

PERANCANGAN VIDEO MUSIK BERJUDUL "SIDE BY SIDE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAND SLOWRIGHT

Augie Bahtiar Rahman¹, Bintang Pramudya Putra Pratama¹, Didit Prasetyo Nugroho¹

¹Universitas Ma Chung

augiebahtiar11@gmail.com

Received: 15 August 2025 – Revised: 15 Sept 202x - Accepted: 25 Sept 2025 - Published: 30 Sept 2025

Abstrak

Perkembangan industri musik digital membuka peluang bagi musisi independen seperti Slowright, sebuah band asal Malang dengan genre reggae, ska, rap, dan hip hop fusion, untuk mempromosikan karya mereka. Video musik menjadi media promosi yang krusial karena mampu menyampaikan narasi, identitas, dan nilai estetika dari sebuah karya musik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan memproduksi video musik "Side by Side" untuk band Slowright sebagai media promosi yang efektif. Metode yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan pendekatan 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan anggota band, observasi tren video musik, dan dokumentasi lirik lagu serta branding band. Analisis data digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan visual yang sesuai dengan karakter lagu "Side by Side", memahami gaya komunikasi visual band, dan mengenali preferensi estetika audiens sasaran. Hasilnya menunjukkan bahwa perancangan video musik berhasil dilaksanakan, di mana pesan utama lagu tentang loyalitas dan persahabatan divisualisasikan dengan konsep kasual dan sinematik yang terinspirasi dari hip-hop era 90-an. Proses produksi dilakukan di Toko Avia dan Eleven Clan Burger di Malang pada tanggal 20 Juni 2025. Tahap pasca-produksi melibatkan editing menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2024 dan Davinci Resolve 20, termasuk color grading untuk menegaskan suasana lagu. Video musik final memiliki resolusi 4K UHD 3840 x 2160 dengan format H.264. Video ini tidak hanya menjadi media promosi yang estetis, tetapi juga memperkuat citra band dan memberikan kontribusi praktis bagi mahasiswa.

Kata Kunci : Video Musik, Promosi, Slowright, Hip-hop, Persahabatan

Abstract

The development of the digital music industry has opened up new opportunities for independent musicians like Slowright, a band from Malang with reggae, ska, rap, and hip hop fusion genres, to promote their work. Music videos have become a crucial promotional medium because they can convey the narrative, identity, and aesthetic values of a musical work. Therefore, this research aims to design and produce the "Side by Side" music video for the Slowright band as an effective promotional tool. The method used is descriptive-qualitative with a 5W+1H approach (What, Who, Where, When, Why, How). Data collection was carried out through interviews with band members, observation of music video trends, and documentation of song lyrics and band branding. Data analysis was used to identify visual needs that match the character of the song "Side by Side," understand the band's visual communication style, and recognize the aesthetic preferences of the target audience. The results show that the music video design was successfully implemented, where the main message of the song about loyalty and friendship was visualized with a casual and cinematic concept inspired by 90s hip-hop aesthetics. The production process was carried out at Toko Avia and Eleven Clan Burger in Malang on June 20, 2025. The post-production stage involved editing using Adobe Premiere Pro CC 2024 and Davinci Resolve 20 software, including color grading to emphasize the song's atmosphere. The final music video has a resolution of 4K UHD 3840 x 2160 in H.264 format. This video not only serves as an aesthetic promotional medium but also strengthens the band's image and provides a practical contribution to students.

Keywords: Music Video, Promotion, Slowright, Hip-hop, Friendship

PENDAHULUAN

Perkembangan industri musik di era digital telah membuka ruang baru bagi para musisi independen untuk mempromosikan karya mereka secara lebih luas dan kreatif. Industri musik global telah mengalami pergeseran signifikan dari model distribusi fisik ke platform digital, seperti layanan *streaming* musik dan *platform* media sosial. Pergeseran ini telah meruntuhkan banyak batasan tradisional, memungkinkan artis dari berbagai belahan dunia untuk menjangkau audiens global tanpa perlu dukungan label besar.

Di Indonesia sendiri, adaptasi terhadap teknologi digital ini sangat pesat. Platform *streaming* seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube Music telah menjadi kanal utama bagi jutaan pendengar untuk menemukan dan menikmati musik. Selain itu, media sosial seperti Instagram dan TikTok berperan krusial dalam membangun interaksi antara musisi dan penggemarnya, serta menjadi sarana efektif untuk *teaser* dan promosi.

Salah satu media yang semakin krusial dalam strategi promosi adalah video musik. Video musik tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual dari lagu, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan narasi, identitas, serta nilai estetika dari sebuah karya musik. Dalam konteks ini, visualisasi musik menjadi bagian integral dari persepsi audiens terhadap citra sebuah band.

Industri musik di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Malang, menunjukkan dinamika yang menarik. Malang dikenal sebagai salah satu kota dengan skena musik independen yang sangat aktif dan beragam. Banyak band dan musisi lokal yang muncul dengan berbagai genre, didukung oleh komunitas yang kuat, studio rekaman mandiri, dan berbagai *venue* untuk pertunjukan. Kota ini juga menjadi rumah bagi berbagai festival musik independen yang rutin diadakan, semakin memperkuat ekosistem musik lokal. Kemudahan akses terhadap teknologi rekaman dan distribusi digital juga turut mendorong pertumbuhan musisi independen di Malang, memungkinkan mereka untuk berkarya dan menyebarkan musiknya tanpa harus bergantung pada jalur konvensional.

Dalam konteks inilah Slowright, sebuah band asal Kota Malang, hadir sebagai bagian dari geliat musik independen. Sebagai kelompok musik independen beranggotakan empat personil yang berkembang dalam aliran reggae, ska, rap, dan hip hop fusion, Slowright membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus membangun citra visual yang konsisten dengan karakter musikal mereka. Oleh karena itu, pembuatan video musik "*Side by Side*" sebagai salah satu karya terbaru Slowright menjadi langkah strategis dalam membangun komunikasi visual yang kuat antara band dan pendengarnya, sekaligus memanfaatkan potensi *platform* digital yang telah menjadi tulang punggung industri musik saat ini.

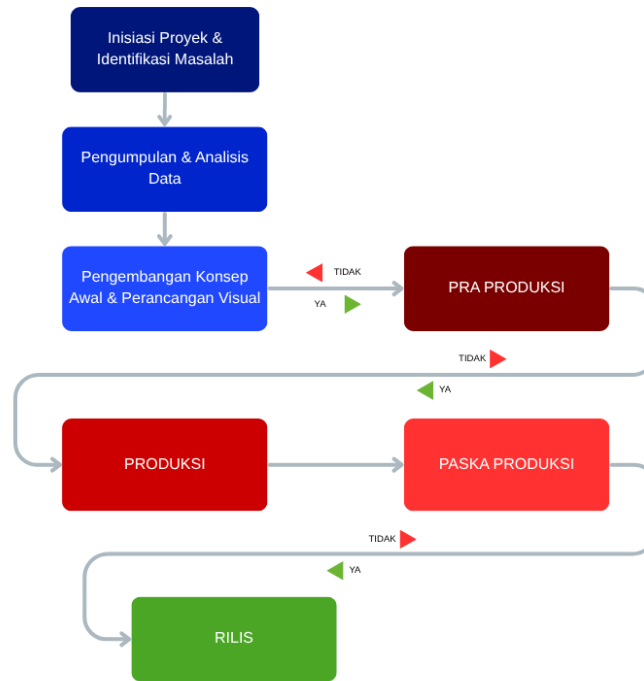
Menurut Vernallis (2004) dalam bukunya *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*, video musik memiliki kekuatan untuk "membentuk persepsi audiens terhadap musik melalui visualisasi yang bersifat simbolik, naratif, maupun eksperimental." Hal ini menunjukkan bahwa video musik tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi kreatif yang menyatu dengan lagu itu sendiri.

Menurut Syafrida (2024) menyatakan Strategi pemasaran digital yang melibatkan elemen visual, naratif, dan interaksi langsung dengan penggemar dapat memperkuat koneksi emosional antara artis dan audiens. Dalam konteks ini, video musik "*Side by Side*" akan dirancang tidak hanya sebagai representasi dari lagu secara sinematik, tetapi juga sebagai alat promosi strategis untuk membangun kedekatan emosional antara Slowright dan audiensnya.

Proyek ini adalah tentang membuat video musik yang menginterpretasikan lagu "*Side by Side*" dan mempromosikan band Slowright. Video ini akan menggabungkan elemen sinematik, narasi visual, dan nuansa musikal untuk menarik minat penonton dan meningkatkan eksposur band di dunia digital. Tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan pesan emosional lagu dan membantu memperkuat posisi Slowright dalam industri musik independen Indonesia.

METODE

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Desain perancangan bersifat eksploratif dan berorientasi pada pemecahan masalah visual melalui proses observasi, pencarian data, pengolahan konsep, hingga produksi final.



Gambar 1. Kerangka konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data dan Identifikasi Data Pengumpulan data untuk perancangan video musik "Side by Side" dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dengan anggota band Slowright menggali visi mereka tentang lagu dan target audiens. Observasi berfokus pada tren video musik populer dan gaya visual yang relevan. Dokumentasi melibatkan analisis lirik, visual branding band, dan referensi video musik lain.

Observasi Band Slowright Band Slowright, yang beranggotakan Sandy Armita (vokal), Mochamad Raja Sandyapura (gitar), dan Fandi Bagus Tofani (drum), telah merilis single "Side By Side" yang dikelola oleh DoggyHouse Records. Lagu ini menggabungkan genre reggae, ska, punk, dan hip hop, dengan nuansa modern sounds dan vokal rap yang khas. Produksi lagu didukung oleh Fifan Christa dari Pops You Good Studio sebagai produser.

Hasil Wawancara Berdasarkan wawancara, pesan inti lagu "Side by Side" adalah penghargaan tulus untuk persahabatan sejati, di mana dukungan selalu ada di saat suka dan duka. Band menginginkan visual yang kasual dan sinematik, terinspirasi dari video musik hip-hop era 90-an yang menonjolkan chemistry antarpersonel. Target audiensnya adalah remaja hingga dewasa muda (18-30 tahun) yang menghargai konten autentik.

Analisis Data Analisis data dengan pendekatan 5W+1H menghasilkan kerangka konseptual untuk perancangan video musik "Side by Side". Tema loyalitas dan dukungan persahabatan akan divisualisasikan dengan nuansa hip-hop era 90-an. Lokasi shooting dipilih di Toko Avia dan Eleven Clan Burger di Malang untuk mendukung narasi persahabatan sehari-hari.

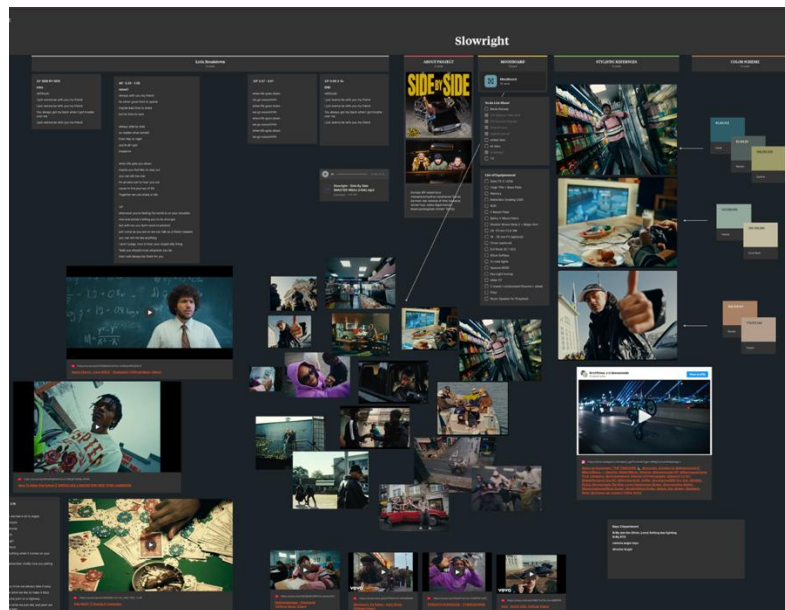
Pra Produksi

- **Lirik dan Makna Lagu:** Lirik lagu "Side by Side" merayakan ikatan persahabatan yang kuat, di mana teman sejati selalu ada untuk mendengarkan tanpa menghakimi, berbagi tawa, dan menghadapi tantangan hidup bersama.

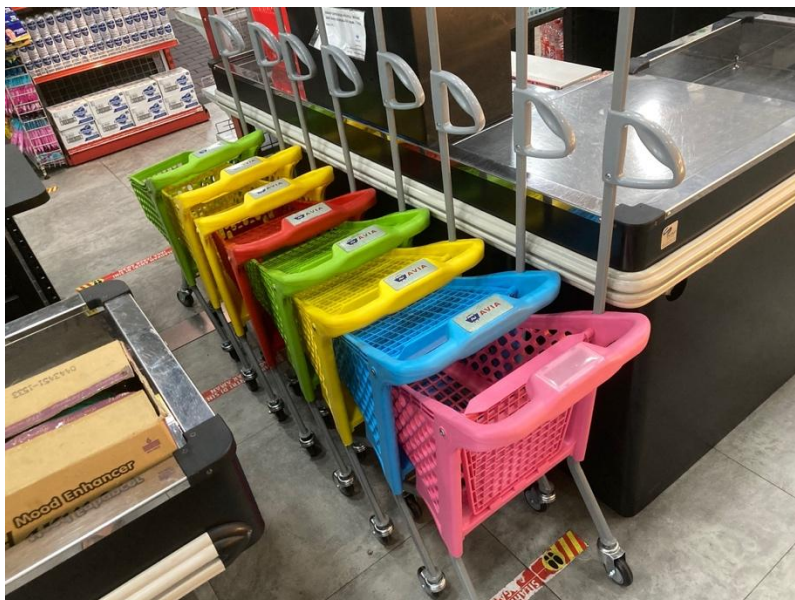
Lirik	Makna
Versel: Always with you my friend Its either good time to spend maybe bad time to share but its time to care	Lagu ini adalah sebuah penghargaan tulus untuk persahabatan sejati, yang merayakan ikatan yang tak tergoyahkan antara empat individu. Liriknya menggambarkan hubungan di mana dukungan selalu ada, baik di saat

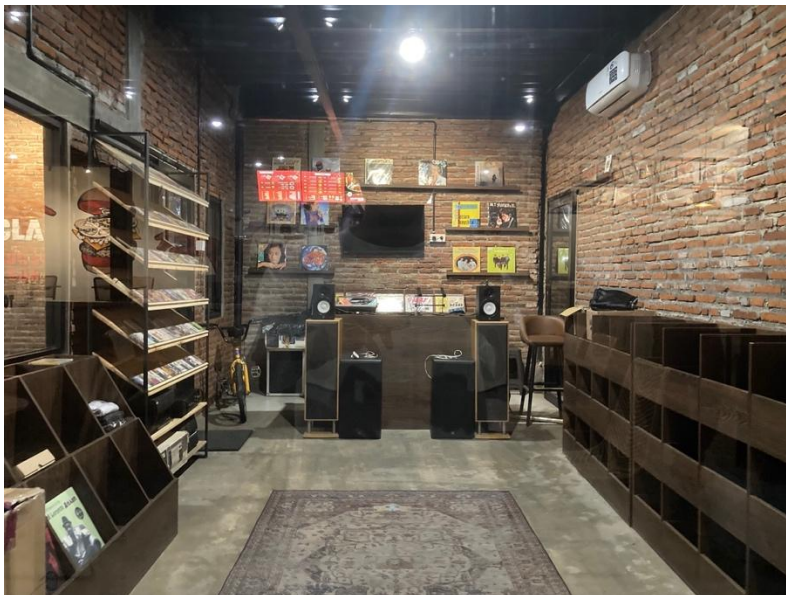
always side by side no matter what (what!) Even day or night you're all I got maaannn when life gets you down maybe you feel like no way out you can tell me man I'm all ears just to hear you out cause in this journey of life Together we can share a ride whenever you're feeling the world is on your shoulder And everybody's telling you to be stronger but with me you don't need to pretend just come as you are so we can talk as a friend maaann you can tell me like anything i won't judge, love to hear your stupid silly thing Yeah you should know whatever you do man I will always be there for you Reff/hook: I just wanna be with you my friend I just wanna be with you my friend You always got my back when I got trouble over me I just wanna be with you my friend Verse2: sometimes we had a lot to argue About the music about the movie About the fit About the girl About the food About everything when it comes on your taste and I still remember vividly how you yelling at my face haaaa but man you know we always take it easy just like our drink we like to make it fizzy smoking some joint on a highway laughing on what we just did, and yeah we called it our way you know, we do love to sing along and this time I put you on this song man such a true friend thats so hard to find thats why i'll Never left you behind when life goes down we go oooooohhhh when life goes down we go oooooohhhh when life goes down we go oooooohhhh when life goes down we go oooooohhhh	suka maupun duka, menciptakan ruang aman bagi seseorang untuk menjadi diri sendiri tanpa perlu berpura-pura. Lagu ini menyoroti bagaimana teman sejati selalu ada untuk mendengarkan tanpa menghakimi, berbagi tawa, dan menghadapi tantangan hidup bersama, mengubah setiap momen bahkan perdebatan kecil menjadi kenangan berharga yang memperkuat komitmen mereka untuk tidak pernah saling meninggalkan.
---	--

- **Ide Cerita:** Ide cerita berpusat pada circle pertemanan yang akrab, dengan adegan yang menangkap keseruan dan kegilaan mereka selama bekerja sebagai pegawai toko, serta momen kebersamaan di luar jam kerja.
- **Moodboard:** Dibuat sebagai kompilasi visual dengan referensi dari video musik lain, palet warna hangat (oranye dan kuning), dan gaya visual dinamis untuk menciptakan suasana yang energik dan autentik.



- **Storyboard:** Berfungsi sebagai panduan visual terperinci untuk adegan-adegan kunci, lengkap dengan deskripsi shot, pergerakan kamera, dan detail teknis. Penggunaan AI generatif gambar dimanfaatkan sebagai alat bantu untuk mempercepat visualisasi awal.
- **Survey Lokasi:** Lokasi shooting dipilih di Toko Avia dan Eleven Clan Burger di Malang, yang memiliki relevansi dengan narasi cerita tentang persahabatan otentik.





- **Equipment:** Peralatan yang digunakan mencakup kamera Sony FX3, lensa Sony 24-70mm GM F/2.8 FE dan 16-35mm ZEISS F/4 FE, monitor Atomos Ninja V+, tripod E-Image, dan berbagai alat pencahayaan seperti Aperture 300D II, Godox TL60, dan LED GVM 10Rs RGB.
- **Budgeting:** Anggaran yang dibutuhkan untuk sewa peralatan dan kru adalah total Rp 3.510.000.

Produksi

Produksi: Tahap pengambilan gambar (shooting) dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 20 Juni 2025, di Toko Avia dan Eleven Clan Burger, Malang. Meskipun ada tantangan seperti cuaca tidak stabil dan talent yang kurang berpengalaman, proses berjalan dengan baik sesuai konsep.

Paska Produksi

Paska Produksi: Semua rekaman dipindahkan ke laptop, dengan total file 133 GB.

1. **Editing:** Menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2024 dan Davinci Resolve 20.
2. **Compositing:** Mengatur urutan video sesuai konsep dan storyboard.
3. **Cut to Cut:** Dilakukan untuk menyelaraskan video dengan durasi dan audio lagu.
4. **Transition:** Menggunakan transisi flashlight untuk menciptakan visual transisi yang cepat dan lembut.
5. **Effect:** Menambahkan efek speed ramp untuk mempercepat atau melambatkan video sesuai kebutuhan.

6. **Color Grading:** Menggunakan Davinci Resolve 20 untuk mengatur pencahayaan, white balance, power window, LUT, dan curves, guna menegaskan pesan dan suasana lagu.
7. **Font:** Menggunakan font Helvetica karena keterbacaannya yang luar biasa, estetika yang bersih dan modern, serta kesesuaiannya dengan nuansa urban dan budaya pop hip-hop.
8. **Rendering:** Video dihasilkan dengan resolusi 4K UHD 3840 x 2160 pada 23.976 fps, dan di-render dengan format H.264 untuk distribusi di YouTube.

Media Utama dan Pendukung

- **Media Utama:** Video musik "Side by Side" berdurasi empat menit dan empat detik, dengan resolusi 4K UHD. Video ini diunggah di platform YouTube dan Instagram Slowright.
- **Media Pendukung:** Merchandise eksklusif dirancang untuk memperkuat promosi, termasuk kaset, totebag, puzzle, pembatas buku, bendera, dan sticker pack.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan video musik "Side by Side" berhasil dilaksanakan sebagai media promosi band Slowright. Melalui analisis mendalam dari wawancara, observasi, dan studi lirik, pesan lagu tentang persahabatan berhasil diterjemahkan ke dalam narasi visual yang sinematik dan autentik. Proses produksi dan pasca-produksi dilakukan secara konsisten, menghasilkan video musik 4K UHD yang siap didistribusikan di platform digital. Keberhasilan perancangan ini tidak hanya menghasilkan media promosi yang representatif, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi mahasiswa.

Berdasarkan perancangan ini, ada beberapa saran yang diajukan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperdalam studi dengan analisis kuantitatif mengenai dampak dan efektivitas video musik, mengeksplorasi genre yang berbeda, dan menggunakan teknologi AI untuk efisiensi dan inovasi. Bagi band Slowright, disarankan untuk mengoptimalkan strategi distribusi digital dengan promosi berbayar, berkolaborasi dengan influencer, dan meningkatkan interaksi dengan audiens di media sosial. Terakhir, bagi universitas, disarankan untuk meningkatkan fasilitas produksi audio-visual, mengembangkan kurikulum berbasis proyek, dan lebih aktif dalam mempromosikan karya tugas akhir mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Syafrida, A. (2024). Analisis Psikologis Strategi Pemasaran Digital dalam Industri Musik: Studi Kasus pada Lagu Bunga Hati-Salma Salsabil Idol. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Vernallis, C. (2004). *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press.

