BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Permasalahan yang terjadi terkait dengan teknik mendaki gunung khususnya dalam pendakian malam salah satunya adalah tidak adanya media alternatif untuk memberikan edukasi, pemahaman, dan teknik dalam pendakian malam. Saat ini para pendaki khususnya para pendaki pemula mulai terbangun niatnya dalam mendaki gunung setelah melihat *video-video* pesona pemandangan gunung-gunung di Indonesia, khususnya gunung-gunung berapi aktif yang memang memiliki pesona pemandangan yang sangat indah dibandingkan dengan gunung-gunung lainnya. Para pendaki hanya mementingkan obsesi melihat pemandangan dan mementingkan *style* seperti jaket, celana, tas, sepatu, dan sebagainya yang ber*merk* untuk kepentingan citra, dan akhirnya menyampingkan soal persiapan fisik, pemahaman medan dan mental yang harus dipersiapkan dalam sebuah pendakian, karena memang *video-video* yang disaksikan dan yang tersebar di laman *Youtube* tidak menyisipkan edukasi dalam sebuah pendakian khususnya dalam pendakian di gunung-gunung berapi aktif atau pendakian malam.

Maka ditetapkanlah film dokudrama pendek sebagai media utama dalam memberikan edukasi khususnya dalam persiapan fisik, pemahaman medan, dan mental dalam sebuah pendakian gunung berapi aktif yang mengharuskan melakukan pendakian malam. Media film dipilih karena lebih dekat dengan target audiens dan akan langsung diterim dengan baik, sedangkan memberikan solusi yang detail tentang persiapan fisik, pemahaman medan, dan mental dalam pendakian akan dibantu oleh sebuah media buku saku untuk memandu target audiens dalam mempraktikan di lapangan.

III.1.1. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi dari perancangan film pendek naratif ini adalah:

- Agar para pendaki khususnya pendaki pemula non organisasi akan lebih mementingkan persiapan pendakian daripada obesesi untuk dapat menyaksikan pemandangan disebuah gunung berapi aktif.
- Agar para pendaki dapat mengenali secara detail gunung yang akan didaki khususnya gunung-gunung yang mengharuskan melakukan pendakian malam.

III.1.2. Pendekatan Komunikasi

Pada dasarnya keputusan dalam melakukan pendakian malam hanya dilakukan pada gunung-gunung berapi aktif yang puncaknya tidak memiliki vegetasi atau pepohonan, jarak tempuh dari batas vegetasi yang tebilang jauh. Hal tersebut berhubungan dengan fenomena saat ini adalah para pendaki mulai membuat karya visual *video* pesona pemandangan gunung-gunung berapi aktif di Indonesia dan mempublikasikannya untuk mengajak para penikmat kegiatan outdoor melakukan hal yang sama. Hanya saja pada karya visual *video* yang dipublikasikan sangat terbilang jarang menyisipkan edukasi dalam sebuah pendakian.

Maka dari itu media film dokudrama pendek akan langsung diterima oleh target audiens dan secara tidak langsung akan mendapatkan edukasi tentang persiapan fisik, pemahaman medan, serta mental dalam sebuah pendakian gunung berapi aktif, khususnya dalam pendakian malam.

III.1.2.1. Pendekatan Komunikasi Visual

Secara visual menggambarkan seorang pendaki pemula yang memiliki tujuan membuat karya visual di sebuah gunung berapi aktif di Indonesia yang di dampingi seorang pendaki profesional tanpa sebuah persiapan fisik, pemahaman medan, dan mental. Gaya bahasa penyajiannya adalah dengan menggunakan sudut pandang mata dan pikiran pendaki pemula sehingga seolah-olah pendaki pemula tersebut adalah para target audies yang menonton. Sudut pandang mata akan menggunakan teknik *eye angle* yang akan memberikan informasi visual apa yang akan dilihat pendaki pemula

adalah apa yang di lihat penonton atau *target audiens*. Sedangkan dalam sudut pandang pikiran pendaki akan memvisualkan pikiran-pikiran yang umumnya terlintas pada saat sebuah pendakian gunung.

III.1.2.2. Pendekatan Komunikasi Verbal

Secara verbal beberapa informasi tentang persiapan fisik, pemahaman medan, dan mental akan diinformasikan secara umum oleh seorang psikologis dan pendaki profesional yang dalam film ini berperan sebagai narator. pada saat melakukan pendakian malam melalui dialog komunikasi antar peran yang menggunakan bahasa Indonesia tidak baku disesuaikan dengan bahasa masyarakat kalangan dewasa muda yang *universal* atau dipahami oleh semua daerah di Indonesia.

III.1.3. Materi Pesan

Teknik pendakian gunung khususnya pendakian malam di tuangkan dalam media film pendek naratif agar *target audies* yang menjadikan karya visual *video* sebagai acuan awal dalam pendakian gunung akan menjadikan media efektif lainnya yang terkandung dalam film pendek naratif ini seperti laporan pendakian, memahami medan dengan membaca peta topografi gunung yang akan didaki, mempersiapkan fisik yang baik, dan mempersiapkan mental sebelum melakukan sebuah pendakian.

III.1.4. Sasaran Perancangan

Adapun khalayak sasaran perancangan dari media film pendek naratif teknik mendaki gunung (pendakian malam) 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 pendek naratif mendaki gunung (pendakian malam adalah dewasa muda kelas menengah keatas. Audiens yang dituju adalah yang menyukai berkegiatan diluar ruangan, memiliki *hobby traveling* dan membuat karya visual seperti foto dan *video*.

Berikut *insight* dari targer audiens: ○ Mengikuti gaya hidup *Lifestyle*

○ Cenderung memilih cara *instant* atau cepat dalam berbagai hal.

○ Menyukai seni fotografi dan sinematografi.

Dengan target audiens yang menyukai kegiatan traveling dan insight dari target yaitu seseorang yang terlalu terobsesi dengan hasil akhir dan menyapingkan proses, maka film mendaki gunung (pendakian malam) akan secara langsung diterima target audiens dan secara tidak langsung akan mendapatkan edukasi-edukasi tentang persiapan fisik, pemahaman medan, seta mental dalam mendaki gunung.

 Consumer Journey

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam mediamedia 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 bertemu *client* perihal projek fotografi ataupun sinematografi.	Cafe / Di Luar Rumah

Malam hari nonton acara tv *Net*, mengoprasikan *smartphone*, *laptop*, dan mencari referensi karya 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

Dalam segi naratif atau dalam segi penceritaan, film pendek naratif ini akan menceritakan konflik *inner story* atau sebuah konflik pikiran-pikiran yang berada di benak pendaki pemula yang bertujuan membuat karya visual disebuah gunung berapi aktif secara subjektif. Seperti halnya apa yang ada di pikiran seorang pendaki saat kelelahan, kepanasan, kedinginan, dan sebagainya saat melakukan kegiatan mendaki gunung, khususnya pendakian malam. Karena menurut *George F Mallory*, pendaki asal Inggis mengungkapkan di buku Norman Edwin yang bejudul *Mendaki*

Gunung Sebuah Tantangan Petualangan bahwa *"Berkegiatan di hutan, seorang manusia akan terlihat sikap aslinya".* Pikiran-pikiran tersebut akan diceritakan secara visual sehingga para penonton atau target audies akan merasakan hal-hal apa saja yang kemungkinan akan mereka rasakan saat melakukan sebuah pendakian gunung. Informasi edukasi dalam segi teknik pendakian akan di informasikan dalam segi dialog antar peran sehingga penonton atau target audiens akan selalu mengikuti alur cerita dari awal sampai akhir.

2. Segi Sinematis

Strategi kreatif dari segi sinematis atau dari segi teknik pengambilan gambar, *setting* lokasi cerita, dan teknik *lighting* maupun suhu warna dalam film dokudrama pendek ini adalah pada visual penceritaan sudut pandang mata seorang pendaki akan menggunakan teknik menyimpan kamera kecil pada kepala pemeran pendaki pemula

sehingga akan menimbulkan *view* dari mata pendaki tersebut, alhasil akan seolah-olah menjadi sudut pandang mata pendaki pemula. untuk pengambilan gambar informasi latar atau *establish shot* akan menggunakan dua teknik yaitu teknik *timelapse* dan teknik *beauty shot* atau *fly cam movement* dengan tujuan tetap memberikan sisi estetika dan menjadi daya tarik film ini sendiri. *Setting* lokasi pendakian akan dilakukan di gunung Semeru dan untuk pendakian malam akan dilakukan pada saat *summit attack* atau pendakian terakhir menuju puncak Mahameru.

III.1.6. Strategi Media

a. Media Primer (Film Dokudrama Pendek)

Media primer yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan membuat sebuah media informasi berupa film dokudrama pendek yang memberikan informasi persiapan fisik, pemahaman medan, dan mental dalam pendakian gunung berapi aktif khususnya dalam pendakian malam. Media film dokudrama pendek dipilih karena media ini dapat menghadirkan pengaruh emosional yang kuat, dapat mengilustrasikan visual secara langsung, dan dapat memotivasi penonton atau target audiens untuk membuat perubahan khususnya dalam menjawab permasalahan yang terjadi menyangkut fenomena kasus-kasus yang terjadi pada pelaku pendaki gunung, khususnya pendaki gunung-gunung berapi aktif yang mengharuskan melakukan pendakian malam. Media ini pun dapat dengan mudah diterima oleh target audiens karena media film dapat di saksikan pada acara *festival,* pada laman *website*, atapun pada *computer personal, laptop,* dan *smartphone.*

b. Media Pendukung (*Gimmick*)

- **Buku Saku**

Buku saku tentang teori dasar dalam pengaplikasian persiapan fisik, dan pemahaman medan akan diberikan sebagai *gimmick.* Pemilihan media buku saku didasari atas pertimbangan bahwa persiapan fisik dan pemahaman medan diperlukannya

pemahaman teori dasar yang tidak dapat dijelaskan secara rinci pada film, maka dari itu teori-teori dan pengaplikasiannya akan dikemas menjadi sebuah buku saku yang dengan mudah dapat dibawa kamana-mana oleh pendaki.

- ***T-Shirt***

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

- ***Sticker***

Media *sticker* berguna sebagai pengingat*/reminder*. Media *sticker* dibagian ketika *event screening* ataupun bersama dengan *gimmick* lainnya.

- ***Packaging Box***

Packaging box akan mengemas semua media pendukung film dalam satu kemasan agar terlihat eksklusif pada saat di *diplay* disebuah toko *brand outdoor.*

- **Kompas Silva**

Peta silva akan diberikan bersama semua isi packaging box. Selain peta topografi, kompas lah yang menyimbolkan sebuah pemahaman medan. Kompas inipun akan dapat membantu target audiens untuk belajar memahami medan.

c. Media Promosi

- **Poster**

Untuk memperkenalkan film pendek teknik mendaki gunung (pendakian malam) pada khalayak umum khususnya para pendaki pemula. poster ini akan ditempatkan di semua aplikasi media sosial, toko-toko *outdoor*, dan di sekretariat organisasi pecinta alam.

- ***Movie Trailer***

Movie trailer ditayangkan di *youtube* dan media sosial seperti *instagram, path, line*, *facebook,* dan *twitter*. *Movie trailer* berguna untuk menarik simpatik khalayak umum, khususnya para pendaki gunung agar tertarik untuk menonton film utama.

- ***X-Banner***

X-Banner akan ditempatkan di toko-toko *outdoor* dan pada saat *event outdoor* ataupun pada saat *event screening.*

III.1.7. Strategi Distribusi

Untuk proses pendistribusian film akan ditayangkan disebuah acara screening film di taman film bandung dan bekerja sama dengan pihak terkait taman film dan juga bekerja sama dengan *pihak brand outdoor* seperti *eiger* dalam penyelenggaraan acara. Acara *screening* akan dilakukan di awal bulan agustus karena bulan agustus merupakan bulan dimana para pendaki gunung mulai mempersiapkan sebuah pendakian untuk merayakan hari kemerdekaan Indonesia di puncak-puncak gunung Indonesia dan dilakukan hal serupa diseluruh kota-kota besar di pulau Jawa. Setelah acara *screening* digelar, film akan diperjual belikan dalam bentuk *packaging box* yang berisikan sebuah film, buku saku, *t-shirt, sticker*, dan *buff* yang ditempatkan di toko-toko *outdoor* di kota-kota besar, dan juga dapat dipesan melalui *online.*

Media	Bulan											
	Juli				Agustus				September			
Film Pendek												
Buku Saku												
T-Shirt												
Sticker												
Buff												
Packaging Box												
Poster												
Movie Trailer												
X-Banner												

Tabel III.2. Tabel distribusi Film Pendek Pendakian Malam
Sumber: data pribadi (2015)

III.2. Konsep Visual

III.2.1 Ide Cerita

Ide cerita film pendek "*Minds Of An Ascent – Night On Avolcano*" ini terinspirasi dari film *Into The Mind* dan mengambil referensi dari beberapa pengalaman para pendaki pemula non organisasi maupun profesional lalu dibuat kisah fiksi mengenai sebuah perjalanan pendakian seorang pendaki pemula non organisasi yang didampingi seorang pendaki profesional di salah satu gunung berapi aktif di Pulau Jawa.

III.2.2 Premis / Inti Cerita

"Seorang pria 25 tahun yang hidup di kota besar dan bekerja sebagai Glamour Photographer ingin mendaki gunung berapi aktif."

- Karakter utama: Seorang pria 25 tahun
- Atribut untuk karakter utama: Tinggal di kota besar dan bekerja sebagai *glamour photographer*
- Tujuan yang ingin dicapai karakter utama: Mendaki gunung berapi aktif.

III.2.3 Sinopsis

Fahri seorang pria berumur 25 tahun yang hidup di kota besar Indonesia dan bekerja sebagai *glamour photographer* disalah satu studio foto yang dia bangun bersama *photographer* kenalannya. Kesesehariannya yang hanya disibukan dengan memotret model, membuat Fahri tegiur untuk mencoba memotret pemandangan disebuah gunung berapi aktif di Pulau Jawa saat Fahri tidak sengaja membaca majalah fotografi di kamarnya dan melihat *video-video* pendakian di *youtube.* Dengan tidak adanya pengalaman mendaki gunung, Fahri mengajak salah satu temannya Husyein yang dikenal sebagai pendaki profesional untuk mendampingi Fahri dalam membuat karya foto di sebuah gunung berapi aktif yang diyakini adalah gunung Semeru yang berada di Jawa Timur.

Jadwal pendakian yang dipercepat oleh Fahri karena ketidaksabaran untuk dapat menyaksikan dan memotret pemandangan di gunung Semeru, membuat Fahri menyampingkan masalah persiapan seperti fisik, pemahaman medan yang telah diinstruksikan temannya Husyein. Hal tersebut membuat ekspetasi awal Fahri mengenai gunung Semeru berubah total saat dia mulai melakukan pendakian. Kelelahan dan mental yang buruk membuat Fahri menyesal melakukan pendakian dengan persiapan yang buruk.

Namun akhirnya Fahri dapat menyelesaikan pendakian atas instruksi dan motivasi yang diberikan Husyein, meskipun akhirnya Fahri tidak membuat karya foto dengan baik karena gangguan internal. Beberapa bulan setelah pengalaman tersebut akhirnya Fahri lebih menyukai membuat karya foto di gunung-gunung berapi di Indonesia dengan persiapan pendakian yang lebih baik.

III.2.4 Story Line

FADE IN

EXT.PEMANDANGAN/FENOMENA/AKTIVITAS GUNUNG.
SIANG/MALAM

(ESTABLISH)
Terlihat fenomena-fenomana aktifitas alam di gunung-gunung di Pulau Jawa Barat seperti pergerakan awan, Matahari, bintang, dll.

CUT TO

EXT. JALUR PENDAKIAN PUNCAK MAHAMERU. PAGI

Terlihat matahari mulai menyinari puncak Mahameru dengan perlahan. Fahri yang tengah duduk sendiri terlihat sangat kelelahan, kedua kaki yang dilipat lalu dipeluknya dengan erat untuk terus menahan rasa dingin yang tak tertahankan.

CUT TO

EXT. JALUR PENDAKIAN GUNUNG BURANGRANG. PAGI

(ESTABLISH)
Terlihat hamparan pohon pinus yang berdiri kokoh diantara pepohonan dan bukitbukit.

CUT TO

INT. KEDAI KOPI. SIANG/MALAM

(ESTABLISH)
Mesin kopi yang terdengar tengah menumpahkan air berwarna hitam kedalam sebuah cangkir kopi.

CUT TO

EXT. TAMAN BATU . PAGI

(ESTABLISH)
Matahari mulai menyinari bebatuan yang berdiri kokoh, asap yang dikeluarkan dari cerobong pabrik-pabrik mulai terlihat.

CUT TO

**Selengkapnya dilampirkan.*

III.2.5 Naskah Dialog (Psikolog, dan Pendaki Gunung profesional)

Naskah Psikologi

"Manusia secara alami tumbuh secara fisik, meningkat secara kemampuan dan berkembang secara mental (emosi)."

"Berkegiatan di alam terbuka sebenarnya akan mengembangkan karakter bagi manusia itu sendiri, paling tidak rasa kecintaannya terhadap tanah air akan bertambah seperti melakukan perjalanan ke pelosok-pelosok negeri dan mengenal bagian-bagian terdalam dari negeri ini akan menjadikan kecintaan orang terhadap tanah airnya meningkat."

"Seperti yang dikatakan Zuckerman, bahwa kegiatan pecinta alam yang berisiko selalu diidentikan dengan *risk taking* atau mereka yang berani menghadapi tantangan. Dia juga menjelaskan bahwa ada 4 sub dimensi dalam ciri *sensasion seeking*, seperti pencarian getaran jiwa dan petualangan, pencarian pengalaman, dan kerentanan terhadap rasa bosan."

"Pada intinya yang kita hadapi selama pendakian gunung adalah ujian untuk diri kita sendiri. Bagaimana kita bisa mengatasi permasalahan tersebut dengan menggunakan kemampuan yang ada di diri kita dan kita bisa menyatu dengan alam. Jika kita berhasil menghadapi itu semua, maka kita akan dengan mudah untuk mengatasi rasa takut, cemas, dan mencapai kemenangan untuk malawan ego yang ada dalam diri kita karena mendaki gunung juga membutuhkan kerjasama atau *team work*"

 Naskah Pendaki Profesional

“Dalam kegiatan mendaki gunung, kekuatan fisik, pemahaman medan adalah hal yang mutlak yang harus di lakukan oleh para pendaki gunung. Tanpa hal tersebut, para pendaki seperti menghadapi sebuah masalah tanpa tau bagaimana mencari solusinya.”

“Di gunung kita akan bertemu dengan situasi yang sangat berbeda dengan situasi sehari-hari di kota. Tanpa sebuah aklimatisasi atau penyesuaian, kita akan bertemu dengan situasi yang sangat tidak diharapkan pada saat di alam bebas atau di gunung.”

“Kenalilah kemampuan diri kita sendiri sebelum mendaki sebuah gunung, pahamilah medan dan aktivitas gunung yang akan kita daki, dengan hal tersebut kita akan dapat menyatu dengan alam, dan sisanya mental yang akan menentukan”

III.2.5 Shot List

SHOT LIST **MINDS OF AN ASCENT**

Shot No.	Shot Type	Action Description	Shot Description	Equipment	Setting
1	Wide	Pegunungan Semeru	Establishing Shot		Ranu Regulo
2	Close-up	Puncak Mahameru	Establishing Shot	50 mm/Tripod	Ranu Regulo
3	Mid	Kabut Danau Regulo	Establishing Shot		Ranu Regulo
4	Extreme CU	Es	Establishing Shot	50 mm/Tripod	Ranu Regulo
5	Timelapse	Kabut Danau Regulo	Establishing Shot		Ranu Regulo
6	Wide	Danau Kumbolo	Establishing Shot		Ranu Kumbolo
7	Close-up	Pohon Mati	Establishing Shot	50 mm/Tripod	Ranu Kumbolo
8	Timelapse	Sunrise	Establishing Shot		Ranu Kumbolo
9	Timelapse	Kabut Danau Kumbolo	Establishing Shot		Ranu Kumbolo
10	Extreme CU	Rerumputan	Establishing Shot		Ranu Kumbolo
11	Wide	Fahri & Joni mendaki bukit	Establishing Shot		Ranu Kumbolo
12	Eye Angle	Joni menjelaskan persiapan pendakian malam kepada fahri	Following Object	GoPro Hero 4	Ranu Kumbolo
13	Eye Angle	Joni menyuruh fahri untuk tidur saat brifing perjalanan telah selasai	Following Object	GoPro Hero 4	Ranu Kumbolo
14	Eye Angle	Joni dan Fahri sedang mempersiapkan perlengkapan pendakian malam	Following Object	GoPro Hero 4	Ranu Kumbolo
15	Wide	Padang Savana	Establishing Shot		Oro-Oro Ombo
16	Close-up	Rerumputan	Establishing Shot		Oro-Oro Ombo
17	Eye Angle	Fahri & Joni sedang beristirahat dan meminum sebotol air mineral	Following Object	GoPro Hero 4	Oro-Oro Ombo
18	Eye Angle	Fahri terjatuh dari langkahnya dan Joni membantu fahri	Following Object	GoPro Hero 4	Oro-Oro Ombo
19	Eye Angle	Fahri terhenti dari jalannya dan memutuskan untuk tidak melanjutkan pendekian	Following Object	GoPro Hero 4	Mahameru
20	Wide	Jalur Pendakian Mahameru	Establishing Shot		Mahameru
21	Timelapse	Sunrise	Establishing Shot		Mahameru
22	Wide	Letusan Abu Vulkanik	Establishing Shot		Mahameru
23	Timelapse	Awan	Establishing Shot		Oro-Oro Ombo
24	Eye Angle	Fahri & Joni berjalan di hutan lebat	Following Object	GoPro Hero 4	Arcopodo
25	Eye Angle	Fahri meminum air	Following Object	GoPro Hero 4	Kereta Api
26	Eye Angle	Fahri bertemu dengan Joni	Following Object	GoPro Hero 4	Cafe
27	Eye Angle	Fahri meminum kopi	Following Object	GoPro Hero 4	Kamar Fahri
28	Eye Angle	Fahri mendapat paket majalah	Following Object	GoPro Hero 4	Kamar Fahri
29	Eye Angle	Fahri berangkat memotret	Following Object	GoPro Hero 4	Kamar Fahri
30	Eye Angle	Fahri pulang dari memotret	Following Object	GoPro Hero 4	Kamar Fahri
31	Eye Angle	Fahri meminum sebutuol soda	Following Object	GoPro Hero 4	Kamar Fahri
32	Timelapse	Awan	Establishing Shot		Rancaupas
33	Timelapse	Bintang	Establishing Shot		Papandayan
34	Wide	Batu	Establishing Shot		Taman batu
35	Close-up	Kopi	Establishing Shot	50 mm/Tripod	Kedai Kopi
36	Eye Angle	Fahri belanja perbekalan	Following Object	GoPro Hero 4	Supermarket
37	Eye Angle	Joni menjelaskan peta topografi	Following Object	GoPro Hero 4	Kamar Fahri
38	Timelapse	Jalan Asia Afrika	Establishing Shot		Bandung
39	Mid	Interview Psikolog			Studio
40	Mid	Interview vulkanologi			Studio
41	Mid	Interview Pendaki Gunung			Studio

Gambar. III.1. *Shot List*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.6 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 "*Minds Of An Ascent*" dengan *tagline* "*Night On A Volcano*", jika dalam bahasa Indonesia merupakan "Pemikiran benak-benak seorang pendaki dalam sebuah pendakian" dan *tagline* "Malam disebuah gunung berapi aktif". Pemilihan judul dan *tagline* tersebut karena telah merangkum semua permasalahan dan tujuan dari sebuah pendakian malam, terutama *target audiens* yang merupakan kalangan

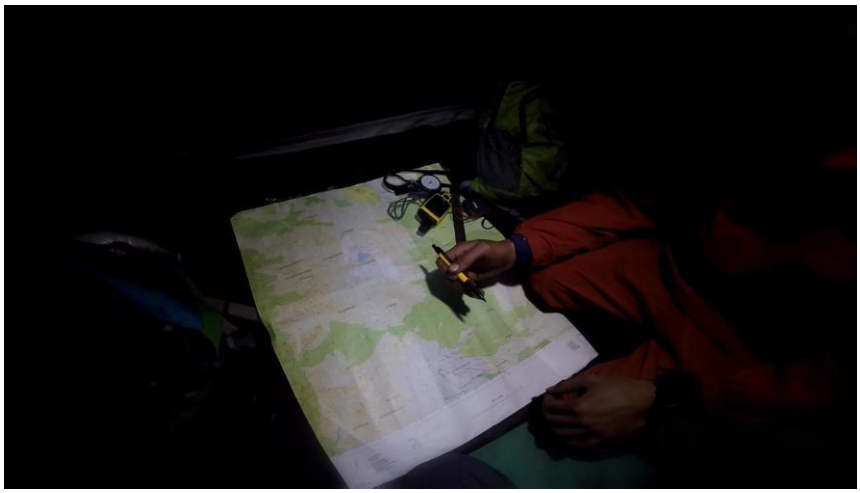
menengah keatas. Kemudian untuk format hasil akhir film akan menggunakan format *file *.mp4*.

III.2.7 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 pemikiran dari benak seorang pendaki gunung, maka karakter utama di sini adalah penonton atau target audies itu sendiri dengan menggunakan teknik *eye engle*.



Gambar. III.2. Teknik *Eye Angle*
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar. III.3. Pandangan Karakter Utama
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Identitas karakter utama pada film ini adalah:

- Nama : Fahri Rahmansyah
- Panggilan : Fahri
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 25 Tahun
- Pekerjaan : Fotografer Model

Adapun karakter pemeran pendukung yang menjadi lawan main karakter utama yaitu seorang pendaki profesional. Karakter disini merupakan referensi dari sebuah karakter pendaki dari sebuah acara televisi jejak petualang survival, yaitu Herna Tyo. Karakter Tyo dipilih karena memiliki karakter yang kuat dari seorang pendaki profesional.



Gambar. III.4. Herna Tyo
Sumber: http://4.bp.blogspot.com/

Dalam film ini karakter pendaki profesional diperankan seorang pendaki profesional dan atlit *Kebut Gunung* dari sebuah organisasi pecinta alam MAPALIGI yang dinilai memiliki karakter yang sama kuat seperti Herna Tyo.



Gambar. III.5. Karakter Pemeran Pembantu
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.8 Musik

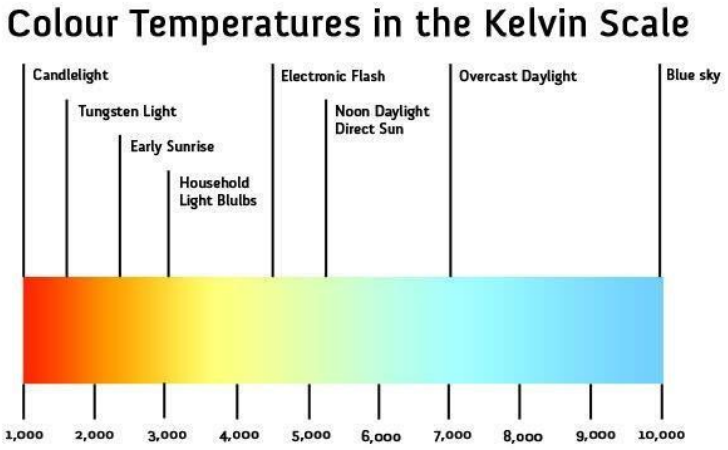
Sebuah film tidak akan memiliki emosi terhadap penonton tanpa adanya elemen musik didalamnya. Elemen ini juga yang akan memperkuat *mood*, nuansa, dan suasana penonton dalam mengikuti alur cerita yang disajikan.

Film ini akan diberikan sentuhan musik ilustrasi/*scoring* musik yang memiliki karakter emosional seperti *instrumental post-rock* dari *Explotion To The Sky* dan *Lindsey Sterling*. Selain musik ilustrasi/*scoring* musik, film ini juga akan didukung dengan *sound effect* agar penonton atau target audiens lebih merasakan pesan visual dari film ini.

III.2.9 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.

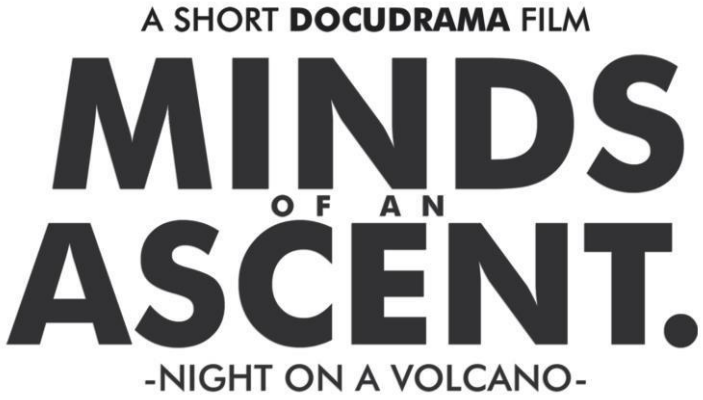
Dalam sinematografi hanya mengenal dua warna cahaya yaitu *Daylight* (cahaya yang bersumber dari matahari) dan Tungsten (cahaya yang bersumber dari sebuah lampu pijar). Pada film ini mayoritas akan bersetting dalam luar ruangan atau *outdor/exterior*, maka dari itu pada pengerjaan produksi film ini akan memakai warna cahaya *daylight* dengan suhu warna 5.000 sampai dengan 10.000 derajat *kelvin (k).* Pemilihan suhu warna tersebut diambil karena bersinambungan dengan teknik pengambilan gambar yang menggunakan teknik *eye angle*.



Gambar. III.6. Warna Temperatur Kelvin
Sumber: Kuliah Twitter Dapur Film

III.2.10 Tipografi

Jenis *font* yang digunakan dalam pembuatan media utama dan pendukung yaitu *font Futura BT* dengan bentuk tegas dan tingkat keterbacaan yang jelas, disesuaikan dengan visualisasi film ini.



Gambar. III.7. Jenis Font Futura BT
Sumber: Dokumentasi Pribadi