BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III. 1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan berasal dari dua kata yaitu "strategi" dan "perancangan". Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Sedangakan perancangan adalah langkah pertama dalam fase pengembangan rekayasa produk atau sistem. Jadi strategi perancangan adalah sebuah proses untuk mencapai sebuah tujuan dengan cara menganalisa, menilai, memperbaiki dan mengeksekusi sebuah topik permasalahan.

Adapun tujuan dari perancangan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

a. Mengenalkan sejarah Maenpo Cikalong yang merupakan salah satu kesenian beladiri khas Cianjur yang berakah dari kebudayaan sunda kepada masyarakat Jawa Barat khususnya para remaja.
b. Menginformasikan falsafah Maenpo Cikalong yang dapat dijadikan salah satu konsep ideal dalam kehidupan.
c. Mempermudah target audiens untuk mengenal salah satu kebudayaan yang dimiliki Indonesia.
d. Untuk membangkitkan kembali gairah akan mencintai kebudayaan Indonesia
e. Untuk memotivasi generasi muda dalam menjalani kehidupan bersosialnya agar lebih baik melalui ajaran-ajaran leluhur yang terdapat dalam gerakan Maenpo Cikalong.
f. Menjaga nilai-nilai leluhur yang terdapat dalam gerakan Maenpo Cikalong agar tidak dilupakan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (sebagaimana dikutip oleh Rahmat, 2009) komunikasi yang efektif itu menimbulkan lima hal yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan (h.13). Hal tersebut akan tercapai melalui satu pemahaman dan menggunakan

bahasa yang semua target audein mengerti. Strategi komunikasi yang akan dilakukan melalui media yang tepat dan dapat menjawab semua permasalahan untuk mencapai tujuan. Strategi yang dilakukan yaitu menghadirkan nara sumber yang dapat menjabarkan secara historis sejarah Maenpo Cikalong dan menginformasikan falsafah gerakan Maenpo Cikalong. Target audiens diajak memahami sebuah nilai-nilai leluhur yang terdapat dalam gerakan bela diri Maenpo Cikalong yang dijadikan falsafah kehidupan masyarakat Cianjur dalam menjalankan kehidupannya dengan cara membangkitkan emosi melalui pendekatan visual dan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat khususnya para remaja. Pendekatan komunikasi dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan yaitu pendekatan verbal dan pendekatan non verbal.

a. Pendekatan verbal

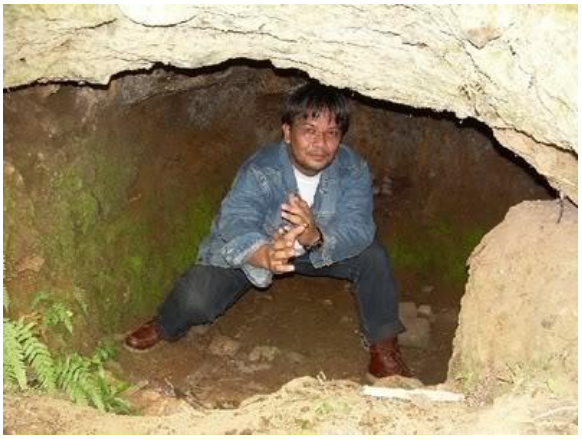
Berdasarkan target audien yang sudah ditentukan yaitu remaja maka bahasa yang digunakan pada narasi menggunakan bahasa Indonesia dengan struktur bahasa baku dan pada narasumber menggunakan bahasa Indonesia tetapi diselipkan bahasa sunda karena falsafah-falsafah Maenpo Cikalong menggunakan bahasa sunda. Diharapkan apabila komunikasi disampaikan dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa sunda dapat dimengerti oleh berbagai kalangan masyarakat dan tetap menjaga keaslian nilai-nilai luhur yang ada dalam Maenpo Cikalong.

b. Pendekatan Non Verbal

Dalam pendekatan komunikasi non verbal terbagi menjadi dua jenis, yaitu visual dan suara atau musik.

1. Visual

Pendekatan komunikasi secara visual akan menggambarkan beberapa aspek diantaranya aspek sejarah, dan aspek falsafah Maenpo Cikalong yang mempengaruhi masyarakat Cianjur dan dapat dijadikan konsep ideal kehidupan. Pada aspek sejarah Maenpo Cikalong akan ditampilkan suasana Cianjur pada abad ke 19 dan bagaimana latar belakang terciptanya Maenpo Cikalong.



Gambar III.1 Gua Jelebur tempat pertapaan raden Jayaperbata
Sumber : www.google.com/2010/10/gua-jelebur-cikalong-cianjur (30 Maret 2015)

Sedangkan pada aspek falsafah akan ditampilkan bagaimana gerakan Maenpo Cikalong dan bagaimana falsafah Maenpo Cikalong diterapkan dalam kehidupan masyarakat Cianjur menggunakan pendekatan emosional melalui proses bagaimana mencapai kondisi ideal menjadi masyarakat yang menerapkan falsafah Maenpo Cikalong.



Gambar III.2 gerakan Maenpo Cikalong
Sumber : www.padepokansilat.com/maenpocikalong-jpg (10 April 2015)

2. Suara atau musik

Dalam sebuah film musik mempunyai peranan yang sangat penting. Karena dengan musik dapat memberikan irama dan bagaimana emosi yang ingin disajikan. Musik yang akan dimunculkan yaitu musik tradisional sunda seperti karinding yang telah dimodifikasi dengan sentuhan modern dikarenakan melihat target audien remaja. Karinding dipilih karena merupakan musik tradisional sunda

khususnya masyarakat Cikalong Cianjur. Selain itu akan dimunculkan musik-musik yang dapat memotivasi sehingga dapat meningkatkan emosional target audien.

Musik yang dipakai dalam pembuatan film dokumenter Maenpo Cikalong ini yaitu pada animasi menggunakan musik *epic emotional music*. Musik ini dipilih karena memiliki karakter musik yang pas untuk dijadikan opening karena memiliki tempo cepat yang akan memeberikan semangat. Pada kehidupan sosial musik yang digunakan yaitu *white angle* dari *florian blur* dan *the waiting game* dari *Empire Syindicate* musik ini dipilih karena memunculkan kesan dramatis sesuai dengan visual yang ditampilkan. Pada *scene* pertarungan pengaplikasian jurus-jurus Maenpo Cikalong menggunakan musik *burial buncelik* dari *karinding attack*. Musik ini dipilih karena dapat mewakili unsur tradisional yang telah dimodifikasi secara modern sehingga sesuai dengan target audien. Sedangkan pada *End credit* menggunakan music Tanah Airku yang dibawakan oleh Addie Ms dan *Prague Symphony Orcestra* jenis musiknya berupa instrumental. Tujuannya adalah untuk lebih menekankan pada emosi penonton untuk lebih bangga dan mencintai Tanah Air Indonesia.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan yaitu menggabungkan unsur animasi dan *real shoot*. Animsi digunakan untuk prolog atau *opening* dalam media utama. Animasi bertujuan untuk merekonstruksi masa lalu bagaimana sejarah dan latar belakang terciptanya Maenpo Cikalong. Animasi dipilih karena melihat target audien yaitu remaja yang senang dengan hal-hal yang disajikan secara unik dan kreatif. Sedangkan *real shoot* bertujuan untuk memvisualkan bahwa Maenpo ini benar-benar nyata dan terdapat falsafah dalam Maenpo Cikalong yang diaplikasikan dalam kehidupan masyarakat Cianjur. Teknik yang digunakan dalam *real shoot* ini menggunakan teknik-teknik yang sedang tren seperti *timelaps* dan jurnalistik.Teknik ini dipilih karena dapat mewakili kondisi target auiden yang senang akan hal-hal baru.

III.1.3 Strategi Media

Strategi media yang dugunakan meliputi dua jenis media, diantaranya:

1. Media Utama

Pada pemilihan media utama sangat berpengaruh terhadap tujuan yang akan dicapai. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan diperlukan sebuah media informasi audio visual. Melihat target audien yang masih remaja maka dipilihlah media audio visual berupa film dokumenter. Keberhasilan film dokumenter dalam menyampaikan pesan atau informasi seperti dalam film Forging a Katana Japanese Samurai.



Gambar III.3 *Screenshoot scene* film Forging a Katana Japanese Samurai
Sumber : www.youtube/nationalgeographic (15 Juni 2015)

Media film dipilih karena dapat mengkomunikasikan gerakan dan emosi sehingga informasi yang disampaikan akan mudah dipahami oleh target audien dan kecenderungan untuk mempengaruhi target audien sangat tinggi.

Dalam film dokumenter Maenpo Cikalong konten materinya sendiri berisi sejarah dan falsafah Maenpo Cikalong yang diaplikasikan dalam kehidupan sosial masyarakat Cianjur. Pendeskripsian sejarah melalui kronologi atau runtutan peristiwa yang akan disampaikan melalui animasi. Kemudian penjelasan falsafah

Maenpo Cikalong akan dijelaskan oleh guru padepokan silat tradisional Maenpo Cikalong dan akan dilengkapi dengan visual bagaimana pengaplikasian falsafah tersebut dalam kehidupan sosial masyarakat Cianjur.

2. Media Pendukung

Selain media utama ada juga media pendukung. Media pendukung berfungsi sebagai sarana mempromosikan media utama, sifatnya sebagai penunjang melengkapi serta mempermudah penyampaian informasi kepada target audiens. Media pendukung dalam perancangan film dokumenter ini yaitu:

1. CD Kemasan

Media informasi ini akan dikemas dengan semenarik mungkin sehingga dalam penggunaannya akan menarik target audiens. Pada kemasan akan menggunakan bahan kayu karena agar terlihat *natural* dan tradisional. Selain itu kayu juga memiliki keunikan tersendiri.



Gambar III.4 Desain kemasan
Sumber : www.google/cdpackagingdesign (15 Juni 2015)

2. Poster

Poster ini dibuat untuk media promosi penunjang dari media utama. Selain itu poster ini dapat dijadikan sebagai identitas film. Poster yang dibuat ada dua jenis

yaitu poster untuk ditayangkan pada acara televisi di kompas TV JABAR dan akan ditayangkan pada acara pasanggiri Maenpo di Cianjur.

Dalam proses pembuatan poster dilakukan beberapa tahapan diantaranya menentukan konsep, ide dan studi visual. Konsep dalam pembuatan poster ini yaitu bagaiman menampilkan visual yang dapat mewakili visual Maenpo Cikalong, maka dipilihlah bagaimana ciri khas dari gerkakan Maenpo Cikalong yang dapat mewakili keseluruhan gerkan Maenpo Cikalong. Idenya diperoleh dari bagaiman sikap siap ketika akan menghadapi lawan. Setelah itu dilakukan proses studi visual. Studi visual yang dilakukan melihat tugu Maenpo yang ada di Cikalong Cianjur. Setelah proses studi visual maka dihasilkan sebuah ide bagaimana konsep poster yang akan dibuat.



Gambar IV.5 Tugu Maenpo
(Sumber : Pribadi)

3. Billboard

Billboard digunakan untuk mempromosi media utama yang akan ditayangkan di kompas tv JABAR. Dengan menggunakan media ini diharapkan informasi akan sampai ke target audien.

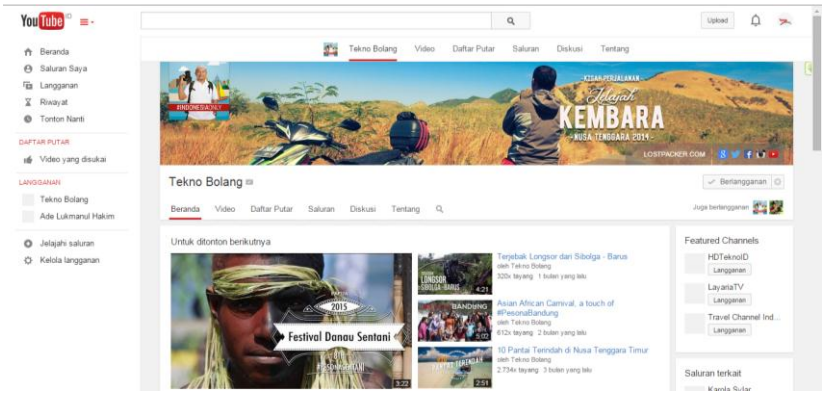


Gambar III.6 *Billboard* iklan layanan masyarakat
Sumber : www.sewatitikiklan.com/portofolio/2011 (15 Juni 2015)

4. Media Sosial

Selain menggunakan media cetak promosi akan dilakukan juga menggunakan jejaring sosial seperti Youtube, Facebook, dan Twitter. Pemilihan media sosial ini karena media sosial efektif untuk menyampaikan informasi. Selain itu melihat target audien remaja yang sangat dekat dengan media sosial.

Media sosial yang dipilih diantaranya: Youtube, Facebook, dan Twitter. Youtube dipilih karena dalam media sosial ini tren di kalangan remaja dan menjadi jejaring sosial terbesar dalam hal membagikan sebuah video.



Gambar III.7 tampilan Youtube
Sumber : www.youtube.com/teknobolang (5 Juli 2015)

Pada saat ini jejearing yang tidak kalah eksisnya adalah Facebook, dalam Facebook dapat berkomunikasi dengan seluruh penduduk dunia berdasarkan hal tersebut maka jejaring sosial ini dipilih untuk mempromosikan media utama.



Gambar III.8 tampilan Facebook
Sumber : www.youtube.com/aflah7.wodpress (5 Juli 2015)

5. Mercendise

Media ini berguna sebagai alat promosi dan *mercendise*. Selain digunakan untuk *mercendise*, diharapkan target audien yang melihat ini timbul juga minat untuk mencari tahu lebih lanjut tentang promosi tersebut. *Mercendise* yang dibuat yaitu *t-shirt, totebag,* dan gantungan kunci.



Gambar III.9 Desain *T-shirt*
Sumber : www.google.com/dubai.sae.edu (5 Juli 2015)

Totebag ini nantinya akan dibagikan pada acara pasaanggiri Maenpo yang diadakan oleh pemerintah Kabupaten Cianjur.



Gambar III.10 Desain *totebag*
Sumber : www.google/totebsg-design (5 Juli 2015)

Media ini nantinya akan diaplikasikan oleh target audien di gantungan kunci kamar, kunci motor, dan lain-lain.



Gambar III.11 Desain gantungan kunci
Sumber : gustosign.com/lasercutgantungankunci (5 Juli 2015)

III.1.4 Distribusi Media

Dalam pendistribusian media akan ditayangkan oleh kompas TV JABAR dalam acara I Love Parahyangan. Film dokumenter ini akan tayang pada tanggal 8 Agustus 2015 pada pukul 13.30 WIB sampai dengan pukul 14.00 WIB. Pemilihan saluran televisi kompas TV dipilih karena berdasarkan pengamatan remaja sering nonton acara-acara yang ada pada kompas TV. Selain itu, media televisi dapat

menjangkau target audien yang sudah ditentukan. Selain akan ditayangkan di televisi film dokumenter juga akan ditayangkan pada acara pasanggiri Maenpo pada tanggal 16 Maret 2016. Pasanggiri merupakan acara tahunan yang diadakan oleh pemerintah kabupaten Cianjur. Pasanggiri ini merupakan salah satu upaya pemerintah kabupaten Cianjur untuk melestarikan Maenpo di Cianjur

III. 2 Konsep Visual

Secara keseluruhan konsep film dokumenter ini menampilkan bagaimana sejarah dan falsafah Maenpo Cikalong yang diaplikasikan dalam kehidupan masyarakat Cianjur dengan mengkombinasikan unsur animasi dan *real shoot.*

III.2.1 Animasi

Pada animasi konsep yang digunakan adalah konsep visual yang bermuatan lokal seperti wayang golek secara *gestural* serta menggunakan teknik *painting* untuk memunculkan kesan modern karena berdasarkan pada target audien yang sudah ditentukan. Konsep animasi ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang Sejarah Maenpo Cikalong. Animasi ini memvisualkan suasana Cikalong Cianjur pada abad ke 19, suasana alam Cikalong yang terdiri dari sawah, pegunungan atau perbukitan. Tokoh pencipta Maenpo Cikalong yaitu Jayaperbata dan latar belakang kehidupannya, latar belakang terciptanya maenpo Cikalong serta bagaimana Maenpo Cikalong ini tercipta.

III.2.2 *Real Shoot*

Secara keseluruhan suasana yang akan dibangun yaitu terdiri dari beberapa hal diantaranya akan memunculkan suasana latihan di perguruan Maenpo Cikalong, suasana alam pegunungan atau perbukitan cianjur, sawah, kehidupan masyarakat seperti pekerjaan, keagamaan, dan kehidupan sosial. Suasana alam ini akan dimunculkan ketika tokoh Maenpo bertarung disuatu tempat diperbukitan bertujuan agar kesan yang ditampilkan dapat mewakili bagaimana kondisi alam Cianjur. Narasumber pada film dokumenter ini akan dimunculkan menggunakan pakaian tradisional khas sunda dan menggunakan iket kepala khas sunda.



Gambar III.12 pakaian tradisional dan menggunakan iket kepala khas sunda.
Sumber : www.sundaneseclothes.web.id (10 Juli 2015)

Bertujuan agar visual yang disajikan dapat mewakili aspek tradisional dan mencirikan karakteristik orang sunda. Sedangkan pada aspek falsafah Maenpo Cikalong yang diaplikasikan oleh masyarakat Cianjur yaitu melalui pendekatan pekerjaan dan kehidupan sosial masyarakat Cianjur seperti bertani, beribadah, bertambang serta memunculkan makanan khas Cianjur yaitu tauco.



Gambar III.13 Kehidupan sosial masyarakat Cianjur
(Sumber : Pribadi)

Semua aspek itu dilakukan berdasarkan pendekatan emosional bagaimana proses mencapai kesempuranaan kondisi ideal hidup yang dihubungkan dengan falsafah yang ada pada Maenpo Cikalong.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan gambar kehidupan sosial menggunakan konsep jurnalistik. Konsep jurnalistik adalah pengambilan gambar berdasarkan momen-momen yang dihasilkan dan memberikan kesan emosional yang kuat. Konsep jurnalistik ini sering digunakan dalam pembuatan film dokumenter. Seperti dalam film dokumenter SAMSARA karya Ron Flicker.



Gambar III.14 *Screenshoot scene* film SAMSARA
Sumber : www.youtube.com/trilersamsara (10 Juli 2015)

Berdasarkan target audien visual yang disajikan harus menggunakan teknik yang sedang tren dikalangan remaja maka dipilihlah teknik *timelaps. Timelaps* adalah sekumpulan foto yang diambil dengan periode beraturan, kemudian disusun jadi klip video pendek. Penggunaan teknik *timelaps* pada film dokumenter seperti pada film Epic Java.



Gambar III.15 *screenshoot scene* epic java
Sumber : www.youtube/trilerepicjava (10 Juli 2015)

III.2.3 Komposisi

Menurut Excell (2013) "komposisi adalah seni menyusun elemen dalam *frame* yang membuat foto tampak enak dipandang" (h.81). Komposisi pengambilan gambar pada perancangan film dokumenter Maenpo Cikalong diantaranya komposisi *Rule of Thrid*, komposisi *framing*, dan lain-lain.

1. Komposisi *Rule of Thrid*

Menurut Excell (2013) "komposisi *rules of thirds* yaitu dengan membagi tiga bidang dalam *frame* secara horisontal dan vertikal. Titik-titik pertemuan garis vertikal dan horizontal yang melintas merupakan *poin of power* sebuah perspektif dalam sebuah pengambilan gambar" (h.146). Komposisi ini digunakan sebagai acuan untuk pengambilan gambar agar gambar yang dihasilkan bisa diterima oleh penonton.



Gambar III.16 Komposisi *Rule of Thrid*
(Sumber : Pribadi)

2. Komposisi *Framing*

Salah satu komposisi yang menarik dan memiliki karakter yang kuat untuk sebuah foto jurnalistik adalah komposisi framing. menurut Excell (2013) "Komposisi *framing* yaitu menempatkan gambar dalam sebuah frame, membingkai obyek dan subyek yang sudah ditetapkan. Menempatkan subyek utama atau *Point of*

Intereset (POI) dalam posisi yang sedemikian rupa disertai elemen pendukung lain dalam setiap pengambilan gambar" (h.148).



Gambar III.17 Komposisi *Framing*
(Sumber : Pribadi)

III.2.4 Teknik Pengambilan Gambar

Sudut pengambilan gambar akan memberikan kekuatan sebuah shot. Menurut Excell (2013) "*Point of view* ini akan menempatkan arah pandangan mata penonton sehingga apabila arah ini salah maka penonton akan mempunyai pandangan yang salah dari sebuah *shot*" (h.132). Teknik pengambilan gambar yang digunakan diantaranya:

1. Bird Eye View

Teknik pengambilan gambar yang dilakukan juru kamera dengan ketinggian kamera di atas ketinggian objek yang direkam. Menurut Excell (2013) "Hasil perekaman teknik ini memperlihatkan lingkungan yang demikian luas dengan benda–benda lain yang tampak di bawah demikian kecil" (h.135). Selain itu gambar yang dihasilkan tidak membosankan dan dapat menarik perhatian target audien sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dimengerti oleh target audien.



Gambar III.18 *Bird Eye View*
(Sumber : Pribadi)

2. High Angle

Teknik ini yaitu sudut pengambilan dari atas objek sehingga kesan objek jadi mengecil. Menurut Excell (2013) "teknik pengambilan gambar ini mempunyai kesan dramatis, yakni nilai kerdil" (h.136).



Gambar III.19 *High Angle*
(Sumber : Pribadi)

3. Low Angle

Artinya adalah sudut pengambilan gambar dari arah bawah objek sehingga kesan objek jadi membesar. Sama seperti *high angle, low angle* juga memperlihatkan kesan dramatis, yakni *prominance* (keagungan).



Gambar III.20 *Low Angle*
(Sumber : Pribadi)

4. Eye Level

Yaitu sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek. Menurut Excell (2013) "hasilnya memperlihatkan tangkapan pandangan mata seseorang yang berdiri atau pandangan mata seseorang yang mempunyai ketinggian tubuh tepat tingginya sama dengan objek" (h.136).



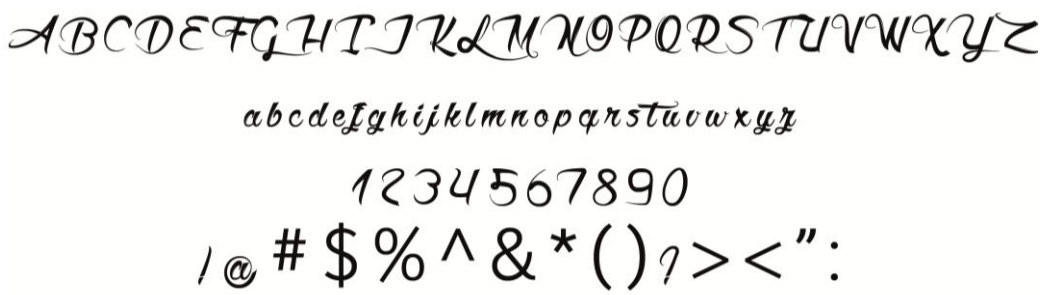
Gambar III.21 *Eye Level*
(Sumber : Pribadi)

III.2.5 Tipografi

Tipografi dalam sebuah film digunakan sebagai informasi tambahan. Pada perancangan film dokumenter Maenpo Cikalong ini menggunakan dua jenis font yaitu Akhenaton pada judul. Jenis Font ini digunakan karena sangat tepat dengan

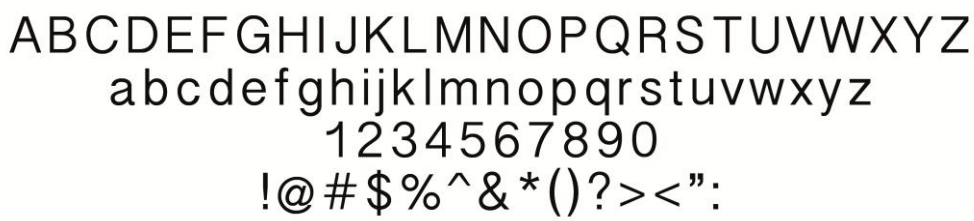
karakter maenpo Cikalong yang lembut dan font Bangla Sangam MN pada informasi nama narasumber. Font ini dipilih karena diari segi keterbacaan sangat baik sekali.

Jenis font Akhenaton digunakan untuk judul film yang dikombinasikan dengan bentuk visual gerakan pesilat Maenpo Cikalon yang nantinya akan menjadi sebuah logo atau identitas film Maenpo Cikalong. Font ini dipilih karena memiliki kelenturan sesuai dengan karakteristik Maenpo Cikalong.



Gambar III.22 Font Akhenaton
Sumber : http://www.dafont.com/akhenton-download (15 Juli 2015)

Untuk *credit title* menggunakan jenis font Bangala sangan. Selain digunkan untuk *credit title* font ini juga digunakan pada judul yang digunakan pada tulisan "Cikalong" hal tersebut digunakan untuk menyeimbangkan karakter font "Maenpo" dan "Cikalong" agar terlihat seimbang.

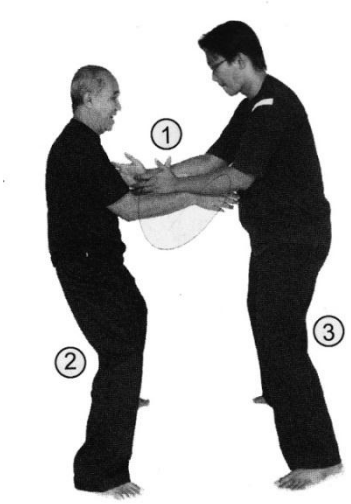


Gambar III.23 font Bangla Sangam MN
Sumber : http://www.dafont.com/bangla-sangam-mt-download (15 Juli 2015)

III. 2.6 Logo

Logo ini dibuat bertujuan untuk menjadi identitas film Maenpo Cikalong. Logo ini akan digunakan sebagai judul pada film dan akan menjadi identitas visual pada media pendukung seperti *t-shirt*, stiker, gantungan kunci, cd kemasan, poster, dan

lain-lain. Secara visual logo ini diambil dari gambar gerakan pesilat Maenpo Cikalong yang kemudian disederhanakan menjadi menyerupai huruf "M".



Gambar III.24 Salah satu gerakan Maenpo Cikalong
Sumber : Silat Tradisional Maenpo Cikalong (2015)

Agar menjadi satu kesatuan identitas yang utuh maka ditambahkan font sehingga menjadi "Maenpo Cikalong".



Gambar III.25 Identitas film Maenpo Cikalong
(Sumber : Pribadi)

III.2.7 Warna

Warna cahaya akan merujuk pada penggunaan warna dari sumber cahaya. Warna cahaya *natural* akan terbatas pada dua warna saja yaitu warna sinar matahari dan juga warna sinar lampu. Warna-warna yang ingin dikeluarkan warna yang bersifat cerah, kuat, natural dan berkarakter. Warna yang digunakan juga akan diarahkan kepada kebutuhan karakter yang di hasilkan dari video pada tahap produksi maka

ketika tahap editing digunakan *grading color* atau *color correction* untuk mendapatkan warna yang sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Pada film dokumenter ini warna yang digunakan adalah warna coklat bertujuan agar film ini memiliki karakter dan ciri khas yang berpegangan pada warna yang sesungguhnya di lapangan karena mengingat ini adalah film dokumenter. Berikut ini adalah acuan warna yang digunakan untuk *grading color* dan pembuatan media pendukung.



Gambar III.26 warna acuan desain
(Sumber : Pribadi)

Selain digunakan sebagai warna acuan dalam desain media pendukung, warna ini juga berfungsi sebagai acuan dalam proses *color grading.*



Gambar III.27 sebelum dan sesudah di *color grading*
(Sumber : Pribadi)

Penggunaan *color grading* dilakukan tidak terhadap keseluruhan *scene* dalam film tetapi ada bagian-bagian tertentu untuk memberikan kesan dramatis.

III.2.8 Ide Cerita

Membuat film dokumenter tentang Maenpo yang mengandung nilai-nilai luhur dan pengaruhnya terhadap kehidupan masyarakat Cianjur, serta memperlihatkan

secara mendalam bagaimana falsafah Maenpo Cikalong diaplikasikan dalam kehidupan.

III.2.9 Film *Statement*

Maenpo merupakan salah satu keparipurnaan hidup masyarakat Cianjur yaitu ngaos, mamaos dan Maenpo. Dalam Maenpo terdapat nilai-nilai luhur yang dapat dijadikan konsep ideal kehidupan. Bagaimana menguak falsafah budi pekerti luhur yang ada pada gerakan Maenpo Cikalong yang mempengaruhi kehidupan masyarakat Cianjur dan berakar dari kebudayaan sunda.

III.2.10 *Copywriting*

Pada film dokumenter Maenpo Cikalong terdapat *Tagline* yaitu "Nilai Luhur Dalam Gerak Tempur". Maksud dari *tagline* ini adalah bahwa Maenpo Cikalong bukan hanya mengajarkan menjadi pemenang dalam perkelahian tetapi lebih dari itu Maenpo Cikalong mengajarkan menjadi pemenang dalam kehidupan. *Tagline* ini digunakan untuk mempertegas bahwa dalam Maenpo Cikalong bukan hanya mengajarkan beladiri semata tapi terdapat nilai-nilai budi pekerti luhur.

III.2.11 *Storyline*

Storyline atau alur cerita yang akan dimunculkan dalam film dokumenter ini adalah sebagai berikut:

III.2.11.1 Animasi

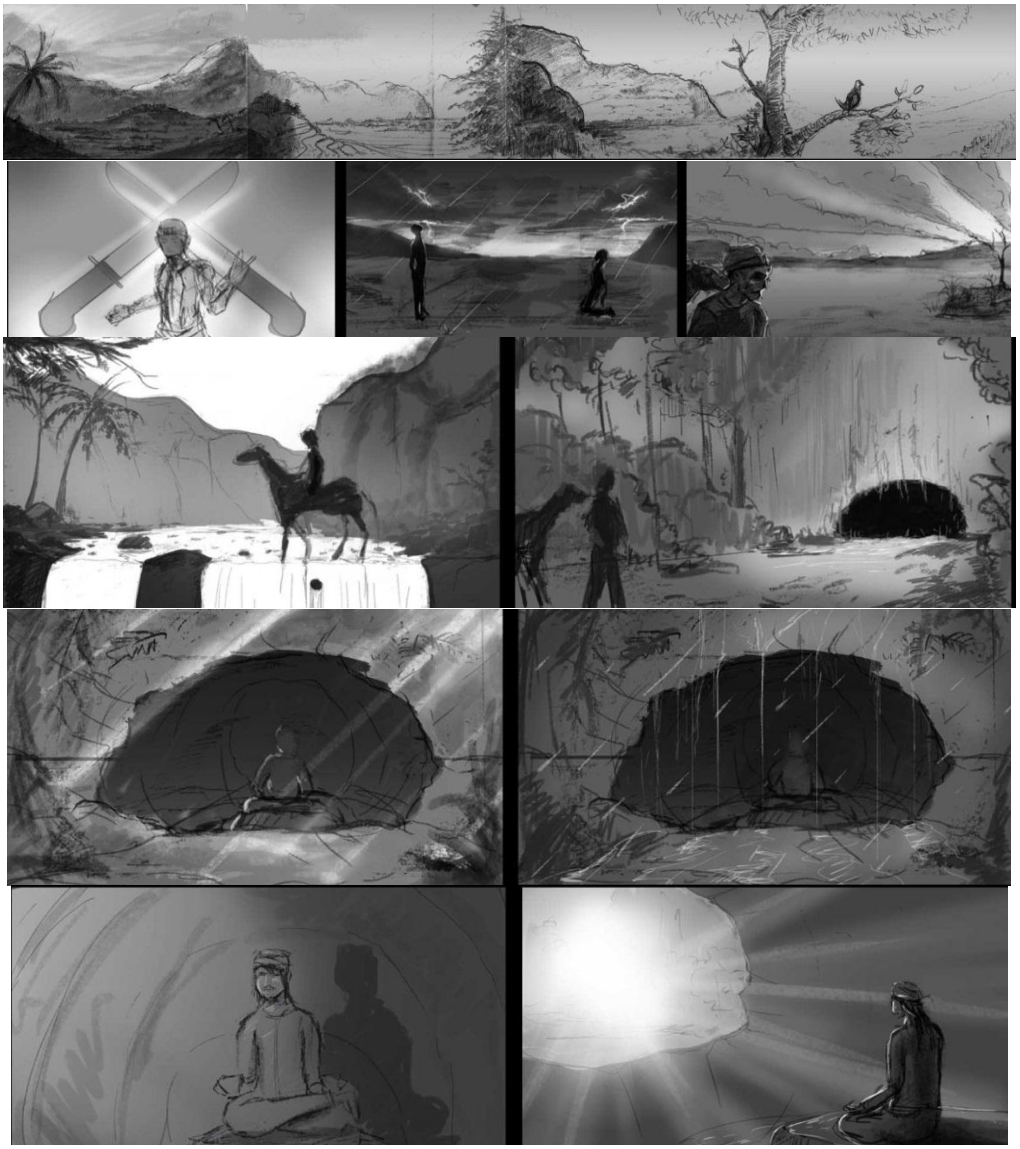
1. Pengenalan Lokasi
2. Pengenala tokoh dan masa
3. Pengenalan konteks cerita

a. Ketertarikan tokoh terhadap seni bela diri
b. Selalu memenangkan pertarungan dan tidak terkalahkan
c. Dibalik kemenangannya timbul pertanyaan didalam hatinya
d. Jayaperbata melakukan perjalan panjang
e. Kemudian jayaperbata melakukan perenungan disebuah gua
f. Didalam gua itu terciptalah aliran bela diri Maenpo Cikalong

III.2.11.2 *Real shoot*

1. Penerus Maenpo sekarang
2. H Aziz Asy'arie
3. Suasana latihan dipadepokan
4. Menjadi narasumber wawancara
5. Pengaplikasian jurus-jurus pada Maenpo ketika menghadapi lawan
6. Falsafah dalam Maenpo Cikalong
7. Falsafah Maenpo Cikalong diaplikasikan dalam kehidupan sosial

III.2.12 *Storyboard*



Gambar III.28 *Storyboard* film dokumenter Maenpo Cikalong
(Sumber : Pribadi)