BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

III.1.1 Strategi Komunikasi

Dalam perancangan film dokumenter gaya hidup hedon digunakan strategi komunikasi murni dikarenakan komunikasi murni adalah komunikasi tanpa persuasi tertentu. Agar informasi tersampaikan dengan baik, maka dibutuhkan sasaran dalam perancangan. Media informasi yang dipilih adalah film dokumenter dengan tujuan agar target audience mengetahui fenomena gaya hidup hedon baik dari sisi positif maupun negatifnya .

III.1.2 Pendekatan Visual

Tampilan visual yang diperlihatkan berhubungan dengan kejelasan penyampaian informasi realita, yang mempunyai kesan sederhana sebagaimana mestinya film dokumenter. Agar informasi yang disampaikan mudah untuk dipahami oleh setiap remaja yang menyaksikannya. Dengan ditambahkan efek-efek visual yang sederhana. Dalam pangambilan sudut (angle) kamera menggunakan teknik diantaranya sudut atas (high angle), sudut bawah (low angle) dan kamera candid.

III.1.3 Pendekatan Verbal

Pesan yang akan disampaikan dalam film ini adalah menginformasikan remaja yang beranggapan bahwa gaya hidup hedon bisa memberikan dampak positif bagi kehidupannya . Pendekatan verbal yang digunakan pada film adalah narasi dan narasumber . Narasi menggunakan bahasa Indonesia agar penyampaian informasi lebih mudah dan cepat dipahami oleh remaja.

Penggunaan bahasa Indonesia dipilih dikarenakan bahasa Indonesia adalah bahasa yang dimengerti oleh masyarakat pada umumnya dan merupakan bahasa persatuan.

III.1.4 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan film dokumenter gaya hidup hedon bertujuan untuk:

- Memberikan informasi kepada remaja agar mereka lebih memahami dan mengerti tentang gaya hidup hedon.
- Memberikan gambaran tentang dampak positif dan negatif yang diperoleh dari penerapan gaya hidup hedon

III.2 Strategi Kreatif

Pembuatan film dokumenter Gaya hidup hedon mempunyai strategi kreatif yaitu menghadirkan perbandingan gaya hidup hedon dalam sisi positif dan negatif dikalangan remaja. Film dokumenter akan menyajikan cuplikan-cuplikan pergaulan remaja baik yang bersifat positif maupun negatif. Cuplikan tersebut diambil berdasarkan realita atau kejadian yang sebenarnya agar remaja mengetahui fakta-fakta gaya hidup hedon yang terjadi di sekelilingnya. Film ini menampilkan pendapat dari pakar gaya hidup dan masyarakat mengenai gaya hidup hedon dan pengaruhnya terhadap pergaulan remaja baik yang pro maupun kontra.

Konsep dasar dalam informasi gaya hidup hedon adalah penggunaan *positive adverb*, yaitu penggunaan kata keterangan yang bersifat positif tanpa adanya unsur ajakan.

"Positive Act, Happy Life" merupakan kalimat yang dipilih sebagai logo dalam media informasi gaya hidup hedon. *Positive Act* dalam bahasa Indonesia berarti tindakan positif, sedangkan *Happy Life* dalam bahasa Indonesia berarti senang. Kedua frasa tersebut jika digabungkan mempunyai makna bahwa tindakan/kegiatan yang positif menuntun kita kepada hidup yang menyenangkan. Dengan kata lain, logo ini secara tidak langsung menginformasikan kepada remaja

bahwa hidup senang/hidup yang hedon tidak semata-mata bias dipenuhi dengan tindakan/kegiatan yang negatif.

Logo Akhir



Gambar III.1 Logo Informasi

III.3 Strategi Media

Pemilihan film dokumenter adalah berdasarkan dengan kebutuhan target audiens. Adapun media yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung.

Media Utama

Media utama yang dipilih adalah film dokumenter mengenai informasi gaya hidup hedon di kalangan remaja yang menampilkan cuplikan realita pergaulan remaja hedon berserta wawancara singkat.

“Video dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya, video dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin” (Javandalasta, 2011:2).

Contoh video dokumenter



Gambar III.2 Contoh video dokumenter informasi masyarakat

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=PweIcg03XX4 (04 april 2013)

Media pendukung

Media utama saja tidak cukup untuk menginformasikan kepada remaja, maka dibutuhkan beberapa media pendukung untuk memenuhi kebutuhan media informasi ini, adapun media pendukung dalam informasi ini diantaranya :

- Poster

  Poster digunakan sebagai pendukung media utama, yaitu video dokumenter. Poster akan diletakkan di sekitar taman-taman kota bandung untuk menarik perhatian remaja.

- *Billboard*

  Billboard digunakan sebagai pendukung media utama. Di letakan di dekat mall mall agar perhatian remaja lebih mudah. Fungsi *billboard* adalah untuk menyampaikan informasi-informasi secara langsung yang akan dilaksanakan pada tahap selanjutnya.

- Pin

Pin berfungsi sebagai aksesoris remaja dan sebagai pengingat dapat di tempel di baju, tas, dan sebagainya.

- Baju kaos

  Sebagai media pelengkap agar remaja mudah mengenalkan.

- *Mug*

  Sebuah cinderamata yang akan dibagikan setelah menginformasikan social Adapun susunan pemasaran strategi media yang akan diinformasikan.

- *Totebag*

  Totebag sebagian pelengkap informasi , karna media ini mudah di temukan

- *Stiker*

  Stiker menjadi bagian dari merchandise buku yang befungsi sebagai pengingat. Stiker bisa ditempel dimana saja.

III.4 Segmentasi

Menentukan segmentasi ditujukan agar pesan yang akan disampaikan tepat dan mudah dipahami masyarakat.

1. Segi Demografis

Dilihat dari segi demografis, sasaran dari perancangan film dokumenter cuplikan-cuplikan dan wawancara yang diyakini oleh remaja tentang gaya hidup hedon adalah:

- Usia : 15-18

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

- Kelas Sosial : Menengah ke atas

Alasan memilih usia tersebut adalah dikarenakan pada usia antara 14 tahun, masih mencari indentitas diri, diharapkan mereka dapat memperhatikan dan masih dapat belajar mengenai gaya hidup yang mereka ambil/gaya hidup yang salah dan benar.

Dan pada usia 25 tahun mereka sudah dapat mengambil keputusan mana yang baik dan buruk (Idham suryana, 2009)

2. Segi Geografis

Dalam segi geografis target sasaran perancangan meliputi kawasan kota Bandung dan sekitarnya.

3. Segi Psikografis

Dalam segi psikografis target audiens masih mempunyai minat untuk memilah dan memilih hal-hal yang berbeda di sekitarnya.

III.5 Strategi Distribusi

Dalam hal strategi distribusi, media informasi ini akan didistribusikan ke TV lokal yang berada di wilayah kota Bandung, yaitu Parijz van Java TV dan Kompas Tv Jawa Barat, serta dapat menjadi dokumen yang bisa disimpan, sehingga dapat berguna bagi ilmu pengetahuan di kemudian hari.

III.6 Judul Film

Judul film dokumenter ini adalah "Hedonis" mengenai paradigma negatif gaya hidup hedon dikalangan remaja yang diyakini bahwa hedon adalah sebuah gaya hidup yang dianggap sebagai gaya hidup yang hanya memikirkan kesenangan semata tanpa adanya dampak positif yang bisa diraih.

III.6.1 Inti Cerita

Hedon ialah sebuah gaya hidup yang tanpa sadar sudah mewabah dikalangan masyarakat seiring dengan meningkatnya taraf kesenangan seseorang atas tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sayangnya, banyak orang yang beranggapan bahwa hedon merupakan gaya hidup yang negatif. Anggapan tersebut tidak dilandasi dengan pengetahuan yang cukup mengenai hedon, sehingga terjadi kesalahpahaman. Film ini akan menginformasikan dan

memberikan pengetahuan tentang arti dasar gaya hidup hedon dan bagaimana gaya hidup tersebut bisa memberikan efek positif.

III.6.2 Struktur Cerita

Struktur cerita merupakan rancangan hasil penelitian, namun dalam pelaksanaannya struktur cerita kadang tidak semua dapat dieksekusi pada saat pengambilan gambar.

Dimulai dengan pengambilan gambar seputar gaya hidup hedon remaja Wawancara terhadap remaja mengenai gaya hidup mereka sehari-hari Wawancara terhadap pakar ilmu psikologi mengenai remaja dan gaya hidup hedon.

III.7 Konsep Visual

Konsep visual dalam pembuatan film dokumenter ini menggunakan elemen-elemen pengambilan gambar, serta elemen tipografi agar penyampaian media tersampaikan dengan baik dan mudah dimengerti oleh semua orang. Visual diarahkan pada realita yang terjadi di Kota Bandung dengan menggunakan sudut pengambilan gambar yang menarik.

III.7.1 Format Desain

Format desain pada video dokumenter tentang hedonis dikalangan remaja ini dengan menggunakan video high resolution yaitu 1280 x 720 pixel dengan perbandingan aspek rasio 4 : 3. Aspek rasio merupakan perbandingan lebar dan tinggi dari sebuah pixel dalam sebuah gambar. Sedangkan format kemasan dari film pendek ini berupa CD. Judul yang akan di pilih atau di gunakan dalam acara dokumenter ini adalah "*positive act happy life*", judul tersebut dipilih sesuai dengan paradigma tentang prilaku hedonis dikalangan remaja.

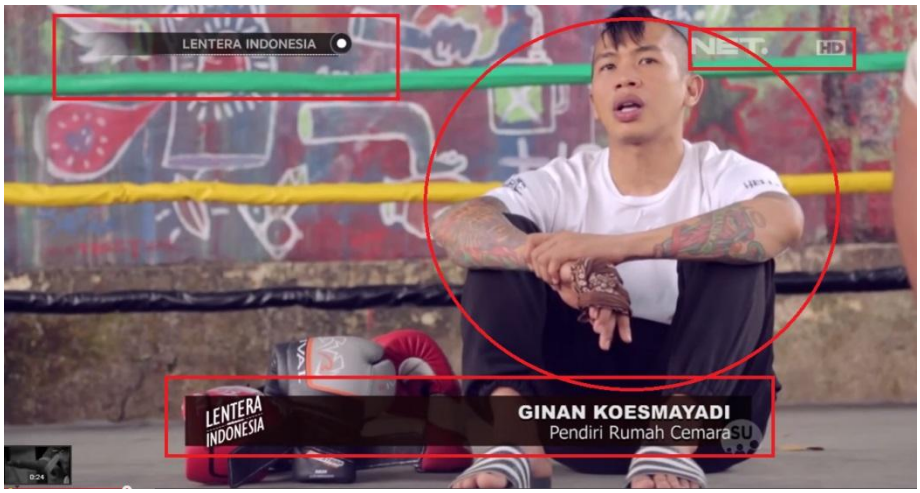
III.7.2 Layout

Memberikan kesan kesederhanaan disertai penegasan, perpindahan pada gambar yang halus dari gambar yang satu ke yang lain yang berhubungan yang menerangkan dan diterangkan , serta perpindahan gambar secara halus dari satu narasumber ke narasumber yang lain sebagi perbandingan



Gambar III.3 Contoh Layout

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=b-V0EuZHMpc (**Documentary NET**)



Gambar III.4 Contoh Layout

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=b-V0EuZHMpc (**Documentary NET**)

III.7.3 Ilustrasi

Mengambarkan apa yang yang sedang dijelaskan narasumber sehingga memperkuat penjelasannya, dengan pengabungan gambar bergerak dengan foto yang manjadi salah satu isi dalam film dokumenter ini.









Gambar Iustrasi.III.5

(sumber: Dokumen Pribadi)

III.7.3 Tipografi

Huruf yang baik adalah mudah dibaca dan nyaman baik dari segi proporsi, spasi, ukuran maupun penempatannya. Penggunaan jenis huruf lebih detekankan pada kesan menarik. dan karakter huruf tidak terlihat kaku sehingga tidak melelahkan mata. Dengan keterbacaan yang baik.

Kindergarten:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff G g Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _- = + Eras Demi ITC Aa Bb Cc Dd Ee Ff G g Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _- = +

HelveticaNeueLT Std Thin:

Aa Bb Cc Dd Ee Ff G g Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _- = + Eras Demi ITC Aa Bb Cc Dd Ee Ff G g Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _- = +

Helvetica Rounded LT Black

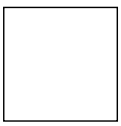
Aa Bb Cc Dd Ee Ff G g Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _- = + Eras Demi ITC Aa Bb Cc Dd Ee Ff G g Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & * ( ) _- = +

III.7.5 Warna

Sir Isaac Newton (seperti dikutip Kusrianti, 2007) warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih).

Albert H. Munsell (seperti dikutip Kusrianti, 2007) warna merupakan elemen penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia.

Maka dapat disimpulkan sebenarnya warna adalah merupakan sesuatu elemen yang penting dalam semua kebutuhan, dan sangat dibutuhkan dalam media promosi iklan. Adapun warna dalam kampanye ini mendasar kepada warna yang mengandung unsur *terror* dan *theatrical*. warna yang diambil adalah :



#FFFFFF
R : 255 C : 0
G : 255 M : 0
B : 255 Y : 0
K : 0



#F47F2A
R : 244 C : 0
G : 127 M : 61
B : 42 Y : 92
K : 0



#7D3619
R : 125 C : 32
G : 54 M : 82
B : 25 Y : 100
K : 36

Gambar III.6 Warna

III.8 Penataan Suara

Penata Suara adalah seorang yang bertanggung jawab atas segala yang berhubungan dengan audio, konsep serta kualitas audio yang dihasilkan menurut Diki Umbara dan Wahyu Wary Pintoko (2010:152).

Desain penata suara/audio apakah itu dialog, monolog, musik atau efek suara membantu memperkuat suasana ataood yang ingin dicapai oleh sebuah film atau drama. Desain tata suara yang baik sebaiknya dialog dan efek suara dirancang sedemikian rupa sehingga memenuhi film yang dibuat. Perencanaan tata suara juga membantu para kru yang bertanggung jawab menangani suara tahu pasti apa yang harus mereka kerjakan menurut Heru effendy (2009:67).

Untuk menciptakan dan merekam suara, penata suara harus memahami karakteristik dasar yaitu: *frekuensi* dan *amplitudo. Frekuensi* adalah banyaknya getaran perdetik dalam arus listrik yang terus berubah dan amplitudo merupakan tinggi maksimum dari sebuah gelombang. Selain itu seorang penata suara harus peka terhadap penyimpangan audio yaitu: *distorsi* dan *noise*. *Distorsi* adalah adanya perubahan yang tidak diinginkan dalam sinyal audio, pada umumnya disebabkan oleh usaha untuk mendapatkan perekaman tingkat sinyal audio yang terlalu tinggi untuk peralatan. Sedangkan *noise* adalah suara yang tidak dikehendaki yang masuk kedalam audio.

III.8.1 Tata Suara

Proses perekaman dialog dalam film dokumenter ini menggunakan beberapa cara yaitu :

Perekaman secara langsung yaitu bahasa komunikasi verbal yang digunakan semua karakter di dalam maupun di luar cerita film (narasi).

Bahasa bicara berhubungan pada jenis bahasa komunikasi verbal yang digunakan pada suatu film. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, bahasa bicara berhubungan dengan waktu dan wilayah, ada beberapa yang menggunakan bahasa daerah yaitu bahasa Sunda.

III.8.2 Musik

Musik merupakan salah satu elemen penting dalam memperkuat kesan, nuansa dan suasana sebuah film. Musik dapat dikelompokan dalam 2 kelompok yaitu ilustrasi musik dan lagu. Ilustrasi musik digunakan sebagai musik latar yang mengiringi selama cerita berjalan, sedangkan lagu digunakan sebagai pengiring dalam film yang membentuk karakter dam kesan dan suasana sebuah film.