BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya/kultur *underground* di Indonesia pada saat ini mengalami keterpurukan kembali, dikarenakan terjadinya tragedi sabtu kelabu pada konser band *underground* asal kota Bandung yaitu **Beside**. Tragedi yang memakan 11 korban jiwa tersebut menambah citra buruk musik *underground* di Indonesia, dimana sebelum terjadi tragedi sabtu kelabu tersebut musik *underground* di Indonesia selalu diidentikan dengan alkohol, narkotika atau *drugs*, kekerasan, urakan, dan lain – lain.

Hal – hal negatif yang selalu diidentikan dengan musik *underground* di Indonesia dikarenakan pemerkosaan media terhadap musik *underground* yang dilakukan secara sepihak. Sebagai contoh pemberitaan media ketika menggambarkan konser **Beside** di AACC Bandung ketika orang – orang yang sedang berpogo dancing(istilah berjoget di dalam musik *underground*) seolah – olah itu adalah suatu bentuk kekerasan atau kerusuhan. Namun di dalam musik *underground pogo dancing* merupakan salah satu bentuk ekspresi untuk menikmati musik tersebut. Sama seperti bergoyang di dalam musik dangdut.

Di dalam kultur/budaya *underground* terdapat banyak genre musik, seperti genre musik *Punk, Hardcore, Hardcore Punk, Metal, Death Metal, Black Metal, Grindcore, Ska, Ska Punk*, dan lain – lain. Dan setiap *genre* musik tersebut memilki kultur/budaya beserta komunitas masing – masing, lalu seluruh budaya dan komunitas yang berada di dalamnya tersebut tergabung di dalam budaya atau kultur yang disebut *Underground*. *Underground* sendiri adalah pergerakan di luar industri musik, bukanlah sebuah nama bagi *genre* musik, dan *underground* lebih cenderung

dengan budaya/kultur di luar budaya *popular* atau *mainstream*. Di dalam kultur *underground* sendiri, terdapat sebuah kultur berikut komunitas *Hardcore Punk* yang memiliki pergerakan positif. Yaitu sebuah pergerakan yang menentang pengunaan rokok, minuman beralkohol, narkotika dan seks bebas. Pergerakan positif tersebut bernama ***Straight Edge***. Hal tersebut membuktikan bahwa media salah dalam menggambarkan kultur *underground* selalu identik dengan hal – hal negatif.(ripple magazine # 59:2008)

Pemberitaan oleh media yang memojokan budaya *underground* dapat pula mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku para remaja Indonesia, khususnya para remaja yang ikut terlibat di dalam budaya *Underground*. Masa remaja adalah masa dimana ingin mencoba hal – hal baru, tidak peduli apakah itu berdampak positif atau negatif.

Pemberitan media Indonesia ketika *mengekspose* budaya *underground* secara besar – besaran belakangan ini mungkin saja dapat mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku para remaja di Indonesia yang menyaksikan pemberitaan tersebut. Dikhawatirkan apabila tidak adanya penjagaan diri, para remaja yang menyaksikan pemberitaan tersebut akan mengakibatkan suatu dampak negatif yang luar biasa, yaitu sebagai contoh mereka akan meniru apa yang mereka lihat atau dengar dari media yang memberitakan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengidentifikasi masalah yang terjadi di budaya *underground* yang selalu digambarkan dan diidentikan negatif oleh media, khususnya media di Indonesia. Penulis peduli dengan masalah tersebut dan ingin membuktikan bahwa media khususnya media di Indonesia itu tidak sepenuhnya benar, serta peduli akan kehidupan para remaja di Indonesia, dimana para remaja di Indonesia cenderung melakukan hal – hal negatif.

Namun *stigma* negatif dari masyarakat terhadap kultur *underground* sudah cukup mengakar, seperti menilai kultur *underground* itu urakan, berdandan serba hitam, keras, dan lain – lain.

Oleh karena itu penulis akan mengangkat sebuah komunitas positif yang berasal dari budaya *underground*, komunitas tersebut bernama *Straight Edge* untuk menepis anggapan media tentang budaya underground yang selalu identik dengan hal – hal negatif dan mempengaruhi remaja di Indonesia dengan nilai – nilai positif yang terdapat di dalam pergerakan *Straight Edge*.

1.3 Fokus Masalah

Adapun fokus permasalahan adalah : budaya *underground* yang selalu diidentikan dengan hal – hal negatif seperti kekerasan, alkohol, narkotika, dan sebagainya. Dalam hal ini media di Indonesia memegang peranan penting dalam memberitakan atau mengekspose *underground*. dikhawatirkan para remaja Indonesia yang menkonsumsi berita tersebut mencontoh apa yang mereka lihat, dengar, dan baca dari media yang memberitakan *underground* tersebut.

Dibutuhkan *doktrin* positif demi mencegah kenalakalan remaja yang sebagian besar diakibatkan oleh pemberitaan dari media Indonesia yang dilakukan secara sepihak.

Namun *doktrin* positif tersebut hanya diketahui oleh segelintir orang, yaitu hanya orang – orang yang tergabung di dalam budaya *underground* saja, khususnya di dalam scene musik *hardcore punk*. Doktrin positif tersebut bernama *Straight Edge*, yaitu sebuah subkultur dan komunitas *Hardcore Punk* positif yang menentang penggunaan rokok, minuman beralkohol, narkotika dan seks bebas.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan adalah memberikan informasi kepada remaja dan masyarakat pada umumnya melalui film dokumenter, yaitu :

- Menampilkan suatu eksistensi dari sebuah subkultur yang didasari oleh perilaku hidup positif.
- Menyampaikan informasi tentang sebuah subkultur yang berasal dari kultur *hardcore punk/underground* yang memiliki suatu kontra kultur, dikarenakan subkultur tersebut memiliki pandangan dan gaya hidup positif.
- Menanamkan atau memotivasi kepada para remaja di Indonesia bahwa *Straight Edge* adalah sebuah sub kultur yang memiliki gaya hidup positif yang patut dicontoh atau diteladani.

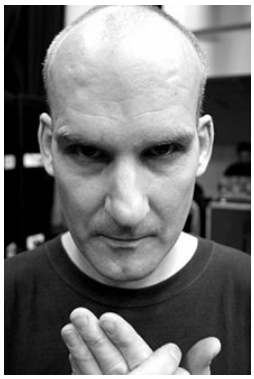
BAB II
PERANCANGAN FILM DOKUMENTER STRAIGHT EDGE INDONESIA

2.1 Straight Edge

Straight Edge, secara harfiah berarti batas lurus, namun di dalam scene musik *hardcore punk* dan kultur *underground, straight edge* adalah sebuah komunitas anak muda yang positif, yaitu komunitas anak muda yang aktif di dalam scene musik hardcore punk tetapi tidak menkonsumsi rokok, minuman beralkohol, narkotika/narkoba/*drugs*, dan tidak melakukan hubungan seks sebelum menikah.

2.2 Sejarah Straight Edge

Pergerakan *Straight Edge* berawal pada tahun 1981 di Washington DC Amerika Serikat, istilah *Straight Edge* pertama kali dicetuskan oleh **Ian MacKaye**. Ian MacKaye adalah seorang vokalis band hardcore punk yaitu **Minor Threat** dari Washington DC. Istilah *Straight Edge* sendiri diambil dari lagu yang berjudul "*Straight Edge*" yang ditulis oleh MacKaye sendiri.



gambar 2.1 Ian MacKaye (pionir pergerakan straight edge – vokalis Minor Threat)

Di dalam lagu Minor Threat yang berjudul "***Out of Step***" MacKaye mengajak semua orang untuk menjauhkan diri dari kecendrungan negatif dari *Punk Rock* dengan pesan yang sederhana yaitu "*don't drink, don't smoke, don't fuck at least I can fuck a thing*" ("Jangan meminum minuman beralkohol, Jangan merokok, jangan melakukan seks bebas. Paling tidak aku bisa melakukan sesuatu tanpa hal – hal tersebut."). Suatu filosofi sederhana ini kemudian berubah menjadi jalan hidup (*way of life*) bagi banyak anak muda di seluruh dunia pada saat ini.

Filosofi tidak menkonsumsi alkohol, rokok, *drugs* pada *Straight Edge* kemudian berkembang menjadi ***Vegan Straight Edge***, yaitu *Straight Edge* yang tidak menggunakan semua produk dari hewan. **Ray Cappo** adalah salah satu *Straight Edger* (sebutan bagi orang straight edge) yang mempopulerkan *Vegan Straight Edge*, hal tersebut dikarenakan kepedulian para *Straight Edger* terhadap hewan dan bertujuan agar menjaga kondisi tubuh tetap sehat.

Masuknya pergerakan *Straight Edge* ke Indonesia tidak diketahui dengan tepat, namun sekitar pertengahan tahun 1990 muncul band – band *Straight Edge* di Indonesia, seperti ***Blind To See*** dari Bandung. Konon menurut penuturan para *Straight Edger* di Indonesia seperti **Titan Scroat** (*Revolt* – Bogor) dan **Miko** (*Alice* – bandung) *Blind to See* lah yang pertama kali membawa pergerakan *Straight Edge* di Indonesia.

Pergerakan *Straight Edge* masuk ke Indonesia melalui distribusi album – album band *Hardcore Punk Straight Edge*, seperti **Minor Threat**, **Youth of today**, **Earth Crisis**, dan lain – lain. Juga melalui media *Zine* / majalah serta internet.

2.3 Ciri – Ciri Straight Edge

Ciri dari gerakan *Straight Edge* adalah penggunaan tanda **X**. Lazim digunakan di punggung tangan *Straight Edger* ketika berada di dalam ***gigs*** (sebutan untuk konser musik di dalam kultur *underground*) baik tato atau coretan spidol. Hal tersebut pada mulanya terjadi ketika band *Straight Edge* asal Washington DC bernama **the Teen Idles** sedang melakukan tournya di San Fransisco dan bermain di *gigs* yang bertempat di sebuah bar bernama Mabuhay's Garden pada tahun 1980.

Pada saat itu usia para personil the Teen Idles masih sangat muda, dan tidak diperbolehkan menkonsumsi minuman beralkohol dikarenakan usia mereka masih di bawah usia legal menkonsumsi alkohol. Oleh karena itu petugas bar tersebut menandai punggung tangan mereka dengan coretan X, agar para bartender di Mabuhay's Garden tidak memberikan minuman beralkohol kepada para personil the Teen Idles. Kemudian setelah kembali ke Washington DC the Teen Idles mempopulerkan penggunaan tanda X sebagai ciri dari *Straight Edge*.

Tidak hanya lambang X saja yang mencirikan *Straight Edge*. Lambang X tersebut pun berkembang menjadi **24**, dikarenakan huruf X merupakan huruf ke 24 di dalam alphabet, lalu trio X yaitu **XXX**, penggunaan lambang X diantara sebutan *Straight Edge* dan disingkat menjadi **sXe**. Hal diatas dipopulerkan oleh drummer *Minor Threat* yaitu **Jeff Nelson**. Lambang X tidak hanya digunakan di punggung tangan, namun telah beradaptasi kepada kaos, sticker, pin, sweater, jam tangan, tato, dan lain – lain, hal tersebut ditujukan untuk membutikan bahwa pemakainya adalah *Straight Edger*.



gambar 2.2 logo X sebagai identitas *Straight Edger* (sumber:*"http://id.wikipedia.org/wiki/Straight Edge*)

2.4 Band – Band Straight Edge

Straight Edge sendiri dipopulerkan melalui musik, yaitu musik *Hardcore Punk*. Hal tersebut membuktikan bahwa musik adalah media universal untuk menyampaikan pesan. Adapun band – band *Straight Edge* antara lain adalah ;

Era tahun 1980-an : **Minor Threat, 7 Seconds, SSD, Uniform Choice, Cause for Alarm,** dan lain – lain.

Era tahun 1990-an : **Animal Liberation, Snapcase, Strife, Integrity, Shelter, Earth Crisis,** dan lain – lain.

Era tahun 2000 sampai sekarang : **Champion, Good Clean Fun,** dan lain – lain.

Adapun band – band straight edge di Indonesia antara lain adalah : **Manusia Buatan, Step Right, Hooded, Who Will be Next** dan lain – lain (Bandung). **Thinking Straight, Straight Answer, Brave Heart,** dan lain – lain (Jakarta). **Take One Step** (Bogor**). Reflexi Diri** (Yogyakarta) dan lain – lain.

2.5 Straight Edge Melalui Media Film Dokumenter

Pergerakan *Straight Edge* di Indonesia akan didokumentasikan ke dalam film dokumenter oleh penulis adapun istilah film berarti : Film adalah gambar-hidup, juga sering disebut *movie* (semula pelesetan untuk 'berpindah gambar'). Film, secara kolektif, sering disebut 'sinema'. Gambar-hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan/atau oleh animasi.

(http://id.wikipedia.org/wiki/film)

Sedangkan film dokumenter adalah : film yang mendokumentasikan kenyataan. Istilah "dokumenter" pertama digunakan dalam resensi film **Moana** (1926) oleh **Robert Flaherty**, ditulis oleh "**The Moviegoer**", nama samaran **John Grierson**, di New York Sun pada 8 Februari 1926.

Di Perancis istilah dokumenter digunakan untuk semua film non-fiksi, termasuk film mengenai perjalanan dan film pendidikan. Berdasarkan definisi ini, film-film pertama semua adalah film dokumenter. Mereka merekam hal sehari-hari, misalnya kereta api masuk ke stasiun. pada dasarnya, film dokumenter merepresentasikan kenyataan. Artinya film dokumenter berarti menampilkan kembali fakta yang ada dalam kehidupan.

(http://id.wikipedia.org/wiki/film_dokumenter)

Straight Edge sebagai salah satu sub kultur dari *Underground* kurang diketahui oleh remaja Indonesia, terlebih lagi oleh masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Hal tersebut sebagian besar disebabkan oleh pandangan negatif masyarakat Indonesia terhadap kultur *Underground* yang di dalamnya terdapat sub kultur *Straight Edge*.

Dipilihnya media film dokumenter dirasakan cocok untuk sarana informasi, dan edukasi bagi masyarakat Indonesia, khususnya remaja sebagai target sasaran, hal tersebut dikarenakan, budaya menonton di Indonesia lebih populer dibandingkan dengan budaya membaca. Khususnya di dunia remaja.

2.6 Manfaat Film

Sebagai salah satu karya seni, film mempunyai kemampuan kreatif yang sanggup menciptakan suatu realitas rekaan sebagai perbandingan terhadap realitas. Realitas imajiner itu dapat menawarkan rasa keindahan renungan atau sekedar hiburan. Apresiasi di dalam film harus dilakukan secara seimbang, antara unsur - unsur keindahan dan unsur – unsur muatan ide atau gagasan yang ditawarkan.

Dari segi komunikasi, ide atau pesan yang dikemas oleh cerita merupakan pendekatan yang bersifat membujuk. Di dalam proses pembuatan film, diperlukan suatu proses pemikiran berupa pencarian ide, gagasan atau cerita yang akan digarap dan proses teknis yang berupa ketrampilan artistik untuk mewujudkan ide, gagasan atau cerita menjadi sebuah film.

2.7 *Positioning*

Dalam hal ini, pendekatan *positioning* bersifat *informatif* yang mengacu kepada suatu konsep dan tujuan memberikan informasi secara langsung. Melalui pendekatan *positioning*, diharapkan media audio visual yang berupa tampilan gambar dan informasi secara nyata dapat dijadikan hiburan, pendidikan, dan sarana informasi bagi para penikmatnya.

2.8 Target Sasaran

Akan sia – sia apabila tidak ditetapkan target sasaran dari sebuah informasi yang akan disampaikan. Oleh karena itu, untuk memperkenalkan media audio visual berupa film dokumenter yang mengangkat *Straight Edge* target sasaran dibagi menjadi beberapa klasifikasi yaitu ;

2.8.1 Segi Demografis:

Dilihat dari segi demografis, target sasaran dari film dokumenter *Straight Edge* adalah para remaja, terutama para remaja yang berusia antara 15 sampai dengan 21 tahun. dikarenakan *Straight Edge* memang berasal dari pergerakan anak muda, dan bertujuan untuk memberi *doktrin* positif kepada para remaja tersebut agar dapat tetap berjalan lurus.

2.8.2 Segi Psikografis :

Dari segi psikografis bertujuan untuk memberitahukan bahwa di dalam kultur *Hardcore Punk* / *Underground* itu tidak seluruhnya negatif, dibuktikan oleh adanya sebuah sub kultur positif bernama *Straight Edge* di dalam kultur *Underground*. Pesan tersebut ditujukan kepada target sasaran atau orang yang menganggap negatif kultur *Hardcore Punk* / *Underground*.

2.8.3 Segi Geografis ;

dilihat dari segi geografis, target sasaran adalah para remaja di kota besar, contohnya Bandung dimana remaja pada saat ini khususnya remaja usia sekolah menengah atas memiliki pola piker kritis yang diakibatkan oleh kurikulum berbasis kompetensi. Tidak menutup kemungkinan juga target sasarannya adalah remaja seluruh Indonesia, namun

keterbatasan distribusi atau penyampaian pesan akan mempengaruhi cukup banyak.

BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Film Dokumenter

Dokumenter adalah sebutan untuk film pertama karya **Lumiere bersaudara** yang berkisah tentang perjalanan (*travelogues*) yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Tiga puluh enam tahun kemudian, kata ‘dokumenter’ kembali dipergunakan oleh pembuat dan kritikus film asal Inggris ; **John Grierson** untuk film **Montana 91926** karya **Robert Flaherty**.

Grierson berpendapat dokumenter merupakan suatu cara kreatif untuk mempresentasikan realitas. Sekalipun *Grierson* mendapat tantangan dari berbagai pihak, pendapatnya tetap relevan sampai saat ini. Film dokumenter menyajikan realita dan film dokumenter tidak akan pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, *propaganda*, *doktrinisasi* dan lain – lain bagi seseorang atau kelompok tertentu.

Intinya, film dokumenter tetap berpijak kepada hal – hal senyata mungkin. Seiring dengan perjalanan waktu, muncul berbagai aliran dari film dokumenter. Contohnya adalah film ***dokudrama***, yaitu sebuah film dokumenter yang di dalamnya terjadi reduksi realita demi tujuan – tujuan estetis dan agar gambar dan cerita di dalam film *dokudrama* menjadi lebih menarik. Sekalipun terjadi reduksi di dalam film *dokudrama*, jarak antara realita dan hasil yang terjadi pada film *dokudrama* biasanya tidak berbeda jauh, dan realitas tetap menjadi pegangan pada film *dokudrama*.

Film dokumenter telah menjadi sebuah tren tersendiri di dalam dunia perfilman, hal tersebut dikarenakan para pembuat film bisa bereksperimen dan belajar banyak hal ketika terlibat di dalam pembuatan atau produksi film dokumenter.

Tidak hanya itu, film dokumenter juga dapat membawa keuntungan dalam jumlah yang cukup memuaskan. Hal tersebut berdasarkan banyaknya film dokumenter yang bisa kita saksikan melalui saluran televisi, seperti pada saluran televisi ***National Geographic*** dan ***Animal Planet***. Bahkan saluran televise ***Discovery Channel*** pun menyebut dirinya sebagai saluran televisi yang hanya menayangkan program dokumenter tentang keragaman alam dan budaya.

Selain untuk komsumsi publik, film dokumenter juga lazim diikutsertakan di dalam berbagai festival film, baik dalam skala nasional ataupun skala internasional. Bahkan pada tahun 1992 **FFI** (Festival Film Indonesia) telah memiliki kategori untuk penjurian film dokumenter.

Pelopor film dokumenter di Indonesia adalah **TVRI** (Televisi Republik Indonesia). Beragam film dokumenter tentang kebudayaan, flora, dan fauna telah banyak diproduksi oleh TVRI. Memasuki era pertelevisian swasta pada tahun 1990, TVRI tidak lagi memonopoli produksi film documenter, namun seluruh stasiun Televisi swasta telah menayangkan film dokumenter, baik diproduksi sendiri maupun membelinya dari sejumlah rumah produksi.

Salah satu film dokumenter yang terkenal di Indonesia adalah film dokumenter yang berjudul **Anak Seribu Pulau** yang diproduksi **oleh Miles Production** dan ditayangkan serentak oleh lima stasiun swasta berikut TVRI pada tahun 1995.

3.2 Film Dokumenter We’ve Got The Edge

Film dokumenter *We’ve Got The Edge* adalah film dokumenter yang mendokumentasikan para *Straight Edgers* di Indonesia. Bertujuan untuk memotivasi pergerakan gaya hidup positif pada remaja Indonesia, baik untuk menjadi seorang *Straight Edge* atau mencontoh gaya hidup *Straight Edge* saja, serta bertujuan untuk memperkenalkan sub kultur tersebut.

Untuk memotivasi para remaja, maka pendoktrinan positif dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap para *Straight Edgers* di Indonesia, diambil para *Straight Edgers* di 4 kota di Indonesia, yaitu **Bandung**, **Bogor**, **Jakarta**, dan **Yogyakarta**.

Tidak lupa juga menampilkan *testimonial* / pendapat dari orang biasa / bukan pelaku *Straight Edge*, guna menegaskan pesan yang akan di tujukan kepada target sasaran.

3.3 Konsep Komunikasi

3.3.1 Segmentasi

1. **Segi Demografis**:

   Dilihat dari segi demografis, target sasaran dari film dokumenter *Straight Edge* adalah para remaja, terutama para remaja yang berusia antara 15 sampai dengan 21 tahun. dikarenakan *Straight Edge* memang berasal dari pergerakan anak muda, dan bertujuan untuk memberi *doktrin* positif kepada para remaja tersebut agar dapat tetap berjalan lurus.

2. **Segi Psikografis** :

   Dari segi psikografis bertujuan untuk memberitahukan bahwa di dalam kultur *Hardcore Punk* / *Underground* itu tidak seluruhnya

negatif, dibuktikan oleh adanya sebuah sub kultur positif bernama *Straight Edge* di dalam kultur *Underground*. Pesan tersebut ditujukan kepada target sasaran atau orang yang menganggap negatif kultur *Hardcore Punk* / *Underground*.

3. **Segi Geografis** ;

   dilihat dari segi geografis, target sasaran adalah para remaja di kota besar, contohnya Bandung dimana remaja pada saat ini khususnya remaja usia sekolah menengah atas memiliki pola piker kritis yang diakibatkan oleh kurikulum berbasis kompetensi. Tidak menutup kemungkinan juga target sasarannya adalah remaja seluruh Indonesia, namun keterbatasan distribusi atau penyampaian pesan akan mempengaruhi cukup banyak.

3.4 Tujuan Komunikasi

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dan terjadi, maka tujuan dari perancangan film dokumenter ini adalah :

- Memperkenalkan subkultur beserta sebuah komunitas yang ada di dalam kultur Straight Edge kepada masyarakat Indonesia khususnya para remaja Indonesia.
- Membuktikan bahwa budaya underground tidak selalu identik dengan hal – hal negatif. Khususnya budaya underground di Indonesia
- Menanamkan atau memotivasi kepada para remaja di Indonesia bahwa Straight Edge adalah sebuah subkultur, gaya hidup, dan suatu komitmen yang memiliki perilaku positif yang patut dicontoh atau diteladani.

3.5 Tema Perancangan

Sesuai dengan kaidah atau aturan dari film dokumenter berbasis audio visual itu sendiri yaitu menghibur, mendidik, memberi informasi dan dapat membuat penikmatnya bertambah wawasan tentang pengembangan diri dan kepribadian individu masing – masing maupun orang lain, maka penulis memilih perancangan tentang sub kultur *Straight Edge* di Indonesia, dan memiliki judul "*We've Got The Edge*". Didasari oleh rasa kebanggaan dan kuat dari pergerakan *Straight Edge*.

3.5.1 Materi Pesan

Pesan yang akan disampaikan di dalam film dokumenter tentang *Straight Edge* di Indonesia adalah ; memperkenalkan atau memberitahukan tentang adanya suatu subkultur dan gaya hidup yang bernama *Straight Edge* di Indonesia kepada masyarakat Indonesia khususnya para remaja, disamping penulis tidak hanya ingin sekedar memberitahukan saja, namun ingin memberi informasi tentang pergerakan *Straight Edge* tersebut. Contohnya pergerakan mereka untuk tidak menkonsumsi tembakau atau rokok dan lain – lain.

Di dalam film dokumenter penyampaian pesan dilakukan dengan cara komunikasi *verbal* secara tidak langsung, yaitu dengan wawancara dan keterangan dari para *Straight Edger* (pelaku *Straight Edge*.red), diharapkan pengakuan langsung dari para *Straight Edger* akan bermanfaat kepada para penonton yang menyaksikan film dokumenter ini.

3.6 Strategi Kreatif

3.6.1 Cara Penyampaian Pesan

Teknik berkomunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang *komunikator* dengan sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu bagi *komunikan*. Pesan yang disampaikan oleh *komunikator* adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan. Dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan, anjuran dan sebagainya.

Bagian terpenting di dalam berkomunikasi adalah bagaimana cara agar suatu pesan yang disampaikan *komunikator* itu menimbulkan dampak atau efek tertentu kepada *komunikan*. Dampak yang ingin dicpai tentunya mengacu pada *"behavioural"* atau dampak yang memberitahukan serta menggerakkan hati *komunikan* sehingga terbentuknya perilku, tindakan, atau kegiatan.

Untuk memperlancar dan mencapai proses tujuan komunikasi, maka disusun strategi untuk mencapai target komunikasi melalui beberapa tahap atau proses, yaitu ;

1. memberitahukan kepada masyarakat tentang adanya film dokumenter ini, melalui penempelan poster atau flyer.
2. kembali memberitahukan kepada masyarakat setelah film dokumenter tersebut rampung dengan cara penempelan poster dan flyer kembali.

Pendekatan kreatif atau cara penyampaian yang dilakukan penulis dalam mengurangi kekurangan yang menjadi permasalahan dengan penyampaian materi yang disampaikan melalui sebuah simulasi

dari sejarah singkat dan realita tentang *Straight edge* yang ada pada film dokumenter ini.

Para penonton diharapkan untuk mengetahui tentang adanya *Straight Edge*, dan mengetahui tentang pergerakan dan eksistensinya di Indonesia, serta dapat mengambil seluruh nilai atau pesan positif yang terkandung di dalam film dokumenter ini.

3.6.2 Pendekatan Visual

Tayangan gambar secara visual lebih menitik beratkan kepada kepada kejelasan penyampaian informasi yang terkesan dengan apa adanya dalam suasana komunitas *Straight edge* yang tampil dengan apa adanya namun terkesan kuat dan bangga dengan filosofi *Straight Edge* yang mereka pegang teguh. Tidak dibuat suasana gambar yang berlebihan dikarenakan dirasa tidak cocok untuk film dokumenter.

Dalam pengambilan gambar ditentukan pada kondisi realita yang ada, yaitu sebagian besar dimbil di jalanan, dikarenakan sub kultur *Straight edge* yang berasal dari kultur *Underground* / *Hardcore Punk* ini memang hidup dan besar di jalanan.

3.6.3 *Tone Manner*

Dalam perancangan ini, *tone and manner* atau kesan yang akan dimunculkan pada film dokumenter ini yaitu, tampilan visual realita yang bercampur dengan dimensi *chaos* dan *hardcore* ala *punk* tetapi masih terlihat menarik. Hal tersebut bertujuan untuk mengingat bahwa *roots*/akar dari *Straight edge* adalah *Hardcore Punk*.

3.7 Strategi Media

3.7.1 Pemilihan Media

Media yang akan digunakan dalam melakukan promosi pada film dokumenter *We've Got The Edge* adalah media-media yang efektif dalam mempromosikan dengan tujuan supaya strategi promosi ini tepat pada sasarannya.

Pemilihan media untuk memperkenalkan *Straight Edge* kepada masyarakat adalah melalui film dokumenter yang dikemas di dalam bentuk **DVD** (*Digital Video Disc*). Dikarenakan dvd adalah suatu media lini atas pengunaan media tersebut adalah media televisi (audio visual).

Dengan menggunakan media tersebut, maka pengaruh kuat akan menempel pada pemirsa yang menikmatinya, dikarenakan media tersebut bisa dan didengar secara langsung/bersamaan. Selain itu jangkauan penyebaran melalui media ini menjadi lebih luas karena tidak terhalang oleh letak wilayah geografis. Dan media ini berfungsi sebagai informasi dan kajian wawasan untuk mengetahui atau mengenal *Straight Edge* sebagai subkultur, gaya hidup dan komitmen *Hardcore Punk* positif.

3.7.2 Jadwal Penyebaran Media

Jadwal penyebaran media dilakukan dalam enam bulan dengan berbagai pertimbangan dikarenakan jika suatu program promosi penjualan terlalu lama akan menurunkan citra produk dan masyarakat tidak dapat membedakan apakah produk tersebut sedang melakukan promosi atau tidak. Pada akhir tahap promosi dibuat acara release untuk launching film dokumenter ini pada tanggal 20 september 2008.

Untuk penyebaran media/promosi melalui dvd akan dilakukan dengan melalui dua tahap. Yaitu ;

1. tahap pemberitahuan pertama melalui promosi *through the line* yaitu menggunakan media flyer dan poster *upcoming* yang memberitahukan akan dirilisnya film dokumenter *We've Got The Edge.*



gambar 3.1 flyer *upcoming* untuk promosi tahap 1 film We've Got The Edge

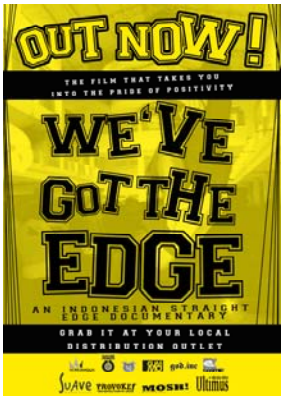


gambar 3.2 poster *upcoming* untuk promosi tahap 1 film *We've Got The Edge.*

2. Tahap pemberitahuan kedua melalui promosi *through the line* yaitu menggunakan media flyer dan poster yang memberitahukan kepada masyarakat bahwa telah dirilis film dokumenter We've Got The Edge. Berikut diadakan release party/launching untuk promosi film tersebut.



gambar 3.3 Flyer rilis untuk promosi tahap 2 film *We've Got The Edge*.



gambar 3.4 Poster rilis untuk promosi tahap 2 film *We've Got The Edge*.



gambar 3.5 Poster *launching* untuk promosi tahap 2 film *We've Got The Edge*.

3.8 Strategi Distribusi

3.8.1 Pertimbangan Dasar Distribusi

Agar produk lebih menjangkau target sasaran dalam promosi film dokumenter ini penyebaran distribusinya adalah langsung kepada target sasaran berupa packaging dvd film dokumenter maupun serta media lainya disesuaikan dengan target sasaran.

3.8.2 Jalur Distribusi

Dalam penyebaran media telah diadakan kerja sama dengan media partner, yaitu dengan Ultimus Bookstore. Dengan menjual dvd di ultimus bookstore. Serta menjadikan dvd We've Got The Edge sebagi bonus di dalam majalah Provoke dan Mosh. Tidak menutup kemungkinan juga dijual secara hand 2 hand.

No.	MEDIA	BULAN					
		april	mei	juni	juli	agustus	september
1	Flyer Upcoming						
2	Poster Upcoming						
3	Flyer Promosi Rilis						
4	Poster Promosi Rilis dan Poster launching						
5	Launching Party We've Got The Edge						

Table 3.1 jadwal penyebaran media

3.9 Konsep Visual

3.9.1 Format Desain

Konsep Desain film dokumenter We've Got The Edge adalah *street look* yang berkesan dinamis. Yaitu tampilan *interview* apa adanya yang sebagian besar dilakukan di jalan dan diedit dengan sedemikian rupa untuk mencapai kesan dinamis. Bertujuan agar film tidak terlalu monoton dan tetap enak untuk dilihat.

Konsep untuk media pendukung cetak adalah *chaos* ala *Hardcore Punk* namun tetap berkesan dinamis. Didukung oleh tampilan warna dominan hitam dan kuning untuk mencapai kesan dinamis tersebut.

3.9.2 Layout Opening Desain

Layout opening desain di dalam film We've Got The Edge menampilkan *roots* dari straight edge itu sendiri, yaitu menampilkan sebuah penggalan lirik yang diambil dari lagu **Minor Threat** yang berjudul *Straight Edge*. Yaitu bertujuan untuk langsung memberitahu kepada para penonton yang menyaksikan film ini bahwa *roots* dari *Straight Edge* adalah lirik tersebut. Lirik tersebut adalah ***"I'm a person just like you" "but I've got better things to do"*** ("Saya hanya manusia biasa sama seperti dirimu" "Tapi sya dapat melakukan semuanya dengan lebih baik.").

3.9.3 Teknik Suara (Audio)

Teknik suara yang di direct di dalam film ini menggunakan teknik stereo dan menggunakan *reduce noise* untuk mengurangi suara – suara noise yang mengganggu. Dikarenakan kebanyakan interview dilakukan di jalan dan terganggu oleh suara bising/noise dari kendaraan dan lain – lain, maka perlu dilakukan reduce noise yang dilakukan di dalam software **Magix Movie Editor**.

3.9.4 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan pada setiap desain yaitu **Varsity Regular**, sedangkan **Arial** digunakan sebagai penjelasan dari pesan utama. Huruf yang dipakai mudah untuk dibaca agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam membaca. Selain itu, huruf yang digunakan dapat juga mengesankan karakter dari tema yang diangkat yaitu Kuat dan Keras sesuai dengan konsep *Straight Edge* sendiri, mulai dari bentuk dan ketebalan. Pemilihan jenis huruf ini dikarenakan usia target sasaran adalah anak muda berkisar antara 15 – 21 tahun, dimana usia ini masih terbilang muda sehingga huruf yang akan dipakai karakternya tidak kaku, hal ini diambil dengan mempertimbangkan karakter target sasaran yang bersifat dinamis.



ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

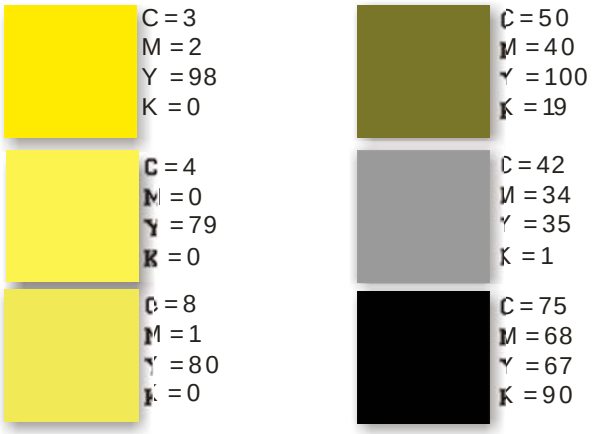
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

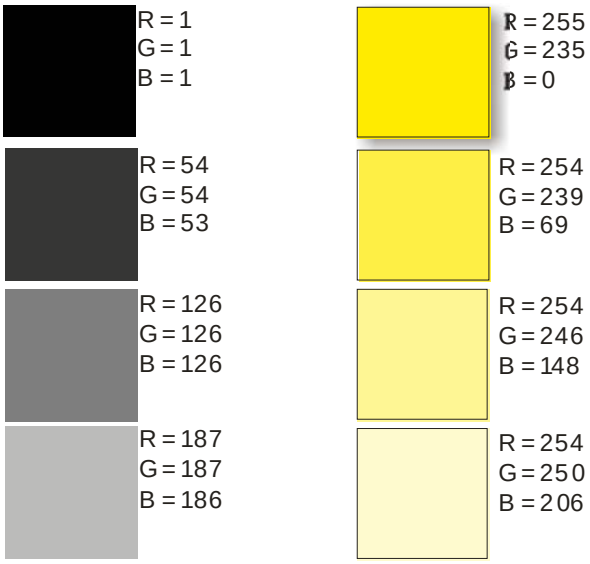
1234567890

!@#$%^&*()-_=+[{}]\|:;”’<,.>/?

3.9.5 Warna

Warna yang ditampilkan di dalam film We’ve Got The Edge dan promosinya dominan hitam dan kuning. Digunakan untuk menampilkan kesan dinamis yang diharapkan dapat mengambil simpati dari anak muda, serta hitam dan kuning dapat menampilkan kontras yang baik.





Gambar 3.6 Color Scheme

3.9.6 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan adalah ilustrasi foto. Ilustrasi untuk menampilkan ciri – ciri para straight edgers atau para straight edger sedang melakukan pentas musik dan lain – lain.



gambar 3.7 ilustrasi foto di dalam film We've Got The Edge.

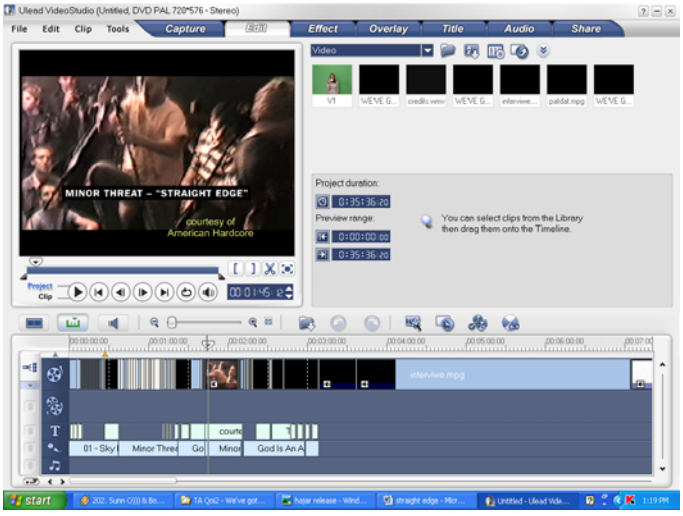
BAB IV
TEKNIS PRODUKSI

Media Utama

4.1 Film Dokumenter

Film dokumenter adalah salah satu media dalam menyampaikan informasi/pesan dalam bentuk visual. Pada film dokumenter We've Got The Edge pesan yang ingin disampaikan adalah memperkenalkan straight edge kepada target sasaran. Film dokumenter ini digarap menggunakan :

Kamera : Canon Digital Ixus 3,2 megapixels camcorder.
Software : Ulead Video studio 10.
Spesifikasi komputer : hardisk 40 gb, ram 512 mb, vga 256 mb.
Video format : Video pal Mpeg 2 (720 x 576) 25 frame/s.



Gambar 4.1 proses editing film dokumenter We'Ve Got The Edge dengan Ulead Video 10.

Media Pendukung

4.2 Cover Film/DVD

Dukungan cover film sangat dibutuhkan untuk menambah nilai estetika packaging film dokumenter ini. Material yang digunakan untuk membuat media tersebut adalah kertas art paper dengan ukuran panjang 28 cm dan lebar 18,4 cm. dibuat dengan teknis cetak offset.



Gambar 4.2 cover film dokumenter

Tidak lupa juga cover dvd film dokumenter ini, yaitu ;



diameter 11,5 cm

Gambar 4.3 Cover dvd

4.3 Poster

Untuk mendukung promosi media utama, maka poster sebagai pendukung media utama dibuat. Poster dibuat menjadi 3 bagian yaitu poster upcoming, poster promosi, dan poster release. Material yang digunakan untuk membuat poster ini yaitu art paper 260 gram dengan ukuran A3 (42 x 21 cm), teknis cetak offset.



gambar 4.4 Media poster.

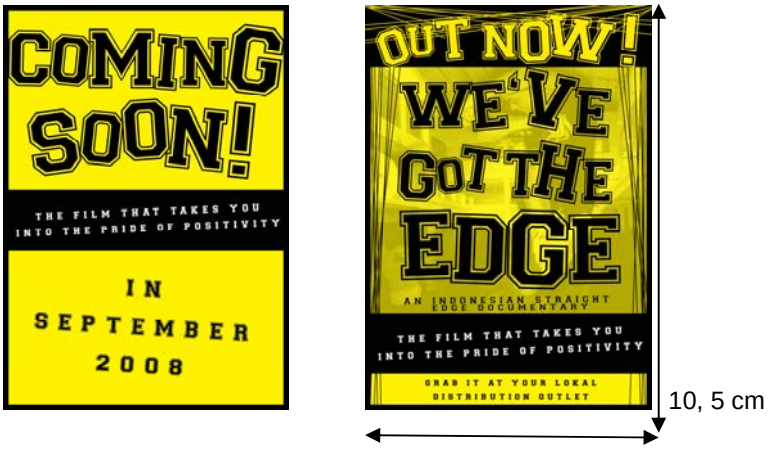
Tidak lupa juga terdapat poster gimmick/hadiah untuk pembelian film dokumenter ini.



Gambar 4.5 media poster gimmick

4.4 Flyer

Dukungan media flter untuk promosi pun tidak kalah penting, dibuat di dalam material art paper 260 gram dengan ukuran A4 (21 x 10,5 cm) dengan teknis cetak offset. Terdapat dua macam flyer yaitu flyer upcoming dan flyer promosi.



Gambar 4.6 media promosi flyer.

4.5 Ticket

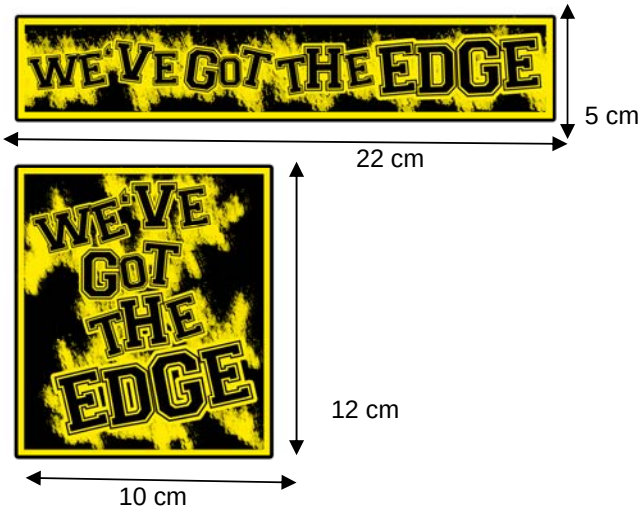
Media ticket dibuat untuk mendukung acara release film dokumenter We've Got The Edge. Dicetak dengan menggunakan teknik cetak offset dengan ukuran panjang 4 cm lebar 13 cm. Dicetak sebanyak 500 lembar, untuk mengantisipasi membludaknya penonton yang datang seperti pada tragedi sabtu kelabu 9 februari 2008.



Gambar 4.7 desain ticket.

4.6 Sticker

Sticker dibuat untuk gimmick dari film We’ve Got The Edge, sebagai bonus atas pembelian dvd film ini dan bonus ketika menghadiri acara release film tersebut (hadiah setelah membeli ticket). Dicetak dengan teknik sablon separasi/printing. Ada dua jenis sticker gimmick pertama berukuran panjang 22 cm dan lebar 5 cm lalu sticker gimmick kedua berukuran panjang 10 cm dan lebar 12 cm.



Gambar 4.8 desain sticker gimmick.

4.7 Tshirt gimmick

Tshirt dibuat untuk gimmick dari film We've Got The Edge, sebagai bonus atas pembelian dvd film ini dan bonus ketika menghadiri acara release film tersebut (hadiah setelah membeli ticket). Namun gimmick tshirt ini dibuat terbatas dikarenakan terbentur masalah dana. Dicetak dengan menggunakan teknik sablon separasi.



Gambar 4.9 desain tshirt gimmick.

4.8 Button/Pin

Button/pin dibuat untuk gimmick dari film We’ve Got The Edge, sebagai bonus atas pembelian dvd film ini dan bonus ketika menghadiri acara release film tersebut (hadiah setelah membeli ticket). Dicetak pada material plastik dengan teknik printing dan berdiameter 4.3 cm.



Gambar 4.10 desain button/Pin.

4.9 Backdrop Banner

Backdrop banner dibuat untuk mendukung acara release. Dibuat dengan material kertas vynil dengan ukuran 2.5 x 1 meter dengan teknik printing.



Gambar 4.11 desain backdrop banner.