BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Studi Target Audiens

a. Demografis

Dalam menyampaikan film dokumenter ini, target *audiens* dibagi menjadi dua, yaitu target *primer* dan target *sekunder*. Target *primer* (target utama) yaitu ditujukan kepada remaja.

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Usia : 17-25 tahun keatas.
Pendidikan : SMA dan Mahasiswa

Sedangkan target *sekunder* (target tidak langsung) yaitu ditujukan kepada orang tua ataupun masyarakat Cianjur secara keseluruhan. Peran orang tua dan masyarakat Cianjur disini berfungsi sebagai *mediator* dalam menyampaikan informasi kepada anak.

b. Psikografis

Karakteristik berdasarkan rangkuman oleh Gunarsa (1985, h.56):

- Kecanggungan dalam pergaulan dan kekakuan dalam gerakan.
- Ketidakstabilan emosi.
- Adanya perasaan kosong akibat perombakan pandangan dan petunjuk hidup.
- Kegelisahan karena banyak hal diinginkan tetapi remaja tidak sanggup memenuhi semuanya.
- Senang bereksperimentasi.
- Senang bereksplorasi.
- Mempunyai banyak fantasi, khayalan, dan bualan.
- Kecenderungan membentuk kelompok dan kecenderungan berkelompok.

c. Geografis

Media informasi film dokumenter dibalik kemunculan ayam pelung ini, ditujukan kepada seluruh pelajar dan masyarakat yang ada di Cianjur.

III. 2 Strategi Perancangan

III.2.1 Pendekatan Komunikasi

III.2.1.1 Pendekatan Visual

Film animasi ini menggunakan pendekatan visual gambar-gambar yang yang sesuai dengan kenampakannya di kehidupan nyata, warna-warna yang kuat, dan penggabungan karakter yang sederhana dengan karakter yang bersifat lebih rumit seperti teknik *painting* memberikan nilai lebih dalam penyampaian pesan cerita dalam film animasi ini. Memberikan pemahaman serta kesimpulan tentang nilai moral yang terkandung dalam cerita rakyat ayam pelung ini, menjadi point utama dari tujuan dibuatnya film animasi ini. Selain itu pemanfaatan tekstur canvas dan koas dalam animasi ini memberikan *effect vintage*. *Effect vintage* ini di munculkan untuk mendukung kesan film animasi yang modern namun tetap terasa klasik dengan *effect* tersebut.

III.2.1.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi dalam film animasi ini lebih menitik beratkan pada teks klip yang menjelaskan situasi film dengan menggunakan bahasa Indonesia, sehingga film ini akan mudah dan cepat dipahami oleh audien. Namun dalam beberapa bagian akan menggunakan pendekatan bahasa Sunda sebagai bahasa ibu untuk orang Cianjur. Selain itu, penggunaan bahasa Sunda sebagai bahasa sekunder dalam film documenter ini adalah sebagai suatu pendekatan secara emosional bagi target audien.

Dari penjelasan tentang target audien yang dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan pendekatan visual yang akan dimunculkan dalam film animasi ini adalah pendekatan *expository* film. Kata *expository* dalam bahasa Inggris memiliki arti “yang menjelaskan” sehingga film *expository* memiliki pengertian yaitu film yang menjelaskan kepada target audien dengan menggunakan sudut pandang si pembuat film animasi ini.

III.2.2.2 Strategi Kreatif

Dilihat dari berbagai jenis film animasi yang ada dan media pembelajaran saat ini, serta target *audience* yang akan dituju maka strategi kreatif yang akan dipakai adalah membuat sebuah film animasi cerita rakyat ayam pelung "Suara Emas dari Cianjur" dengan menggunakan pendekatan psikologis, seperti melakukan dramatisasi dalam alur cerita dan dramatisasi dalam sudut pengambilan gambar.

Ide cerita yang diambil dari buku *"Asal Usul Hayam Pelung jeung Legenda Cianjur Lianna"* karya Tatang Setiadi menjadi alur utama berjalannya cerita film animasi ini. Namun, untuk memberikan kesan dan pengalaman yang menarik dan menegangkan, konflik cerita diperbaharui sehingga cerita lebih menarik dan dapat menghibur audiens.

Dramatisasi alur cerita dilakukan dengan menambahkan beberapa adegan yang dapat membuat cerita lebih menarik dan mendebarkan. Dengan melakukan dramatisasi, film animasi ini mempunyai daya tarik tersendiri yang membuat audiens tertarik untuk melihat dan meninggalkan kesan yang tidak mudah terlupakan.

Pengambilan gambar yang tidak biasa menambah daya tarik film animasi ini. Dalam film animasi ini, banyak menggunakan sudut pandang *close up* dan *medium close up.* Sudut pandang ini digunakan untuk memperlihatkan ekspresi karakter yang membangun suasa dalam film animasi ini.

Sudut pandang yang digunakan dalam film animasi ini diperkuat dengan mendramatisir cahaya serta bayangan yang ada dalam setiap adegan. Selain itu, penggunaan kamera yang medukung adegan dengan menggunakan sudut pandang subjektif memberikan emosi yang berbeda dalam setiap adegan.

Penyampaian pesan dalam film animasi ini menggunakan pendekatan majas metafora dan sedikit hiperbola. Metafora terlihat dari perbandingan perlakuan sang tokoh utama dalam menyelesaikan masalah. Kemudian hiperbola muncul ketika mevisualkan beberapa adegan pertarungan sang tokoh utama dengan lawannya. Film animasi ini dibuat dengan jenis *motion graphic.* Dengan *motion graphic*, gerakan-gerakanyang yang dihasilkan akan sangat sederhana dengan menggerakkan sebagian objek yang dibutuhkan.

III.2.2.3 Strategi Media

Untuk menyampaikan informasi tentang film animasi cerita rakyat asal usul ayam pelung dengan judul*"Suara Emas dari Cianjur"* ini menggunakan media berupa sebuah film animasi.

- Media utama

  Media utama yang dipilih adalah film animasiberjudul "*Suara Emas dari Cianjur"*. Film ini menceritakan tentang asal usul munculnya ayam pelung di Kota Cianjur dan beberapa pesan moral mengenai kemunculan ayam pelung.

- Media Pendukung

  Beberapa media pendukung yang dipilih untuk menunjang media utama adalah sebagai berikut:

  - ✓ Poster
  - ✓ *X Banner*
  - ✓ *Flyer*
  - ✓ Membuat akun *facebook.com*
  - ✓ Membuat akun *twitter.com*
  - ✓ Diunggah ke situs *youtube.com*

- Media Kreatif

  Beberapa media kreatif yang dipilih untuk menunjang media utama adalah sebagai berikut:

  - ✓ Stiker
  - ✓ *Kaos*
  - ✓ *Box packaging*
  - ✓ Kemasan CD

III.3.2.4 Strategi Distribusi

Beberapa cara dilakukan dalam upaya mendistribusikan film animasi "Suara Emas dari Cianjur", penyebaran atau pendistribusian film animasi ini dipersiapkan untuk menyambut dan memeriahkan hari jadi kota Cianjur yang ke-338. Pendistribusian film animasi ini menitik beratkan terhadap pemanfaatan media sosial, karena menurut angket yang disebar kepada 100 orang di Kota Cianjur,

100% dari pengisi angket tersebut memiliki media sosial dan hampir 80% dari mereka mengunjungi media sosialnya 20 kali dalam 1 hari.

Tabel di bawah ini menjelaskan mengenai tahapan-tahapan dalam pendistribusian media utama dan pendukung film animasi ini. Selain itu, penyebaran dilakukan secara bertahap sehingga hasil yang dicapai akan maksimal:

No.	Media	Distribusi
1	Trailer (*cuplikan film animasi*)	Media ini akan diaplikasikan dalam media sosial yang ada di internet (*facebook, twitter, youtube,* dan jejaring sosial lainnya) dan Megatron yang ada di kota Cianjur. Selain itu, akan mulai ditampilkan ruang Museum Budaya Cianjur.
2	Poster dan *Flyer*	Media ini akan disebar ketika melakukan promosi ke sekolah-sekolah dan universitas yang ada di Kota Cianjur. Selain itu, media flyer akan disebarkan ketika acara puncak.
3	Film Animasi	Film animasi akan di putar di Museum Budaya Cianjur pada tanggal 12 Juli bertepatan dengan ulang tahun Kota Cianjur.
4	Kaos, CD, poster, dan Stiker.	Dimulai pada tanggal 12 Juli media ini akan diperjual belikan di Museum Budaya Cianjur sebagai cinderamata.

Tabel III.1 Strategi distribusi

Media	Tempat /Lokasi	Waktu Penyebaran							
		Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Trailer	Sosial Media, *Megatron,* dan ruang Museum Cianjur.								
Poster	Sekolah-sekolah dan Universitas								
Flyer	Sekolah-sekolah dan Universitas dan kawasan *car free day.*								
Film Animasi	Museum Budaya Cianjur								
Baju, Stiker, Poster, dan CD	Museum Budaya Cianjur								

Tabel III.2 Tabel distribusi

Adapun pada media CD film animasi ini akan dijual dengan beberapa paket, diantaranya:

1. Paket *Ciak*

   Harga paket *Ciak* sebesar Rp. 50.000,00 paket tersebut terdiri dari 1 buah CD film animasi, 2 lembar stiker, 2 lembar *flyer* dan 1 buah poster.

2. Paket *Jago*

   Harga paket *Jago* sebesar Rp. 100.000,00 paket tersebut terdiri dari 1 buah CD film animasi, 1 buah kaos, 5 stiker, 1 buah poster dan 5 buah *flyer*.

3. Paket *Pelung*

   Harga paket *Jago* sebesar Rp. 150.000,00 paket tersebut terdiri dari 2 buah CD film animasi, 2 buah kaos , 5 stiker, 5 buah *flyer* dan 2 buah poster.

III.4 Konsep Visual

III.4.1 Format Film

Format film yang akan digunakan adalah format video digital dengan resolusi *High Definition* 1280x720 *pixel* berdurasi 6 menit. Studi visual pada film animasi ini menggunakan pengembangan pengambilan gambar film animasi yang berjudul "*A rather lovely thing"* karya Cesar Martinez.



Gambar III.1 *Screen shoot film animasi A rather lovely thing*
sumber : www.vimeo.com/theblackdinasty
(diakses tanggal 21januari 2014)

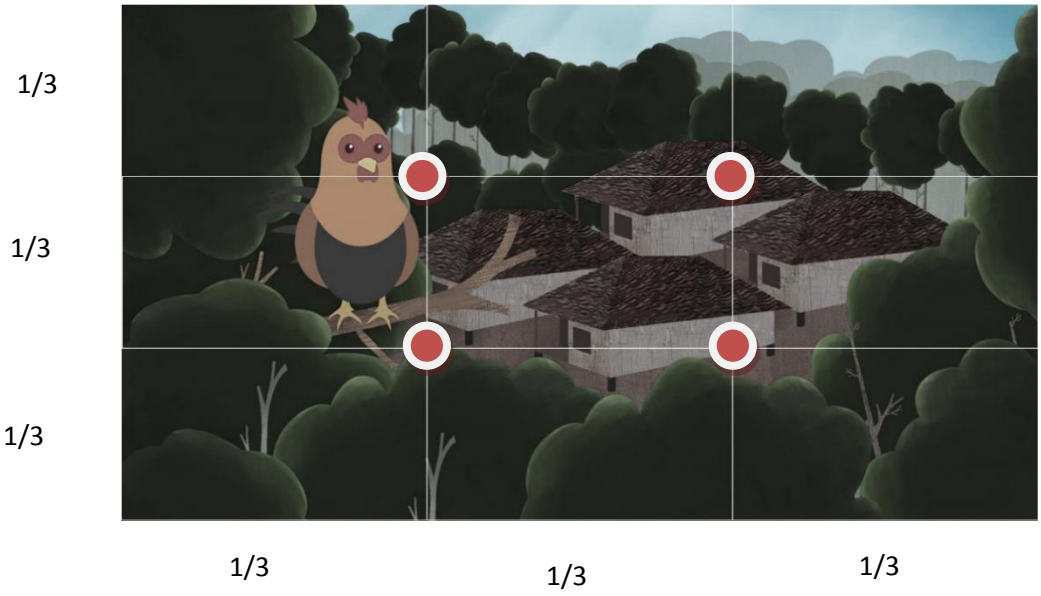
Penggunaan referensi film tersebut dikarenakan, film animasi tersebut menggunakan gaya visual *vektor* yang dikombinasi dengan tekstur canvas dan menghasilkan kesan *vintage* mewakili karakteristik film animasi ayam pelung ini. Sudut pengambilan gambar diambil semenarik mungkin sehingga target *audiens* diberikan tontonan yang menarik dan sangat artistik.

III.4.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak dalam film animasi ini menggunakan *Intersection of thirds (Rule of Thirds).* Komposisi *Rule of third* adalah petunjuk bagaimana caranya mengkomposisikan objek di satu per tiga bagian dalam foto agar lebih enak dilihat. Tujuannya adalah agar film animasi ini terlihat menarik karena komposisi objek

tidak selalu harus ada ditengah agar kreativitas pengambilan gambar objek tidak membosankan untuk ditonton.

Untuk memberikan kesan artistik tentang lingkungan Kota Cianjur dan detail interaksi dalam film animasi ini menggunakan aspek rasio yang lebar agar semua bagian objek terekam oleh kamera. Aspek rasio yang digunakan dalam film animasi ini adalah 16:9. Saat ini aspek rasio 16:9 merupakan rasio standar untuk film-film yang ditayangkan di bisokop Indonesia.



Gambar III.2 *Rule of third film animasi "Suara Emas dari Cianjur"*
sumber :pribadi

III.4.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam film animasi ini adalah huruf dekoratif karena memperlihatkan kesan santai, tidak formal dan menunjukan kesan bermain. Dipadukan dengan font jenis sanserif untuk digunakan dalam keterangan pada media utama, media pendukung dan media kreatif.

Maka huruf yang digunakan dalam film ini adalah sebagai berikut:

Architects Daughter

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c
d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z
1234567890 !@#$%^&*()

Berlin Sans FB

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z
1234567890 !@#$%^&*()

SF Movie Poster

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1234567890 !@#$%^&*()

Untuk judul film menggunakan *Architects Daughter* yang memiliki kesan santai dan bermain. Dan karena film animasi ini diperuntukan untuk anak-anak dan remaja.



Gambar III.3 Penggunaan *Font Architects Daughter* dalam animasi "Suara Emas dari Cianjur"
sumber :pribadi

III.4.4 Ilustrasi

III.4.4.1 Studi Karakter

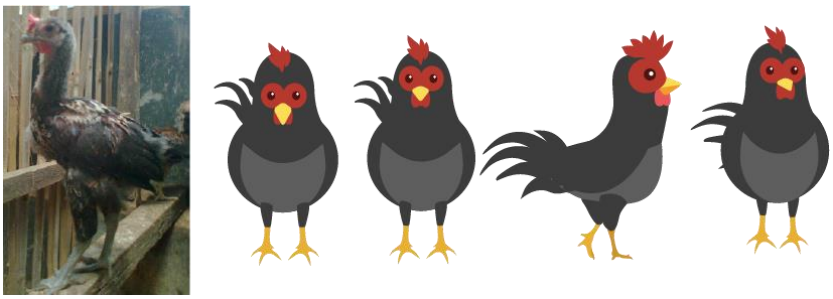
Gaya ilustrasi yang akan digunakan dalam film animasi ini menggunakan ilustrasi berupa gambar kartun dengan format vektor karena dengan format vektor akan menghasilkan warna-warna yang solid, selain itu dilihat dari karakter anak-anak yang lebih suka mewarnai dengan warna-warna yang mencolok, tidak ada gradasi, sehingga diambil gaya ilustrasi berupa gggambr kartun degngan format vektor:

- Ayam pelung saat kecil



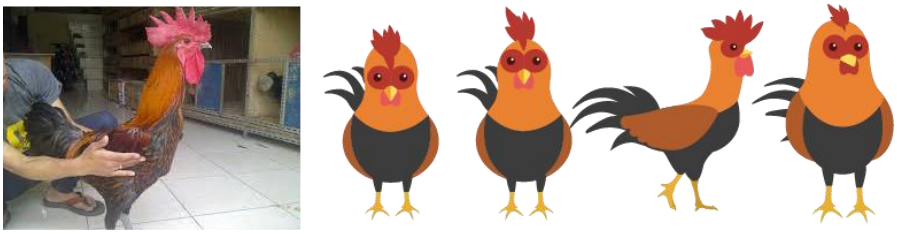
Gambar III.4 Ayam pelung saat kecil *(Ciak)*
sumber :pribadi

- Ayam pelung saat muda



Gambar III.5 Ayam pelung saat muda *(jago)*
sumber :pribadi

- Ayam pelung saat dewasa



Gambar III.6 Ayam pelung saat dewasa *(Pelung)*
sumber :pribadi

- H.Djarkasih atau Mama Acih, fisiknya digambarkan sebagai seorang kakek yang berpenampilan seperti wali atau ulama pada masa kerajaan. Beliau memiliki sosok yang baik, ramah, tidak suka kekerasan serta sangat ta'at terhadap agama.



Gambar III.7 Karakter H Djarkasih/Mama Acih dalam animasi "Suara Emas dari Cianjur"
sumber :pribadi

III.4.4.2 Studi Lokasi

Dalam pembuatan film animasi *"Suara Emas dari Cianjur"* ini menggunakan gaya *motion graphic*. Lokasi yang diambil untuk animasi ini adalah daerah hutan, perkampungan, pasar dan kebun.



Gambar III.8 Lokasi hutan dalam animasi "Suara Emas dari Cianjur"
sumber :pribadi

III.4.4.3 Studi Properti

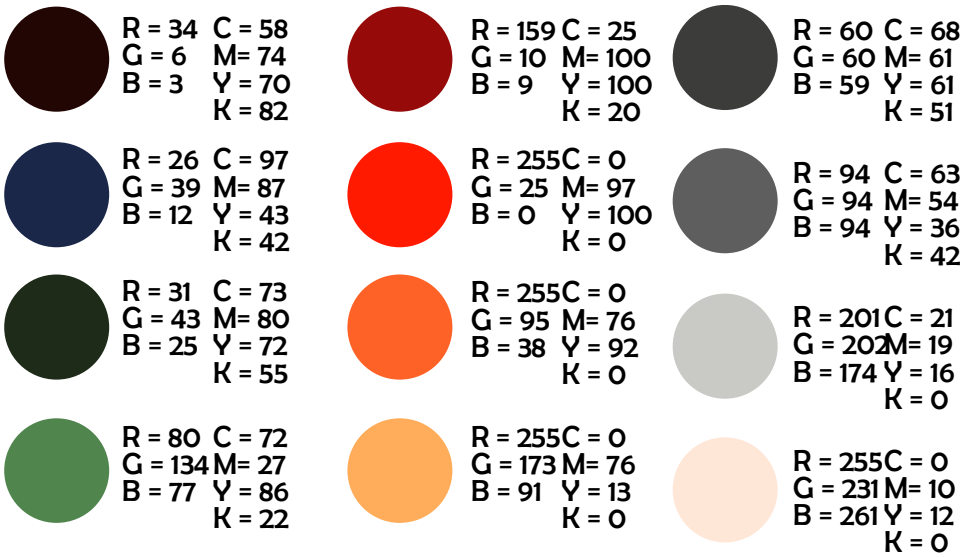
Untuk mendukung film animasi *"Suara Emas dari Cianjur"*, maka didalamnya terdapat properti-properti yang sifatnya menguatkan kesan dari cerita rakyat ini, diantaranya, yaitu:



Gambar III.9 Rumah khas sunda di film animasi "Suara Emas dari Cianjur"
sumber :pribadi

III.4.5 Warna

Berikut contoh warna yang digunakan pada film animasi:



Gambar III.10 *Palette* warna yang digunakan dalam animasi
sumber :pribadi

Warna RGB digunakan untuk kepentingan digital, sedangkan warna CMYK digunakan untuk kepentingan cetak. Warna warna tersebut diambil dari esensi warna bulu ayam yang merupakan warna yang khas dari sosok ayam pelung.

III.4.6 Musik

Bambang Semedhi dalam (Siagian, 2005, h.35), Musik dalam film merupakan elemen yang tidak bisa dipisahkan, dan merupakan salah satu elemen yang memperkuat *mood,* nuansa, serta efek dramatisasi dalam film sebuah film. Adapun dalam film ini musik dibagi menjadi dua bagian, diantaranya adalah ilustrasi musik dan lagu. Ilustrasi musik digunakan untuk mengiringi narasi dan percakapan narasumber, sedangkan lagu digunakan untuk pengiring pembukaan film.

Elemen musik yang akan digunakan dalam film ini adalah berupa Ilustrasi musik, diantaranya: Musik Kontemporer Instrumental, Musik Cianjuran dengan berbagai instrument daerah seperti kecapi, suling, gamelan dan lain sebagainya.