

## Perancangan Media Promosi Band Misanthropy Club

Aldo Kurniawan<sup>1</sup>, Aryoni Ananta<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

<sup>1\*</sup>[zarzadubs@gmail.com](mailto:zarzadubs@gmail.com)

---

### Abstrak

---

Misanthropy Club merupakan band asal Padang Panjang yang menggabungkan genre metal dan Electronic Dance Music (EDM). Meskipun memiliki karakter musik yang unik, band ini masih menghadapi kendala dalam menjangkau audiens yang lebih luas akibat kurang optimalnya media promosi. Oleh karena itu, perancangan media promosi audio visual dilakukan untuk meningkatkan eksistensi dan memperkenalkan identitas band kepada masyarakat. Metode yang digunakan dalam perancangan ini meliputi observasi, wawancara, angket, dokumentasi, serta analisis SWOT dan AIDCA. Hasil perancangan berupa media promosi audio visual yang menggabungkan elemen visual 2D dan 3D dengan konsep gelap, agresif, dan eksperimental sesuai karakter musik Misanthropy Club. Selain media utama, dirancang pula media pendukung berupa poster, media sosial Instagram, merchandise, dan manual book. Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat identitas visual band, meningkatkan daya tarik audiens, serta memperluas jangkauan promosi Misanthropy Club.

**Kata Kunci:** Media Promosi, Audio Visual, Misanthropy Club, Band Metal, EDM, Desain Komunikasi Visual.

---

### PENDAHULUAN

Musik merupakan salah satu cabang seni yang memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. (Menurut Jamalus, 1988 : 1), musik adalah hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik seperti melodi, irama, harmoni, bentuk, dan ekspresi. Musik adalah hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik seperti melodi, irama, harmoni, bentuk, dan ekspresi. Keberadaan musik dalam kehidupan masyarakat tidak terlepas dari fungsi dan perannya, baik sebagai media ekspresi, sarana upacara adat dan keagamaan, maupun sebagai media hiburan bagi masyarakat. Musik juga berfungsi sebagai alat komunikasi dan representasi budaya yang mencerminkan identitas suatu kelompok sosial (Merriam, 1964).

Perkembangan musik dalam masyarakat turut melahirkan berbagai subkultur, salah satunya adalah musik metal. Musik metal berkembang dari musik rock pada akhir 1960-an hingga awal 1970-an di Inggris dan Amerika Serikat. Menurut (Walser, 1993), musik metal memiliki karakteristik berupa suara keras, distorsi berat, tempo cepat, serta tema lirik yang sering mengangkat isu eksistensial, sosial, hingga kritik terhadap ketidakadilan. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga melahirkan Electronic Dance Music (EDM), yang ditandai dengan penggunaan teknologi digital, beat repetitif, ritme energik, serta produksi suara berbasis software, synthesizer, dan drum machine.

Seiring perkembangan tersebut, muncul pula fenomena hybrid genre yang menggabungkan dua atau lebih gaya musik berbeda. Perpaduan ini banyak dilakukan oleh musisi modern, seperti kombinasi metal, shoegaze, dan ambient yang menghasilkan karakter musik yang lebih eksperimental. Fenomena ini turut memengaruhi musisi independen di Indonesia untuk mengeksplorasi identitas musikal yang lebih unik, termasuk Misanthropy Club.

Misanthropy Club merupakan band asal Padang Panjang, Sumatera Barat, yang terbentuk pada tahun 2019 dan terdiri dari empat personil, yaitu Aditya Pratama Sony (vokalis), Avin Prasetya Putra (gitaris), Avant Garde Dewa Gugat (sound effect), dan Raka Aditya (drummer). Sejak terbentuk, mereka telah aktif tampil di berbagai festival musik seperti Minangkabau brings 2019, Sumbart Fest 2019, Joyland Festival Bali 2022, hingga Synchronize Together Fest 2024.

Namun, di balik potensi musikal yang dimiliki, Misanthropy Club masih menghadapi tantangan dalam hal promosi dan perluasan audiens. Berdasarkan data Spotify dalam 28 hari terakhir, rata-rata pendengar bulanan hanya mencapai 338 orang dengan sebaran utama di Padang (74 pendengar), Jakarta (69 pendengar), dan Bandung (28 pendengar). Data ini menunjukkan bahwa jangkauan audiens mereka masih terbatas, yang salah satunya disebabkan oleh minimnya media promosi yang konsisten dan terarah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang diusulkan adalah perancangan media promosi berbasis audio visual. Media ini dipilih karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi secara efektif dalam menyampaikan identitas serta karakter band kepada audiens. Melalui pendekatan audio visual, pesan yang disampaikan diharapkan dapat lebih kuat secara emosional dan mudah diterima oleh target audiens.

## METODE

### Konsep Verbal

Konsep verbal dalam perancangan media promosi Misanthropy Club menggunakan pendekatan bahasa yang emosional, gelap, dan ekspresif sesuai dengan karakter musik yang diusung oleh band. Pemilihan diksi dilakukan melalui penggunaan kalimat singkat, simbolik, dan reflektif untuk menggambarkan tema mengenai konflik batin, kemarahan, tekanan mental, serta sisi gelap manusia.

Konsep verbal diterapkan pada berbagai media promosi seperti poster, audio visual, media sosial, dan *merchandise* untuk memperkuat identitas visual band. Penggunaan kata-kata seperti “*disgust*”, “*fear*”, “*ego*”, “*blood*”, dan “*distortion*” digunakan sebagai representasi emosional yang selaras dengan nuansa musik dan visual karya. Pendekatan verbal tersebut bertujuan menciptakan komunikasi yang lebih kuat, atmosferik, dan mampu membangun keterikatan emosional antara band dan audiens.

### Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan ini berfokus pada penciptaan atmosfer yang gelap, brutal, surreal, dan emosional melalui perpaduan visual 3D dan 2D. Pendekatan eksperimental digunakan untuk membangun pengalaman visual yang intens sesuai dengan karakter musik Misanthropy Club.

Visual 3D digunakan sebagai elemen utama dalam membangun ruang, objek, serta suasana yang memiliki kedalaman visual. Penggunaan elemen tiga dimensi memungkinkan penciptaan lingkungan yang lebih dinamis dan sinematik, sehingga mampu memperkuat atmosfer yang ingin disampaikan dalam karya. Sementara itu, visual 2D diterapkan dalam bentuk ilustrasi, tekstur, tipografi, simbol, serta elemen grafis yang berfungsi sebagai representasi emosional dan konseptual dari narasi yang dibangun.

Proses penggabungan kedua media tersebut dilakukan menggunakan teknik blend, yaitu proses pencampuran visual yang memungkinkan elemen 2D dan 3D saling berinteraksi dalam satu komposisi yang harmonis. Teknik ini diterapkan melalui pengaturan transparansi, tekstur, pencahayaan, mode pencampuran warna (*blending mode*), serta komposit digital pada tahap pascaproduksi. Dengan metode tersebut, elemen ilustratif dua dimensi tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi menjadi bagian integral dari ruang visual tiga dimensi yang dibangun.

Penerapan teknik blend juga bertujuan untuk menciptakan kesan visual yang ambigu antara realitas dan representasi emosional. Elemen 2D yang muncul di atas objek atau ruang 3D berfungsi sebagai simbol dari pikiran, perasaan, maupun konflik batin yang menjadi tema utama karya. Kehadiran kedua pendekatan visual tersebut menghasilkan lapisan makna yang lebih kompleks, sehingga audiens tidak hanya menikmati visual secara estetis, tetapi juga dapat merasakan suasana emosional yang ingin disampaikan.

Melalui penggabungan visual 3D dan 2D dengan teknik blend, perancangan audio visual ini berupaya menghadirkan identitas visual yang unik, eksperimental, dan sesuai dengan karakter Misanthropy Club. Pendekatan ini menjadi salah satu strategi untuk memperkuat penyampaian pesan sekaligus membedakan karya dari video musik konvensional yang umumnya hanya menggunakan satu pendekatan visual secara dominan.

Penggunaan warna merah gelap, hitam, dan kontras cahaya rendah menjadi elemen utama dalam membangun identitas visual. Efek grain, noise, glitch, distorsi, serta pencahayaan minim digunakan untuk menciptakan suasana yang terasa sesak, liar, dan emosional.

### Metode pengumpulan data

#### a. Observasi

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap penampilan Misanthropy Club di Padang dan Bukittinggi untuk melihat respons audiens saat pertunjukan. Hasil observasi menunjukkan jumlah penonton di Padang (*Rest To Fest*) lebih banyak dibandingkan Bukittinggi, sehingga terlihat adanya perbedaan tingkat antusiasme audiens. Selain itu, berdasarkan data Spotify, rata-rata pendengar band masih tergolong rendah yaitu sekitar 502 pendengar, serta hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian remaja di Padang Panjang belum mengenal Misanthropy Club. Temuan ini menunjukkan perlunya strategi media promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan jangkauan audiens.

#### b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui interaksi langsung antara peneliti dan narasumber, baik secara tatap muka maupun daring, untuk memperoleh informasi mendalam yang tidak dapat dijangkau melalui metode kuantitatif. Wawancara dilakukan secara luring dan daring bersama Avin Prasetya Utama, gitaris sekaligus produser Misanthropy Club, dengan pendekatan terbuka agar narasumber dapat menjawab secara naratif. Pertanyaan mencakup latar belakang band, genre musik, proses kreatif, serta kondisi dan eksistensi saat ini. Hasil wawancara ini digunakan untuk mendukung perancangan media audio visual yang sesuai dengan karakter Misanthropy Club.

#### c. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data melalui pemberian pertanyaan kepada responden untuk memperoleh informasi terkait objek penelitian. Survei ini ditujukan kepada audiens di Sumatera Barat dengan rentang usia 17–25 tahun dan dilaksanakan pada 10–20 Oktober 2025 dengan total 102 responden. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih kurang mengenal Misanthropy Club secara mendalam akibat terbatasnya media promosi yang tersedia. Berdasarkan temuan tersebut, media promosi berbasis audio visual dengan penggabungan visual 3D dan 2D dianggap sebagai solusi untuk memperkuat citra serta membangun kedekatan emosional antara band dan audiens.

**d. Dokumentasi**

Pengumpulan data dokumentasi dilakukan melalui penelusuran platform daring seperti media sosial dan kanal YouTube Misanthropy Club, meliputi arsip visual, audio, serta konten digital lainnya. Data ini digunakan untuk menganalisis eksistensi dan jangkauan band di media sosial, termasuk Instagram yang memiliki 3.880 pengikut sebagai indikator keterlibatan audiens. Hasil dokumentasi juga menunjukkan bahwa kanal YouTube menjadi salah satu media utama penyebaran konten audio visual band. Seluruh data tersebut digunakan untuk menilai efektivitas media digital sekaligus menjadi dasar dalam perancangan media promosi berbasis audio visual yang sesuai dengan karakter audiens.

**Metode Analisis Data****a. Segmentasi Demografis**

Target audiens perancangan media promosi Misanthropy Club adalah masyarakat Sumatera Barat, khususnya yang memiliki ketertarikan pada musik EDM dan metal

**b. Segmentasi Geografis**

Target audiens berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, dengan usia 17–25 tahun, serta berstatus pelajar dan mahasiswa.

**c. Segmentasi Psikografis**

Audiens berfokus pada individu kreatif, independen, dan anti-mainstream yang menyukai eksplorasi musik, terutama perpaduan metal dan EDM. Mereka aktif di media digital dan menggunakan musik sebagai sarana ekspresi diri serta koneksi sosial dalam komunitas subkultur alternatif.

**d. Segmentasi Perilaku**

Audiens Misanthropy Club aktif mengonsumsi musik melalui platform digital seperti Spotify dan YouTube, menyukai musik yang eksperimental dan emosional, serta terlibat dalam komunitas musik alternatif dan kegiatan seperti gigs atau festival. Mereka juga cenderung membagikan musik yang sesuai dengan identitas diri dan selera mereka dalam subkultur musik tertentu.

**Analisis SWOT****a. Strengths (Kekuatan)**

Misanthropy Club memiliki kekuatan pada konsep musik yang unik, yaitu perpaduan metal dan EDM yang menciptakan identitas musikal khas. Ditambah kemampuan musikal yang solid dan karakter visual kuat, band ini memiliki daya tarik sebagai musik independen yang berbeda dari yang lain.

**b. Weaknesses (Kelemahan)**

Kelemahan utama terletak pada segmentasi pasar yang masih terbatas karena genre yang niche, serta promosi digital yang belum maksimal. Keterbatasan produksi konten dan manajemen branding yang belum terstruktur juga memengaruhi konsistensi citra band.

**c. Opportunities (Peluang)**

Peluang terbuka luas karena tren musik eksperimental semakin diminati generasi muda. Platform digital seperti Spotify, YouTube, dan Instagram memudahkan distribusi karya, serta adanya potensi kolaborasi dan festival musik independen untuk memperluas jaringan.

**d. Threats (Ancaman)**

Ancaman berasal dari persaingan ketat di industri musik independen dan perubahan tren yang cepat. Selain itu, minimnya dukungan label besar serta dominasi musik komersial menjadi tantangan dalam memperluas eksistensi band.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Audio Visual



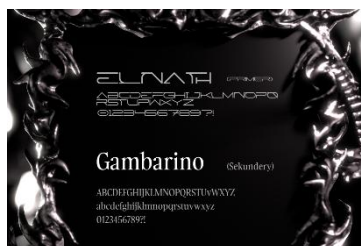
Gambar 1. Hasil Audio Visual  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Karya audio visual Misanthropy Club merupakan video musik yang menggabungkan visual 2D dan 3D melalui teknik blending untuk menciptakan pengalaman visual yang ekspresif sesuai karakter musik band. Visual 3D digunakan untuk membangun ruang dan suasana yang sinematik, sedangkan visual 2D berfungsi sebagai simbol emosi, pikiran, dan kondisi psikologis tokoh. Integrasi keduanya menghasilkan kesan surealis yang memperkuat narasi tentang konflik batin, keterasingan, dan tekanan emosional, dengan dominasi warna merah darah dan hitam serta efek glitch, noise, dan distorsi untuk membangun atmosfer gelap dan intens.

Secara naratif, karya ini menceritakan tokoh yang terjebak dalam konflik batin dan ketidakmampuan mengakui kesalahan, yang divisualisasikan melalui kemunculan monster sebagai representasi ego dan sisi gelap diri. Storyline disampaikan secara simbolik dan surreal sehingga tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai refleksi emosional mengenai penyesalan dan kehancuran mental. Sebagai karya artistik, video ini juga berfungsi sebagai media promosi dan branding Misanthropy Club melalui visual eksperimental, tipografi underground, dan konsep dark surreal yang menjadi identitas khas band. Media pendukung seperti poster, merchandise, dan media sosial dirancang secara konsisten untuk memperkuat citra visual agar lebih mudah dikenali.

Secara keseluruhan, perancangan ini menunjukkan bahwa media audio visual mampu menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan emosional sekaligus membangun keterikatan dengan audiens. Perpaduan musik, visual, warna, motion, dan storytelling menghasilkan pengalaman imersif yang memperkuat identitas Misanthropy Club serta memberikan nilai estetika dan emosional yang kuat bagi penonton.

### Tipografi



Gambar 2. Tipografi  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Tipografi dalam media promosi Misanthropy Club menggunakan dua jenis font, yaitu Elnath sebagai tipografi primer dan Gambarino sebagai tipografi sekunder. Elnath dipilih karena memiliki karakter huruf yang tegas, eksperimental, serta memiliki distorsi visual yang merepresentasikan nuansa agresif, chaos, dan ketidakstabilan emosional, sehingga sangat sesuai digunakan pada headline atau judul utama untuk menarik perhatian audiens. Bentuk hurufnya yang tidak sepenuhnya simetris memberikan kesan unik dan underground, selaras dengan identitas musik band yang gelap dan non-konvensional. Sementara itu, Gambarino digunakan sebagai tipografi sekunder karena memiliki karakter yang lebih sederhana, bersih, dan mudah dibaca, sehingga berfungsi sebagai penyeimbang agar informasi tetap komunikatif dan tidak mengganggu keterbacaan. Tipografi ini digunakan pada teks pendukung seperti deskripsi, informasi acara, dan narasi visual. Kombinasi antara Elnath dan Gambarino menciptakan hierarki visual yang jelas sekaligus menjaga keseimbangan antara aspek estetika eksperimental dan fungsi komunikasi, sehingga membentuk identitas visual yang kuat, modern, dan tetap mudah dipahami oleh audiens.

### Warna



Gambar 3. Palet Warna  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Studi warna pada media promosi Misanthropy Club didominasi oleh warna hitam dan merah yang digunakan untuk membangun kesan gelap, brutal, emosional, serta penuh tekanan psikologis sesuai karakter musik band. Warna merah digunakan sebagai representasi kemarahan, konflik batin, energi agresif, serta penderitaan emosional yang menjadi inti dari tema karya, sekaligus memberikan aksen visual yang kuat dan mencolok dalam berbagai media seperti poster, video, dan media sosial. Sementara itu, warna hitam berfungsi sebagai dasar utama yang menciptakan suasana misterius, depresif, dan kosong, sekaligus memperkuat nuansa underground yang melekat pada identitas Misanthropy Club. Selain kedua warna utama tersebut, digunakan pula warna pendukung seperti abu kusam dan putih pudar untuk memberikan variasi tonal yang tetap menjaga kesan suram dan minimal. Efek visual seperti noise, VHS, dan gradasi gelap juga diterapkan untuk memperkuat kesan raw, rusak, dan tidak stabil, sehingga menciptakan atmosfer yang lebih imersif dan emosional. Secara keseluruhan, konsistensi penggunaan warna ini di seluruh media promosi berfungsi untuk memperkuat identitas visual band agar mudah dikenali sekaligus membangun pengalaman visual yang kuat dan khas bagi audiens.

### Media Social



Gambar 4. Hasil Media Sosial  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Perancangan media sosial Misanthropy Club menggunakan konsep visual 3D yang konsisten dengan poster dan karya audio visual untuk memperkuat identitas visual band. Konten didominasi warna merah dan hitam sebagai simbol emosi dan nuansa gelap, dipadukan dengan elemen 3D abstrak dan bentuk futuristik yang eksperimental. Media sosial berfungsi sebagai media promosi utama untuk menjangkau audiens muda dan komunitas musik independen. Desain dibuat lebih bersih dan terstruktur dibanding karya audio visual, namun tetap mempertahankan nuansa brutal dan atmosferik khas Misanthropy Club.

Poster

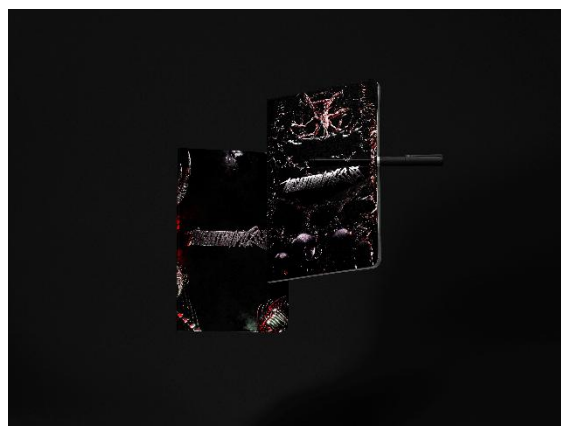


Gambar 5. Hasil Karya Poster  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Karya poster Misanthropy Club menggunakan pendekatan visual *dark experimental* dengan penerapan elemen 3D modern yang dirancang untuk merepresentasikan karakter musik band yang agresif, chaotic, dan sarat emosi. Konsep visual ini dibangun untuk menciptakan kesan yang kuat sejak pandangan pertama, sehingga poster tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai representasi atmosfer musikal yang diusung oleh Misanthropy Club. Dominasi warna merah dan hitam digunakan sebagai elemen utama dalam membangun suasana gelap, intens, dan penuh tekanan emosional, di mana warna merah merepresentasikan amarah, energi, serta konflik batin, sedangkan warna hitam memperkuat kesan misterius, kosong, dan depresif.

Visual utama pada poster menampilkan objek 3D abstrak dengan bentuk-bentuk tajam, tidak beraturan, dan terdistorsi yang berfungsi sebagai simbol dari kondisi psikologis seperti kemarahan, kegelisahan, tekanan mental, serta konflik internal manusia. Elemen-elemen tersebut disusun dalam komposisi yang dinamis dan tidak simetris untuk memperkuat kesan tidak stabil dan chaotic, sesuai dengan karakter musik yang dibawakan oleh Misanthropy Club. Pendekatan ini juga menciptakan nuansa surreal yang membuat visual terasa tidak sepenuhnya realistis, sehingga memperkuat pengalaman emosional bagi audiens yang melihatnya.

Manual Book



Gambar 6. Hasil Karya Manual Book  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Manual Book Misanthropy Club berfungsi sebagai panduan identitas visual agar penerapannya konsisten pada berbagai media promosi. Di dalamnya memuat aturan penggunaan logo, warna, tipografi, elemen grafis, serta contoh implementasi pada media pendukung. Secara visual, manual book dirancang dengan konsep gelap, agresif, dan chaotic melalui dominasi warna merah dan hitam, tekstur kasar, serta tata letak dinamis yang merepresentasikan karakter musik band. Selain sebagai dokumentasi, manual book ini juga menjadi acuan bagi pihak band maupun pihak terkait agar identitas visual Misanthropy Club dapat diterapkan secara tepat dan konsisten.

## T-Shir



Gambar 7. Hasil Karya T-Shirt  
(Sumber : Rohimah Br Bangun, 2025)

Merchandise berupa T-shirt ini dirancang sebagai media promosi sekaligus representasi identitas visual Misanthropy Club untuk memperkuat branding band di ranah musik independen. Desain menggunakan dominasi warna hitam yang merepresentasikan karakter gelap, keras, emosional, serta identik dengan budaya musik underground. Warna hitam juga berfungsi sebagai dasar visual untuk menonjolkan elemen ilustrasi agar terlihat lebih fokus dan dramatis.

Ilustrasi utama menampilkan bentuk abstrak seperti mata, duri, dan elemen organik terdistorsi yang menggambarkan keresahan, tekanan psikologis, keterasingan, serta kritik terhadap realitas sosial. Bentuk visual yang tajam, agresif, dan chaotic ini dirancang untuk merepresentasikan intensitas musik Misanthropy Club yang penuh emosi dan distorsi. Penggunaan warna putih pada ilustrasi menciptakan kontras kuat dengan latar hitam sehingga memperjelas fokus visual dan memperkuat daya tarik desain.

Dari segi komposisi, penempatan elemen dibuat tidak simetris dan eksperimental untuk menegaskan kesan anti-mainstream serta kebebasan berekspresi. Pendekatan ini membuat desain tidak hanya berfungsi sebagai merchandise, tetapi juga sebagai media identitas visual yang konsisten dengan karakter band. Secara keseluruhan, T-shirt ini menjadi representasi visual yang kuat dari Misanthropy Club yang gelap, ekspresif, dan berkarakter underground.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan media promosi audio visual Misanthropy Club, dapat disimpulkan bahwa media yang dihasilkan mampu menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan identitas, karakter musik, serta citra visual band kepada khalayak yang lebih luas. Perancangan ini mengangkat konsep visual yang gelap, agresif, chaotic, dan emosional melalui penggunaan warna dominan merah dan hitam, serta penerapan efek visual seperti glitch, VHS, distorsi, dan elemen-elemen simbolik yang merepresentasikan keresahan, tekanan emosional, dan kritik sosial yang menjadi karakter utama Misanthropy Club.

Media promosi audio visual yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan dan atmosfer musik secara lebih imersif dan kuat kepada target audiens. Penggabungan unsur musik, visual, motion, dan storytelling menjadikan karya ini sebagai pengalaman audio visual yang tidak hanya ditonton, tetapi juga dirasakan secara emosional. Selain media utama berupa video promosi, perancangan ini juga didukung oleh media pendukung seperti poster, merchandise, media sosial, dan manual book yang dirancang dengan konsistensi visual agar identitas band tetap terjaga di berbagai platform.

Melalui pendekatan tersebut, diharapkan Misanthropy Club dapat meningkatkan eksistensi di industri musik independen, memperluas jangkauan audiens, serta membangun citra yang lebih kuat, konsisten, dan mudah dikenali. Perancangan ini juga memberikan peluang bagi band untuk memperkuat positioning mereka dalam ranah musik underground dengan karakter visual yang khas dan berbeda dari band lainnya. Secara keseluruhan, media promosi yang dirancang tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga menjadi representasi identitas artistik yang menyatukan musik dan visual dalam satu kesatuan konsep yang utuh.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga perancangan karya ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing serta seluruh dosen yang telah memberikan arahan, ilmu, dan bimbingan selama proses perkuliahan hingga penyusunan karya ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Misanthropy Club yang telah bersedia menjadi objek perancangan, serta kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pengumpulan data, memberikan informasi, dan mendukung kelancaran penelitian ini. Tanpa bantuan tersebut, karya ini tidak dapat terselesaikan dengan baik.

Tidak lupa, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada keluarga, sahabat, dan orang-orang terdekat yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama proses perancangan berlangsung. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif, khususnya dalam pengembangan media promosi musik independen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jamalus. *Pengajaran Musik Melalui Pengalaman Musik*. Jakarta, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (Depdikbud) / Proyek Pengembangan LPTK Ditjen Dikti, 1988.
- Merriam, Alan P. *The Anthropology of Music*. Evanston, Illinois, Northwestern University Press, 1964.
- Walser, Robert. *Running with the Devil : power, gender, and madness in heavy metal music*. 1 ed., Hanover, NH, Wesleyan University Press, 1993. Accessed 19 June 2026.