BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Permasalahan yang terjadi terkait dengan promosi Komunitas Wisata Mistis khususnya dalam mengajak wisatawan yang memilik minat yang sama salah satunya adalah tidak adanya media alternatif untuk memberikan edukasi dan pemahaman dalam berwisata mistis. Saat ini wisatawan tidak mengetahui wadah yang mempersatukan minat berwisata mistis khususnya para wisatawan dewasa muda yang ingin membuktikan kebenaran dan sejarah yang ada dibangunan yang dianggap mistis.

Maka ditetapkanlah film dokudrama sebagai media promosi yang bertujuan memperliatkan kegiatan-kegiatan pada waktu berwisata mistis disebuah bangunan yang memiliki mitos-mitos mistis dengan didampingi oleh Komunitas Wisata Mistis.

III.1.1. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi dari perancangan film dokudrama ini adalah:

- Agar para wisatawan khususnya dewasa muda lebih dapat berjaga sikap sehingga tidak terjadi hal yang tidak diingikan seperti kesurupan dan diikuti mahluk astral.
- Agar para wisatawan dapat mengenali sejarah pada bangunan yang dianggap memilik mitos mistis secara detail.
- Agar komunitas wisata mistis mempunya media promosi yang didalamnya berisikan kegiatan-kegiatan berwisata mistis menjadikan ajakan untuk wisatawan khususnya dewasa muda yang ingin berwisata mistis.

III.1.2. Pendekatan Komunikasi

- Pada dasarnya berwisata mistis hanya dilakukan oleh komunitas wisata mistis dimalam hari yang mencari mitos mistis dibangunan tua, berhubung fenomena yang terjadi saat ini wisatawan yang memilik minat yang sama ingin melakukan

kegiatan wisata mistis namun akan berakibat berbahaya bila tidak ada pendamping seperti komunitas wisata mistis.

- Dengan adanya karya visual berupa film dokudrama dapat menarik wisatawan dalam negeri dan luar negeri dalam melakukan berwisata mistis.

- Maka dari itu media film dokudrama akan langsung diterima oleh target audiens dan secara tidak langsung akan mendapatkan edukasi tentang persiapan fisik dan lebih dapat menjaga sikap, serta mental dalam sebuah perjalanan wisata mistis.

III.1.2.1. Pendekatan Komunikasi Visual

Secara visual menggambarkan seorang komunitasi wisata mistis yang manjadi *tour guede* untuk para wisatawan yang memiliki tujuan mengetahui sejarah disebuah bangunan yang memilik mitos mistis dengan narasumber yang dapat menceritakan sejarah dan mitos-mitos yang ada ditempat tersebut.

Gaya bahasa penyajiannya adalah dengan menggunakan sudut pandang mata dan pikiran wisatawan pemula sehingga seolah-olah wisatawan adalah para *target audies* yang menonton. Sudut pandang mata akan menggunakan teknik *eye angle* yang akan memberikan informasi visual apa yang akan dilihat wisatawan adalah apa yang dilihat penonton atau *target audiens*. Wisatawan menelurus lorong demi lorong, ruangan demi ruangan hingga diakhir cerita semua kegiatan ditutup oleh doa bersama agar mahluk astral yang berada ditempat tersebut berada ditempat yang lebih tenang.

III.1.2.2. Pendekatan Komunikasi Verbal

Secara verbal banyak informasi tentang sejarah bangunan Bandung Medical center dan mitos-mitos mistis dalam berwisata mistis melalui dialog komunikasi antar peran yang menggunakan bahasa Indonesia tidak baku disesuaikan dengan bahasa masyarakat kalangan remaja yang *universal* atau dipahami oleh semua daerah di Indonesia.

III.1.3. Materi Pesan

Berwisata mistis khususnya penelusuran mengenai sejarah dan mitos mistis di Bandung Medical Center dituangkan dalam media film dokudrama agar *target audies* yang menjadikan karya visual *video* sebagai acuan awal dalam berwisata mistis akan menjadikan media efektif lainnya yang terkandung dalam film dokudrama ini seperti penelusuran Bandung Medical Center agar mengetahui sejarah dan mitos mistis.

III.1.4. Sasaran Perancangan

Adapun khalayak sasaran perancangan dari media film dokudrama wisata mistis di Bandung Medical Center ditinjau dari segi *consumer insight, consumer journey*, dan indikator konsumen adalah sebagai berikut:

- ***Consumer Insight***

  Pengertian *Consumer Insight* menurut Amalia E. Maulana yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

  Untuk target audiens film dokudrama wisata mistis di Bandung Medical Center adalah remaja kelas menengah bawah. Audiens yang dituju adalah yang menyukai berkegiatan diluar ruangan, memiliki minat terhadap mitos-mitos mistis dan aktifitas yang menguji ardenalin

  Berikut *insight* dari targer audiens:

  - Mengikuti gaya hidup *Lifestyle*
  - Cenderung menyukai mitos mistis.
  - Menyukai aktifitas yang menguji ardenalin.

Dengan target audiens yang menyukai kegiatan wisata mistis dan insight dari target yaitu komunitas wisata mistis yang menjadi *tour guide* untuk wisatawan untuk berwisata mistis di Bandung Medical Center, maka film dokudrama (wisata mistis) akan secara langsung diterima target audiens dan secara tidak langsung akan

mendapatkan edukasi-edukasi tentang sejarah-sejarah dari Bandung Medical Center.

- ***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 target audiens. *Consumer journey* inilah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

Kegiatan	Tempat
Bangun tidur jam tujuh pagi dengan bunyi alarm dari *smartphone*.	Rumah
Membuat kopi dan roti untuk sarapan lalu menyantapnya sambil mengoprasikan *smartphone* seperti membalas *chat*, melihat *update instagram*, dan sebagainya.	Rumah
Siang hari nongkrong disebuah *cafe* sambil *update* dan *photo* lalu *upload* disosial media	Cafe / Di Luar Rumah
Malam hari nonton acara tv *Net*, mengoprasikan *smartphone*, *laptop*, dan mencari referensi di internet seperti *youtube*, *website*, dan sebagainya.	Rumah

Tabel III.1. *Consumer Journey Target Audiens*
Sumber: data pribadi (2015)

III.1.5. Strategi Kreatif

Strategi kreatif pada perancangan film pendek naratif teknik mendaki gunung (pendakian malam) ini dibagi dari segi naratif dan sinematis, diantaranya.

1. Segi Naratif

   Dari segi naratif atau dalam segi penceritaan, film dokudrama yang akan dibuat dititik beratkan secara komunikasi, strategi yang dipakai adalah melalui interview / wawancara secara esklusif dari para *talent* dalam film dokudrama dengan ini target audiens akan langsung memahami pesan dan kesan dari wisatawan mistis dalam film.

2. Segi Sinematis

Strategi kreatif dari segi sinematis atau dari segi teknik pengambilan gambar, *setting* lokasi dan teknik *lighting* maupun suhu warna dalam film dokudrama ini adalah pada visual penceritaan sudut pandang mata seorang wisatawan yang menyimpan kamera kecil pada kepala *Talent* sehingga akan menimbulkan *view* dari mata wisatawan tersebut, alhasil akan seolah-olah menjadi sudut pandang mata wisatawan. untuk pengambilan gambar informasi dari kejadian-kejadian berwisata mistis. Untuk *establish shot* akan menggunakan teknik *beauty shot* atau *fly cam movement* dengan tujuan tetap memberikan sisi estetika dan menjadi daya tarik film dokumenter ini namun dalam adegan *shoking shot* tidak terlepas dari tehnik *moving shot* yang manjadi ceri khas dari film dokudrama.

III.1.6. Strategi Media

a. Media Primer (Film Dokudrama)

Media primer yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan membuat sebuah media promosi berupa film dokudrama yang memberikan informasi kegiatan-kegiatan berwisata mistis, sejarah dan mitos mistis dan gangguan-gangguan dari mahluk astral. Media film dokudrama dipilih karena media ini dapat mengajak dan mengetahui kegiatan-kegiatan berwisata mistis yang selama ini belum dilakukan oleh komunitas wisata mistis. Media ini pun menghadirkan sikap-sikap wisatawan agar bersikap sopan agar terhindar dari gangguan yang tidak diinginkan dari mahluk astral. Media ini dibuat agar dapat diterima dengan mudah oleh target audiens karena media film dapat di saksikan pada laman *website*, atapun pada *computer personal, laptop,* dan *smartphone.*

b. Media Pendukung (*Gimmick*)

- ***T-Shirt***

T-Shirt diberikan sebagai identitas dan sekaligus sebagai media untuk mempromosikan film secara tidak langsung.

- ***Bekethaed***

  Bakethead akan menjadi salah satu perlengkapan yang selalu dibawa wisatawan untuk dipakai di tangan, maka *Bakethead* akan menambak identitas film dan dapat menjadi media promosi secara tidak langsung.

- ***Packaging***

  Packaging akan mengemas semua media pendukung film dalam satu kemasan agar terlihat eksklusif pada saat dijual secara *online* ataupun menjadi *display* pada saat *event* Komunitas Wisata Mistis.

c. Media Promosi

- ***Movie Trailer***

  Movie trailer ditayangkan di *website* komunitas wisata mistis dan media sosial seperti *instagram, path, line, facebook*, dan *twitter*. *Movie trailer* berguna untuk menarik simpatik khalayak umum, khususnya para wisatawan agar tertarik untuk menonton film utama.

- **Iklan radio**

  Untuk mempromosikan kegiatan wisata mistis diperlukan *spot* promo dalam bentuk iklan radio, berguna untuk menarik simpati khalayak umum khususnya wisatawan yang menyukai wisata mistis.

- **Flayer**

  Untuk memperkenalkan film dokudrama komunitas wisata mistis pada khalayak umum. Flayer ini akan ditempatkan di semua aplikasi media sosial dan di sekretariat organisasi komunitas wisata mistis.

- **Poster**

Untuk memperkenalkan film dokudrama komunitas wisata mistis pada khalayak umum. poster ini akan ditempatkan di semua aplikasi media sosial dan di sekretariat organisasi komunitas wisata mistis.

- ***X-Banner***

  X-Banner akan ditempatkan pada saat *event* komunitas wisata mistis.

III.1.7. Strategi Distribusi

Untuk proses pendistribusian film membuat Event dengan dibantu oleh Ardan dalam program *Nigthmare Side* untuk mengiklankan event dan film ini akan scrining di cafe uji nyali yang memiliki konsep *horor* pada bulan september. Adapun wisatawan yang ingin membeli marcendes seperti t-shirt, *bukethead*, *Bracelets leather, sticker*, dan *tickets* dapat peroleh di website komunitas wisata mistis.

III.2. Konsep Visual

III.2.1. Ide Cerita

Ide cerita film dokudrama komunitas wisata mistis. ini terinspirasi dari film *Keramat, grave ecounters dan paranormal activity* dan mengambil referensi dari beberapa pengalaman anggota komunitas wisata mistis dibuat sebuah wisatawan yang sedang melakukan kegiatan berwisata mistis denagn komunitas wisata mistis sebagai tour guide yang berekspedisi di dalam bangunan yang memilik mitos mistis dan penjelasan sejarah yang pernah terjadi dibanguan tersebut.

III.2.2. Premis / Inti Cerita

“ Wisatawan yang ingin berwisata mistis yang berumur rata-rata 20 tahun yang hidup di kota besar dan berprofesi sebagai mahasiswa diuniversitas dikota Bandung. Dan seorang tour guide yang berpengalaman dibidang wisata mistis yang akan bereksepedisi disebuah bangunan yang memilik mitos mistis. “

- Karakter utama : wisatawan lelaki berusia 20 tahun.
- Atribut untuk karakter utama: Tinggal di kota besar sebagai mahasiswa disalah satu universitas.

- Tujuan yang ingin dicapai karakter utama: berwisata mistis hingga mendapatkan informasi mengenai sejarah dan mitos mistis yang memacu ardenali.

III.2.3. Sinopsis

Sekelompok wisatawan yang memilih untuk melakuan kegiatan wisata mistis untuk mendapatkan kepuasan ardenalin dan informasi mengenai sejarah yang berada di Bandung Medical Center mereka pun dengan didampingi oleh komunitas wisata mistis sebagai *tour guide* agar diharapkan ekspedisi yang mereka lakukan tetap aman dalam pengawasan *tour guide*.

Lorong demi lorong mereka lewati dan setiap ruangan yang ditunjukan akan diceritakan sejarah yang pernah terjadi, kejadian-kejadian tidak masuk akal pun mereka temukan seperti pintu yang menutup sendiri, benda-benda bergerak sendiri hingga ruangan yang biasanya tidak boleh dimasuki pun menjadi tempat pembuktian yang mereka cari.

Hingga akhirnya salah satu wisatawan yang bernama bob, bob tidak mempercayai dan bertingkah sompral, bob pun berniat untuk beruji nyai ditempat yang dilarang untuk dimasuki. Ketika bob beruji nyali dia diganggu oleh wanita menyeramkan yang murka terhadapnya. Kegiatan wisata mistis pun diakhiri oleh penutupan doa bagi mahluk-mahluk astral yang tidak tenang agar dapat ditempatkan ditempat yang lanyak dan penetralisiran agar wisatawan terjaga dari mahluk astral.

III.2.4. *Story Line*

FADE IN

EXT. SUWASANA KAMAR

Salah satu wisataan bembeli tiket berwisata mistis di *website* Komunitas Wisata Mistis.

Cut to

EXT. BANDUNG MECIKAL CENTER MALAM HARI

***TIMELAPSE* Gedung Bandung Medical Center.**

(*ESTABLISH*) lorong-lorong dan ruangan Bandung Medical Center.

Cut to

EXT. LOBBY BANDUNG MEDICAL CENTER Malam hari

Kiran sebagai *tour guide* menyambut para wisatawan dan mengajak untuk memulai berekspdisi menyurusi lorong ruangan-ruangan yang berada di bandung Medical Center dan memberikan mitos sejarah yang berada di Bandung Medical Center.

Kiran : selamat malam diwisata mistis kali ini , kali ini kita sedang berada di Bangunan Medical Center yang terletak di paruparu kota Bandung dimana bangunan ini berasal dari bangunan rumah sakit yang dulunya bernama rumah sakit Sartika namun rumah sakit Sartika mengalami musibah hingga harus direnofasi, tahun 1996 dengan bangunan baru rumah sakit Sartika berubah nama menjadi Bandung Medical Center.

(*ESTABLISH*) lorong menunju ruangan bayi.

Cut To

EXT. LORONG BANDUNG MEDICAL CENETR MALAM

***INTERVIEW* VIKI**

Viki : setelah yeremia mengalami gangguan kita langung bergegas untuk pergi dari ruangan bayi namun kejadian aneh gue alami sendiri (ketawa kecil). Anjrit wisata mistis gokil.

Lorong yang panjang membuat semua wisatawan berlari kecil seperti terburu-buru ketakutan namun ada satu wisatawan yang tersandung dan tertinggal karena tari sepatu terlepas. Viki adalah wisatawan yang tersandung. Viki pun menimpan handycam yang dia gunakann untuk merekam kejadian saat berwiata mistis. Viki meletakan handycamnya tepat mangarah lorong, beberapa ketik kemudia tiba-tiba kursi roda terdorong dengan sendirinya Viki kaget dan berusaha mendekati kursi roda tersebut. Namun dibalik kuris roda itu terdapat boneka gosong dan viki pun lari terbirit-birit.

Cut to

EXT. RUANGAN BAYI

Interview Yeremia (wisatawan)

Yeremia : gue ga nyangka saat masuk ruangan bayi suasana lebih mencekam, dekorasi yang tidak terawat banyak sekali jaring laba-laba namun ada yang mengganjal. Alat-alat untuk kerperluan medis masih bagus dan terbungkus rapih.

(*Establish*) ruangan Bayi

Kiran: ini adalah ruangan yang rencananya akan digunakan untuk ruangan rawat inap bayi namun ada kejadian aneh, pernah terjadi peristiwa bunuh dirinya seorang pria paruh baya yang menggatungkan dirinya di langit yang berada diruangan ini. Dan ruangan ini ditunggui oleh sosok perempuan yang bernama Karin, dia meninggal ketika rumah sakit sartika masih berfungsi. Sehingga ruangan ini pun selalu dijadikan tempat untuk merasakan hawa panas. Ada diantara kalian ingin mencoba ?

- Yeremia : gue, gue... gue ingin coba (mengakat tanganya)
- *Interview* Yeremia : menghelakan nafas, pada saat itu kejadian aneh pun gue rasain.
- *tour guide* mempersilahkan yeremia untuh merasakan aura negatif yang berada di ruanga bayi tersebut.

Kiran : apa yang kamu rasakan ?

- Yeremia : tangan, ko tangan gue panas sih . iya gue ngerasain hawa panas dibalik telapak tangan gue .
- Ketika yeremia merasakan hawa panas tiba-tiba ada gangguan yang diterima mia.
- Yeremia teriak serentak semua wisatawn lari dari ruangan bayi.

Cut to

EXT. TANGGA

(*Establish*)

wisatawan melanjutkan penelusurannya.

Cut to

EXT. LORONG GELAP

Interview Fanji dan Yeremia.

Wisatawn terus berjalan menelusuri ruangan-ruanagn, namun Yeremia dan Fanji merasakan hal yang aneh. Terdengar pintu seperti ada yang mengetuk-mengetuk pintu Fanji dan mia tiba-tiba ingin mengetahui siapa siapa yang berada dibali pintu tersebut.

Fanji : mi lu denger juga kan ?

Yeremia : iya ji denger.(kode mengajak)

Yeremia : woi siapa disitu ? Viki itu lu kan . jangan main main lu vik . kaga lucu. (tegang)

Fanji : ayolah ini bukan waktunya main main. Keluar deh atau gue yang buka nih pintu .

Ketiak pintu terbuka ada sosok kain putih yang sepeti ada orang yang berada dibalik kain tersebut.

Yeremia : anjir vik kaga lucu ah.

Fanji membuka kain putih namun tidak ada sosok apapun. Fanji dan yeremia berpandangan seperti memberikan kode untuk pergi dari ruangan tersebut. Tapi kain putih yang tergeletak di lantai tersebut tiba-tiba sepeti ada sosok tangan yang memegang kaki yeremia, sehentak mereka lari ketakutan.

Cut to

EXT. RUANGAN MAYAT

Interview Bob

Bob baru tersadar bahwa teman-temannya tidak ada. Tama pun kembali untuk mencari teman-temannya. Tak lama Fanji, Viki dan yeremia berpapasan.

Bob : dari mana sih ? lu ngeliat kuntilanak apa pocong (ketawa)

Fanji : bob lu harus tau bob. (letih)

Yeremia : iya tam gue dan fanji ngeliat hal yang sama.

Bob : ngerasain apa sih, nih dari tadi gue jalan paling depan belum ngarasain apa-apa. Gue heran deh sama kalian kenapa lu ngajak gue wisata mistis, tapi gue

sendiri kaga ngalamin. Dari awal gue bilang gue, kaga percaya dan gue berani nantangi mereka.

Yeremia : sompral banget sih lu tam ?

Bob: heh dengerin yah . gue bakal tangtangin para mahluk-mahluk yang ada disini, gue pengen tau kuntilanak tuh kaya apa !

Kiran : stttttttt. Sebaiknya jangan berbicara seperti itu kak, hargai mereka.

Bob : ah bodo amat. Kalau emang bener ada tunjukin !

Bob melihat ada pintu yang terdapat tulisan dilarang masuk. Dengan berani tama pun ingin masuk untuk mengetahui kemenaranya.

Kiran : maaf kak ruangan itu sebaiknya jangan dimasuki berbahaya bagi kak

Bob : (tertawa meremehak) heh mas gue kaga percaya beginian, gue didalem bakal ujinyali dan gue bakal tunjukin kekalian kalaw ini ruangan kaga ada apa-apanya.

Bob pun masuk kerungan mayat tersebut, dan beruji nyali ditempat itu. Bob pun Tidak merasakan hal yang aneh, kemudian tama berucap sompral sehingga kejadian menyeramkan pun terasa dari mati lamu bangsal yang bergerak sendiri, sehetak tama merasa ketakutan dan ingin keluar dari ruangan tersebut. Namun pintu seperti dikunci, tama pun berusaha mendobrak pintu itu namun tetap tidak bisa. Bob pun menangis meminta maaf atas ucapan yang dia keluarkan, ia pun merekam dirinya didalam handycam yang dia bawa. Bob meminta maaf seperti memberikan pesan terakhir.

(Establish handycam)

Pada sudut pandang dari handycam terliat sosok mahluk disamping tama yang sedang marah.

Cut to

EXT. LOBBY

Interview *Tour Guide*

Establish

Akhirnya Wisata mistis pun diakhiri. Tama pun bisa keluar dari ruangan tersebut. Dan *tour guide* melakukan penetalisiran agar. Tidak ada mahluk astral yang mengikuti dan mengganggu yang berkelanjutan.

THE END

III.2.5 Naskah Dialog

- Viki di Lorong

  Gue Viki, liburan kali ini gue dan anak-anak mutusin untuk berwisata dikota Bandung dan wisata yang kita pilih adalah wisata mistis, mungkin terdengar aneh, tapi wisata ini membuat kita lebih mengetahui nilai-nilai sejarah. Ini Bermula ketika gue dan temen-temen berjalan dilorong.

- Viki

  Bob, Mia dan Fanji tepat berada didepan gue tapi sialnya gue tertinggal. Karena.

- Yeremia

  Gue mia, gue yang ngajakin anak-anak berwisata mistis, karena dibandung wisata ini lagi nghits. Bandung medical center jadi tujuan wisata kita, tempat angker ini menurut gue memilik history aneh, bangunan tua, kotor, gak keurus, tapi anehnya alat medis disini masih ada. malah masih terbungkus dengan rapih.

- Yeremia

  Mba kiran mempersilahkan gue untuk merasakan mahluk astral. Iya ketika gue coba. tiba-tiba leher gue panas, yang semakin lama semakin berat. kata mba kiran sih ada sosok yang suka ke gue dan hampir masuk ke diri gue.

Selanjutnya berada dilampiran

III.2.6 Studi Karakter

Karakter utama dalam film dokudrama pendek ini tidak menampilkan secara utuh fisik dari seorang pemeran utama, namun karena stategi visual yang akan memperlihatkan sebuah visual dari kamera wisatawan. maka karakter utama di film ini diwakili oleh empat karakter utama yaitu Bobi pria yang mempunyai watak sombong dan sompral, Yeremia wanita yang antusias terhadap dunia spiritual, viki cowo tampan yang *maimstream*, Fanji pria yang memiliki hobby audio visual dan Kiran sebagai *tour guide* wisata mistis.

- **Bobi**



Gambar. III.1. Pemeran dalam film

Identitas karakter pada film ini adalah:

- Nama : Bobi Rahman
- Panggilan : Bob
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 24 Tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa

- **Yeremia**



Gambar. III.2. Pemeran dalam film

Identitas karakter pada film ini adalah:

- Nama : Yeremia Agustin
- Panggilan : Mia
- Jenis Kelamin : Wanita
- Usia : 23 Tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa

- **Viki**



Gambar. III.3. Pemeran dalam film

Identitas karakter pada film ini adalah:

- Nama : Viki Nugroho
- Panggilan : Viki
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 23 Tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa

- **Fanji**



Gambar. III.4. Pemeran dalam film

Identitas karakter pada film ini adalah:

- Nama : Fanji laksono
- Panggilan : Fanji
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 24 Tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa

- Kiran

Gambar. III.5. Pemeran dalam film



Identitas karakter pada film ini adalah:

- Nama : Kirana
- Panggilan : Kiran
- Jenis Kelamin : Wanita
- Usia : 25 Tahun
- Pekerjaan : Tour guide wisata mistis

III.2.7. Format Desain

Format desain pada film dokudrama pendek ini menggunakan *video high resolution* 1920 x 1080 *pixel* dengan perbandingan aspek rasio 16 : 9. Aspek rasio merupakan perbandingan lebar dan tinggi dari sebuah *pixel* dalam sebuah gambar. Format kemasan dari film dokudrama pendek ini berupa *DVD*. Judul yang dipilih atau digunakan adalah "*Wisata Mistis*", karena telah merangkum semua permasalahan dan tujuan dari sebuah Komunitas wisata mistis, terutama *target audiens* yang merupakan kalangan menengah keatas. Kemudian untuk format hasil akhir film akan menggunakan format *file *.mp4*.

III.2.8. Warna

Lighting, suhu, dan warna menjadi hal yang penting dalam sebuah film agar dapat digunakan untuk membantu penonton atau *target audiens* melihat kedalam *point of interest* atau sebuah fosuk atau titik utama dalam sebuah gambar dimana titik tersebut yang menjadi cerita dalam gambar tersebut.

Dalam sinematografi hanya mengenal dua warna cahaya yaitu *Daylight* (cahaya yang bersumber dari matahari) dan Tungsten (cahaya yang bersumber dari sebuah lampu pijar). Pada film ini mayoritas akan bersetting dalam ruangan atau *intdor*, maka dari itu pada pengerjaan produksi film ini akan memakai warna cahaya *tungsten*.

III.2.9 Tipografi

jenis *font* yang digunakan dalam pembuatan media utama dan pendukung yaitu *Font Wisata Mistis* dengan bentuk lebih disesuaikan dengan logo Komunitas Wisata Mistis dan visualisasi film.



Gambar. III.5. Jenis *Font Wisata Mistis*

Sumber*:* dokumentasi pribadi