BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL FILM DOKUMENTER SUBKULTUR *HIPSTER*

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan khalayak yang menjadi target utama dalam kegiatan komunikasi. Menentukan khalayak sasaran merupakan kegiatan yang sangat penting karena akan berhubungan dengan strategi komunikasi, sehingga pesan dan informasi dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan atau khalayak sasaran tersebut. Khalayak sasaran dapat ditentukan dengan tiga pengelompokan dasar yaitu, dari segi demografis, segi geografis, dan segi psikologis.

1. Demografis

Deliyanti (seperti dikutip Sutamir, 2017) menjelaskan bahwa pemilihan khalayak secara demografis dilihat berdasarkan variabel seperti jenis kelamin, umur pendapatan, jabatan lokasi geografi, kegiatan keseharian, pendidikan. Dari segi demografis maka khalayak sasaran yang akan dituju adalah sebagai berikut :

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 18tahun – 28tahun
- Kelas sosial : Kelas menengah
- Pendidikan : Sekolah Menengah Atas

2. Geografis

Deliyanti (seperti dikutip Sutamir, 2017) menjelaskan bahwa secara geografis khalayak sasaran ditentukan berdasarkan wilayah seperti negara, kawasan, provinsi dan kota. Pada perancangan ini khalayak sasaran akan dikhususkan pada warga kota Bandung dan kota – kota lain di Indonesia pada umumnya.

3. Psikografis

Deliyanti (seperti dikutip Sutamir, 2017) menjelaskan bahwa secara psikografis masyarakat dibagi berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian. Perilaku dapat berupa sikap, penggunaan dan respon khalayak sasaran terhadap produk

yang ditawarkan. Perancangan ini ditujukan kepada mereka generasi era *millenials* yang termasuk ke dalam *the student millenials* dan *the working millenials* berusia antara 18tahun – 28tahun Terkoneksi dengan internet, senang bergaul (*sense of community*), memiliki minat terhadap seni, musik, film, dan fesyen.

III.1.1 *Consumer insight*

Secara umum *consumer insight* merupakan kemampuan perusahaan dalam mempelajari dan memahami kebutuhan pelangganya, dalam contoh kasus perancangan ini bagaimana cara memahami khalayak sasaran terkait fenomena subkultur *hipster*. Adapun anak muda dalam kehidupan sehari – harinya memiliki keinginan sebagai berikut :

- Ingin tampil menarik.
- Ingin tampil beda.
- Memiliki ketertarikan terhadap fesyen.
- Bingung akan *outfit* yang hendak dikenakan.
- Senang berkumpul bersama teman – temannya.

Sehingga diperlukanlah sebuah media yang mampu memberikan suatu referensi atau informasi yang inspiratif atas permasalahan anak muda di atas.

III.2 Strategi perancanganan

Pada dasarnya strategi perancangan adalah langkah – langkah yang disusun secara sistematis dalam usahanya untuk menyampaikan suatu pesan terkait dengan solusi dari satu permasalahan. Langkah – langkah tersebut disusun sedemikian rupa sehingga mampu menyelesaikan satu permasalahan atau menyampaiakan suatu informasi kepada khalayak sasaran. Adapun strategi perancangan yang dilakukan dalam pembuatan film dokumenter mengenai subkultur *hipster* adalah dengan memvisualkan satu fenomena *hipster* tersebut yang terjadi di kalangan anak muda. Dari kegiatan maupun fesyen nya ditambah dengan sejarah dan fenomena yang melatarbelakangi munculnya subkultur *hipster* sampai pada akhirnya melahirkan beberapa arketipe dalam gaya fesyen *hipster* saat ini seperti *The Hypebeast, Normcore, The Indie Rockers, The Modern Dandy, Soft Grunge*, dan *The Witch*

House. Penambahan latar musik pada film dan narasi yang menjelaskan secara mendetail tentang subkultur *hipster* diharapkan mampu mempermudah khalayak sasaran dalam menyerap informasi dalam memahami subkultur *hipster* tersebut.

III.2.1 Tujuan komunikasi

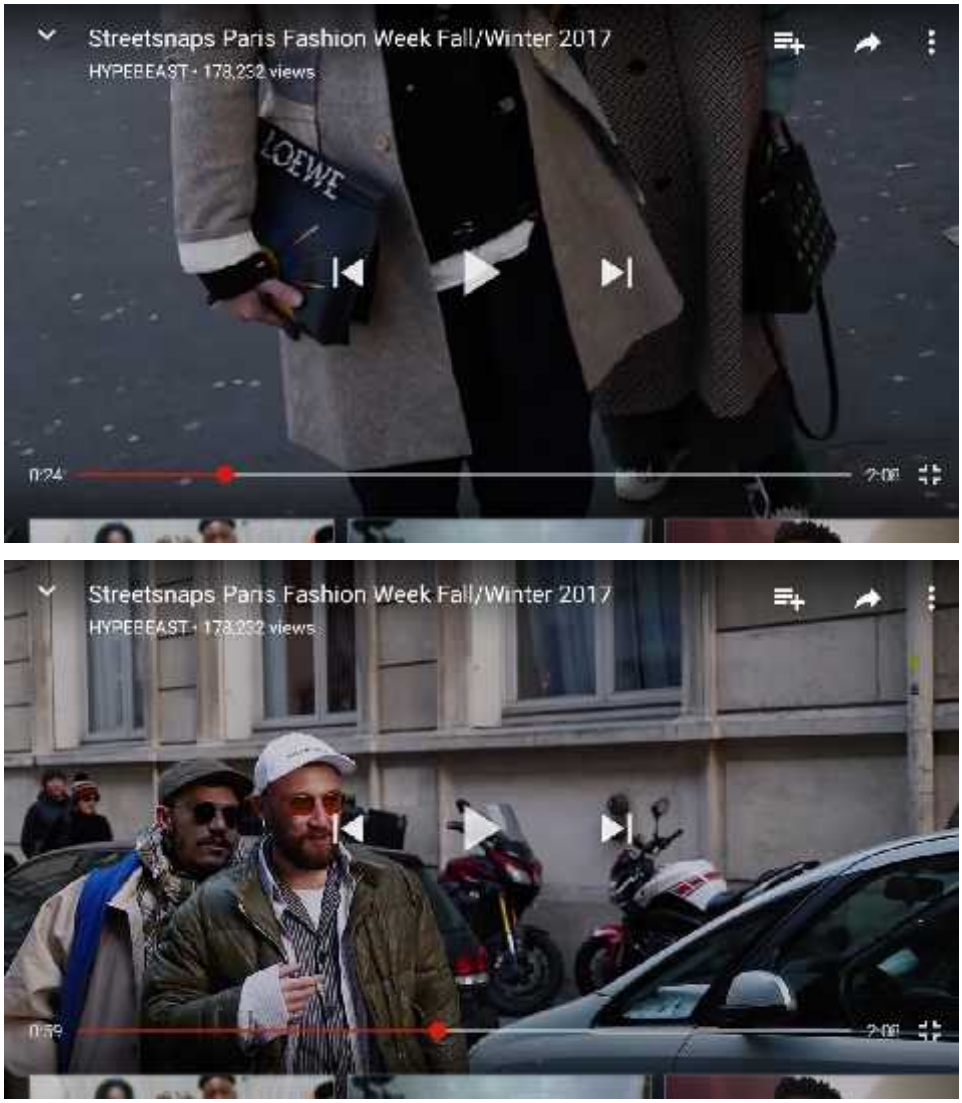
Tujuan komunikasi dalam perancangan ini adalah untuk memberikan suatu informasi inspiratif tentang fesyen *hipster* khususnya bagi khalayak sasaran. Informasi berkaitan dengan fenomena yang melatarbelakangi munculnya subkultur *hipster* yang akhirnya melahirkan suatu arketipe fesyen dalam gaya berpakaian *hipster* saat ini, yang mulai banyak di adopsi oleh anak muda di perkotaan. Sehingga mereka tidak hanya sekadar meniru dan mengikuti tren dan gayanya saja tetapi juga mampu memahami dan mengetahui latar belakang dari Fesyen *hipster* tersebut, selain tentunya sebagai referensi fesyen untuk khalayak sasaran dari perancangan ini.

III.2.2 Pendekatan komunikasi

Strategi pendekatan komunikasi dilakukan agar pesan dan informasi yang hendak disampaikan sesuai dengan khalayak sasaran yang telah ditentukan sebelumnya ada dua jenis pendekatan komunikasi yang akan ditempuh yaitu melalui pendekatan visual dan juga pendekatan verbal.

- **Pendekatan visual**

  Pendekatan visual dalam perancangan media informasi adalah dengan menampilkan visual realita dari kalangan anak muda yang dapat di identifikasikan sebagai gaya atau *style* dari subkultur *hipster*, serta kegiatan atau hal – hal yang biasa dilakukan oleh *hipster* seperti menghadiri galeri seni, mendatangi konser musik *indie* dan lain sebagainya. Hal itu dilakukan karena dekat dengan kultur anak muda terutama diperkotaan besar seperti Bandung. Adapun gaya dan referensi pengambilan gambar dalam perancangan film dokumenter ini mengacu kepada katalog atau majalah *online* yang banyak meliput tentang *hipster* dan fesyen seperti *Vice, Nylon*, dan *Hypebeast.*



Gambar III.1 Referensi visual Streetsnaps Paris Fashion Week Fall/Winter 2017
Sumber : https://youtube.com/hypebeast
(Diakses pada 14/06/2017)

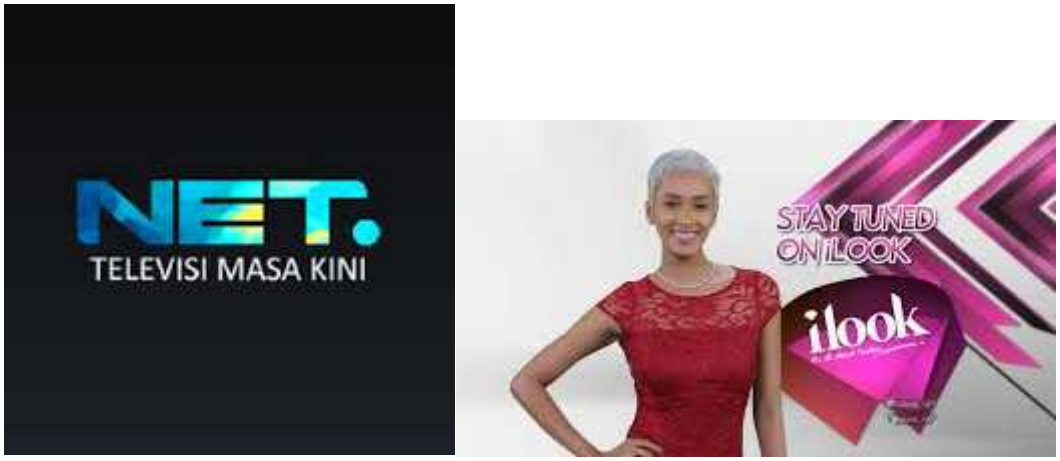
- **Pendekatan verbal**

  Penyampaian informasi dari perancangan film dokumenter tentang subkultur *hipster* ini melalui narasi yang bersumber dari literatur tentang subkultur *hipster* dan hasil dari data penelitian selama ini, dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti pada narasi diharapkan khalayak sasaran mampu memahami informasi tentang subkultur *hipster* terutama bagi mereka yang memiliki minat terhadap *hipster* dan fesyen. Selain itu ditampilkan juga sudut pandang dari *hipster* itu sendiri tentang anak muda dan fesyen.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory untuk perancangan media informasi subkultur *hipster* ini adalah Net TV yang ditayangkan pada program i look. Dikutip dari laman web Net TV I look adalah sebuah program yang membahas berbagai pernak – pernik yang berhubungan dengan penampilan/*style*/fesyen, dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program ini juga akan memberikan tips fesyen yang bermanfaat dan dapat menjadi acuan fesyen bagi masyarakat umum. Program I look Net TV tayang setiap hari sabtu dan minggu pada pukul 10:30 sampai 11:00 siang.

Di setiap minggunya I look selalu membahas satu tema fesyen tertentu, biasanya suatu tren fesyen yang sedang *hip* saat ini, atau justru me-*review* beberapa fesyen di masa lalu. Sehubungan dengan akan dibahasnya topik tentang fesyen *hipster* untuk ditayangkan pada program I look di episode selanjutnya. Maka dibuatlah sebuah film dokumenter yang mampu memberikan satu informasi tentang subkultur *hipster* beserta fesyen nya, untuk ditayangkan pada program acara I look di Net TV.



Gambar III.2 Mandatory Perancangan
Sumber : https://net.tv
(Diakses pada 17/07/2017)

III.2.4 Materi pesan

Materi pesan dari perancangan film dokumenter tentang subkultur *hipster* ini adalah tentang bagaimana subkultur *hipster* muncul sampai pada akhirnya melahirkan beberapa arketipe fesyen pada *hipster* saat ini. Yang berawal dari

berbagai macam fenomena subkultur anak muda di masa lalu, yang saat ini fesyen nya telah diadopsi anak muda di perkotaan.

III.2.5 Gaya bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam narasi perancangan film dokumenter ini adalah gaya bahasa formal dengan menggunakan bahasa Indonesia, namun dibuat sedemikian rupa sehingga mampu dipahami oleh khalayak sasaran. Dan gaya bahasa serta dialek keseharian digunakan oleh narasumber untuk mengisi dan menjelaskan tentang fesyen pada kalangan anak muda terutama di kota Bandung. Hal ini dikarenakan agar lebih dekat dengan penonton dari film dokumenter ini karena yang sebagian besar memiliki khalayak sasaran anak muda, sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi kreatif

Strategi kreatif untuk menyampaikan informasi tentang fenomena subkultur *hipster* ini yaitu dengan menggunakan sebuah film dokumenter yang mampu memberikan informasi yang menarik, seputar subkultur *hipster* dengan memvisualkan anak muda perkotaan dengan fesyen dan berbagai macam kegiatanya. dengan memvisualkan sebuah realita yang terjadi dikalangan anak muda yang dapat di identifikasikan sebagai kultur *hipster* baik secara fesyen maupun kegiatan yang biasa *hipster* lakukan seperti mendatangi sebuah galeri seni atau pameran, konser *indie* dan lain sebagainya. Pada film dokumenter yang diberi judul "Fenomena Subkultur *Hipster*" ini juga memperdengarkan sebuah musik latar dari band – band yang identik dengan musik golongan *indie* seperti *New order, Rosevelt, Jet* dan lain sebagainya untuk mendukung dari visual yang ada sehingga semakin memperkuat kesan dan pesan *hipster* pada film dokumenter.

III.2.6.1 *Copywriting*

Dalam perancangan ini *copywriting* yang digunakan adalah "Fenomena subkultur *hipster"*, dan "*Fashion of hipster*" pemilihan kalimat tersebut untuk merepresentasikan keadaan saat ini. Karena fenomena tersebut tengah terjadi di kalangan anak muda perkotaan terutama fesyen nya dengan demikian diharapkan

khalayak sasaran mampu memahami apa yang dimaksud dengan *hipster* dan fesyen nya yang tujuan akhirnya adalah informasi pada film dokumenter ini mampu tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran, sekaligus mampu menginspirasi khalayak sasaran terutama dalam hal fesyen dari subkultur *hipster* tersebut.

III.2.6.2 *Storyline*

Pada dasarnya *storyline* merupakan inti dari sebuah gagasan suatu film, yang merupakan gagasan utama dari suatu naskah film. Adapun dalam perancangan film dokumenter tentang subkultur *hipster* sebagai berikut :

- Testimoni wawancara masyarakat umum tentang subkultur *hipster*.
- Menampilkan fenomena subkultur *hipster* pada anak muda di kota Bandung. Di tempat seperti konser musik *indie*, galeri seni, seminar fesyen dan lain sebagainya.
- Wawancara dengan Budi Nugroho seorang yang dapat didefinisikan sebagai *hipster*, untuk mengetahui aktifitas, ketertarikan serta opininya tentang fesyen dan anak muda, yang saat ini ia telah membangun sebuah *brand* fesyen bernama Buddies Jeans.
- Menjelaskan sejarah dan fenomena masa lampau yang akhirnya melahirkan sebkultur *hipster* saat ini.
- Menggambarkan sebuah ilustrasi dari fesyen *hipster* saat ini.

Wawancara dengan masyarakat umum tentang subkultur *hipster* untuk mengetahui pendapat mereka tentang subkultur *hipster*, apakah mereka mengetahuinya atau tidak. Berdasarkan pendapat dan pandangan masyarakat umum tentang subkultur *hipster* lalu dibandingkan dengan fenomena yang saat ini sedang terjadi tentang subkultur *hipster* dikalangan anak muda. Seperti mendatangi suatu pameran seni ataupun mengahadiri suatu acara konser yang di isi oleh band – band *indie*. Biasanya mereka berpenampilan sebaik mungkin sesuai dengan karakter dan referensi mereka masing – masing, *hipster* dapat dikenali setidaknya melalui atribut penampilan yang mereka kenakan yang didasari kepada sumber literatur tentang subkultur *hipster* tersebut. Untuk melihat bagaimana sudut pandang dari sisi *hipster* sendiri maka dilakukan lah sebuah

wawancara dengan seseorang bernama Budi Nugroho orang yang dapat dikategorikan sebagai *hipster* saat ini. Memiliki ketertarikan terhadap bidang fesyen dan musik serta memiliki selera yang berbeda dari masyarakat umum khususnya kawula muda menjadi satu pertimbangan yang membuat Budi Nugroho dapat dikategorikan sebagai seorang *hipster*, selain karena Budi Nugroho produktif dengan membangun sebuah *brand* fesyen bernama Buddies Jeans.

III.2.6.3 Visualisasi



Gambar III.3 Referensi visual Streetsnaps Paris Fashion Week Fall/Winter 2017
Sumber : https://youtube.com/hypebeast
(Diakses pada 14/06/2017)

Visualisasi pada film ini mengangkat dari sebuah fenomena dikalangan anak muda tentang subkultur *hipster* terutama di kota Bandung. Adapun katalog *online Hypebeast* menjadi salah satu sumber referensi dalam pembuatan film dokumenter ini.



Gambar III.4 Visualisasi film
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dengan memvisualkan berbagai macam kegiatan dikalangan anak muda beserta dengan fesyen nya diharapkan mampu menggambarkan sebuah fenomena *hipster* saat ini. *Hipster* setidaknya dapat dikenali melalui atribut penampilan yang mereka kenakan yang terlihat trendi, fesyenebel, ataupun unik dengan berbagai macam gaya yang mereka pakai. Kegiatan – kegiatan seperti menghadiri sebuah konser, atau mendatangi sebuah galeri seni merupakan sebuah kegiatan yang dekat dengan kultur anak muda dan *hipster*, dengan demikian diharapkan penyampaian pesan dan informasi dapat menjadi lebih efektif kepada khalayak sasaran karena pada film berusaha untuk memvisualkan sebuah kegiatan dan kebiasaan yang dekat dengan anak muda, tentunya selain fesyen yang mereka kenakan.

III.2.7 Strategi media

Pada dasarnya media adalah sebuah sarana yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan dari komikator kepada komunikan, untuk mempermudah penyampaian informasi tentang subkultur *hipster*, maka akan diperlukan sebuah strategi media guna mendukung penyampaian informasi tentang subkultur *hipster* kepada khalayak sasaran yang terdiri atas media utama dan media pendukung.

1. **Media utama**

   Media utama yang digunakan dalam menyampaikan informasi tentang subkultur *hipster* ini adalah sebuah film dokumenter. Film dokumenter adalah sebuah film yang direkam secara nyata berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan atau hasil dari penelitian terlebih dahulu. Film dokumenter dipilih karena dinilai mampu menyampaikan sebuah informasi atau pesan dengan baik kepada khalayak sasaran ketimbang media lainya. Penggambaran realitas yang dibalut dengan sentuhan estetis semisal latar musik ataupun efek visual mampu menambah daya tarik khalayak sasaran untuk menonton film dokumenter yang sifatnya adalah untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan, dalam kasus ini adalah fenomena subkultur *hipster.*

2. Media pendukung

Guna mendukung media utama dalam memberikan sebuah informasi tentang subkultur *hipster*, maka dibuatlah beberapa media pendukung yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak sasaran. Berikut adalah media pendukung yang digunakan:

- ***Teaser***

  Teaser adalah adegan ringkas dari keseluruhan cerita film yang digunakan untuk memancing rasa penasaran khalayak sasaran agar khalayak sasaran tergugah untuk menonton cerita film secara keseluruhan. Biasanya teaser berdurasi kurang lebih satu menit yang merupakan inti dari keseluruhan cerita film.

- ***Lookbook***

  Lookbook merupakam kumpulan foto yang disusun sedemikian rupa biasanya menampilkan model, gaya, fotografi, *style* ataupun *brand fashion.*

- **Poster**

  Kusrianto (seperti dikutip Sutamir, 2017) menjelaskan bahwa poster adalah gambar pada selembar kertas dengan ukuran besar yang dapat digantung dan ditempel. Pada perancangan film dokumenter tentang subkultur *hipster* ini penggunaan poster dimaksudkan sebagai *merchendise* yang berisikan tentang informasi dari berbagai macam *style hipster* saat ini.

- ***Cd/Dvd Cover***

  Cd/Dvd cover adalah bagian depan dari sebuah kemasan produk rekaman suara komersial (album). Dalam kasus ini *Cd/Dvd cover* yang berisikan *Cd/Dvd* film dokumenter tentang subkultur *hipster* ini, dibuat sebagai *merchendise* untuk khalayak sasaran selain juga dapat diputar melalui *Cd/Dvd player*.

- ***T- Shirt***

  T-Shirt sebagai media pendukung yang dibuat dengan tujuan sebagai sovenir dan diberikan sebagai hadiah kepada pemenang kompetisi.

- ***Tote Bag***

  Tote bag sebagai media pendukung selain berfungsi sebagai wadah yang berisikan barang sehingga mudah untuk dibawa kemanapun, tujuan lainya adalah sebagai sovenir yang diberikan secara gratis kepada pemenang kompetisi *ootd hipster* yang diadakan oleh program I look di Net TV.

- **Buku catatan**

  Selain berfungsi untuk menulis atau menyimpan arsip serta catatan penting lainya, Buku catatan sebagai media pendukung dibuat dengan tujuan sebagai sovenir dari fenomena subkultur *hipster* yang diberikan kepada pemenang *ootd hipster* pada program I look di Net TV.

III.2.8 Strategi distribusi

Strategi distribusi adalah sebuah perancangan penyaluran dan penyebaran suatu produk kepada khalayak sasaran. Pada perancangan film dokumenter tentang fenomena subkultur *hipster* ini dibuat untuk sebuah program di Net TV bernama I look sebuah program yang membahas tentang fesyen yang tayang setiap hari sabtu dan minggu pada pukul 10:30 sampai 11:00. Pada program tersebut pemabahasan fesyen selalu menggunakan tema setiap minggunya untuk fesyen yang hendak dibahas. Selain dari latar belakang fesyen yang menjadi pembahasan, klimaks pada program tersebut biasanya selalu menampilkan *outfit* sebagai referensi untuk khalayak sasaran dari tema yang telah ditentukan sebelumnya. Pada akhir acara selalu diadakan sebuah kompetisi tentang fesyen yang telah dibahas, dan meminta penontonya untuk berfoto ala *ootd (outfit of the day)* yang kemudian pihak I look meminta pesertanya untuk mengunggah satu tema fesyen tertentu di instagram dengan sebuah *hastag* atau tagar tertentu seperi contoh misalnya *#ilooknettv #hipsterfashion*. Adapun strategi distribusi pada perancangan ini sebagai berikut yang diberikan secara gratis sebagai hadiah kepada pemenang kompetisi di setiap minggunya.

MEDIA	AGUSTUS			
Media utama				
Teaser				
Lookbook				
Poster				
Cd/Dvd Cover				
T-shirt				
Tote bag				
Buku catatan				

Tabel III.1 Tabel Distribusi Media
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Untuk distribusi perancangangan ini adalah sebagai berikut, media utama berupa film dokumenter ditayangkan pada bulan Agustus minggu ke-3 dan ke-4 yang terlebih dahulu diperkenalkan melalui *video teaser* seminggu sebelumnya. Untuk media pendukung lainya seperti *lookbook*, poster, *Cd/Dvd cover*, *t-shirt, tote bags*, buku catatan di distribusikan pada minggu ke-3 dan ke-4 bulan Agustus dengan cara diberikan secara gratis kepada pemenang kompetisi *#ootd* pada program acara I look dengan tema fesyen *hipster.*

III.3 Konsep visual

Untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan tentang subkultur *hipster* melalui film dokumenter ini diperlukan sebuah konsep visual agar informasi dan pesan pada film dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran. Dengan menggambarkan suatu realitas dari fenomena subkultur *hipster* saat ini yang tidak terlepas dari anak muda dan fesyen serta kegiatan dan kebiasaan yang mereka lakukan. Setelah konsep terbangun, untuk memperkuat statement pada film dan agar informasi pada film dapat tersampaikan dengan baik maka digunakanlah sebuah narasi yang menjelaskan secara detail tentang fenomena yang melatarbelakangi munculnya subkultur *hipster*, hingga akhirnya saat ini melahirkan beberapa arketipe fesyen dari subkultur *hipster* seperti *The hypebeast*, *Normcore,The indie rockers* dan lain sebagainya.

III.3.1 Format desain



Gambar III.5 Format Desain
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada film dokumenter ini menggunakan layar lebar 1280 x 720, 29fps dengan menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar seperti *close up, normal shot*, *timelapse* dan lain sebagainya. Dipadukan dengan musik sebagai musik latar dan narasi akan membuat film dokumenter ini menarik untuk dilihat hal itu dilakukan agar informasi dan pesan dapat dengan mudah diterima oleh khalayak sasaran.

III.3.2 Tata suara

Dengan menggunakan latar musik yang berasal dari band – band *indie* seperti *New order, Jet, Rosevelt* dan lain sebagainya untuk memberi kesan berbeda pada subkultur *hipster* ini dibandingkan harus menggunakan lagu lagu yang berasal dari musik – musik *top billboard*, hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kesan *hipster* yang mengkonter sebuah kultur dominan. Selain itu digunakan juga sebuah narasi yang menggunakan bahasa Indonesia formal namun tetap mudah untuk dipahami oleh khalayak sasaran film dokumenter ini, hal ini dimaksudkan karena khalayak sasaran dari film dokumenter ini adalah kalangan anak muda. Dengan begitu diharapkan film dokumenter yang dibuat dapat menarik perhatian dari khalayak sasaran dengan konsep dan tema yang sudah dirancang sebelumnya, selain itu dengan menambahkan narasi pada film diharapkan pesan maupun informasi yang terdapat pada film dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran yang dituju.

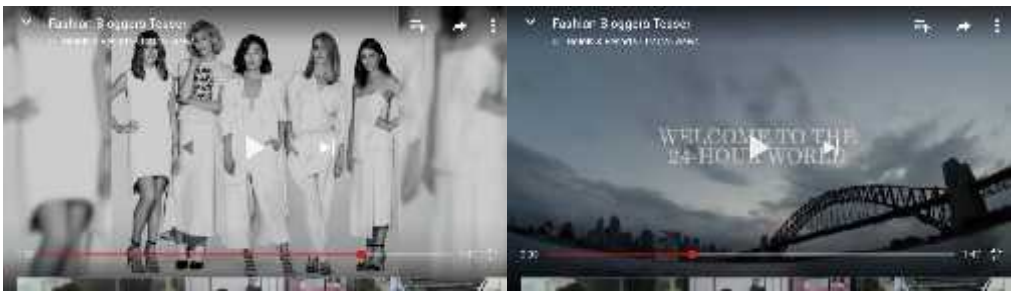
III.3.3 Tipografi



Gambar III.6 Tipografi
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Huruf berjenis *sans serif* digunakan pada film dokumenter ini selain karena karakternya yang tegas dan berdesain *simple* sehingga mudah dalam pembacaan juga. Jenis huruf ini memberi kesan moderen pada desain perancangan baik media utama ataupun media pendukungnya.

III.3.4 Sinematografi



Gambar III.7 Referensi visual Fashion Blogger Teaser
Sumber : https://youtube.com/FashionBloggerTV
(Diakses pada 14/06/2017)

Pada dasarnya sinematografi merupakan ilmu terapan yang membahas mengenai bagaimana teknik menangkap gambar dan bagaimana menggabungkanya sehingga gambar tersebut memiliki alur dan cerita yang mampu menyampaiakan suatu ide gagasan ataupun sebuah informasi. Salah satu dari teknik sinematografi adalah cara pengambilan gambar, adapun teknik-teknik yang dipakai pada film dokumenter ini adalah sebagai berikut :

Extreme long shot.



Gambar III.8 Extreme Long Shot
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Satu teknik pengambilan gambar terjauh pada suatu film, dengan menggunakan teknik pengambilan gambar ini diharapkan dapat mempertegas kesan perkotaan atau sebuah distrik. Hal ini dilakukan agar dapat menggambarkan sebuah pemandangan dari sebuah kota urban.

Long shot



Gambar III.9 Long Shot
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Pada jarak *long shot* tubuh fisik manusia telah nampak namun latar masih tetap dominan, adapun maksud dari pengambilan gambar ini adalah untuk memvisualkan sebuah konser band pada suatu acara, sehingga dalam film khalayak sasaran dapat melihat seting panggung secara keseluruhan.

Medium long shot



Gambar III.10 Medium Long Shot
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Pada jarak ini mulai terlihat secara jelas tubuh manusia dari lutut sampai ke bagian atas tubuh, tubuh fisik manusia dan lingkungan sekitar relatif seimbang. Pengambilan gambar dengan teknik ini pada film dokumenter tentang fesyen *hipster* dimaksudkan untuk memvisualkan suatu *outfit* tertentu pada *hipster*.

Medium shot



Gambar III.11 Medium Shot
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Pada jarak ini memperlihatkan tubuh manusia dari pinggang kebagian atas tubuh, gestur dan ekspresi wajah mulai tampak. Sosok manusia mulai dominan pada *frame*. Untuk memperlihatkan sebuah fesyen *hipster* yang lebih mendetail maka digunakanlah teknik pengambilan gambar *medium shot*.

Medium close-up



Gambar III.12 Medium Close-Up
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Teknik pengambilan gambar yang memperlihatkan bagian tubuh manusia dari dada hingga ke bagian atas. Adegan percakapan normal biasanya menggunakan jarak *medium close-up.* Dengan menggunakan teknik pengambilan gambar ini diharapkan kesan interaktif pada subkultur *hipster* dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran.

Close-up



Gambar III.13 Close-Up
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Umumnya memperlihatkan wajah, tangan, kaki, atau sebuah obyek kecil lainya. Teknik ini mampu memperlihatkan ekspresi wajah dengan jelas.

Extreme close-up



Gambar III.14 Extreme Close-Up
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Jarak terdekat pada teknik pengambilan gambar pada suatu film, yang bertujuan unutk melihat satu ekspresi yang lebih mendetail. Penunjang penampilan lainya dari subkultur *hipster* bukan hanya sekadar pakaian seperti celana dan kaos saja, tetapi aksesoris – aksesoris seperti kacamata juga biasa digunakan oleh mereka.

Timelapse



Gambar III.15 Timelapse
Sumber :Dokumentasi Pribadi

Timelapse adalah sekumpulan *still picture* yang diambil dalam periode tertentu, adapun maksud dari pengambilan gambar dengan menggunakan teknik ini pada film dokumenter tentang *hipster*, adalah untuk menunjukan perpindahan waktu dari siang ke malam.

III.3.5 Unsur naratif

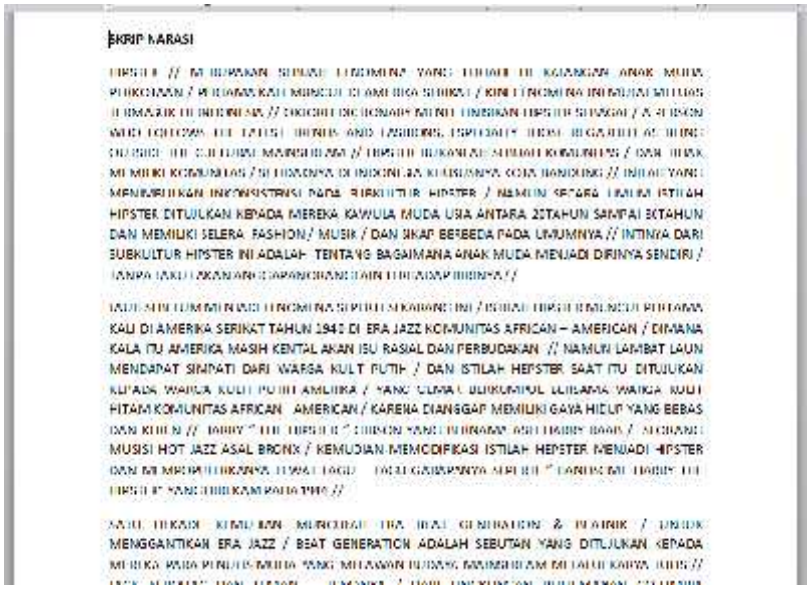
Unsur naratif merupakan sebuah cara pengolahan materi pada film seperti latar lokasi, konflik dan waktu, adapun unsur naratif pada film dokumenter ini adalah tentang anak muda dan fesyen terutama pada subkultur *hipster* selain itu kegiatan atau acara yang basisnya adalah anak muda tergambarkan pada film ini, menceritakan tentang fenomena subkultur *hipster* dan yang melatarbelakanginya sehingga akhirnya melahirkan arketipe fesyen dari *hipster* saat ini.

III.3.6 Narasi pada film dokumenter

Narasi pada suatu film dokumenter diarahkan secara langsung kepada khalayak sasaran dengan menawarkan deretan fakta kejadian pada suatu film dokumenter. Ada dua yang menjadi kekuatan utama dari suatu narasi film dokumenter diantaranya yaitu :

- Narasi dapat menyampaikan suatu informasi yang tidak dapat divisualkan oleh *shot-shot* yang ada.
- Narasi dapat mepertegas peristiwa pada suatu film dokumenter.

Adapun narasi yang digunakan pada film dokumenter ini sebagai teknik yang digunakan untuk mempertegas informasi yang hendak disampaikan pada film dokumenter tentang subkultur *hipster*.



SKRIP NARASI

HIPSTER // MERUPAKAN SUBKULTUR FENOMENA YANG TERJADI DI KALANGAN ANAK MUDA PERKOTAAN / PERTAMA KALI MUNCUL DI AMERIKA SERIKAT / KINI FENOMENA INI MULAI MENJALAR DI INDONESIA // DIKENAL DENGAN ANAK MUDA YANG MEMILIKI GAYA / & PENAMPILAN YANG UNIK DARI SEGI MUSIK, FASHION, ESPECIALLY RAMBUT, BERANI DI GAYA DI JALANAN, DI CAFE-CAFE MAUPUN DI MANA // HIPSTER BERKUMPUL SESAMA KOMUNITAS / DAN JUGA MEMILIKI KOMUNITAS / DI INDONESIA KHUSUSNYA KOTA BANDUNG // INILAH YANG MENJADIKAN INKONSISTENSI PADA SUBKULTUR HIPSTER / NAMUN SECARA UMUM ISTILAH HIPSTER DITUJUKAN KEPADA MEREKA KAWULA MUDA USIA ANTARA 20TAHUN SAMPAI 30TAHUN DAN MEMILIKI SELERA FASHION / MUSIK / DAN SIKAP BERBEDA PADA UMUMNYA // INTINYA DARI SUBKULTUR HIPSTER INI ADALAH TENTANG BAGAIMANA ANAK MUDA MENJADI DIRINYA SENDIRI / TANPA TAKUT DIASINGKAN DIPANDANG ANEH DI LINGKUNGANNYA //

TAPI SEBELUM MENGENAL FENOMENA SUBKULTUR SEKARANG INI / KITA HARUS MENGENAL PERTAMA KALI DI AMERIKA SERIKAT TAHUN 1940 DI ERA JAZZ KOMUNITAS AFRICAN – AMERICAN / DIMANA KALA ITU AMERIKA MASIH KENTAL AKAN ISU RASIAL DAN PERBUDAKAN // NAMUN LAMBAT LAUN MENDAPAT SIMPATI DARI WARGA KULIT PUTIH / DAN ISTILAH HEPSTER SAAT ITU DITUJUKAN KEPADA WARGA KULIT PUTIH AMERIKA / YANG CUMA BERKUMPUL BERSAMA WARGA KULIT HITAM KOMUNITAS AFRICAN AMERICAN / KARENA DIANGGAP MEMILIKI GAYA HIDUP YANG BEBAS DAN KEREN // BARU " DI TAHUN " DIMANA MUNCUL MUSISI HOT JAZZ ASAL BRONX / KEMUDIAN MEMODIFIKASI ISTILAH HEPSTER MENJADI HIPSTER DAN MEMPERKENALKAN LEWAT LAGU " DENGAN JUDUL " YANG MENJADI HITS DI TAHUN YANG DIKENAL PADA TAHUN //

SAAT ITULAH KEMUDIAN MUNCULAH ERA BEAT GENERATION & PUNK / UNTUK MENGGANTIKAN ERA JAZZ / BEAT GENERATION ADALAH SEBUTAN YANG DITUJUKAN KEPADA MEREKA PARA PENULIS MUDA YANG MELAKUKAN PERANG PEMBERONTAKAN MELALUI KARYA TULIS //

Gambar III.16 Skrip Narasi
Sumber :Dokumentasi Pribadi

III.3.7 Warna



Gambar III.17 Warna
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Warna dengan nuansa pastel memberikan efek *fade* pada film dan memberi kesan *vintage. Tone* warna dipilih karena untuk memberikan kesan nostalgia sebab fenomena – fenomena anak muda lainya lahir di Amerika yang dimulai pada era *jazz* tahun 1940. Selain itu warna *vintage* dan *style retro* biasanya dekat dengan subkultur *hipster.* Selain itu menurut Darmaprawira (2002) menyebutkan bahwa warna pastel lebih disukai pada ruangan-ruangan yang luas. Pada media pendukung digunakan warna – warna hangat seperti merah dan kuning karena bersifat ekstrovet dan merangsang, ini dimaksudkan karena karakterisktik pada subkultur *hipster* yang memiliki sifat keterbukaan dan peka terhadap tren terkini. Selain itu pemilihan warna sudah disesuaikan dengan target audiens yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga diharapkan target audiens dapat tertarik dengan perancangan informasi ini, dengan begitu dapat membantu dalam menyebarkan atau menginformasikan pesan dari perancangan subkultur *hipster* ini kepada target audiens.