

**Perancangan Visual Album Fisik Tuter Batin Yura
Yunita dalam Meningkatkan Kecintaan Penggemar**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Desain
Pada
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur dan Desain
Institut Teknologi Nasional Bandung

Bandung, 2 Agustus 2023

Mengetahui / Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Inko Sakti Dewanto, ST., M.Ds.

NID/NIDK: 0401108804

Dosen Pembimbing II



Asep Ramdhan, S.Ds., M.M.

NID/NIDK: 0430048701

Program Studi DKV

Ketua,



Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.

NID/NIDK: 0416086901

Perancangan Visual Album Fisik Tuter Batin Yura Yunita dalam Meningkatkan Kecintaan Penggemar

RESTU LINUHUNG, INKO SAKTI DEWANTO, ST., M.DS.,

ASEP RAMDHAN,. S.DS., M.M.

Email : restulinuhung56@gmail.com

ABSTRAK

Di era serba digital masa kini, konsumsi musik berpusat pada *platform* streaming musik. Album fisik telah berkurang popularitasnya padahal album fisik dapat dikatakan sebagai *memento* bagi musisi yang bersangkutan sekaligus menjadi salah satu bidang dengan pendapatan paling banyak jika dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik. Hal ini juga terjadi pada salah satu penyanyi Indonesia, Yura Yunita yang telah terkenal dengan penampilannya yang luar biasa diatas panggung. Sangat disayangkan, ketiadaan media visual membuat pengalaman penggemar menjadi kurang lengkap. Maka dari itu, Tugas Akhir ini bertujuan untuk menghasilkan luaran berupa album fisik Tuter Batin Yura Yunita.

Dengan menggunakan metode *design-thinking* yang berpusat pada *user* atau pengguna, penelitian ini mengobservasi dan mengkaji perilaku penggemar serta kebutuhan penggemar terhadap media visual bagi Album Tuter Batin ini.

Hasil dari pengerjaan Tugas Akhir ini meliputi beberapa media visual yang fungsional seperti *Self-Healing Journal*, menumbuhkan interaksi antar penggemar melalui *collectible fan items*, serta meningkatkan kecintaan penggemar terhadap Yura Yunita dan karya-karyanya.

Kata kunci: Album fisik, media visual, interaksi antar penggemar, *interaktif*

ABSTRACT

In today's digital era, music consumption is centered on music streaming platforms. Physical albums have decreased in popularity even though physical albums can be said to be a memento for the musician concerned as well as being one of the fields with the most income if it can be managed and developed properly. This also happened to one of Indonesia's singers, Yura Yunita, who has been famous for her extraordinary performances on stage. Unfortunately, the absence of visual media makes the fan experience incomplete. Therefore, this Final Project aims to produce an output in the form of a physical album Tuter Batin Yura Yunita.

By using the user-centered design-thinking method, this research observes and examines fan behavior and fan needs for visual media for this Tuter Batin Album.

The results of this Final Project include several functional visual media such as Self-Healing Journal, fostering interaction between fans through collectible fan items, and increasing fans' love for Yura Yunita and her works.

Keywords: Physical album, visual media, dan interactions, *interactive*

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Album fisik merupakan salah satu cara bagi seorang musisi mendokumentasikan karya mereka dalam bentuk nyata yang dapat disentuh dan dikoleksi oleh penggemar. Album fisik pernah mencapai masa kejayaannya di Indonesia sekitar tahun 90-an dengan angka penjualan yang menembus puluhan juta kopi dalam setahun. Namun, seiring dengan beralihnya media mendengarkan musik dari media fisik/langsung ke digital, angka penjualan album terus menurun hingga nyaris tidak terdengar gaungnya lagi di masa kini.

Maka dari itu dibutuhkan inovasi dalam pengemasan album fisik agar dapat meningkatkan minat beli penggemar dan menaikkan angka penjualan album fisik. Salah satu caranya yaitu membuat perancangan media visual untuk album fisik dalam berbagai bentuk media seperti yang disampaikan Wibecka Oliver dalam tesisnya "*Idolizing Consumption, An Exploration of the K-Pop Albums' Relevance in Digital Age*" bahwa media visual yang dapat menarik minat adalah album yang dapat menciptakan *multi-sensory experience* bagi penggemar.

Dari kesimpulan tersebut dibentuklah perancangan album Yura Yunita yang dirilis pada tahun 2021, Tujur Batin yang memuat 11 lagu dan mengusung tema mengenai perjalanan menjadi manusia dan bagaimana Yura Yunita mencurahkan perasaannya untuk menerima diri sendiri.

Lagu Tujur Batin, yang merupakan lagu utama di album ini juga berhasil mengantarkan Yura menjadi Artis Solo Pop Terbaik pada penghargaan Anugerah Musik Indonesia (AMI) tahun 2022. Album Tujur Batin juga banyak dinominasikan di berbagai penghargaan seperti nominasi Karya Produksi Terbaik dan Pencipta Lagu Pop Terbaik di Anugerah Musik Indonesia serta nominasi *Song of The Year* pada *Indonesian Music Awards 2022*. Selain itu, Album Tujur Batin juga memiliki *engagement* yang mengesankan dengan rilisnya 2 video musik yaitu untuk lagu Dunia Tipu-Tipu yang mencapai 23 juta kali tayangan dan video musik Tujur Batin yang telah mencapai 20 juta kali tayangan di *platform* Youtube. Kedua lagu tersebut juga memiliki jumlah pemutaran yang fantastis di Spotify hingga mencapai 69 juta putaran untuk lagu Tujur Batin dan 88 juta putaran untuk lagu Dunia Tipu-Tipu.

Kesuksesan album Tujur Batin juga dipengaruhi oleh kualitas vokal serta kualitas lagu yang dapat menyentuh hati pendengar. Penggemar Yura Yunita (HipHipYura) menyatakan bahwa lagu-lagu yang terdapat pada Album Tujur Batin dapat dirasakan oleh pendengar (*relatable*) sehingga menciptakan ikatan emosional yang dalam antara penyanyi dan penggemar. Sayangnya sekali, kualitas album yang luar biasa ditambah penampilan Yura Yunita yang selalu *all out* tidak dibarengi dengan diluncurkannya album fisik untuk menunjang *experience* penggemar meski HipHipYura termasuk salah satu fandom yang loyal.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari data yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa salah satu permasalahan di Indonesia adalah rendahnya minat beli penggemar terhadap album fisik dari pemusik Indonesia sehingga pemusik Indonesia maupun label yang menaunginya dirasa perlu untuk melakukan inovasi baru agar mampu bangkit dan bersaing di tengah maraknya berbagai budaya luar yang terus masuk.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan jangka pendek dari penelitian ini adalah *prototype* album fisik dari Album TUTOR BATIN YURA YUNITA dalam bentuk bundling merchandise, meliputi:

1. Outer Box
2. CD + CD Plate
3. Self-Healing Journal
4. Photocards
5. Postcards
6. Prompt Cards
7. Spinner Wheel
8. Sticker Set

2. LANDASAN TEORI

2.1 YURA YUNITA

Merupakan salah satu penyanyi wanita terkenal di Indonesia yang berasal dari Tanah Parahyangan, Kota Bandung. Merupakan salah satu publik figur yang menginspirasi banyak orang karena talenta serta pesonanya yang luar biasa. Yura juga merupakan salah satu penyanyi wanita yang dekat dengan publik dan mulai banyak menarik atensi penikmat musik baik dari Indonesia maupun dari luar negeri. Karirnya sudah mulai berkembang hingga pasar Asia Tenggara seperti Malaysia, Singapura, dan Filipina.

2.2 ALBUM TUTOR BATIN

Dirilis 22 Oktober 2021, memiliki 11 lagu dengan lagu Utama TUTOR BATIN. Album TUTOR BATIN ini berisi ungkapan-ungkapan serta perjalanannya dalam menjadi manusia dan perempuan. Dalam album ini Yura juga menyatakan bahwa ia menyisipkan lima tahapan dalam duka atau yang biasa dikenal dengan *5 Stages of Griefs* dari Helen Kubler yang ia kisahkan dalam sebagian lagu di album tersebut, yaitu:

1. Fase Denial (Penyangkalan)
2. Fase Anger (Kemarahan)
3. Fase Bargaining (Tawar-menawar)
4. Fase Depression (Keterpurukan)
5. Fase Acceptance (Penerimaan)

Album TUTOR BATIN, utamanya lagu TUTOR BATIN juga merupakan lagu yang mengantarkan Yura Yunita memenangkan Artis Solo Wanita Pop Terbaik di Anugerah Musik Indonesia (AMI) di tahun 2022. Lagu ini juga mengantarkan Yura serta Produser (Ari Renaldi) dan Penulis lagu (Donne Maula) untuk mendapatkan banyak nominasi di penghargaan-penghargaan music seperti nominasi Karya Produksi Terbaik dan Pencipta Lagu Pop Terbaik di Anugerah Musik Indonesia serta nominasi Song of The Year pada Indonesian Music Awards 2022. Berikut pencapaian-pencapaian album TUTOR BATIN pada platform-platform digital:

a) *Platform* Musik Spotify

- | | | |
|----|-----------------|--------------------|
| 1. | TUTOR BATIN | 69,950,576 putaran |
| 2. | Dunia Tipu-Tipu | 88,253,904 putaran |

3.	Tenang	41,693,004 putaran
b) Platform Video Youtube		
1.	Video Musik Tutar Batin	20 juta tayangan
2.	Video Musik Dunia Tipu-Tipu	23 juta tayangan
3.	Short Film Tenang	2,3 juta tayangan
4.	Video Lirik Album Tutar Batin	total 63,1 juta tayangan
5.	Pertunjukan Tutar Batin	total 7,5 juta tayangan
c) Platform Video Tiktok		
1.	Sound Official Tutar Batin	109,400 video
2.	Sound Official Dunia Tipu-Tipu	184,000 video
3.	Sound Official Tenang	60,200 video
4.	Sound Official Hoolala	45,300 video

2.3 MEDIA VISUAL PADA ALBUM K-POP

Media, menurut KBBI, adalah alat/sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, dll. Seperti namanya, media visual berarti media atau sarana komunikasi yang disampaikan secara visual dan dapat dilihat/dinikmati oleh indera penglihatan. Dalam pengemasan album *K-Pop*, media visual yang digunakan cukup beragam, namun, biasanya dapat ditemukan, *album sleeve/sampul album*, album fisik, *photo book/graphic book, photocard, lyric sheet*, serta beberapa media visual lain yang memvisualisasikan konsep maupun lagu yang ada di dalam album tersebut.

Wibecka Oliver pada tesisnya yang berjudul "*Idolizing Consumption An Exploration of the K-pop Albums' Relevance in a Digital Age*" menyebutkan bahwa beberapa faktor penting yang ada di album fisik K-Pop yang dapat menarik minat penggemar antara lain; media pendukung grafis seperti *graphic book/photo book, photocard*, serta berbagai bentuk album yang dapat menimbulkan *multi-sensory experience*. Beliau menyatakan bahwa album fisik dari idol Korea Selatan sudah bukan hanya alat untuk mendengarkan musik dari musisi, tapi juga sebagai alat berkomunikasi dan berinteraksi antara penggemar dengan musisi maupun interaksi antar penggemar.

Demi meningkatkan tingkat *engagement* dengan penggemar, beberapa label atau perusahaan bahkan menyertakan desain-desain unik, menarik, dan variatif pada album fisik yang dirilis. Tak jarang, musisi yang bersangkutan ikut terlibat juga dalam perancangan konsep seperti yang dilakukan BTS RM dalam albumnya yang terbaru, Indigo. RM ikut serta dalam perancangan konsep hingga pembuatan karya seni yang disertakan dalam album. Hal tersebut membuat penggemar merasa album fisik yang telah dirilis lebih personal serta menambah antusias penggemar untuk membeli dan memiliki album tersebut meskipun album tersebut tidak banyak menyertakan potret sang musisi.

Variasi yang ditawarkan oleh album fisik K-Pop ini telah terbukti dapat mengkomunikasikan dengan baik pesan dalam lagu, maupun konsep keseluruhan yang ingin disampaikan oleh

musisi kepada penggemar. Buktinya antara lain beberapa album K-Pop yang memenangi *iF Design Award 2021* yaitu album *The Dream Chapter Trilogy* milik Tomorrow by Together, album *Savage* milik Aespa, serta *Graphic Lyric Book* milik BTS yang keseluruhannya mendapat penghargaan desain dalam bidang Brand Communication.

Beberapa media visual yang digunakan oleh label/agensi antara lain,

2.3.1 Media Visual Berbasis Fotografi

Salah satu media visual paling umum ditemui pada album K-Pop antara lain yaitu media visual berbasis fotografi atau visual dari artisnya sendiri seperti *photo book* dan *photo card*. Media visual berbasis fotografi ini biasanya bertujuan untuk menarik perhatian serta 'mengunci' perhatian tersebut hingga menimbulkan kekaguman maupun ikatan antara penggemar dan artis. Agensi/label biasanya membentuk *image* maupun konsep tertentu bagi grup maupun artis yang dinaunginya sehingga yang ditampilkan pada media visual ini adalah perwujudan dari konsep itu sendiri. Contohnya seperti banyak grup idola yang menampilkan anggotanya dengan pakaian-pakaian kasual hingga terlihat *reachable* bagi penggemar dan membuat penggemar lebih terikat dengan artis yang disukai.

2.3.2 Media Visual Terapan

Media Visual Terapan yaitu media visual yang seperti namanya, memiliki nilai fungsi yang dapat dipergunakan maupun diterapkan ke kehidupan penggemar. Beberapa media visual terapan yang biasa terdapat pada album K-Pop antara lain kartu pos, buku jurnal, stiker, dan sebagainya.

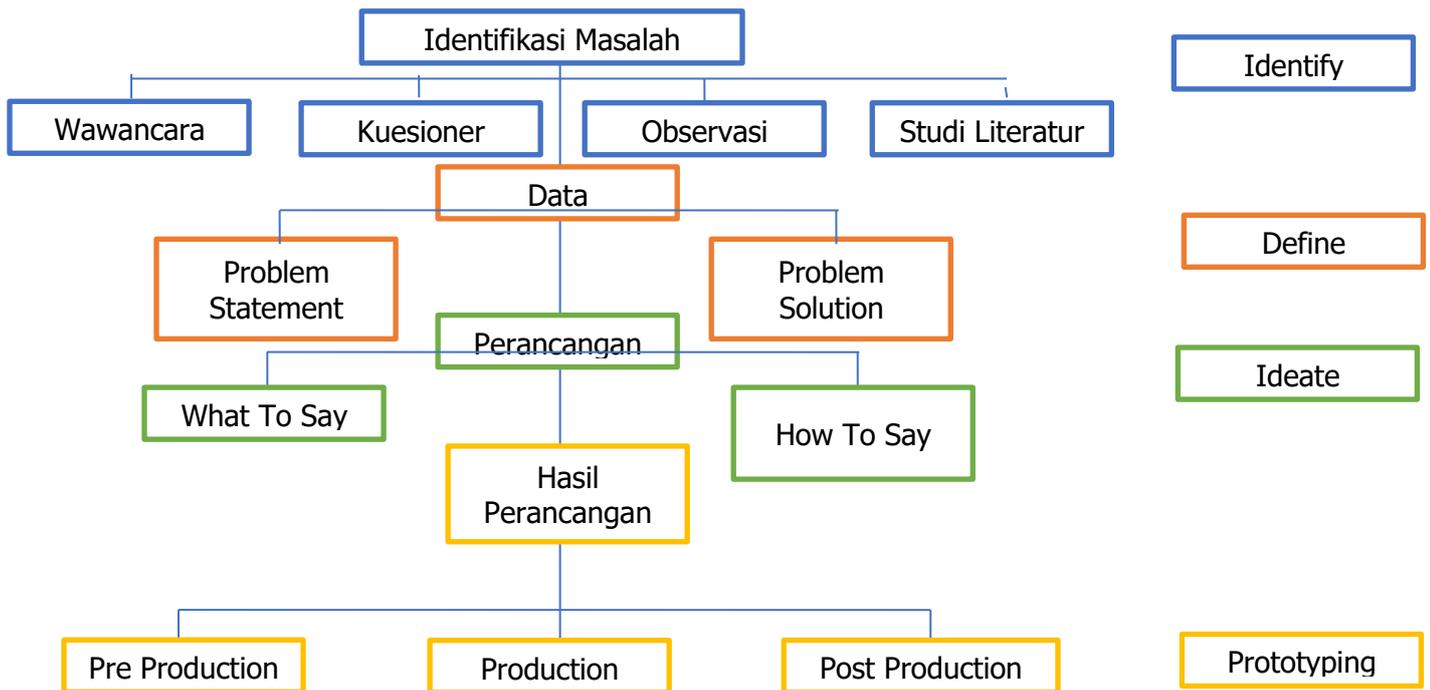
3. METODOLOGI

3.1 METODE PENGUMPULAN DATA

3.1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode *Design Thinking* yang memuat 4 proses yaitu identifikasi (*identify*), penjabaran (*define*), ide (*ideate*), dan pembuatan *prototype* (*prototyping*). Di dalam ke-empat proses tersebut juga dilakukan beberapa metode pengumpulan data seperti menyebarkan kuesioner kepada penggemar musik Indonesia, melakukan wawancara singkat dengan penggemar Yura Yunita, serta mengkaji data yang didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, serta mengamati tingkah laku penggemar di Indonesia melalui berbagai media sosial.

Berikut adalah skema metode *design thinking* yang digunakan pada perancangan album fisik Yura Yunita,



3.1.2 Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017)

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai taktik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab antara dua pihak, peneliti dan responden, untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Sugiyono, 2016)

c. Studi Literatur

Metode studi literatur merupakan kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, dan mengelola bahan penelitian (Zed, 2008)

d. Observasi

Merupakan aktivitas mengenali dan mencatat fakta mengenai kejadian yang diperoleh peneliti untuk memperoleh data secara langsung di lapangan.

3.1.3 Pemilihan Data dan Sumber Data

a. Primer

Data primer diambil secara langsung melalui wawancara dan kuesioner yang dilakukan secara langsung oleh pihak peneliti pada pihak responden.

b. Sekunder

Data sekunder diambil dan disortir dari data-data tertulis berupa jurnal, artikel ilmiah, serta sumber lain yang kredibel.

c. Demografis

Kuesioner disebar kepada penggemar musik Indonesia, sementara wawancara dilakukan kepada penggemar Yura Yunita.

d. Geografis

Pengambilan data berlokasi di Indonesia dan diambil secara daring melalui kuesioner daring via *Google Form* dan Wawancara daring melalui teks.

3.2 METODE PERANCANGAN

3.2.1 Metode Analisis Data

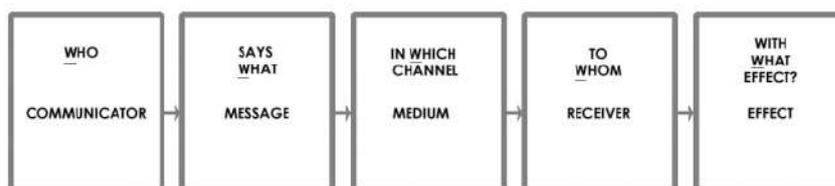
3.2.1.1 SWOT

Metode *SWOT* digunakan dengan cara mengidentifikasi kekuatan (*Strength*) atau kelebihan dari adanya media visual album fisik bagi album Tuter Batin, kelemahan (*Weakness*) dari perancangan album fisik, kesempatan (*Opportunity*) yang dapat diambil jika Tuter Batin memiliki rilisan fisik, serta ancaman (*Threat*) yang akan dihadapi jika perancangan album fisik ini dilakukan.

3.2.2 Model Komunikasi

Model Komunikasi yang digunakan yaitu model Lasswell yang skemanya adalah sebagai berikut,

Lasswell's Communication Model

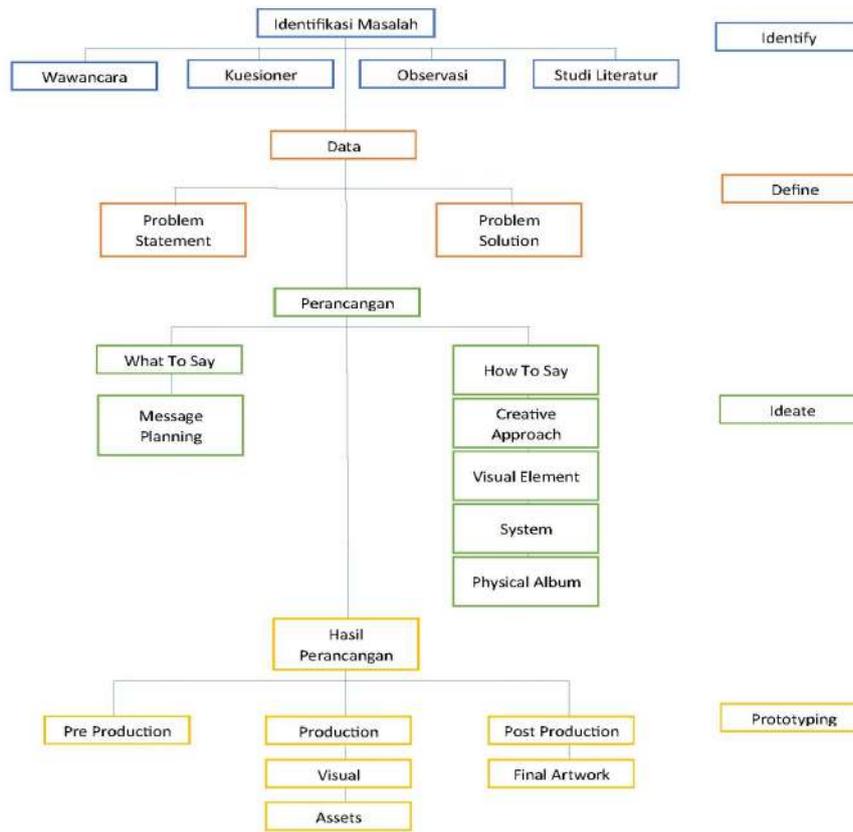


3.2.3 Creative Approach

a. *Tone and Manner*

Merupakan pedoman bagi elemen visual yang akan dirancang dan diterapkan pada hasil akhir perancangan yang bersifat mewakili komunikator sekaligus audiens yang dituju.

3.3 KERANGKA PERANCANGAN



Gambar 2 : Kerangka Perancangan Tugas Akhir

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

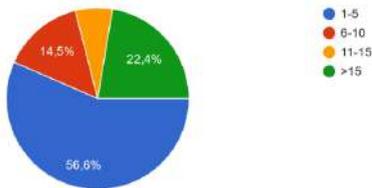
4.1 ANALISIS DATA

4.1.1 Hasil Kuesioner

Data penelitian didukung dan didapatkan melalui pengisian kuesioner yang telah diisi oleh 76 partisipan dengan pertanyaan dengan partisipan berusia 18-23 sebanyak 57,9%, partisipan berusia 24-30 sebanyak 19,7%, dan sisanya sebanyak 22,4% pada partisipan berusia diatas 30 tahun.

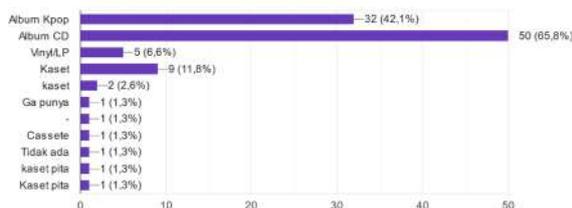
Hampir seluruh partisipan mengetahui apa itu album fisik dan memiliki penyanyi/pemusik yang disukai. Sebanyak 89,5% menyatakan pernah membeli album fisik dari penyanyi/pemusik kesukaannya.

Berapa jumlah album fisik yang anda miliki?
76 jawaban



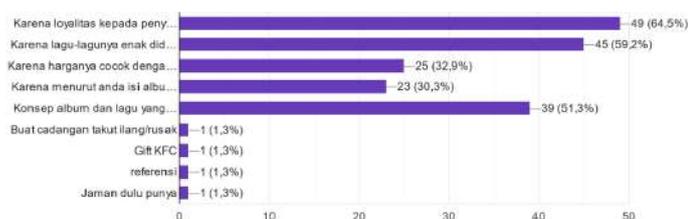
Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar (56,6%) memiliki album fisik diantara 1-5 buah album, dan sisanya lebih dari 5 album fisik.

Apa jenis album fisik yang anda miliki?
76 jawaban



Pertanyaan lain yang diajukan yaitu jenis album fisik yang dimiliki, terdapat 5 (empat) jenis jawaban; Album *K-pop*; Album *CD*; *Viny//LP*; Kaset; dan tidak memiliki album fisik. Dalam pertanyaan ini, partisipan dapat memilih lebih dari 1 jawaban. Meskipun Album *K-pop* umumnya memiliki bentuk *CD* atau *Viny//LP*, penulis menaruh Album *K-pop* dalam jenis yang berbeda karena pengemasan album fisik yang berbeda. Dapat disimpulkan dari diagram diatas, bahwa Album *CD* menjadi jenis album fisik yang paling banyak dimiliki sejumlah 65,8% dari jawaban partisipan, Album *K-pop* di posisi kedua dengan 42,1%, dan Kaset Pita dengan 18,3%.

Faktor apa yang biasanya membuat anda memutuskan akan membeli album fisik?
76 jawaban



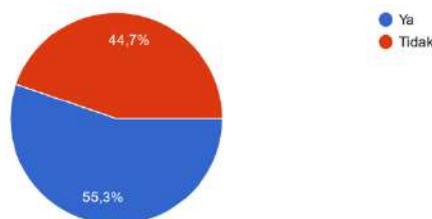
Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penggemar musik yang mengisi kuesioner membeli album fisik atas faktor-faktor yang berkenaan dengan emosional penggemar, seperti; loyalitas pada pemusik kesayangan; lagu-lagunya yang enak didengar; serta konsep album dan lagu yang menarik hingga dapat melengkapi *experience* penggemar dalam mendengarkan lagu. Disusul dengan faktor-faktor yang berkenaan dengan ekonomi seperti kecocokan harga album dengan kemampuan finansial penggemar, dan album yang dianggap *worth it* dengan harga jual yang ditawarkan.

Apakah anda memiliki penyanyi/musisi dari Indonesia yang anda sukai?
76 jawaban



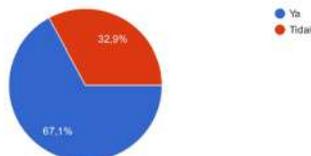
Sebanyak 94,7% bagian dari responden memiliki penyanyi/pemusik Indonesia favorit.

Apakah anda memiliki album fisik dari penyanyi/musisi dari Indonesia yang anda sukai?
76 jawaban



Lalu, sebanyak 55,3% responden memiliki album fisik dari penyanyi/pemusik Indonesia yang mereka sukai.

Jika penyanyi/musisi dari Indonesia yang anda sukai merilis album fisik dengan konsep tertata dan menyertakan banyak bonus kecil/perintilan seperti...gesampingkan ada/tidaknya budget yang dimiliki?
76 jawaban



Pertanyaan terakhir yang penulis cantumkan adalah hipotesa dari hasil pengamatan di lapangan, yaitu, jika penyanyi/pemusik dari Indonesia yang disukai merilis album fisik dengan konsep tertata dan menyertakan banyak bonus kecil (perintilan) dan mengesampingkan ada/tidaknya *budget* yang dimiliki. Mayoritas responden (67,1%) mengiyakan hipotesa tersebut.

4.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan kepada beberapa penggemar Yura Yunita dengan rentang usia 19-23 tahun secara daring via teks. Narasumber terdiri dari 5 Perempuan dan 1 Laki-laki dengan latar belakang mahasiswa dan pekerja muda. Berikut daftar pertanyaan yang ditanyakan saat wawancara:

Pertanyaan	Jawaban
Sejak kapan mengetahui Yura Yunita dan karyanya?	1. 2014, Youtube dan radio 2. Dari era Berawal dari Tatap 3. 2014 4. 2018

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Sejak era Cinta dan Rahasia 6. Dari era Cinta dan rahasia
Kenapa menyukai Yura Yunita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suaranya bagus dan lagunya enak didengar 2. Bukan hanya sekedar bernyanyi tapi bercerita 3. Karya-karyanya indah banget, social life Yura juga menarik 4. Ada ciri khas yang enak didengar, makna liriknya dalam dan relate dengan kehidupan, lagu-lagunya juga membawa banyak warna baru dengan memadukan berbagai genre 5. Selain teknik suaranya unik, lirik lagu dan cara penyampaian lagu-lagunya sukses menyentuh jiwa 6. Keren dan unik, lagu-lagunya beragam dan Yura bisa menyajikan semua lagunya dengan sangat baik
Apakah Sudah pernah mendatangi konser atau festival yang dihadiri oleh Yura Yunita?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah dan seru 2. Belum 3. Belum 4. Belum 5. Sudah 6. Belum
Menurut anda, apakah yura Yunita sudah dapat dikatakan sebagai artis yang besar namanya di Inonesia?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iya, termasuk 2. Iya 3. Iya 4. Iya 5. Iya 6. Iya
Apa saja keunikan Yura Yunita di mata anda?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suaranya khas, lagunya unik dan fun, suka juga sama lagunya yang punya arti lebih deep 2. Pembawaannya elegan, berprestasi tanpa sensasi, visualnya yang sunda lokal sekali 3. Lagunya bermakna dalam, sangat relatable dengan kehidupan sehari-hari, sering tersentuh dengan karya-karyanya 4. Makna liriknya dalam dan relate dengan kehidupan, lagu-lagunya juga membawa banyak warna baru dengan memadukan berbagai genre 5. Lagu-lagunya kayak ada nyawanya, punya story line sederhana yang relate bat semua orang 6. Termasuk penyanyi yang tidak takut menunjukkan 'kekurangannya'. Yura sudah belajar cara menerima diri sendiri, jadi segar saja bisa melihat seorang penyanyi, seorang publik figur yang embracing how us being human
Apakah Karya Yura Yunita yang paling berkesan? Mengapa karya tersebut berkesan bagi anda?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jester Suit, Takkan Apa, Malam Sepi 2. Album Tenang (Tujur Batin) karena relate dengan hidup 3. Lagu Tenang (album Tujur Batin) karena relate dan menenangkan banget 4. Tenang dan Dunia Tipu-Tipu (album Tujur Batin) 5. Intuisi 6. Bandung, Tujur batun (album Tujur Batin)
Apakah tahu jika Yura Yunita sudah pernah merilis album fisik untuk album pertamanya, Merakit?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak 2. Tidak 3. Iya, tahu 4. Iya, tahu 5. Tahu 6. Iya
Jika Yura Yunita merilis album fisik lagi, apakah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah cukup nyaman streaming online 2. Pasti mau

berkenan membeli/memiliki	untuk	3. Mau banget 4. Mau 5. Lebih suka merchandise (kaos, poster, stiker) 6. Mau
---------------------------	-------	---

4.1.3 Hasil Observasi Fenomena Antusiasme Penggemar Indonesia terhadap Media yang digunakan untuk Melengkapi Fandom Experience

a. Fenomena Nastar Bong (Light Stick Penyanyi Dangdut Nassar)

Pada paruh akhir tahun 2020 hingga pertengahan tahun 2021, pengguna platform media sosial TikTok diramaikan oleh video *unboxing Nastar Bong*, yang merupakan nama *light stick* yang dibuat oleh penggemar untuk penyanyi dangdut kondang, Nassar. Berikut adalah salah satu video TikTok yang menyatakan antusiasme penggemar setelah membeli *light stick* yang dimaksud. Video ini diunggah oleh pengguna showey sho13 pada bulan April 2021.



*Unboxing Nastar Bong
by showey sho13 on TikTok*

Nastar Bong terus menjadi bahan pembicaraan hingga banyak toko-toko yang menjual *Nastar Bong* disertai dengan berbagai bentuk media visual sebagai *freebies* atau bonus pembelian dari *Nastar Bong*, seperti yang dilakukan penjual Shopee putritiaraseptiani yang memberikan bonus berupa stiker dan *photocard* Nassar.



*Produk Penggemar Nastar bong
by putritiaraseptiani on Shopee*

Hingga pada akhirnya *Nastar Bong* diliput di Media Nasional pada acara Tokopedia Waktu Indonesia Belanja pada 17 September 2021 di salah satu segmen komedi.



Kemunculan Nastar Bong di TV Nasional
by ttangerinee_ on Twitter

b. Fenomena *Photocard* Terbatas Karakter Film Mencuri Raden Saleh

Film Mencuri Raden Saleh merupakan salah satu Film Indonesia yang baru pertama ditayangkan pada 25 Agustus 2022. Film ini disutradarai oleh Angga Dwimas Sasongko dan menggaet beberapa nama aktor/aktris besar sehingga menarik banyak minat dari penonton. Film Mencuri Raden Saleh juga masuk dalam beberapa Nominasi Festival Film Indonesia dan memenangkan beberapa penghargaan seperti Aktris Terfavorit Pilihan Penonton (Aghniny Haque) dan Film Terfavorit Pilihan Penonton. Film Mencuri Raden Saleh juga berhasil mencapai 2.000.000 (dua juta) penonton di hari ke-18 tayang.

Tim pemasaran film Mencuri Raden Saleh menggunakan berbagai media promosi untuk mencapai lebih banyak audiens. Salah satunya adalah menyediakan *photocard* terbatas dari karakter film Mencuri Raden Saleh yang dapat diperoleh ketika penonton membeli tiket. Dapat dilihat dari unggahan CGV pada tanggal 25 Agustus 2022.



Pemberitahuan *Photocard* Terbatas Mencuri Raden Saleh
by CGV_ID on Twitter

Langkah promosi yang digunakan oleh tim pemasaran Mencuri Raden Saleh ini dapat dikatakan cukup berhasil dari banyaknya unggahan di media social mengenai antusiasme penonton serta kekecewaan bagi penonton yang tidak mendapatkan *photocard* terbatas tersebut seperti yang diungkapkan beberapa akun berikut:



Penonton yang Mendapat *Photocard* Terbatas Mencuri Raden Saleh by tik_sayutimelik on Twitter



Penonton yang Tidak mendapat *Photocard* Terbatas Mencuri Raden Saleh by rejjun on Twitter

4.1.4 Hasil Studi Literatur

a. *Expressive Writing*

Expressive writing adalah kegiatan menuliskan hal-hal yang berkenaan dengan emosional atau perasaan. *Expressive writing* biasanya berupa tulisan mengenai keresahan-keresahan dalam diri, maupun menjabarkan kejadian traumatis yang pernah terjadi di masa lampau. Karen A. Baikie dan Kay Wilhelm dalam Jurnalnya "*Emotional and Physical Health Benefits of Expressive Writing*" menjabarkan bahwa menuangkan perasaan kita dalam bentuk tulisan dapat menjadi salah satu media penyembuh (*therapeutic tool*) bagi orang-orang yang memiliki trauma.

Membangun kebiasaan menulis jurnal juga sudah banyak digemborkan oleh media sebagai salah satu sarana efektif untuk mengenali diri dan mengurai keadaan emosional diri sehingga kegiatan ini juga dapat dilakukan tanpa pengawasan ahli. Dalam beberapa tahun terakhir, media berupa *Daily Journal* dan *Planner* banyak diproduksi dan laris manis di pasaran sebagai salah satu media mengatur pola hidup serta pengelolaan stress. Dibarengi dengan media lain berupa prompt generator dalam berbagai bentuk (*Card Deck*, buku, dll.), kegiatan menuangkan keresahan yang dibangun setiap hari secara perlahan mulai digemari dan disebut

memberikan manfaat yang dapat dirasakan bagi orang-orang yang melakukannya.

4.2 PEMBAHASAN

4.2.1 Matriks Analisis *SWOT*

a. Strength

- Sebagai *memento* dan karya fisik yang dapat dinikmati secara riil dan memberikan kepuasan tersendiri bagi penggemar
- Pengemasan yang menarik dengan berbagai media dapat dikoleksi dan meningkatkan interaksi antar penggemar (*inclusion trading*)
- Sebagai alat komunikasi (*storytelling*) yang tak hanya mengandalkan audio, namun menyediakan *multi-sensory experience* bagi penggemar

b. Weakness

- Memiliki kesulitan produksi lebih tinggi
- Dikarenakan bersifat "pelengkap" membuat album fisik masuk pada kategori kebutuhan tersier sehingga target audiens akan memiliki banyak pertimbangan sebelum keputusan pembelian

c. Opportunity

- Banyaknya pendengar yang mengaku senang dan merasa relate dengan album ini sehingga *demand* untuk album fisik cukup tinggi
- Memberikan *exposure* lebih bagi musisi
- Penggemar bersifat loyal dan solid sehingga akan mendukung idolanya dalam berbagai cara

a. Strength

- Dari segi harga akan lebih mahal dari album biasa yang dirilis penyanyi lain
- Pendapat orang luar (*non-fans*) yang menganggap remeh dan menganggap loyalitas penggemar mendukung artis idolanya itu memalukan

Strength+Opportunity

Karena banyak pendengar yang senang dan merasa relate dengan album ini, kehadiran album fisik dapat memberikan *experience* lebih kepada penggemar yang tidak hanya mengandalkan audio namun juga menghadirkan *multi-sensory experience*

Strength+Threat

Perancangan album fisik dengan pengemasan menarik dan *multi-sensory experience* yang akan didapatkan oleh target audiens dan membuat kepuasan tersendiri bagi penggemar hingga penggemar dapat merasa album yang dimiliki *worth the price*

Weakness+Opportunity

Merancang album fisik yang dekat dan relatable dengan audiens sehingga audiens rela mengeluarkan usaha/*effort* berupa material untuk memiliki album fisik

Weakness+Threat

Perancangan album fisik dengan berbagai media yang membuat produk bersifat *worth to buy*

4.2.2 Problem Statement

Tidak adanya media fisik bagi Yura Yunita untuk mengkomunikasikan kegelisahan mengenai perjalanannya menjadi manusia dalam album Tujur Batin kepada penggemarnya

4.2.3 Problem Solution

Perancangan media fisik untuk album Tujur Batin guna mengkomunikasikan kegelisahan Yura Yunita kepada penggemar

4.2.4 Segmentasi Target Audiens

a. Demografis

- Wanita Dewasa Awal
- Usia 18-23 tahun (Gen Z)
- Mahasiswa hingga pekerja muda

b. Geografis

- Indonesia

c. Psikografis

- Memiliki minat pada musisi Indonesia khususnya Yura Yunita. Dapat merasa relatable pada lagu-lagu yang didengarkan sehingga lagu tersebut cenderung memiliki tempat tertentu dalam hati mereka. Umur 18-23 adalah usia saat banyak perubahan drastis dalam hidup terjadi sehingga mulai merasakan *quarter life crisis*
- *Belongers*
- Gaya hidup yang konsumtif, loyal pada hal yang disukai, rela mengeluarkan tenaga dan uang demi membeli, mendukung sumber semangat (dalam konteks ini musisi atau artis kesukaan)

d. Teknografis

- *Creators*
- *Critics*
- *Collectors*

4.2.5 What To Say

“Perjalananku Menemukan Aku”

4.2.6 How To Say

a. Tone and Manner

- *Feminine*
- *Delicate*

b. Creative Approach

- *Interactive*
- *Hand-Made*
- *Collectible Fan Items*

4.3 PROTOTYPE

4.3.1 Aset Visual

a. Logo

Logotype Utama

Tutur Batin

Logotype Variasi

Tutur
Batin
YURAYUNITA
Tutur Batin

b. Typeface

Main Typeface

Digunakan pada logo, judul, dan headlines pada media visual

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Judson abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Family 1234567890 !@#\$%^&*()-_+=;

Sub Typeface

Digunakan pada teks pendukung pada media visual album

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Futura Now abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Headline 1234567890 !@#\$%^&*()-_+=;
Family

c. Palet Warna

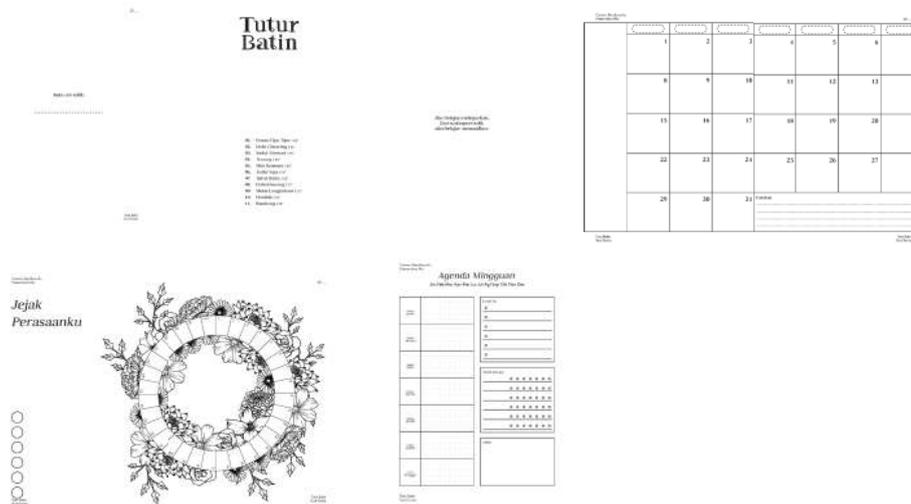


4.3.1 Hasil Perancangan

a. Self-Healing Journal



Sampul Self-Healing Journal



Pratinjau layout self-healing Journal

b. CD + CD Plate



c. Outer Box



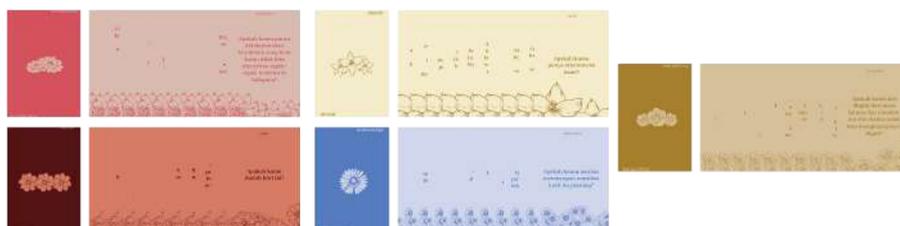
d. Photocards



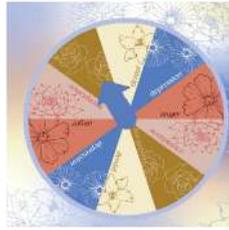
e. Postcard



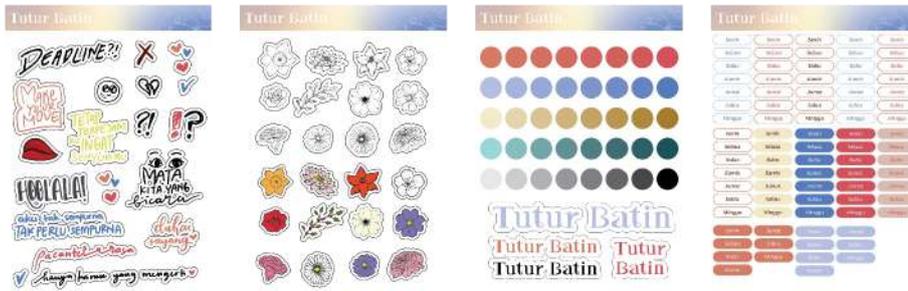
f. Prompt Cards



g. Spinning Wheel



h. Sticker Set



h. Dokumentasi Prototype



5. KESIMPULAN

Industri musik Indonesia sedang mencoba untuk bangkit kembali dan mengklaim masa jayanya. Perancangan Media Visual Album Fisik Tutur Batin Yura Yunita ini merupakan salah satu langkah kecil untuk mengawali kebangkitan kembali industri musik Indonesia yang sudah dorman cukup lama. Dengan mengadaptasi bentuk album fisik dengan media visual yang beragam, diharapkan dapat membangkitkan dan meningkatkan kecintaan penggemar terhadap Yura Yunita.

DAFTAR RUJUKAN

Perjalanan Yura Yunita Untuk Menerima, Memafkan Dan Mengenal Diri Sendiri, 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=9U7l-1aQHxk>.

"Penjualan Album Fisik K-Pop Tembus Rekor Baru Dalam 5 Tahun | Databoks." Accessed February 23, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/penjualan-album-fisik-k-pop-tembus-rekor-baru-dalam-5-tahun>.

Smith, Ken, ed. *Handbook of Visual Communication Research: Theory, Methods, and Media*. LEA's Communication Series. Mahwah, N.J: L. Erlbaum, 2005.

Berger, Arthur Asa. *Essentials of Mass Communication Theory*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

Oliver, Wibecka. "Idolizing Consumption An Exploration of the K-pop Albums' in a Digital Age". Master's Thesis for the Degree of Master of Arts in Visual Culture. Lund University, 2020.

"Yura Yunita Ungkapkan Suara Hati Lewat Album TUTUR BATIN - KapanLagi.Com." Accessed February 17, 2023. <https://musik.kapanlagi.com/berita/yura-yunita-ungkap-suara-hati-lewat-album-tutur-batin-0e8d7e.html>.

"What Is My Birth Flower? | Birth Month Flowers | The Old Farmer's Almanac." Accessed June 18, 2023. <https://www.almanac.com/content/birth-month-flowers-and-their-meanings>.

Baikie, Karen & Wilhelm, Kay. (2005). Emotional and physical benefits of expressive writing. *Advances in Psychiatric Treatment*. 11. 338-346. 10.1192/apt.11.5.338.