

Client Brief

(Coltrains – Music Video “GONE”)

1. Informasi Umum

- Nama Band : Coltrains
- Industri : Musik
- Contact Information : Coltrainsband@gmail.com
- Judul Lagu : Gone
- Tanggal Brief : 24 Agustus 2025

2. Latar belakang Proyek

Coltrains adalah sebuah band asal Bekasi dengan karakter music *trip hop*, dan sinematik. Lagu “*Gone*” Menggambarkan perubahan identitas dan kehilangan jati diri yang tidak hanya dialami oleh seseorang namun juga dirasakan oleh orang-orang terdekatnya. Dengan nuansa gelap, atmosferik dan juga emosional, lagu ini mengundang para pendengar lagunya untuk merenungkan melalui lirik dan nadanya tentang perjalanan batin seseorang yang dalam tanda kutip “hilang”.

Saat ini, band sangat terbuka untuk menghadirkan *Music Video* yang lebih dari sekedar media promosi dari lagunya, namun menginginkan *Music Video* yang dibangun dengan konsep film pendek, yaitu:

- Memiliki cerita dengan alur naratif dimana terdapat karakter dan konflik yang terjadi di dalamnya.
- Menggunakan pendekatan visual yang “*Cinematic*” ,bukan menampilkan band mereka *perform*.

Alasannya:

- Memberikan pengalaman kepada audiens seakan mereka sedang menonton *Short Film* dengan soundtrack lagu “*Gone*”.
- Menyesuaikan dengan durasi lagu yang Panjang sekitar 6 menit, sehingga penonton tidak hanya terikat pada musiknya namun pada alur visual yang disajikan.

3. Project Objectives

- **Meningkatkan brand awareness Coltrains** sebagai band dengan karya visual ang *artistic* dan *cinematic*.
- **Memberikan penggambaran visual** dari lagu “*Gone*”, sehingga audiens tidak hanya mendengar namun juga merasakan cerita yang ingin disampaikan.
- **Memperkuat identitas artistik Coltrains** sebagai band yang berani mengeksplorasi pendekatan kreatif di luar format video musik konvensional biasanya, dengan menggabungkan gaya *short film* ke dalam karya musik video.

4. Target Audience

- Usia : 18 – 45 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki & Perempuan
- Lokasi : Audience global (Youtube)
- Karakteristik :
 1. Pecinta musik indie
 2. Aktif di media sosial (Instagram , Youtube)
 3. Terbuka pada karya eksperimental dengan nuansa yang sinematik

5. Unique Selling Proposition (USP)

- Lagu “*Gone*” memiliki durasi yang panjang, cocok divisualkan ala short film
- *Music Video* ini bukan sekedar MV pada umumnya, tetapi pengalaman sinematik
- Memberikan identitas baru bagi band lokal untuk tampil beda dari format *Music Video* konvensional

6. Key Message

Musik “*Gone*” adalah perjalanan batin tentang kehilangan jati diri , dimana hal ini divisualkan dengan pendekatan yang sinematik.

7. Nada & Gaya komunikasi

- Tone : Sinematik dan Emosional
- Gaya Visual : James Bond Style

8. Deliverables

- 1 *Music Video* (durasi sesuai lagu)
- Format : 16:9 HD, versi *Cut Down* 1 menit untuk media social
- Platform : Youtube (*Music Video*), Instagram reels (*Cut Down*)

9. Batasan Khusus

- Budget terbatas

10. Timeline

Estimasi timeline akan disesuaikan berdasarkan jadwal produksi

11. Success Metrics

- Jumlah *Views* dan *Engagement* di *Youtube*
- Respon audiens: komentar, share, interpretasi cerita.
- Memperluas daya tarik ke band