musik Underground. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia, Bandung.

Ali, Sashkia. (2017). "Design Thinking." Diakses pada tanggal 19 Maret 2021 dari <https://sis.binus.ac.id/2017/12/18/design-thinking-2/>.

Andrian, F. (2016). Gaya Hidup Pelaku Straight Edge Di Kalangan Komunitas Musik Underground Kota Padang. Tesis. Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang.

Arvira Swarnadwitya. (2020). "Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya. Diakses pada Februari 2022 dari <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>

Barlian, Eri. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.

Dameria, A. (2007). *Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Indonesia: Link and Match Graphic.

Faradhiga, Aryadwipa. (2017). "Perancangan Komunikasi Visual Album Gelombang Darat Band Semiotika." Skripsi. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.

Gejir, I Nyoman. (2017). *Media Komunikasi Dalam Penyuluhan Kesehatan*. Penerbit Andi: Yogyakarta.

Haenfler, Ross. (2004). "Collective Identity In The Straight Edge Movement: How Diffuse Movements Foster Commitment, Encourage Individualized Participation, and Promote Cultural Change." *Jurnal The Sociological Quarterly*, 45(4).

Landa, Robin. (2013). *Build Your Own Brand: Strategies, Prompts and Exercises for Marketing Yourself*. HOW Books; Spi Editions.

Mahargasari, Sri. (2004). "Membujuk dengan Fantasi". Diakses pada tanggal 20 Maret 2021 dari <http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2004/05/17/LYR/mbm.20040517.LYR91456.id.html>.

Mahnke, Frank. (1947). *Color, Environment, and Human Response: an Interdisciplinary Understanding of Color and Its Use a Beneficial Element in The Design of The Architectural Environment*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Munadi, Yudhi. (2008). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Gaung Persada Press.

Pangestu, Ilham dan Islam, Muh. (2020). "Inspirasi Pop Art Style Pada Perancangan Komunikasi Visual Album Kanan Dan Kiri Band Dandelions." *Jurnal Barik*, Vol.01, No.03, 226—237

- Radin. (2008). *What the Heck is Underground*. Diakses pada tanggal 20 Maret 2021 dari www.radin.com.
- Respati, Yosua. (2016). “Komunikasi Ideologi Band Indie Melalui Cover Album Studi Kasus: The S.I.G.I.T.” *Dimensi DKV*, 1(2), 117—136.
- Rivers, C. (2006). CD and DVD Design. *Computer Arts*, 12-18.
- Sadewo, Apriyanto. (2018). “Visualisasi Band Punk Dalam Penciptaan Seni Lukis.” *Jurnal*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Samyayogi, Bimo. (2006). “Crossover Genre Bongkar Batas”. *Crushing Magz* Edisi November, hal. 26—27.
- Sanyoto, Sadjiman. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sitepu, Vinsensius. (2004). *Panduan Mengenal Desain Grafis*. Jakarta: PT. Elex Media.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Syuryavin, Ahmad. (2017). “Proses Internalisasi Straight Edge Sebagai Identitas Sosial (Studi Kasus pada Kelompok Hardcore Straight Edge Depok).” Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Tafwidh, Muhammad dan Martadi. (2021). “Lanskap Psychedelic Sebagai Sumber Inspirasi Perancangan Ilustrasi Album Loka Imaji Band The Old Pines.” *Jurnal Barik*, 1(3).
- Utama, Satya. (2016). "Preferensi Musik Hardcore pada Remaja di Komunitas Yogyakarta Hardcore." Tugas Akhir. Yogyakarta: Institut Kesenian Indonesia.
- Tanudjaja, B. B. (2002). “Bentuk-Bentuk Kartunal sebagai Medium Penyampaian Pesan dalam Iklan.” *Nirmana*, 4(2).
- Wallach, Jeremy. (2003). “Goodbye My Blind Majesty: Music Language, and Politics in the Indonesian Language, and Politics in the Indonesian Underground” dalam Harrits M. Berger dan Michael Thomas Carrol (Eds.) *Global Pop, Local Language*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- Witabora, Joneta. (2012). “Peran dan Perkembangan Ilustrasi.” *Humaniora*, 3(2), 596—667.
- Yahya, Ade. (2016). *Alasan Kenapa Musik Indie Jauh Lebih Berkelas dan Patut Didengar*. Diakses pada tanggal 20 Maret 2021 dari <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/adeyahya/alasan-kenapa-kamu-harus-mendengarkan-musik-indie/3>.