# BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

## III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah perencanaan secara meyeluruh mengenai gagasan dan eksekusinya untuk mencapai sebuah target dengan menganalisa dan menemukan solusi yang tepat bagi sebuah objek permasalahan. Pentingnya mengatur strategi perancangan. Dalam sebuah strategi perancangan dibutuhkan gagasan yang tepat dan efektif untuk penyampaian tujuan hasil dari penyampayan informasi yang baik dan sampai dengan sebagai mana mestinya. Untuk itu dalam perancangan film dokumenter ini memeberikan informasi sosok Bissu yang masih ada di Kabupaten Pangkep.

### III.1.1 Khalayak Sasaran

Sasaran perancangan membidik remaja Kabupaten Pangkep secara khusus dan remaja Indonesia secara umum yang berindikasi berdasarkan segmentasi, *consumer insight* dan *consumer journey.*

#### III.1.1.1 Segmentasi

**Demografis**

Khalayak sasaran yang di tujuh adalah:

Khalayak sasaran: Remaja

Usia : 18 - 25 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Status ekonomi : Semua kalangan

Pekerjaan : Mahasiswa

Alasan memilih remaja menjadi khalayak sasaran karena pada remaja masih banyak yang belum memahami kebudayaan yang harus dijaga agar tidak terancam punah dan menjadi cerita buat anak cucu.

**Geografis**

Dari segi geografis khalayak sasaran adalah daerah Sulawesi Selatan yang khususnya di wilayah Kota Makassar dan meliputih masyarakat di seluruh wilayah Indonesia dan menarik wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia.

**Psikografis**

Kotler (2002) menjelaskan "pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya" (h.192). Sehingga mengikuti gaya hidup dari khalayak sasaran.

### II.1.1.2 *Consumer Insight*

Hasil pengamatan mengenai latar belakang tindakan, khalayak sasaran yang dituju adalah mahasiswa yang mau mencari informasi kebudayaan. Berikut *consumer insight* dari khalayak sasaran:

- Adanya keingin tahuan tentang kebudayaan Sulawesi Selatan.
- Memiliki aktifitas di jejaring sosial dan media elektronik untuk memperoleh informasi.

### II.1.1.3 *Consumer Journey*

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari khalayak sasaran. *Consumer journey* inilah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

Tabel III.1 *Consumer journey*
Sumber : Data pribadi (2016)

| Waktu | Kegiatan | Tempat | *Point Of Contact* |
|---|---|---|---|
| Pagi (05.00-07.00) | Bagun tidur melihat pesan masuk di *smartphone* | Kamar | *smartphone* |
| Pagi (07.00-08.00) | Berangkat ke tempat aktivitas | Jalan | Angkot, motor, bentor |
| Siang (09.00-13.00) | Belajar dan berintraksi sosial | Kampus | Komputer, buku, mading kampus, x benner |
| Siang (14.00-14.30) | Pulang dan berangkat ke *cafe* | Jalan | Angkot, motor, bentor, bilboard, spanduk |
| Siang (14.30-17.00) | Berdiskusi bersama teman | *Cafe* | *Smartphone*, brosur, televisis, kaos |
| Sore (17.00-18.30) | Pulang ke rumah | Jalan | Angkot, motor, bentor |
| Malam (18.30-20.00) | Mengakses internet, nonton televisi | Rumah | Komputer, *smartphone*, televisis |

### III.1.2 Strategi Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan agar dapat diterima dengan baik dan dimengerti oleh khalayak sasaran, maka harus menggunakan media yang tepat. Komunikasi melalui media film dokumenter agar khalayak sasaran melihat kebudayaan yang masih ada di Kabupaten Pangkep yang masih bisa bertahan. Dari arus derasnya waktu yang semakin terlupakan maka dari ini akan memberikan informasi mengenai kehidupan Bissu di masa sekarang yang mulai terpinggirkan dengan upacara adatnya.

#### III.1.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari Informasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan film dokumenter dengan menampilkan seorang Bissu yang sedang diwawancarai dengan menjelaskan kehidupanya sekarang dan memperlihatkan *Maggiri*-nya, dengan menggunakan Bahasa Indonesia formal dan informal secara sederhana dan juga sedikit Bahasa daerah (Bahasa Bugis), hal ini disesuaikan dengan data yang didapat dari sumber tersebut.

#### III.1.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan Visual yang diperlihatkan dalam film dokumenter yang menjelaskan kehidupan Bissu di Kabupaten Pangkep, yang berhubungan dengan kejelasan penyampaian informasi dengan memberikan kesan sederhana dan apaadanya sebagaimana sebuah film dokumenter kebudayaan. Diharapkan penyampaian informasi dapat tersampaikan dengan tepat pada setiap orang yang melihatnya. Dengan pengampilan sudut pandang (*angle*) kamera, menggunakan banyak teknik *close up, medium close up* dan Penambahan efek-efek pada visual serta menggunakan tehnik dan sudut pandang pengambilan gambar membuat tampilan visual lebih menarik dilihat, menggugah perasaan, dan mendukung kesan serta maksud dari setiap adegan.

#### III.1.2.3 Pesan

Dalam perancangan film dokumenter Bissu di Kabupaten Pangkep bertujuan untuk memberikan informasi kehidupan Bissu dimasa sekarang setelah tidak

adanya kerajaan, memberikan pengetahuan bahwa Bissu masih memegang teguh ajarannya, dan memberitahukan informasi Bissu adalah kebudayaan yang patut diketahui oleh masyarakat dan wisatawan.

### III.1.3 Mandatory

Peran pemerintah dalam melestarikan kebudayaan, peran pemerintah harus ikut mengarahkan. Perlu adanya peran pemerintah yang secara optimal dan mendalam untuk melestarikan kebudayaa, maka peran pemerintah yang mendukung dengan pelestarian kebudayaan adalah Dinas pemerintah Kota Makassar sekaligus yang mendukung masuk dalam pemutaran sebuah acara.




Gambar III.1 Logo Pemerintah Kota Makassar
Sumber:
http://makassarkota.go.id/foto_berita/13LOGO%20KOTA%20MAKASSAR%20copy.jpg (Diakses pada 17/06/2016)

Makassar Tradisional Games Festival (MTGF) merupakan sebuah acara yang baru dilaksanakan pada tahun 2015 dengan bekerja sama dengan Pemerintah Kota Makassar dan akan diselenggarakan lagi pada tahun 2016 sebagai pelestari kebudayaan yang dilaksanakan setiap tahun.

Makassar Tradisional Games Festival (MTGF) berlangsung selama dua hari yaitu hari Sabtu dan Minggu dengan berbagai rangkaian program acaranya, salah satunya ialah pertunjukkan seni, seperti paduan suara, tarian kreasi, dan permainan tradisional Mandar, Makassar, Toraja dan bugis. Acara ini menjadi momentum yang tepat dalam penyaluran media utama, dimana khalayak sasaran berkumpul untuk memeriahkan acara dan mengigat permainak dimasa kecil sekaligus sebagai hiburan.




Gambar III.2 Poster Makassar Tradisional Games Festival (MTGF) 2015
Sumber: http://mtgf.makassarevent.org/ (Diakses pada 12/06/2016)

### III.1.4 Strategi Kreatif

Perancangan film menggunakan rekayasa penyusunan adegan sehingga membentuk satu kesatuan film yang dramatis namun tetap mengutamakan unsur informasinya. Perancangan film memperlihatkan daya tarik daerah Pangkep dari keindahan alam, artistik lokasi, popularitas tokoh, keunikan perilaku sosial, keadaan menegangkan, suasana mencekam, kebudayaan Bugis yang masih ada dan rasa kedekatan khalayak sasaran dengan teknik visualisasi yang tepat.

Rancangan penggambaran suasana desa di Pangkep yang memperlihatkan suasana warga dengan kegiatan sehari-hari, rancangan penggambaran suasana alam menggunakan teknik *timelapse* yang memperlihatkan suasana alam Kabupaten Pangkep. Dalam perancangan media informasi Bissu Bugis yang dibuat juga beberapa strategi kreatif untuk menarik minat khalayak sasaran diantaranya.

#### III.1.4.1 *Copywriting*

Perancangan film menggunakan judul "Bissu Bugis'" dengan *tagline* "*The saint of* Bugis" dengan arti orang suci dari bugis, bertujuan agar dapat menjadi informasi tentang pembahasan film secara keseluruhan. *Tagline* dirancang agar dapat menjelaskan sudut pandang pembahasan film dan juga sekilas memberikan pernyataan singkat dari gambaran keseluruhan konteks film. Judul dan *tagline* merupakan satu kesatuan dimana *tagline* menjadi kalimat yang menjelaskan judul.

Berikut ini penjabaran arti kata dan maksud judul dan *tagline* film:

- Bissu Bugis: menjaga pusaka-pusaka kerajaan serta menjadi penghubung interdimensional antara manusia dan tuhan.
- *Saint* (Orang suci): 1 manusia bersih; 2 murni (hati, batin)
- *Of* (dari): 1 kata menyatakan tempat (ruang, waktu); 2 sejak, mulai
- Bugis: Suku yang sangat menjunjung tinggi harga diri dan martabat.

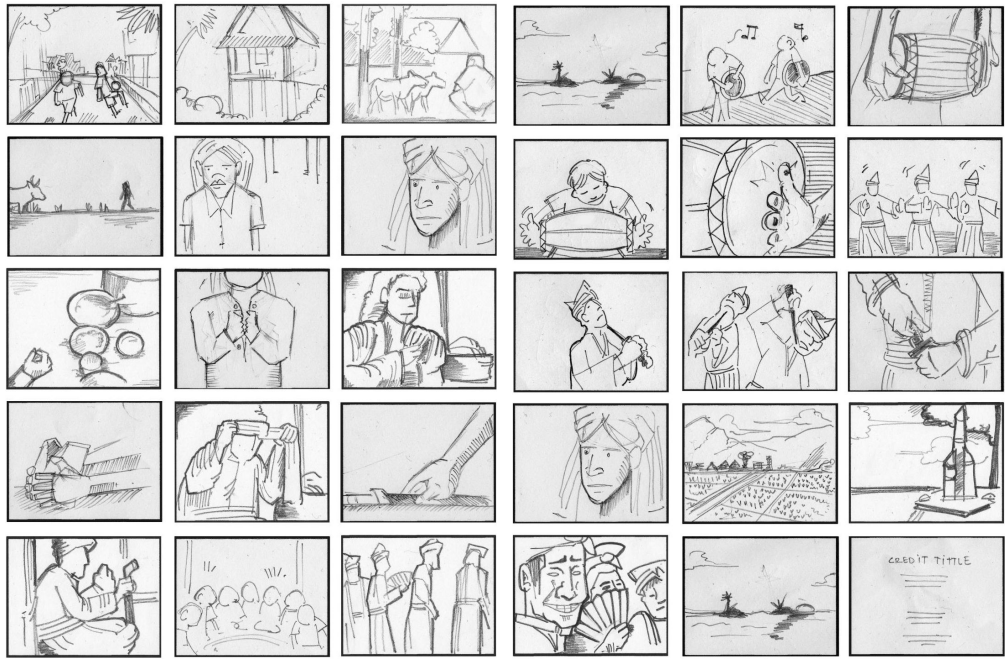
### III.1.4.2 *Storyline*

Perancangan *storyline* dilakukan untuk menguraikan naskah menjadi sebuah perancangan film yang informatif dan memiliki keterkaitan pada tiap-tiap adegan visual pada pengambaran film yang dibuat, berikut ini rancangan *storyline* dalam film Bissu Bugis:

- Suasana perkampungan desa di Kabupaten Pangkep
- Penggambaran kegiatan sehari-hari di pedesaan
- Penggambaran kegiatan sehari-hari Bissu
- Penggambaran figur seorang Bissu
- Wawancara seorang Bissu
- Bissu melakukan persiapan untuk pentas
- Perjalanan menuju tempat pementasan
- Visual matahari terbenam
- Persiapan pemain musik
- Bissu melakukan tarian
- Atraksi *Maggiri*
- Penggambaran sosok figur seorang Bissu
- Pengambaran daerah Kabupaten Pangkep

### III.1.4.2 *Storyboard*

pembuatan *storyboard* mengikuti dari hasil susunan *storyline* dengan bertujuan untuk memudahkan dalam pengambilan gambar, sutradara, kameramen, editor dan seluruh kru yang terlibat didalam pembuatan film. Dan memberikan arahan kepada pelaku/aktor dan kameramen pada saat akan mengambil gambar agar sesuai dengan cerita yang diinginkan.




Gambar III.3 *Storyboard* Film Bissu Bugis
Sumber: Data pribadi (2016)

### III.1.5 Strategi Media

Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan, agar pesan tersampaikan dengan baik dan jelas serta mudah dimengerti maka pemilihan media berdasarkan penilitian lapangan terhadap khalayak sasaran yang berada di daerah Kabupaten Pangkep. Media tersebut adalah media utama dan media pendukung.

#### III.1.5.1 Media Utama

Penentuan film sebagai media utama pengantar informasi berdasar pada pengamatan mengenai kegiatan aktifitas remaja saat ini yang akrab dengan sumber informasi berbasis teknologi seperti media sosial, salah satunya Youtube. Hal tersebut sesuai dengan bentuk informasi yang terdiri dari *audio* dan visual yang dapat menceritakan sebuah realitas, film merupakan media yang tepat untuk memberiakan informasi.

Keberhasilan film dokumenter dalam menyampaikan informasi tentang sebuah realitas yang dapat menjadi tolak ukur untuk masyarakat dan juga dapat membangkitkan kecintaan terhadapat budaya sebagai contoh terlihat dalam sebuah film Badik Titipan Ayah.




GambarIII.4 *Screenshot scene* Film Badik Titipan Ayah

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=vr_6kyfE9ds (Diakses pada 14/06/2016)

### III.1.5.2 Media Pendukung

Media pendukung berfungsi sebagai sarana mempromosikan media utama, bersifat sebagai media pendukung untuk memberitahukan keberadaan film dokumenter tersebut kepada masyarakat, melengkapi serta mempermudah menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran. Media pendukung dalam film dokumenter "Bissu Bugis" ini adalah:

1. **Poster**

   Poster berfungsi sebagai media yang menginformasikan tentang keberadaan media utama dan bagaimana khalayak sasaran tujuan dibuatnya poster adalah untuk mengajak, membujuk atau menghimbau untuk memberitahukan sesuatu seperti yang telah ditulisakan dan digambarkan didalam poster tersebut. Untuk itu poster di pasang di tempat yang begitu strategis seperti jalan-jalan utama, kampus, dan tempat keramayan lainnya.




Gambar III.5 Poster Penayangan Film

Sumber:
http://www.tifafoundation.org/wp-content/uploads/2013/12/poster_FA.jpg
(Diakses pada 15/06/2016)

**2. *Oneway Vision***

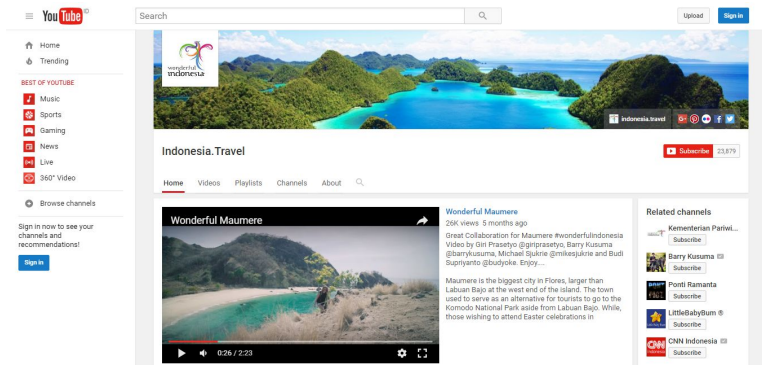
*Oneway vision* sangat efektif digunakan sebagai promosi untuk film, untuk menjangkau khalayak sasaran terutama untuk dijalan, *oneway vision* hanya menempatkan pada mobil angkot atau mobel pribadi sehingga khalayak yang berada di jalan melihatnya.




Gambar III.6 *Oneway Vision* pada angkot
Sumber: https://i.ytimg.com/vi/UXD5ikJ0Pgs/hqdefault.jpg (Diakses pada 15/06/2016)

**3. Jejaring Sosial**

Penggunaan jejaring sosial sebagai pengantar media secara digital, berdasarkan kebiasan khalayak sasaran yang beraktifitas di sosial dan berkomunikasi menggunakan jejaring sosial yang diakses dengan *smartphone.* Selain itu, jejaring sosial memiliki kemampuan menyampaikan informasi secara cepat. Youtube sebagai sarana media khusus *audio visual* sudah dimanfaatkan dengan baik oleh khalayak sasaran.




Gambar III.7 *Screenshot* laman saluran Youtube
Sumber: https://www.youtube.com/user/TheIndonesiaTravel (Diakses pada 15/06/2016)

Facebook sebagai sarana kedua pengantar media secara *Digital* karena Facebook dapat menginformasikan media berbentuk *audio visual*, selain itu popularitas Facebook sebagai sarana interaksi sosial dan berbagi infomasi sudah populer di aktivitas khalayak sasaran saat ini.




Gambar III.8 *Screenshot* Laman facebook
Sumber: https://www.facebook.com/ (Diakses pada 15/06/2016)

### 4. *X Banner*

Penggunaan X-*Banner* bisa berfungsi digunakan untuk berbagai macam kebutuhan yang sifatnya menyampaikan informasi atau mempromosikan maupun daya tarik kepada orang yang melihatnya. *X-Banner* dapat memberikan informasi tempat pemutaran film Bissu Bugis dan mengarahkan khalayak sasaran ke lokasi pemutaran film.




Gambar III.9 *X-Banner*
Sumber: http://www.fahnenfleck.co.za/wp-content/uploads/2014/10/x-banner.jpg (Diakses pada 15/06/2016)

### *5. Merchandise*

*Merchandise* berfungsi sebagai media yang diharapkan dapat menyegarkan kembali tentang pesan yang disampaikan melalui film Bissu Bugis. *Merchendise* dipilih berdasarkan pengamatan mengenai benda-benda yang paling sering ditemui dan mudah dilihat oleh orang lain dan khalayak sasaran setiap harinya. Media pengingat yang digunakan sebagai *merchandise* yaitu kaos.




Gambar III.10 *Merchandise* Kaos
Sumber:
http://kanzaswalayan.com/wp-content/uploads/2014/03/FJ-4322-Hitam.png
(Diakses pada 15/06/2016)

### 6. Kemasan dan label *Compact Disc* (CD)

Kemasan berfungsi untuk menempatkan berkas film Bissu Bugis dalam bentuk kepingan CD sehingga dapat di nonton kembali oleh khalayak sasaran.



Gambar III.11 Kemasan dan label *Compact Disc* (CD)
Sumber:
http://g02.a.alicdn.com/kf//Dhl-500-unids-lote-13-5-14-5-cmThick-Kraft-papel-CD-disco-sobres-para-2.jpg (Diakses pada 15/06/2016)

### III.1.6 Strategi Distribusi

Strategi jadwal ditribusi untuk media utama dan media pendukung akan di distribusikan berdasarkan jenis media dan waktu untuk sebarkan. Berikut ini jadwal penyebaran medianya:

Tabel III.2 Jadwal Pendistribusian Media
Sumber: Data pribadi (2016)

| No | Daftar Media | TAHUN 2016 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SEP | | OKT | | | | NOV | |
| | | III | IV | I | II | III | IV | I | II |
| 1 | Poster | | | | | | | | |
| 2 | *Oneway Vision* | | | | | | | | |
| 3 | Poster *Digital* (Facebook) | | | | | | | | |
| 4 | Trailer Film (Facebook & Youtube) | | | | | | | | |
| 5 | X-*Banner* | | | | | | | | |
| 6 | Film (MTGF 2016) | | | | | | | | |
| 7 | *Merchandise* | | | | | | | | |
| 8 | Film (Youtube) | | | | | | | | |

Media pendukung
Media utama

- Poster dan *Oneway vision* akan di sebarka pada tanggal 24 September - 23 Oktober 2016 di daerah sekitar Makassar.
- *Trailer* film mulai diunggah ke Youtube pada tanggal 23 Oktober 2016 oleh saluran Indonesia.Travel, kemudian akan diteruskan ke *timeline* Facebook oleh akun Indonesia.Travel dan Dinas KOMINFO Kota Makassar.
- X-*Banner* akan di tempatkan didepan pintu masuk pemutaran film pada Minggu, 23 Oktober 2016, peneyangan film dapat memberikan petunjuk di Fort Rotterdam Makassar.
- Film ditayangkan perdana pada acara Makassar Tradisional Games Festival (MTGF) 2016, Minggu, 23 Oktober 2016 pada pukul 19.00 WITA, di Fort Rotterdam Makassar.
- Setelah dan sebelum penayangan, *Merchandise* mulai dipasarkan kepada penonton dengan harga delapan puluh lima ribu pada *stand* pada pintu masuk pemutaran film dan secara *online.*
- Film dapat diakses secara bebas di Youtube pada saluran Indonesia.Travel pada tanggal 15 November 2016.

### III.2 Konsep Desain

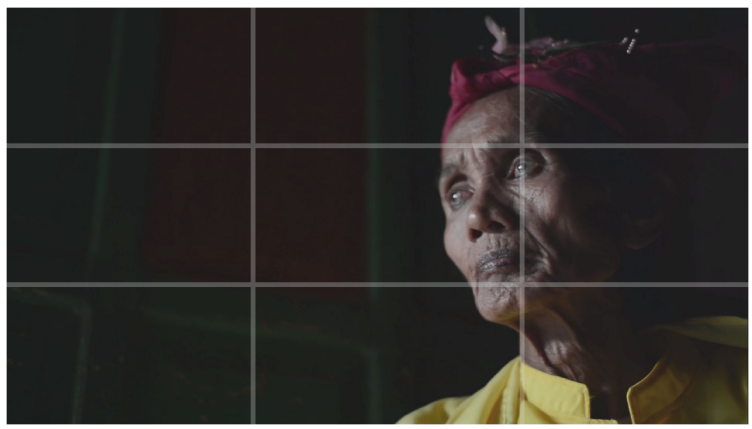
Konsep visual film dan sarana penyampaiannya merupakan rangkaian rancangan informasi visual yang dibangun melalui komposisi, teknik, tipografi, warna dan *Audio* sebagai menambah suara untuk lebih menambah dramatis.

### III.2.1 Format Desain

Fachruddin (2012) menjelaskan "Penempatan unsur-unsur gambar kedalam *frame* yang bertujuan menempatkan objek pada komposisi yang baik" (h.154). Komposisi fotografi yang digunakan pada rancangan film, yaitu *rule of thirds* dan *framing*.

1. ***Rule of thirds***

   Fachruddin (2012) menjelaskan "Penempatan unsur-unsur gambar dengan perpotongan garis vertikal dan horizontal merupakan titik perhatian pemirsa dalam menyaksikan suatu adegan. *interest point of object* sebaiknya ditempatkan pada titik-titik perpotongan tersebut" (h.155). Dengan penggunaan *rule of thirds* bertujuan fokus pengamatan lebih tertujuh.



Gambar III.12 Penggunaan Komposisi *Rule of Thirds*
Sumber: Data pribadi (2016)

2. ***Framing***

   Fachruddin (2012) menjelaskan "Mata pemirsa tertuju pada objek foto, selain itu menggunakan *framing* akan memberikan efek ruang tajam pada foto yang dihasilkan" (h.155). *Framing* bertujuan untuk mengarahkan *point of interest* pada area dalam *frame*.



Gambar III.13 Penggunaan *Framing*
Sumber: Data pribadi (2016)

### III.2.2 Sudut Kamera

Sudut kamera menentukan penyampaiyan informasi dengan adegan film dapat tersampaikan atau tidak dan juga menentukan kesan yang dimuat dalam ruang *shot*. Fachruddin (2012) menjelaskan "Pastikan bahwa kamera seolah-olah mewakili mata penonton untuk melihat suatu adegan di lokasi peristiwa" (h.149). Jenis-jenis sudut kamera pada rancangan film, yaitu *high angle, eye level* dan *low angle*.

**1. *High angle***

Fachruddin (2012) menjelaskan "Sudut pengambilan gambar tepat diatas objek, pengambilan gambar seperti ini memiliki arti yang dramatik yaitu kecil atau kerdil" (h.153). Pengambilan gambar dengan meletakan tinggi kamera diatas objek mata orang.



Gambar III.14 Sudut Kamera *High Angle*
Sumber: Data pribadi (2016)

**2. *Eye Level***

Fachruddin (2012) menjelaskan "Pengambilan gambar ini mengambil sudut sejajar dengan mata objek, tidak ada kesan dramatik tertentu yang didapat dari *eye level* ini, yang ada hanya memperlihatkan pandangan mata seseorang yang berdiri" (h.154). *S*udut kamera dari posisi yang sejajar dengan objek yang bertujuan untuk memberikan kesan yang normal.



Gambar III.15 Sudut Kamera *Eye Level*
Sumber: Data pribadi (2016)

**3. *Low Angel***

Sudut kamera *low angle* dilakukan dari posisi yang lebih rendah dari objek yang bertujuan untuk memberikan kesan psikologi yang ingin disajikan adalah objek tampak berwibawah.



Gambar III.16 Sudut Kamera *Low Angle*
Sumber: Data pribadi (2016)

### III.2.3 Huruf

Tipografi pada perancangan film Bissu Bugis digunakan pada *tagline, credit title* dan juga pada media pendukung film. Penggunaan *typeface* berjenis sans serif yaitu Myanmar Text bertujuan untuk memberikan kesan yang moderen, kontenporer dan efisien.

ABCEDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (.,:;'/"?!&)
The quick brown fox jumps over the lazy dog

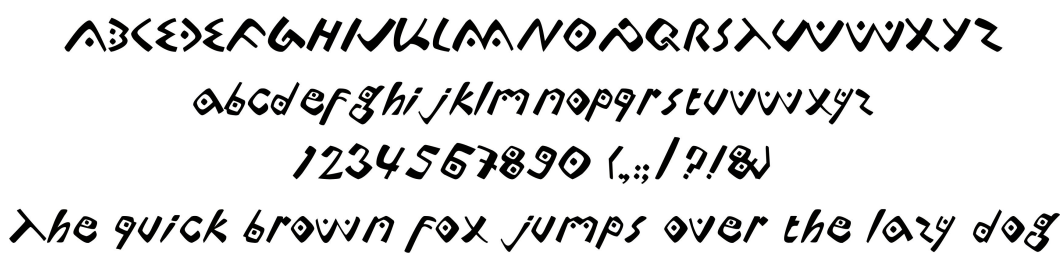
Gambar III.17 *Typeface* Myanmar Text
Sumber: http://www.myfontfree.com/mmrtextb-myfontfreecom126f142872.htm (Diakses pada 1/06/2016)

Lontara Bugis-Makassar merupakan sebuah huruf yang dianngap keramat atau sakral bagi masyarakat bugis klasik. Itu dikarenakan dalam *La Galigo* ditulis menggunakan huruf lontara. Huruf lontara tidak hanya digunakan oleh masyarakat Bugis tetapi huruf lontara juga digunakan oleh masyarakat Makassar.




Gambar III.18 Aksara Lontara
Sumber: https://3.bp.blogspot.com/-X4F03OmBlzg/VzAmI1NcaaI/I5cV1DLb7lorowOkrenLTKuBQNSMCPAagCLcB/s1600/Aksara%2BLontara.jpg (Diakses pada 13/07/2016)

Tipografi yang digunakan pada judul film Bissu Bugis font Lontara sebagai identitas film Bissu Bugis yang menyerupai dari aksara lontara bugis. Dengan aksara lontara Bugis lalu di modifikasi menjadi *typeface* Lontara yang di buat dengan huruf alfabet.




Gambar III.19 *Typeface* Lontara
Sumber: http://www.dafont.com/lontara.font (Diakses pada 1/06/2016)

**III.2.4 Warna**

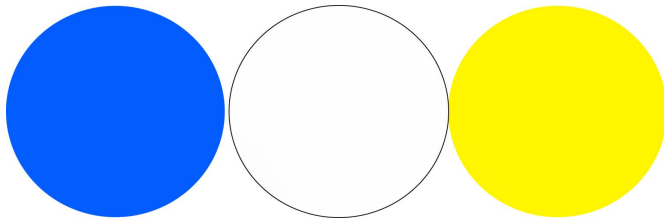
Untuk pemilihan warna sendiri, simbol-simbol yang dibaut atas daun sirih menggunakan beras ketan dengan empat warna, masing-masing hitam symbol tanah, merah symbol api, kuning symbol angin, dan putih symbol air. warna menciptakan kesan tersendiri bagi orang yang menyaksikannya.



Gambar III.20 Beras empat warna
Sumber:
https://shamawar.files.wordpress.com/2012/05/tl-kelengkapan-upacara-2.jpg
(Diakses pada 13/07/2016)

Dalam teori Brewster, warna komplemeter adalah pasangan warna yang saling bersebrangan dalam roda warna. Kombinasi warna tersebut menghasilkan hubungan yang kontras dan kuat sehingga dapat menarik perhatian mata manusia. Prinsip kombinasi warna tersebut kemudian diaplikasikan pada setiap gambar

dalam film dengan menggunakan warna biru pada film. Warna kuning yang bersimbol angin dan putih di simbolkan air dari warna ini di gunakan sebagai *subtitle* dan *credit title.*



Gambar III.21 Warna
Sumber: Data pribadi (2016)

### III.2.6 Audio

Dalam sebuah video atau film, *audio* merupakan hal yang sangat penting, karena tanpa sebuah audio pesan yang akan disampaikan akan mengalami kesulitan dalam penyampaian pesannya, dan jenis *audio* yang akan digunakan pada media film dokumenter Bissu Bugis terdiri dari *audio* dari Bissu yang diwawancarai dan intro dari beberapa alat musik yang di mainkan pada saat melakukan *Maggiri* yang akan digunakan pada film dokumenter Bissu Bugis. Contoh alat musik yang digunakan:

**1. Gong**

Alat musik yang terbuat dari logam yang mengeluarkan suara "Gong.Gong" ini ketika dipukul juga sering digunakan untuk acara pentas seni dan adat istiadat.



Gambar III.22 Gong
Sumber:
https://3.bp.blogspot.com/-UwakAu6k3GAQlSnC4QG0z4/s640/Gong.png
(Diakses pada 16/05/2016)

**2. Gendang**

Musik perkusi yang mempunyai dua bentuk dasar yakni bulat panjang dan bundar seperti rebana.



Gambar III.23 Gendang
Sumber :
http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbmakassar/wp-content/uploads/sites/32/2015/05/f.jpg (Diakses pada 16/05/2016)