BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan pihak penerima pesan yang disampaikan melalui media tertentu baik secara individu atau kelompok yang menjadi tujuan sebagai sasaran komunikasi (Ratu Mutialela Caropeboka, 2017, h.5). Segala sesuatu yang diciptakan tuhan meliputi makhluk hidup yaitu manusia dan sebagainya disebut dengan khalayak, masyarakat dalam suatu kelompok tertentu akan menjadi sasaran komunikasi. Sedangkan sasaran yaitu target yang akan dituju yang menjadi tujuan, jadi masyarakat yang akan menjadi tujuan dapat disebut dengan khalayak sasaran. Khalayak sasaran merupakan unsur yang sangat penting sebagai target sasaran komunikasi, karena berhasil tidaknya dari proses komunikasi ditentukan oleh khayalak sasaran (Hafied Cangara, 2010, h.157). Sebuah perancangan informasi sangat memelurkan khalayak sasaran untuk menjadi target tujuan. Berikut ini khalayak sasaran yang dipilih sebagai target tujuan:

a. Demografis
    - Usia

      Usia 18-25 tahun merupakan batas yang menjadi kha1ayak sasaran dalam perancangan informasi musik genteng ini, pada usia 18-25 tahun khalayak sasaran sudah mampu memahami dan menangkap pesan dalam sebuah informasi yang diberikan.
    - Jenis kelamin

      Dalam perancangan informasi musik genteng ini, jenis kelamin yang menjadi khalayak sasaran yaitu laki-laki dan perempuan, karena keduanya mampu dan dapat menerima pesan yang disampaikan.
    - Status Sosial

      Status sosial khalayak sasaran yaitu menengah ke atas, dikarenakan sebuah hasil karya seni tidak menjadi bagian utama dalam hidup dan dapat dikatakan sebuah benda yang mahal.
    - Pendidikan

      Pelajar SMA dan mahasiswa merupakan khalayak sasaran dalam perancangan informasi musik genteng ini. Pelajar SMA dan

mahasiswa dipilih karena pada masa remaja mempunyai keingintahuan terhadap susatu yang baru dan dapat menjadi sebuah wawasan dalam kehidupannya.

b. Psikografis

Psikografis merupakan karakteristik kepribadian dan gaya hidup, seperti menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas di waktu senggang, melakukan sesuatu apa yang diminati, dan opini-opininya (Sandra Moriarty, 2009, h.177). Khalayak sasaran yang dituju yaitu kalangan remaja berusia 18-25 tahun yang termasuk dalam kelompok masa remaja akhir. Pada masa ini merupakan pemantapan pendirian hidup untuk menyiapkan diri dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk merealisasikan pendirian hidup yang telah diminatinya (Abu Ahmadi, 2005, h.45). Karakteristik atau kepribadian seseorang terbentuk dengan seiringnya pertumbuhan usia-usia remaja. Untuk membentuk kepribadian yang baik dapat dilakukan dengan menggali potensi yang dimilikinya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada masa remaja akhir merupakan proses orientasi masa depan. Maka perlu adanya hal yang membangkitkan jiwa seninya terhadap sesuatu yang diminatinya. Infornasi musik genteng melalui film dokumenter dapat memberikan wawasan dan inspirasi kepada khalayak sasaran untuk membangkitkan minat terhadap sesuatu yang disukainya.

c. Geografis

Geografis merupakan segmentasi khalayak sasaran yang berfokus pada wilayah atau daerah tertentu. Hal ini di maksudkan untuk mempermudah dalam penyebaran sebuah informasi (Sandra Mosiarty, 2009, h.291). Dalam perancangan ini, untuk segmen geografis yang ingin dituju adalah urban kota bandung dan sub-urban Jawa Barat, dengan alasan untuk wilayah luar kabupaten Majalengka seperti kota Bandung masih banyak yang belum mengetahui musik genteng. Penyebaran informasi tentang musik genteng dimulai dari masyarakat yang berada diluar wilayah Kabupaten Majalengka, khususnya Kota Bandung, tujuannya agar musik genteng dapat menyebar dan dikenal disemua wilayah Jawa Barat.

III.1.1 *Consumer Insight*

Consumer insight adalah suatu proses analisis untuk mengetahui dan mencari tahu tentang latar belakang pembuatan, pola pikir dan perilaku konsumen yang berhubungan dengan sebuah produk (Sandra Mosiarty, 2009, h.258). Dalam perancangan ini *consumer insight* memiliki peran yang sangat penting karena digunakan untuk menentukan suatu media yang tepat sebagai penyedia informasi, terutama media digital. Berikut *consumer insight* dari khalayak sasaran informasi musik genteng, yaitu:

- Suatu proses perubahan sifat dan pemikiran dari remaja menuju dewasa yang sedang mencari jatidirinya melalui hal baru yang diminatinya.
- Memiliki ketertarikan untuk mempelajari sebuah budaya baru dari daerah tertentu.
- Membutuhkan sumber pengetahuan bukan hanya melalui text, buku, dan lisan.
- Ingin mecari informasi melalui media digital dengan konten-konten berupa video di internet.

III.1.2 *Consumer Journey*

Consumer journey merupakan sebuah peta perjalanan khalayak sasaran yang dapat mengidentifikasi bagaimana khalayak sasaran berinteraksi dengan media yang ditemui pada setiap aktivitasnya (Indarwita, 2017). Dalam menentukan sebuah ide yang menjadi suatu penyampaian pesan melalui media-media yang akan digunakan, maka perlu mengetahui aktifitas yang dilalukan dari khalayak sasaran yang nantinya akan diaplikasikan pada media yang akan dibuat. Berikut ini peta perjalanan yang dibuat dalam bentuk tabel, berisikan point-point yang menjelaskan bagaimana interaksi khalayak sasaran dengan apa yang dilihat, disentuh, ataupun dirasakan oleh khalayak sasaran.

Tabel III.2 *Consumer Journey*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

No.	Waktu	Aktivitas	Tempat	Point Of Contact
1.	05.00	Bangun tidur, memainkan	Kamar	TV, Handphone

		handphone, menonton TV		
2.	06.00	Mandi	Kamar mandi	Handuk, alat mandi
3.	06.15	Sarapan Pagi, persiapan sekolah, memainkan *handphone*	Ruang makan, kamar	Meja, pakaian, alat makan, lemari, handphone
4.	06.30	Berangkat sekolah	Jalan	Kendaraan, billboard, poster, stiker, pakaian
5.	07.00	Sekolah/belajar	Sekolah	Meja, kursi, papan tulis, alat tulis
6.	10.00	Istirahat	Sekolah, kantin, kelas	Meja, kursi, alat tulis, makanan, minuman, mading, poster
7.	13.30	Pulang sekolah	Sekolah, Jalan	Kendaraan, billboard, poster, stiker, pakaian
8.	14.00	Makan Siang	Rumah	Meja, pakaian, alat makan, lemari, handphone
9.	14.15	Bermain keluar rumah	Jalan, mall, cafe, kawasan wisata	Meja, pakaian, handphone, Kendaraan, billboard, poster, stiker
10.	18.00	Perjalanan Pulang	Jalan	Kendaraan, billboard, poster, stiker, pakaian
11.	19.00	Makan Malam	Ruang	Meja, pakaian, alat

			makan, kamar	makan, lemari, handphone
12.	19.30	Mengerjakan pekerjaan rumah	Kamar	Meja, alat tulis, handphone
13.	21.00	Bermain *game,* mendengarkan musik	Kamar	*Hanphon,* laptop, komputer, TV
14	22.00	Tidur	Kamar	Tempat tidur

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah perencanaan yang tersusun dengan baik dan berkaitan dengan pelaksanaan suatu gagasan serta eksekusi dari sebuah objek untuk mencapai tujuan yang ditargetkan. Untuk memecahkan masalah pada sebuah ojek maka perlu adanya strategi perancangan dengan menganalisa serta menentukan solusi yang tepat dan efektif demi mendapatkan hasil yang maksimal.

III.2.1 Film

Film merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak dimana khayalak sebagai penerima dari pesan tersebut. Film bersifat audio visual, artinya dalam sebuah film terdapat audio yang dapat didengar dan visual yang dapat dilihat (Effendy, 2009, h.1). Pada umumnya media ini biasanya digunakan sebagai dokumentasi, dan pendidikan. Dengan melalui media film dapat memperpanjang atau menyingkatkan waktu, menyajikan sebuah informasi, mengajarkan keterampilan, menjelaskan proses dan konsep-konsep, serta dapat mempengaruhi sikap. Seiring perkembangan zaman dari masa ke masa, kini film berkembang dan banyak jenisnya. Berikut ini jenis-jenis film menurut Effendy (Effendy, 2009, h.3) yaitu:

- Film dokumenter

  Film dokumenter merupakan sebuah film yang menyajikan sebuah realitas nyata seperti, kehidupan, budaya, atau suatu peristiwa dan dibuat untuk tujuan tertentu. Dengan melalui film dokumenter merupakan cara yang kreatif dan tepat untuk mempresentasikan sebuah realitas.

- Film cerita pendek

  Film cerita pendek merupakan jenis film yang simpel dan memiliki durasi dibawah 60 menit. Film cerita pendek banyak dibuat oleh para pelajar, mahasiswa, atau kelompok tertentu yang menyukai bidang perfilman. Film jenis ini biasanya dijadikan sebagai eksperimen dan batu loncatan untuk kemudian membuat film cerita panjang.

- Film cerita panjang

  Film jenis ini diproduksi dengan durasi yang panjang yaitu dengan durasi lebih dari 60 menit, dan lazimnya berdurasi 90-100 menit, bahkan beberapa film diproduksi dengan durasi 120 menit. Kelompok yang memproduksi film ini umumnya film yang diputar di bioskop.

III.2.2 Tahapan Pembuatan Film

Sebelum membuat film, ada beberapa tahapan yang harus dilakukan. Dalam membuat film dokumenter harus berdasarkan fakta dan realitas yang sebenarnya terjadi dilapangan. Berikut ini tahapan pembuatan film dokumenter menurut Effendy (Effendy, 2009, h.35) yaitu:

1. Pra Produksi
   - Ide dasar

     Ide film dokumenter merupakan proses riset atau pengamatan yang dilakukan terhadap suatu fenomena yang mengendap dalam ingatan lalu muncul kembali sebagai sebuah ide. Sebuah ide juga dapat diperoleh dari majalah, artiker, atau surat kabar.

   - Riset

     Rangkaian kegiatan sistematis yang dilakukan untuk memahami sebuah fenomena, baik fenomena alam maupun fenomena sosial-budaya.

   - Analisa data riset

     Mengidentifikasi data-data yang penting dan yang tidak penting, serta mengkategorikan data berdasarkan data sekunder dan data primer.

- Judul dan film *statement*

  Menentukan judul film sesuai ide dasar setelah mendalami materi dengan riset, baik riset pustaka sampai dengan riset partisipatif. Film *statetement* merupakan intisari dari film yang diungkapkan dengan satu atau dua kalimat ringkas yang menggabarkan inti sari dari film.

- *Treatment* / struktur cerita

  Treatment berfungsi sebagai skrip dalam film dokumenter yang disusun berdasarkan hasil riset pembuatan film. *Treatment* menggambarkan urutan film dari awal sampai akhir dan setiap paragraf dapat mewakili satu *scene* dalam film.

2. Produksi

   - *Shooting*

     Shooting merupakan proses pengambilan gambar dilakukan berdasarkan panduan yang ada dalam *treatment. Shooting* di lapangan dapat mengambil gambar di luar yang tercantum dalam *treatment* dengan tujuan untuk memperkaya *stock shots* yang dapat memperkuat film yang akan dibuat.

3. Pasca produksi

   - Transkrip

     Transkrip merupakan segala sesuatu yang diucapkan dalam bentuk kalimat atau ungkapan dari narasumber ditranskrip secara detail dan diberi keterangan pada gestur tubuhnya seperti tertawa, senyum, menggelengkan kepala, marah, sedih, dan lain-lain.

   - Memilih dan memilah wawancara

     Setelah transkrip selesai dibuat, maka selanjutnya baca dan beri tanda pada kalimat yang penting atau menarik sebagai materi film. Kemudian hasil wawancara dari tokoh ke tokoh runutkan menjadi satu rangkaian cerita yang bermakna.

   - *Logging*

     Memilih, mencatat dan memberi keterangan pada setiap kaset, setiap *shot* yang sudah dibuat pada saat produksi.

- *Editing script*

  Berdasarkan hasil pemilihan wawancara dan hasil logging, kemudian susun rancangan editing dengan tabel dua kolom audio dan video. Lengkapi dengan materi lain yang sudah tersedia seperti, *footage*, foto dokumentasi, arsip tertulis, narasi, dan segala sesuatu yang menjadi unsur pembangun film tersebut.

- *Rough editing*

  Setelah semua materi shooting dimasukkan ke dalam komputer editing kemudian susun adegan demi adegan berdasarkan *editing script* dan kerjakan sequen demi sequen mulai dari yang lebih mudah terlebih dahulu. Setelah semua *sequen* terbentuk coba runutkan dari *sequen* ke *sequen*.

- *Fine editing*

  Bila urutan *sequen* demi *sequen* sudah baik dan dianggap final, maka lengkapi dengan visualisasi / *insert* gambar yang diperlukan agar secara visual film tersebut menjadi lengkap. Kemudian tambahkan unsur-unsur audio pendukung seperti, musik dan *efect* yang dibutuhkan dalam film tersebut.

- *Mixing*

  Mixing merupakan proses memadukan suara secara harmonis, bila unsur audio dan visual dari *count down* sampai *credit title* sudah final. Kemudian proses ini diakhiri dengan penggabungan antara gambar dan suara (*mixed*).

Film dapat digunakan sebagai media informasi berupa gambar, suara, dan teks didalamnya. Permasalahan pada perancangan ini adalah kurangnya pengetahuan masyarakat umum terhadap sebuah budaya baru yang berasal dari Kabupaten Majalengka yaitu musik genteng. Maka dari permasalahan tersebut perlu adanya solusi yaitu bagaimana merancang sebuah informasi dengan ide-ide kreatif berdasarkan khalayak sasaran yang sudah ditentukan.

Informasi adalah suatu pengolahan data menjadi sebuah bentuk yang memiliki arti dan manfaat bagi penerimanya serta berguna untuk mengambil sebuah keputusan (Jogiyanto H.M, 1999, h.692). Informasi dibagi menjadi beberapa jenis yaitu:

- Informasi berdasarkan sifatnya

  Jenis informasi ini bersifat faktual, dan opini. Informasi faktual merupakan jenis informasi yang dapat dibuktikan keasliannya yaitu berupa fakta atau sebuah peristiwa yang nyata. Sedangkan informasi opini merupakan sebuah informasi yang berupa pendapat atau pemikiran pribadi.
- Informasi berdasarkan fungsinya

  Informasi yang memberikan pengetahuan dan wawasan serta edukasi bagi penggunanya seperti, informasi tentang kebudayaan, peristiwa, dan edukasi yang dapat menjadi sebuah referensi untuk pembelajaran.
- Informasi berdasarkan format penyajian

  Informasi jenis ini merupakan sebuah informasi yang bentuk format penyajiannya berbeda-beda. Misalnya, informasi dalam bentuk tulisan, suara, gambar, dan video. Informasi dalam bentuk tulisan dan gambar yaitu buku, koran, majalah, dan sebagainya. Informasi dalam bentuk suara yaitu radio, dan informasi dalam bentuk tulisan, suara, gambar dan video yaitu televisi ataupun media online seperti *youtube*.

Strategi perancangan informasi musik genteng ini adalah dengan menginformasikan musik genteng melalui film dokumenter. Konsep dalam film dokumenter ini yaitu membangun sebuah alur cerita sesuai dengan kenyaatan yang ada dilapangan tanpa mengubah atau mengganti tokoh dan tempat yang sudah ada. Film dokumenter dipilih karena melalui media informasi ini merupakan cara yang kreatif dan tepat untuk mempresentasikan sebuah realitas yang ada, serta informasi yang disampaikan bersifat secara langsung kepada khalayak sasaran. Karena informasi musik genteng yang disajikan melalui film dokumenter ini terdapat sebuah audio berupa suara yang dihasilkan dari instrumen musik genteng yang dapat didengar dan visual berupa bentuk dari instrumen musik genteng yang dapat dilihat. Sehingga khalayak sasaran dapat dengan mudah

mengetahui dan memahami dari informasi yang disajikan tanpa harus membayangkannya.

III.2.2 Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi tidak hanya memberikan sebuah informasi, tetapi juga merupakan kegiatan persuasif yang artinya bersifat membujuk khalayak secara halus bertujuan agar khalayak dapat menerima dan meyakini dari sebuah pesan atau informasi yang diberikan. Sehingga khalayak bersedia untuk melalukan suatu tindakan yang diharapkan oleh pemberi informasi. Dengan demikian, akan ada suatu perubahan sebagai hasil dari pesan yang disampaikan kepada penerimanya (Ratu Mutialela Caropeboka, 2017, h.2). Tujuan komunikasi perancangan informasi musik genteng ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan informasi tentang musik genteng supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, tujuan komunikasi dari perancangan ini untuk mengajak masyarakat agar mau melestarikan musik genteng dengan cara membuat sebuah musik dari material yang sama tetapi dengan ide yang berbeda. Serta dengan adanya informasi musik genteng ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk menarik masyarakat agar mulai berinovasi dengan memanfaatkan material tanah yang berasal dari alam untuk dijadikan sebuah hasil karya seni yang tidak seperti pada umumnya.

III.2.3 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan pada perancangan ini yaitu menggunakan pendekatan dengan budaya. Pendekatan budaya dilakukan untuk menarik minat khalayak sasaran untuk menerima dan memahami budaya baru yang berasal dari daerah Jatiwangi yaitu musik genteng. Pendekatan komunikasi yang tepat melalui pendekatan budaya dapat mengubah sikap khalayak sasaran dalam menerima musik genteng sebagai sumber referensi ataupun ilmu yang dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Selain itu perlu adanya penyebaran informasi musik genteng untuk menumbuhkan ketertarikan khalayak sasaran terhadap informasi yang disajikan. Berikut ini adalah pendekatan komunikasi yang terbagi menjadi tiga, yaitu pendekatan visual, pendekatan verbal, dan pendekatan audio.

- Pendekatan Visual

  Pada perancangan ini yaitu menginformasikan musik genteng kepada melalui film dokumenter agar musik genteng dapat dikenal secara luas oleh masyarakat umum. Untuk dapat menarik perhatian masyarakat, maka perlu sesuatu yang dapat membuat masyarakat tertarik dengan informasi yang disajikan, yaitu dengan cara menggunakan visual yang menarik. Visual yang yang ditampilkan pada informasi musik genteng ini adalah menggambarkan pemuda Jatiwangi yang mengeksplor tanah dijadikan sebuah alunan musik. Bukan hanya penjelasan yang disajikan, melainkan proses pembuatan, pemilihan material, dan bentuk instrumen musik genteng ditampilkan secara detail, tujuanya agar masyarakat mengetahui wujud dari musik genteng ini.

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan Verbal yang akan digunakan dalam perancangan ini untuk menyampaikan pesan informasi yaitu menggunakan Bahasa Indonesia, karena penyebaran informasi musik genteng menggunakan media *online* yang dapat diakses oleh seluruh Indonesia, dan penggunaan Bahasa Indonesia akan mempermudah masyarakat Indonesia dalam memahami informasi yang disampaikan.

- Pendekatan Audio

  Pendekatan audio yang dilakukan pada perancangan ini yaitu dengan memperdengarkan alunan musik genteng, dimana yang mendengarkan dapat memaknai dari alunan musik tersebut yaitu berupa rangsangan yang akan meningkatkan jiwa seni dalam diri seseorang.

III.2.4 *Mandatory*

Mandatory merupakan pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah kelompok atau komunitas. Dalam perancangan informasi musik genteng terdapat pihak yang berkontribusi untuk menaungi keberadaan musik genteng ini. Jatiwangi Art Factory (JAF) adalah sebuah komunitas seni kreatif yang berada di Kecamatan Jatiwangi, Kabupaten Majalengka. JAF berfokus kepada kajian kehidupan lokal pedesaan melalui kegiatan seni dan budaya seperti festival, musik, seni rupa dan pendidikan. Jatiwangi *Art Factory* (JAF) didirikan pada 27 September 2005 oleh

Arief Yudi bersama istrinya Loranita Theo dan Ginggi Syarif Hasyim. JAF mempunyai program festival residensi, yaitu festival musik keramik yang diselenggrakan 3 tahun sekali dan festival residensi video.

Gambar III.18 Logo Jatiwangi *Art Factory*
Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.5 Materi Pesan

Materi pesan merupakan sebuah dasar pemikiran digunakan melandasi perancangan yang akan dibuat. Pesan utama yaitu menyampaikan informasi musik genteng dengan menampilkan visual mulai dari sejarah, proses pembuatan, material yang digunakan, bentuk serta lagu yang sudah dibuat. Dengan informasi film dokumenter dan penyebaranya menggunakan media online, musik genteng bisa dikenal lebih luas oleh masyarakat umum.

III.2.6 Gaya Bahasa

Gaya bahasa atau majas merupakan pemilihan kata-kata yang khas baik dalam menulis ataupun berbicara dan digunakan untuk mempengaruhi serta meyakinkan pembaca (Henry Guntur Tarigan, 2009, h.4). Penggunaan gaya bahasa yang baik dan tepat dapat mempermudah khalayak sasaran dalam memahami sebuah informasi yang diberikan, maka pemilihan gaya bahasa sangat penting agar penerima pesan tidak membuat persepsi sendiri dari pesan yang disampaikan. Dalam perancangan informasi musik genteng, gaya bahasa yang digunakan adalah menggunakan gaya bahasa enumerasio. Gaya bahasa enumerasio adalah gaya bahasa yang mengungkapkan bagian demi bagian yang membentuk satu kesatuan, dipaparkan satu per satu agar tampak jelas (Ahmad Iskak, 2006, h.55). Gaya bahasa enumerasio digunakan dalam Informasi musik genteng ini, karena informasi yang disajikan berurutan dan bagian demi bagian dijelaskan mulai dari

sejarah, proses pembuatan alatnya, bentuk, serta lagu yang sudah dibuat. Sehingga gaya bahasa enumerasio sangat tepat digunakan dalam perancangan informasi musik genteng ini.

III.2.7 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan ini yaitu meninformasikan dan menjelaskan tentang musik genteng kepada masyarakat umum agar musik genteng dapat dikenal luas. Informasi yang disampaikan melalui film dokumenter ini berjenis ilmu pengetahuan berbasis budaya, dimana jenis film dokumenter ini merupakan sebuah film yang menampilkan kehidupan nyata dari masyarakat.

- *Copywriting*

  Copywriting adalah sebuah kata-kata dalam sebuah kalimat yang sudah terangkum digunakan untuk membangun kekuatan pesan dari suatu iklan (Freddy Rangkuti, 2009, h.172). *Copywriting* dalam perancangan informasi genteng ini yaitu “Dari Tanah Untuk Musik”, artinya tanah yang berasal dari alam dimanfaatkan untuk dijadikan sebuah alunan musik. Tanah di Jatiwangi sangat melimpah dan memiliki kualitas yang baik, sehingga pemuda Jatiwangi berinovasi dengan memanfaatkan tanah tersebut menjadi sebuah musik.

- Ide Film

  Tema dari film dokumenter ini yaitu musik genteng yang masih belum tersebar luas di masyarakat umum. Tema tersebut tentukan berdasarkan hasil riset lapangan yang sebelumnya sudah dilakukan. Film dokumenter ini bercerita tentang pemuda Jatiwangi yang ingin tetap melestarikan daerahnya sebagai penghasil produk genteng dengan cara berinovasi membuat sebuah karya seni dari material tanah untuk dijadikan sebuah musik, yaitu musik genteng. Bentuk dari film dokumenter ini yaitu penjelasan tentang musik genteng menggunakan narasi dan wawancara serta ditambahkan elemen *footage* video bentuk dan proses pembuatanya.

- *Storyline*

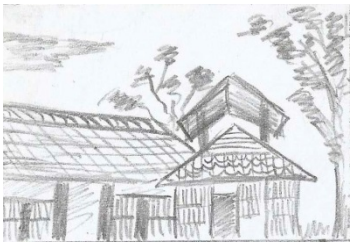
  Storyline merupakan naskah alur cerita dalam bentuk teks. Dalam perancangan informasi musik genteng ini terdiri dari beberapa *scene*.

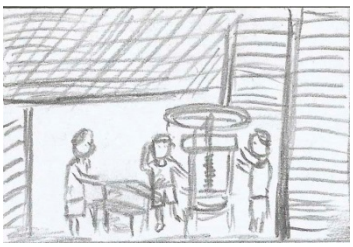
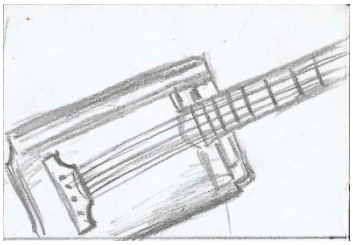
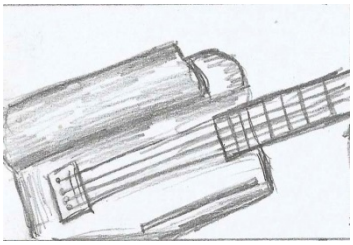
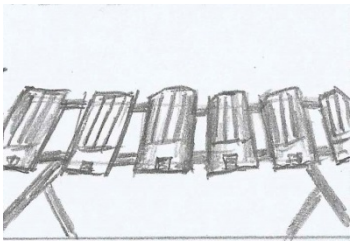
Scene pertama menjelaskan daerah Jatiwangi yang merupakan salah satu penghasil produk genteng terbaik di Indonesia dan menampilkan aktivitas yang ada di pabrik genteng serta menjelaskan pemuda Jatiwangi yang berinovasi membuat musik dari material genteng yang berasal dari tanah liat dan dari situlah musik genteng terlahir, *scene* kedua menampilkan aktivitas yang ada di pabrik genteng, *scene* ketiga menampilkan cuplikan-cuplikan aktivitas pemuda Jatiwangi dalam mengeksplor tanah dan musiknya, *scene* keempat penjelasan tentang musik dari narasumber yang membuat dan memainkan musik genteng, kemudian *scene-scene* berikutnya penjelasan jenis-jenis alat musik genteng dari narasumber ditampilakn dengan *footage* video proses pembuatannya, kemudian *scene* selanjutnya yaitu penjelasan dari pemangat musik dan tanggapan masyarakat terhadap musik genteng, *scene* terakhir permainan musik genteng yang dilakukan grup musik Hanyaterra.

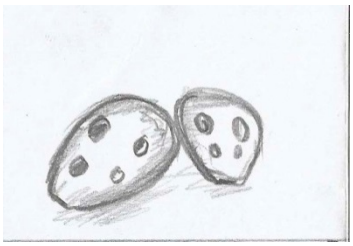
- *Storyboard*

  Storyboard digunakan untuk memudahkan pada saat pengambilan gambar, maka pembuatan *storyboard* sangat diperlukan, dengan menggambar obyek-obyek yang sekiranya akan masuk kedalam bidang kamera nantinya.

Tabel III.3 *Storyboard*
Sumber: Dokumen Pribadi

STORYBOARD INFORMASI MUSIK GENTENG		
SCANE	*BOARD*	KETERANGAN
1.		*Intro / Opening* Pabrik genteng *Angle: Normal Angel* *Shot: Long Shot* Gerakan kamera: *Panning*

2.		Aktifitas di pabrik genteng *Angle: Normal Angel* *Shot: Medium Long Shot* Gerakan kamera: *Framing*
3.		Mengolah tanah *Angle: Normal Angel* *Shot: Medium Shot* Gerakan kamera: *Framing*
4.		Wawancara kepada narasumber *Angle: Normal Angel* *Shot: Close Up* Gerakan kamera: *Framing*
5.		Gitar genteng *Angle: Normal Angel* *Shot: Big Close Up* Gerakan kamera: *Crab Right*
6.		Bass genteng *Angle: Normal Angel* *Shot: Big Close Up* Gerakan kamera: *Crab Right*
7.		Teranika / gamelan genteng *Angle: Hight Angel* *Shot: Close Up* Gerakan kamera: *Framing*

8.		Sada tanah *Angle: Normal Angel* *Shot: Big Close Up* Gerakan kamera: *Arc*
9.		Tambur *Angle: Normal Angel* *Shot: Big Close Up* Gerakan kamera: *Panning*
10.		Okarina / suling tanah *Angle: High Angel* *Shot: Big Close Up* Gerakan kamera: *Framing*
11.		Wawancara pengamat musik *Angle: Normal Angel* *Shot: Medium Shot* Gerakan kamera: *Framing*
12.		Wawancara masyarakat *Angle: Normal Angel* *Shot: Close Up* Gerakan kamera: *Framing*
13.		Perform Hanyaterra *Angle: Normal Angel* *Shot: Long Shot* Gerakan kamera: *Framing*

III.2.8 Strategi Media

III.2.8.1 Media Utama

Media utama yang dibuat dalam perancangan ini yaitu sebuah informasi dalam bentuk film dokumenter. Film dokumenter dipilih karena media ini dapat memberikan informasi berupa visual yang dapat dilihat khalayak dan audio yang dapat didengar, sehingga informasi yang diberikan mudah dipahami dan pesan yang disampaikan secara langsung dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran. Film dokumenter musik genteng dapat ditonton di youtube pada tanggal 8 Agustus 2018. Selain itu, informasi musik genteng dapat diakses di media sosial yaitu instagram dan facebook.

III.2.8.2 Media Pendukung

Media pendukung dibutuhkan untuk membantu media utama sebagai sarana penyebarluasan informasi tentang musik genteng ini. Selain itu, media pendukung berfungsi sebagai sarana mempromosikan media utama untuk mempermudah khalayak dalam mengakses keberadaan informasi tersebut. media pendukung dibagi menjadi dua yaitu media pendukung publikasi sebagai informasi dan media pendukung mercendais sebagai pengingat. Berikut ini adalah media pendukung dari perancangan informasi musik genteng :

1. Media pendukung publikasi
    - *X -banner*

      X-banner dipilih untuk menyampaikan informasi dan sebagai identitas dari sebuah objek dan juga untuk menarik perhatian khalayak serta untuk melihat media utama.
    - Poster

      Poster dipilih sebagai media pendukung, pemilihan poster digunakan untuk menginformasikan sebuah pesan dan untuk menarik perhatian orang yang membacanya. Visual yang baik dapat menarik perhatian khalayak untuk membaca. Poster dapat dibuat secara fisik yaitu dengan dicetak dan nonfisik yang dapat diaplikasikan pada media sosial seperti instagram dan facebook.

- Instagram dan Facebook

  Instagram dan facebook dipilih sebagai media pendukung dalam menyebarkan informasi karena media tersebut merupakan media sosial yang sering digunakan kalangan remaja saat ini. Sehingga sangat tepat dijadikan sebagai media pendukung.

2. Media pendukung mercendais

   - *T-shirt*

     T-shirt dipilih karena media ini digunakan sebagai tanda pengenal atau identitas dari musik genteng, dan secara tidak langsung media ini juga sekaligus dapat mempromosikan film dokumenter yang sudah dibuat.

   - Mug

     Mug merupakan alat yang biasa digunakan untuk minum dan dapat digunakan juga dibawa untuk beraktifitas saat mengerjakan tugas belajar ataupun bekerja di kantor. Desain musik genteng pada mug akan memberikan kesan kepada penggunanya, yaitu sebagai pengingat darimana mug tersebut didapatkan.

   - Stiker

     Stiker dipilih karena media ini berguna sebagai pengingat dan bisa diaplikasikan dimana. Stiker juga secara tidak langsung mempromosikan musik genteng, karena ketika ditempelkan pada sebuah mobil atau motor akan banyak yang melihatnya.

   - Kalung Genteng

     Kalung genteng dipilih karena media ini dipilih karena bentuknya yang unik yaitu sebuah miniatur genteng yang dapat digunakan sebagai aksesoris pribadi yang dipakai dan mudah dibawa kemana-mana.

   - Gelang Genteng

     Gelang merupakan salah satu aksesoris yang melingkar pada pergelangan tangan. Gelang genteng dipilih sebagai media pendukung karena gelang ini bentuknya beda dengan gelang lainnya dan memiliki ciri khas tersendiri.

- Pin Genteng

  Pin genteng merupakan sebuah aksesoris yang berukuran kecil berbahan dasar genteng. Pin genteng dipilih karena bentuknya yang simpel dan unik dan dapat diaplikasikan dimana saja.
- Gantungan Kunci

  Gantungan kunci dipilih karena kegunaanya yaitu untuk aksesoris dan dapat diaplikasikan pada tas, kunci rumah atau kendaraan. Gantungan kunci yang unik dapat berguna sebagai pengingat.
- Okarina / suling tanah

  Okarina / suling tanah merupakan salah satu alat musik genteng yang bentuknya seperti mouse komputer ataupun dengan bentuk lainnya. Pemilihan media ini dipilih karena bentuknya yang kecil yang mudah dibawa kemana-mama serta unik karena terbuat dari tanah liat.

III.2.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan suatu kegiatan untuk memasarkan suatu barang atau jasa hingga dapat menjangkau khalayak sasarannya. Remaja zaman sekarang sangat aktif untuk mencari hal baru salah dari sebuah internet, salah satunya yaitu youtube. Youtube merupakan sebuah situs website yang memberikan informasi berupa video. Informasi musik genteng disebarkan melalui situs tersebut yaitu youtube dan media sosial seperti instagram dan facebook. Dimana saat ini banyak digunakan oleh khalayak sasaran. Penyebaran melalui youtube cukup efektif karena youtube merupakan media publikasi yang dapat diakses semua orang baik yang terdaftar maupun yang tidak dapal menonton video yang sudah tersedia di youtube. Penyebaran media utama yaitu film dokumenter musik genteng akan disebarkan mulai tanggal 8 Agustus 2018, dimana tanggal tersebut bertepatan dengan hari menyambut festival musik keramik yang akan diselenggarakan bulan november yang merupakan sebuah acara bulanan Jatiwangi *Art Factory*. Media utama akan disebarkan melalui youtube dan penyebaran media pendukung dilakukan melalui *event* tertentu yang diselenggarakan di Jatiwangi *Art Factory*.

Tabel III.4 Tabel Distribusi
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Media	Bulan												Tempat	Keterangan
	Agustus				September				Oktober					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Film Dokumenter													Youtube, Instagram, dan Facebook	Media Utama
X-banner													Sekolah, Kampus	Media Pendukung
Poster													Sekolah, Kampus	
T-shirt													Jatiwangi *Art Factory*	
Mug														
Stiker														
Kalung Genteng														
Gelang Genteng														
Pin Genteng														
Gantungan Kunci														
Okarina														

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan perpaduan unsur-unsur dalam sebuah desain, seperti estetika, kreatifitas, komunikatif, untuk menciptakan suatu media komunikasi

yang efektif untuk menarik perhatian khalayak (Rakhmat Supriyono, 2010, h.17). Konsep visual berguna untuk memberikan gambarkan hasil dari objek desain yang sudah dibuat. Konsep visual dalam perancangan informasi musik genteng ini adalah menampilkan tentang musik genteng melalui film dokumenter. Setiap scene pada film akan dijelaskan menggunakan narasi dan wawancara serta teks untuk mempertegas dari informasi yang disampaikan. Setiap penjelasan wawancara akan ditampilkan *footetage* video mulai dari sejarah, material yang digunakan, proses pembuatan, instrumen musik genteng, bentuk, dan sebagainya.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam film dokumenter musik genteng ini yaitu menggunakan format video digital dengan resolusi *full high definition* 1920 x 1080 *pixel*, dengan pebandingan aspek rasio 16:9 dan *frame rate 24 fps*, agar visual yang ditampilkan berkualitas baik dan tajam. Gambar dengan ukuan besar bertujuan agar penerima informasi dapat dengan jelas dan maksimal mencermatinya dan format hasil akhir video menggunakan format file mp4 dengan durasi 20 menit.

III.3.2 Tata Letak

Tata letak merupakan teknik memadukan elemen-elemen komunikasi grafis yang tersusun dan tertata sehingga menjadi sebuah visual yang memiliki estetik, komunikatif, dan menarik. Dalam film dokumenter musik genteng ini menggunakan tata letak dengan teknik *rule of thirds,* dimana visual objek utama yang ditampilkan tidak selalu berada ditengah *frame* kamera. Karena akan mengurangi nilai estetik pada film, sehinnga akan terlihat monoton dan kurang menarik untuk dilihat jika objek utama yang ditampilkan selalu berada ditengah *frame*.



Gambar III.19 *Rule of thirds*
Sumber: Dokumen Pribadi

Dalam film dokumenter musik genteng ini menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar diantaranya *medium close up*, *close up*, *long shot*, dan *big close up*. Beberapa teknik tersebut digunakan untuk mendapatkan hasil gambar yang maksimal dan detail.

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah teknik pemilihan dan penyusunan huruf hingga menjadi sebuah kata atau kalimat. Tifografi suatu elemen sebagai pendukung yang mempertegas dalam sebuah visual dengan tujuan informasi pada visual tersebut bisa tersampaikan kepada khalayak sasaran (Surianto Rustan, 2010, h.12). Pemilihan huruf yang tepat dalam sebuah desain dapat mendukung visual yang ditampilkan akan terlihat lebih jelas dan menarik. Huruf yang dipilih dalam perancangan informasi genteng ini menggunakan 2 jenis huruf yaitu *Dukungan* dan *Latha.*

- Huruf *Dukungan*

  Huruf *Dukungan* merupakan termasuk dalam kategori jenis *Typeface*, dimana huruf ini dirancang sebagai entitas yang memiliki karakteristik dan keunikan serta digunakan sebagai pembeda dengan huruf pada umumnya. Pemilihan huruf *Dukungan* digunakan sebagai judul, alasanya tema yang diangkat dalam perancangan ini merupakan hal yang unik yaitu musik

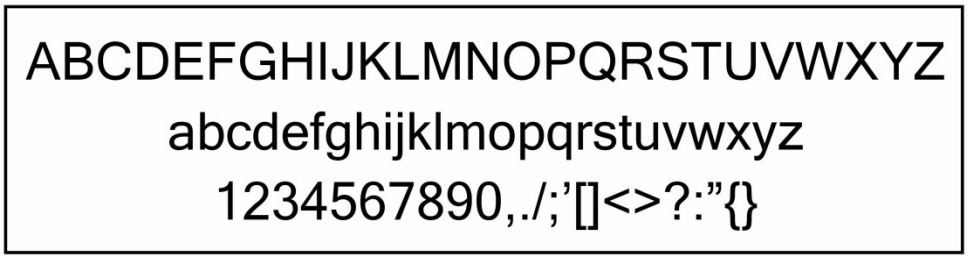
genteng, maka huruf *Dukungan* digunakan sebagai penunjang yang dapat mewakili dari tema tersebut. Untuk sebuah judul pemilihan huruf ini dirasa tepat serta tingkat keterbacaanya masih jelas dan baik. Namun, jika digunakan untuk teks yang panjang kurang efektif karena dapat membuat pembacanya kelelahan. Font ini dibuat oleh Adien Gunarta dan dapat di *download* secara gratis di *dafont.com.*



Gambar III.20 Huruf *Dukungan*
Sumber: Dokumen Pribadi

- Huruf *Latha*

  Huruf *Latha* merupakan jenis huruf *sans serif* yang memiliki ciri tidak memiliki sirip dibagian atas dan bawahnya. Pemilihan huruf *latha* digunakan untuk *body text*, alasanya karena huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dan baik. Jadi untuk teks yang panjang huruf ini sangat tepat digunakan untuk dibaca. Pencipta dari huruf tersebut yaitu Manju Latha Kalanidhi dan huruf ini sudah tersedia di *Microsoft*.



Gambar III.21 Huruf *Latha*
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.4 Warna

Salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian adalah warna. Warna dalam sebuah video merupakan suatu unsur penting sebagai estetika, simbol, filosofis, maupun teknis. Manfaat warna dalam suatu video

menciptakan nuansa dan suasana serta memberikan penekanan pada setiap adegan. Warna dalam film dokumenter musik genteng tidak diubah dengan menggunakan *color grading* agar lebih alami. Karena dalam film ini lebih menampilkan realitas yang ada.



Gambar III.22 Warna Film Dokumenter
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.5 Audio

Audio / suara pada film merupakan unsur bahasa film yang berfungsi sebagai sarana untuk mempertegas atau memperkuat informasi yang disampaikan melalui gambar (Anton Mabruri, 2013, h.14). Konsep suara dalam sebuah film berfungsi sebagai penunjang untuk memperkuat mood, nuansa, dan suasana penonton dalam mengikuti alur cerita yang disajikan.

- *Voice over* merupakan suara dari narasi yang direkam dan biasa digunakan dalam film dokumenter untuk menjelaskan sebuah informasi.
- Musik adalah salah satu elemen yang penting dalam sebuah film. Musik dalam sebuah film digunakan untuk menaikan atau menurunkan emosi penonton, sesuai dengan kebutuhan cerita. Pada film dokumenter ini menggunakan lagu musik genteng grup band Hanyaterra sebagai

background musik. Lagu yang dipilih yaitu hulu hilir, hanya tanah, dan *hidden sound* yang merupakan instrumen dari musik genteng.