BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah suatu bagian yang digunakan dalam strategi perancangan dalam menyampaikan suatu pesan. Khalayak sasaran yang digunakan dalam perancangan media informasi ini sebagai berikut:

III.1.1 Demografis

Segmentasi Demografis, ditujukan kepada remaja tingkat SMA sampai dengan tingkat mahasiswa karena pada masa itu mereka sedang menikmati masa-masa dimana mereka sangat bergantung kepada media informasi berupa video atau gambar

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.
Umur : 17 tahun s/d 22 tahun.
Pendidikan : SMA/SMK dan perguruan tinggi.
Status Ekonomi : Menengah, menengah ke atas.
Wilayah : Kota/kabupaten Bandung.

III.1.2 Geografis

Segmentasi geografis dari perancangan ini adalah kota Bandung dan kabupaten Bandung. Karena alat musik Calempung merupakan salah satu alat musik asal Jawa Barat dan Bandung merupakan salah satu kota atau kabupaten yang mendiami provinsi Jawa Barat. Jadi sasaran dari perancangan ini adalah masyarakat yang mendiami daerah Kota atau kabupaten Bandung.

III.1.3 Psikografis

Dalam psikografis ini remaja mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- Pada masa remaja mereka mempunyai rasa tanggung jawab pada dirinya.
- Mempunyai kepedulian yang cukup tinggi.
- Rasa ingin tahu yang lebih.
- Mulai bisa mempresentasikan sendiri makna-makana yang di dapat.

Jadi dapat disimpulkan usia remaja merupakan usia yang sudah mulai matang dan mampu menyerap informasi dan memberi informasi kepada orang disekitarnya.

III.1.4 *Consumer Insight*

Consumer Insight adalah proses mengidentifikasi semua tentang konsumen yang di lakukan secara mendalam entah itu dari segi geografis, latar belakang, ataupun berbagai faktor yang mempengaruhi khalayak sasaran itu sendiri. Dalam perancangan media informasi film dokumenter alat musik Calempung target khalayak sasaran adalah remaja sebagai berikut:

- Mempunyai rasa tanggung jawab besar.
- Menyukai hal baru.
- Rasa ingin tahu yang besar.
- Dan mempunyai kepedulian terhadap apapun.

III.1.5 *Consumer Journey*

Consumer journey adalah suatu kegiatan yang dicatat mulai dari awal kegiatan sampai dengan tujuan akhir kegiatan. Oleh karena itu di butuhkan *consumer journey* yang tempat untuk menyampaikan ide, gagasan dan pesan yang di sampaikan dapat mudah dimengerti oleh target Khalayak sasaran. Berikut ini merupakan tabel *consumer journey* yang dilakukan target Khalayak sasaran (remaja umur 18-22 tahun):

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***
06.00	Bangun Tidur	Tempat Tidur	Melihat jam, HP, Medsos
06.00-06.30	Persiapan, Mandi,	Kamar Mandi,	Pintu, Alat Mandi, Alat Sekolah atau peralatan kuliah.
06.30-07.00	Perjalanan	Jalan	Motor, Sepeda, Baliho, poster

Tabel Lanjutan *Consumer Journey*

Waktu	**Kegiatan**	**Tempat**	***Point of Contact***
07.00-12.00	Belajar	Sekolah atau kampus	Papan tulis, Jam dinding, Buku, Alat Tulis, Meja
12.00-13.00	Istirahat, Sholat, Makan Ngobrol bareng temen	Kantin, Masjid, koridor sekolah/kampus	HP, Alat makan, Perlengkapan Sholat
13.00	Masuk Kelas	Kelas, Sekolah, kampus	Papan tulis, Jam dinding, Buku, Alat Tulis, Meja
13.00-15.00	Belajar	Kelas	Papan tulis, Jam dinding, Buku, Alat tulis
15.00	Pulang	Sekolah, kampus	Motor , sepeda, HP, Baliho, poster
15.00-17.00	Main	Rumah, Jalan, Rumah Makan, tempat nongkrong, warung	Hp, Motor, Komputer, Alat Makan, laptop
17.00-18.00	Pulang, Istirahat, Mandi	Rumah, Kamar Mandi, kamar pripadi	Alat mandi, Kursi, Kasur
18.00-19.00	Istirahat, Sholat	Rumah	Alat Sholat, HP
19.00-19.30	Makan Malam	Dapur, Ruang Tengah, kamar, rumah makan	Alat Makan, HP
19.30-22.00	Nonton TV, Main Hp, Main Game	Kamar, Ruang Tengah	HP, Komputer, Tv, Laptop
22.00-06.00	Tidur	Kamar	Perlengkapan Tidur

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan proses penyampaian ide, gagasan ataupun pesan dalam sebuah perancangan, maka dari itu tahap dalam penyampaian pesan tentang alat musik Calempung akan membuat media film dokumenter yang bertujuan untuk memberi tahu target khalayak sasaran tentang alat musik Calempung. Strategi

perancangan ini diharapkan dapat dimengerti dengan baik oleh target khalayak sasaran.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari film dokumenter ini bertujuan untuk mengenalkan kembali alat musik Tradisonal Calempung, yang keberadaannya hanya diketahui oleh beberapa daerah di Jawa Barat dikarenakan tergesernya oleh alat musik modern. Tujuannya agar warisan yang telah diturunkan secara turun temurun oleh leluhur orang Sunda untuk dirawat dan dilestarikan, sehinga dapat bertahan dan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan yang baik dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran maka diperlukan pendekatan komunikasi. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan informasi ini adalah pendekatan budaya, khususnya budaya Sunda dengan mengetengahkan Calempung tradisional dalam konteks modern.

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Menggunakan Bahasa Indonesia (85%), bahasa Sunda (10%), bahasa Inggris (5%) dan penyampaiannya secara langsung ke tujuan utama. Bahasa Sunda digunakan karena wawancara dilakukan dengan budayawan yang berasal dari suku Sunda. Sedangkan bahasa inggris digunakan dalam judul film yang bertujuan untuk menarik perhatian lebih khalayak sasaran selain itu bahasa ingris merupakan bahasa yang mungkin pada zaman sekarang merupakan bahasa yang modern/keren untuk kalangan remaja. Mengapa banyak menggunakan Bahasa Indonesia karena dalam lingkup masyarakat, masih banyak orang Jawa Barat yang belum terbiasa dengan bahasa Sunda. Agar tidak *miss communication* kami menggunakan Bahasa Indonesia yang formal agar masyarakat memahami dengan jelas dan menanggapinya dengan baik.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Berdasarkan tema pada perancangan ini pendekatan visual yang digunakan banyak meliputi adegan pembahasan tentang Calempung yang di jelaskan oleh beberapa narasumber. Hal tersebut bertujuan untuk memperlihatkan kejelasan penyampaian informasi realita Calempung pada jaman dahulu yang sering digunakan oleh para petani sebagai alat pengusir hama atau masyarakat setempat yang menggunakannya untuk media hiburan. Adapun penambahan mengenai Calempung pada zaman sekarang yang dikolaborasikan dengan alat musik lainnya seperti SPD, Kendang, Trompet, Djembe, dan Tam-tam. Hal tersebut bertujuan ingin menunjukan kekayaan dan inovasi kreasi pada alat musik Calempung sebagai film dokumenter ini. Selain itu elemen visual dan teknik pengambilan gambar yang menarik dan nyaman untuk dilihat ditambahkan yang bertujuan untuk mendukung sebuah film dokumenter. Visual diarahkan kepada sebuah realita penjelasan Calempung zaman sekarang dan Calampung zaman dahulu yang berkesan sangat sederhana dan apa adanya. Pengambilan sudut kamera (*angel camera*) yang menarik seperti *low angel, clos up, extreme close up, long shoot, high angel* dan *moving shoot.* Yang akan memberikan kesan *sinematic* dan tidak membosankan pada film dokumenter tersebut.

III.2.3 *Mandatory*



Gambar III.1 Pemkot Bandung Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Sumber: (Diakses pada 2007)

Mandatory merupakan pihak yang membantu mempublikasikan dan membantu dalam pencarian data. Dalam perancangan film dokumenter alat musik tradisonal Calempung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kota Bandung selalu membuat acara hari musik nasional yang bertepat tanggal 9 Maret yang telah disusun pada tahun 2003. maka dari itu peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sangat berperan penting dalam mempublikasikan dan mengangkat kembali alat musik tradisional Calempung dalam film dokumenter ini.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang di sampaikan adalah untuk mengajak orang-orang termasuk orang Sunda agar mengetahui dan melestarikan alat musik tradisional Jawa Barat agar selalu diketahui oleh semua orang dan tidak melupakan salah satu budaya yang telah diwariskan oleh leluhur orang Sunda yang telah diwariskan secara turun menurun. Selain itu, materi pesan dalam video dokumenter tersebut terdapat informasi serta tujuan yang berkenaan sebagai berikut:

- Mengingatkan khalayak sasaran atau masyarakat tentang keunikan suara alat musik Calempung.
- Memberikan informasi tentang fungsi alat musik Calempung dalam keseharian masyarakat Sunda.
- Alat musik Calempung dibuat dari seruas bambu dan menghasilkan suara dari badannya sendiri.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya Bahasa yang digunakan menggunakan gaya bahasa denotatif dan bersifat naratif yaitu gaya bahasa yang disampaikan memang sesuai dengan pengertian yang dikandung oleh makna kata tersebut secara mengurut. Bahasa yang digunakan adalah bahasa yang formal yaitu Bahasa Indonesia akan tetapi dalam perancangan film dokumenter ini Bahasa Sunda juga ikut digunakan di beberapa *scene*. Selain kudua bahasa tersebut penggunaan bahasa inggris pun digunkan di judul film ini karena bahasa tersebut sedang eksis di kalangan target khalayak sasaran Ketiga bahasa tersebut digunakan karena ingin menunjukan sebuah kekayaan bahasa agar tidak menghilangkan identitas-identitas bahasa yang digunakan.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan salah satu strategi yang akan menarik perhatian khalayak sasaran untuk menikmati dan ingin melihatnya. Berikut ini adalah beberapa tahap Strategi kreatif yang digunakan:

- ***Attention***

Attention merupakan salah satu tahap awal yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak sasaran untuk menonton film dokumenter ini. Menggunakan media bantuan seperti *video tralier*, poster dan spanduk yang bertujuan menarik perhatian target khalayak sasaran dan bertanya-tanya akan media tersebut.

- ***Interest***

Tahap *interest* menarik perhatian lebih kepada khalayak sasaran untuk lebih tertarik lagi melihat film dokumenter yang akan ditayangkan. Pada tahap ini media yang di gunakan menggunakan poster dan baliho berukuran besar dengan desain memberi tahu acara yang akan diselenggarakan seperti tempat, hari, jam dan beberapa hadiah yang akan menarik perhatian lebih target khalayak sasaran.

- ***Search***

Tahap selanjutnya adalah *search* membuat orang lebih tertarik dan mencari beberapa info untuk mengikuti atau menonton film documenter alat musik tradisional yang akan diputar. Dalam tahap ini media yang digunakan adalah *social media* seperti *Instagram* dan *Facebook* yang bertujuan memudahkan target khalayak sasaran untuk mencari informasi tentang acara yang akan diselenggarakan

- ***Action***

Dalam tahap ini informasi yang terdapat dalam film dokumenter ini akan di berikan memalui acara *screening* film yang di selenggarakan pada 8 September 2018 berbarengan dengan acara hari musik nasional.

- ***Share***

Tahap *share* merupakan tahap dimana pemberian informasi akan di perjelas oleh beberapa narasumber yang mengikuti acara *screening* film yang di selenggarakan pada tanggal 8 September 2018. Setelah pemberian informasi di acara film dokumenter akan di *upload* di *youtube* bertujuan memberikan informasi untuk yang tidak mengikuti acara.

III.2.6.1 *Storyline*

Menurut Muslimin (2018) *Storyline* adalah garis besar pada cerita. Jika digambarkan bisa menjadi susunan cerita yang saling terhubung dan ada keterangan-keterangan yang diperlukan, seperti pengenalan narasumber, harmoni, dan keterangan lain yang dibutuhkan untuk menandai sebuah alur cerita. (h.42)

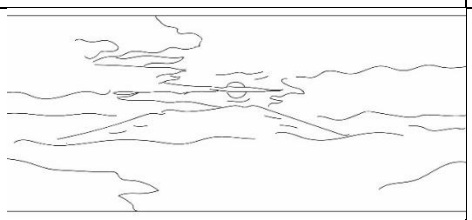
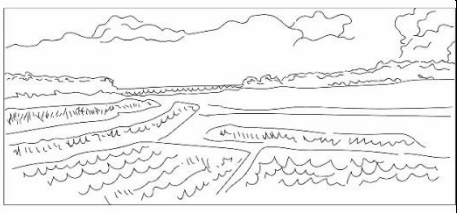
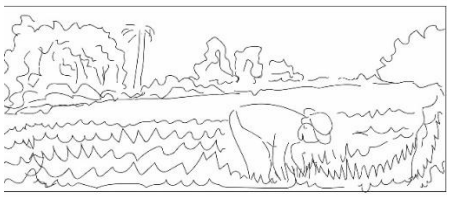
Tabel III.2 Tabel *Stoyline*
Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Scene	Naskah/Cerita	Pengambilan Gambar
1	Matahari terbit menandakan hari telah berganti yang bertujuan membawa kesan kepada Calempung yang ingin sepetir matahari terbit	*Long Shot* (Matahari Terbit)
2	Memperlihatkan sawah yang ada di salah satu desa di Jawa Barat	*Long Shot, High Angel* (Pesawahan)
3	Memperlihatkan Keseharian Petani Saat di ladang	*Medium Shot* (Aktivitas pesawahan)
4	Memunculkan logo/ tulisan dengan judul "The Story Of Calempung"	*Medium Shot* (Aktivitas pesawahan)
5	Wawancara dengan narasumber dan memperlihatkan beberapa tahap pembuatan Calempung	Medium Shot, Close up, Extreme Close up
6	Wawancara dengan narasumber ke dua dengan memperlihatkan permainan Calempung yang dikolaborasikan dengan alat musik Tradisonal lainnya.	*Slanted Shot, Medium Shot, Close up,* (Wawancara Narasumber)
7	Wawancara dengan narasumber ke tiga dengan mengangkat beberapa keunikan suara yang terdapat dalam alat musik Calempung	*Close up, Slanted Shot* (Wawancara Narasumber)

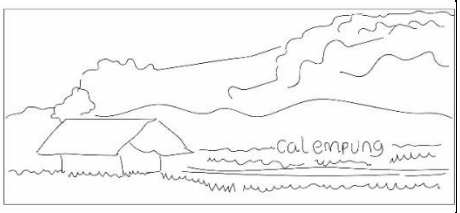
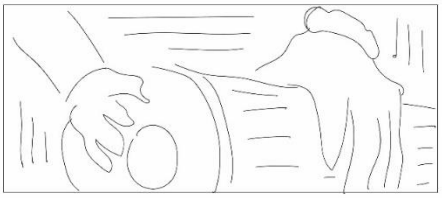
III.2.6.2 *Storyboard*

Storyboard merupakan sebuah kumpulan sketsa yang disusun mengikuti alur cerita yang dibuat dalam naskah atau *Storyline*. *Storyboard* sendiri merupakan salah satu tahap yang memudahkan orang untuk pengambilan gambar pada tahap *shooting*, selain mempermudah orang pada tahap *shooting*. *Storyboard* juga dibuat untuk memudahkan orang untuk menyampaikan ide atau pesan yang ingin disampaikan. Berikut ini *storyboard* dari film dokumenter alat musik Calempung :

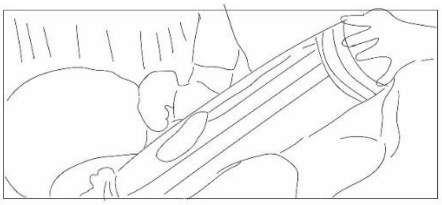
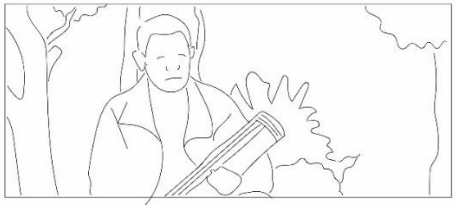
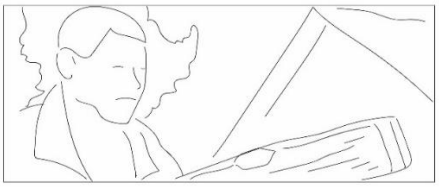
Tabel III.3 *Storyboard*
Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Scene	Sequence	Gambar	Teknik Pengambilan Gambar	Musik (sound)
1	1		*Long Shot* (Matahari Terbbit)	Musik Permainan Karinding dan Calempung
	2		*Long Shot, High Angel* (Pesawahan)	Musik Permainan Karinding dan Calempung
	3		*Medium Shot* (Aktivitas pesawahan)	Musik Permainan Karinding dan Calempung

Tabel lanjutan *Storyboard*

	4		*Medium Shot* (Aktivitas pesawahan)	Musik Permainan Karinding dan Calempung
2	1		*Medium Shot, Close up, Extreme Close up* (Wawancara Narasumber)	Musik Permainan Calempung dari narasumber sebagai *back sound* narasi narasumber
	2		*Extreme Close up (Aktivitas pembuatan* Calempung)	Musik Permainan Calempung dari narasumber sebagai *back sound* narasi narasumber
3	1		(Wawancara Narasumber)	Musik Permainan Calempung dari narasumber sebagai *back sound* narasi narasumber

Tabel lanjutan *Storyboard*

	2		*Eye Level* (Permainan Calempung)	Musik Permainan Calempung dari narasumber sebagai *back sound* narasi narasumber
4	1		*Close up*, (Wawancara Narasumber)	Musik permainan Celempung
	2		*Slanted Shot* (Wawancara Narasumber)	Musik permainan Celempung
5	1	*Credit Title (Ending)*		Musik permainan Celempung

III.2.7 Strategi Media

Media adalah salah satu sarana untuk memberikan suatu pesan atau informasi yang ingin disampaikan ke target sasaran. Setiap media mempunyai kekurangan dan keterbatasan entah itu dalam waktu ataupun biaya yang dianggarkan. Dalam penyampaian informasi kepada target sasaran dan tetap mengacu kepada tujuan perancangan, maka dari itu diperlukan media yang sangat mendukung agar informasi atau pesan lebih mudah dipahami.

Pemilihan media sangat berguna karena dengan adanya pemilihan media membatasi media yang digunakan dalam perancangan informasi alat musik Calempung agar tidak terlalu luas dan dapat dimengerti oleh khalayak sasaran. Maka pemilihan media yang akan digunakan harus sesuai agar pesannya dapat disampaikan dengan baik.

Media utama yang digunakan adalah film dokumenter menjelaskan secara detail tentang alat musik tradisional Jawa Barat yang bernama Calempung dari mulai asal usul, pembuatan sampai dengan perkembangan dengan durasi film yang lumayan cukup panjang. Dalam media utama film dokumenter yang akan ditampilkan ada beberapa narasumber yang bertujuan untuk memberikan informasi atau pesan secara fakta.

Adapun media pendukung yang digunakan dalam perancangan film dokumenter alat musik Calempung yaitu dengan menampilkan film dokumenter ini di acara hari musik nasional pada tangal 9 Maret 2019 yang bertemakan alat musik Tradisional Calempung yang bertempat di Taman Budaya Dago Tea House Jalan Bukit Dago Selatan No. 53 A. Dalam acara tersebut beberapa seniman dan walikota pun ikut serta untuk mengikuti acara musik Tradisional Calempung. Pada acara tersebut beberapa *merchandise*, akan dibagikan kepada pengunjung yang bertujuan untuk mempromosikan atau ikut melestarikan alat musik Tradisional Calempung. Dengan syarat menjadi 100 orang pertama yang hadir. Adapun media pendukung dan *merchandise* sebagai berikut:

A. Media Pendukung

Media pendukung merupakan salah satu yang berperan penting dalam menunjang media utama. Media pendukung yang digunakan sebagai berikut:

- Label CD

Label Cd merupakan salah satu media yang membedakan antara CD satu dengan Cd lainnya label CD.

- Cover CD

Cover CD merupakan sebuah kemasan atau produk yang berfungsi sebagai pelindung CD

- Spanduk

Spanduk merupakan salah satu media kain yang berisi slogan atau judul yang sering dilihat oleh orang lain karena ukurannya yang lumayan besar. Spanduk juga sangat berpengaruh kepada ketertarikan khalayak sasaran pada film dokumenter ini.

- Poster

Poster adalah media publikasi yang bertujuan untuk mengajak atau membujuk masyarakat untuk ikut serta dalam acara screening film ini.

- *X-banner*

X-banner merupakan salah satu media promosi yang umumnya berbentuk portrait yang membatu dalam mempromosikan film dokumenter ini.

- Baliho

Baliho merupakan media yang mempunyai unsur yang memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat. Media baliho di gunakan dalam penyampaian tempat, pengisi acara, dan tanggal acara *screening* film dimulai.

- *Ambient* Media

Ambient media merupakan salah satu media pendukung yang menghiasi sudut pada layar *background screening* film.

- Media *Instagram*

Instgram merupakan salah satu media online yang bertujuan untuk memberikan informasi secara mudah tentang acara atau tentang alat musik Calempung.

- Media *Facebook*

Facebook merupakan salah satu media *online* yang di gunakan untuk memberi tahu semua tentang acara atau alat musik Calempung.

- Media *YouTube*

YouTube merupakan salah satu media publikasi online yang digunakan dalam penyebaran film dokumenter ini dan berharap dapat dinikmati masyarakat lokal ataupun interlokal.

- *Video tralier*

Video tralier merupakan potongan-potongan film yang disusun secara menarik bertujuan untuk menarik perhati khalayak sasaran untuk menonton film ini.

B. Media *Gimmick*

Media *Gimmick* yang digunakan untuk menunjang media utama dan media pendukung adalah sebagai berikut:

- Baju

Merupakan salah satu media Gimick yang akan diberikan kepada yang mengikuti kuis didalam acara. Yang bertujuan sebagai media publikasi yang akan selalu diingat dan dipakai.

- *Tote Bag*

Tote bag merupakan salah satu media kemasan yang membukus beberapa gimick seperti baju, gelas, dan tempat pensil yang di berikan kepada target khalayak sasaran.

- Pin

Pin merupakan media yang diberikan pada awal acara sebagai bentuk apresiasi.

- Stiker

Stiker media gimick yang diberikan kepada pengunjung pada awal acara sebagai bentuk apresasi pada film dokumenter ini

- Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan media gimick yang diberikan kepada target khalayak sasaran sebagai bentuk apresiasi yang bertujuan sebagai media pengingat.

- Gelas

Gelas merupakan media hadiah yang bertujuan sebagai bentuk apresiasi yang berharap menjadi suatu pengingat film dokumenter ini.

- Tempat Pensil

Tempat pensil merupakan media hadiah yang bertujuan sebagai bentuk apresiasi yang berharap menjadi suatu pengingat film dokumenter ini.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran

Strategi penyebaran dilakukan pada bulan Januari sampai bulan Maret. Penyebaran pertama dilakukan pada awal bulan januari yang bertujuan untuk memancing masa yang banyak karena telah melewati masa tahun baru. Acara di lakukan pada tanggal 9 Maret 2019 dimana tanggal 9 maret merupakan hari musik nasional yang telah dibuat oleh pemerintah. Berikut tabel distribusi penyebaran film dokumenter ini:

Tabel III. 4 Strategi Distribusi dan waktu Penyebaran
Sumber: Dokumentadi Pribadi (2017)

Attention	Januari 2019					Februari 2019					9 Maret 2019					Penempatan Media
Trailer Film								■	■							Media sosial seperti youtube, instagram dan facebook
Poster 1				■	■											Dibeberapa sekolah dan kampus yang ada di Bandung dan jalan.
Spanduk 1					■	■	■									Dibeberapa tempat yang ramai dilalui orang
Interest																
Poster 2							■	■								Dibeberapa tempat yang ramai dilalui orang
Baligho								■	■							Di tengah kota yang sering dilaui banyak orang, depan lampu merah
Search																
Instagram					■	■	■	■		■						Media Social
Facebook					■	■	■	■		■						Media Social
Action																
Spanduk 2											■					Taman budaya dago Teahouse
X-baner											■					Taman budaya dago Teahouse
Ambient Media											■					Taman budaya dago Teahouse
Sign Sistem											■					Taman budaya dago Teahouse
Gimick											■					Taman budaya dago Teahouse
ToteBag											■					Taman budaya dago Teahouse
Baju											■					Taman budaya dago Teahouse
Share																
Screaning											■					Taman budaya dago Teahouse
Youtube														■		Media internet Youtube

III.2.9 Konsep Visual

Konsep visual yang di gunakan dalam pembuatan film dokumenter ini menggunakan beberapa elemen berupa teknik pengambilan gambar, tata suara seperti musik dan elemen-elemen pendukung seperti fotografi, tipografi dan transisi agar penyampai informasi pada film dokumenter ini tidak terkesan monoton atau bosan untuk dilihat dan menarik perhatian target khalayak sasaran dan mudah dimengerti.

III.2.9.1 Tata Suara

Proses tata suara atau perekaman pada film dokumenter dilakukan secara langsung dengan bantuan media perekam yang bertujuan untuk memperjelas suara yang dibicarakan oleh narasumber. Adapun Bahasa yang di gunakan dalam perekaman ini Bahasa Indonesia dan Bahasa sunda karena dalam film dokumenter ini beberapa *scene* ingin tetap memperlihatkan karakteristik Bahasa sunda.

III.2.9.2 Musik

Adapun pemberian *back sound* atau musik dikarenakan musik merupakan salah satu elemen penting yang mendukung dan memperkuat *mood*, nuansa, serta suasana sebuah film yang ditampilkan. Musik pun terbagi menjadi dua dalam pembuatan film dokumenter alat musik tradisional Calempung ada musik *back sound* yang mengiringi aksi selama film dokumenter berjalan adapun musik *live* atau musik yang dimainkan secara langsung oleh beberapa narasumber dalam film dokumenter ini. Berikut adalah musik yang di gunakan dalam film dokumenter ini:

- Panglayang Ka Bhuwana - Pitonan karinding, Calempung, Suling.
- Permainan Calempung Endang Sugriwa atau Abah Olot (narasumber).
- Permainan Calempung kontemporer M Fajar Nurikhsan atau Jarwo (narasumber).
- Calempungan Getra Wiwitan – Mojang Priangan.
-

III.2.9.3 Teknik Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar yang digunakan dalam pembuatan film dokumenter ini menggunakan beberapa teknik sudut pengambilan gambar yaitu:

- *Eye level*

  Sudut pengambil gambar sejajar dengan objek.
- *High angel*

  Sudut pengambilan gambar dari atas objek.
- *Slanted*

  Sudut pengambilan gambar ini merupakan perekam dengan sudut tidak frontal dari depan atau frontal dari samping objek, melainkan dari sudut 45 dari objek.
- *Extreme Close Up*

  Sudut pengambilan gambar sangat dekat sekali, sampai memperlihatkan detail suatu objek secara jelas.
- *Close up*

  Sudut Pengambilan gambar dari tepat atas kepala sampai bawah leher untuk memberi gambaran objek secara jelas.
- *One shot*

  Sudut pengambilan gambar satu objek. Memperlihatkan seseorang dalam *in frame*
- *Long shot*

  Pengambilan gambar melebihi *full shot.* Menujukan objek dengan latar belakangnya

  .

III.2.9.4 Format Desain

Software	: Vegas Pro 15
Frame Size	: 1080 x 720 *pixel*
Frame Rate	: 50 fps
Channel	: RGB
Pixel Aspect Ratio	: *Square Pixel* (1.0)
Format *Video*	: MP4 *File* (mp4)
Durasi	: 00:22:00 detik

III.2.9.5 *Layout*

Tata letak yang digunakan dalam perancangan film dolumenter meliputi beberapa penempatan grafis seperti *foreground, background, text, dan* Objek tabahan yang bertujuan Memberikan kesan sinematik dan kesederhanaan yang ditimbulkan

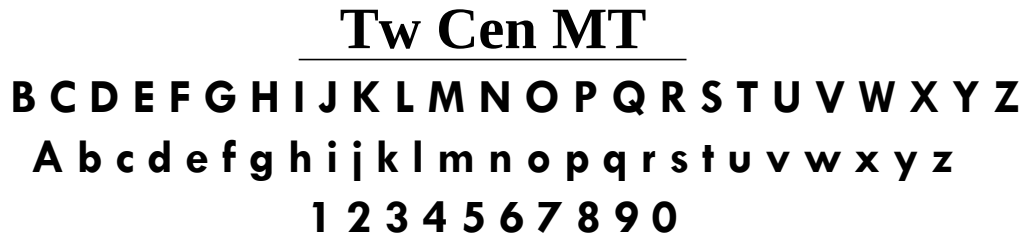
dalam film dokumenter alat musik Calempung, memberikan penegasan dengan menggunakan teks dibawah video agar mudah di mengerti oleh khalayak sasaran.



Gambar III.3 *Layout*
Sumber Dokumen Pribadi (2018)

III.2.9.6 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu teknik penataan huruf yang disusun menjadi komposisi yang tepat dan menarik sehingga mempermudah orang yang melihat atau membacanya. Penggunaan jenis tipografi lebih diarahkan kepada kesan sederhana, mudah dibaca dan mempunyai unsur yang sederhana. Sama seperti alat musik Calempung yang mempunyai bentuk sederhana sehingga kesan sinematik yang sederhana pada film tersebut muncul. Selain memunculkan kesan sinematik tipografi yang digunakan pun bertujuan untuk tidak melelahkan mata khalayak sasaran.



Gambar III.4 Tipografi Tw Cen MT

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Font Tw Cen MT merupakan font jenis san serif salah satu font yang di buat oleh Agfa Monotype dan bisa di *download* secara gratis di sebuah web yang bernama *Dafont*.



Gambar III.5 Tipografi *Painted Paradise*

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Font *Painted Paradise* merupakan font jenis *Script* salah satu font yang di *upload* oleh BLKBK sebagai *font demo*.

III.2.9.7 Penokohan dan Latar Tempat

Menggambarkan suasana pesawahan dan perkampungan yang bertujuan untuk memperkuat penokohan dan memberikan kesan sederhanaan masyarakat Sund

- **Suasana Pesawahan**

  Suasana pesawahaan Cicalengka Jawa Barat



Gambar III.6 Suasana Pesawahan

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Di lanjut pengambilan gambar dari kediaman narasumber dengan keadaan narasumber seadanya. Berikut beberapa tokoh yang akan menjelaskan tentang alat musik Calempung:

1. **Endang Sugriwa (Abah Olot)**

   Seorang seniman pengrajin Calempung yang sekarang masih konsisten di bidangnya Bah Olot mempunyai sanggar yang bernama sanggar giri kerenceng.



Gambar III.6 Abah Olot (Narasumber)

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

2. Muhamad Ikhsan (Jarwo)

Seniman penabuh atau seniman musik kontemporer Jarwo juga merupakan salah satu guru/ pendiri komunitas perkusi di Bandung yang bernama USBP.



Gambar III.7 Jarwo (Narasumber)

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

3. Asep Nata

Asep Nata merupakan dosen Etnomusikolog di salah satu universitas di Bandung Asep Nata juga merupakan pembuat alat musik karinding toel selain karinding toel yang tebuat dari bambu dan kartu sim card hand phone Asep nata merupakan pembuat alat musik yang terbuat dari pelok buah mangga dan alat musik tersebut diberi nama oleh beliau adalah plok song.



Gambar III.8 Asep Nata (Narasumber)

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

III.2.9.8 Warna

Tema warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah warna–warna gelap yang terdapat pada alat musik Calempung. Warna-warna ini terkesan elegan, misterius dan atraktif. Yang menimbulkan kesan klasik pada film dokumenter ini. Selain memberikan kesan klasik warna yang dipilih pun bertujuan memberikan suasana yang membawa kita pada zaman dahulu.



Gambar III.9 Warna

Sumber Dokumen Pribadi (2018)

Menurut Darwis Triadi (2014) seorang fotografer terkenal dalam bukunya "Color vision" mengungkapkan bahwa: "Warna dapat menciptakan keselarasan dalam hidup. Dengan warna bisa menciptakan suasana teduh dan damai. Dengan warna pula kita bisa menciptakan keberingasan dan kekacauan." Maka dari itu, warna tersebut digunakan untuk membawa pesan yang bisa tersampaikan dengan jelas pada sebuah Film dokumenter tersebut.

III.2.9.9 Audio

Audio yang digunakan dalam perancangan film dokumenter dibagi menjadi dua bagian sebagai berikut:

A. Audio yang dikeluarkan oleh narasumber yang menjadi pesan utama yang akan disampaikan.
B. Audio *back sound* merupakan salah satu audio yang menjadi pendukung dari audio pertama.
C. Audio musik merupakan salah satu audio yang menjadi pendukung dari audio-audio sebelumnya musik yang digunakan dalam film dokumenter ini menggunakan musi bawaan dari setiap narasumber namun ada beberapa musik pendukung seperti

musik permainan Karinding dan Calempung, musik Tradisional, dan musik permainan Calempung. Berikut adalah musik yang digunakan dalam pembuatan film dokumenter ini:

- Panglayang Ka Bhuwana - Pitonan karinding, Calempung, Suling.
- Permainan Calempung endang sugriwa atau abah olot (narasumber).
- Permainan Calempung kontemporer M Fajar Nurikhsan atau Jarwo (narasumber).
- Calempungan Getra Wiwitan – Mojang Priangan.

Kedua audio tersebut pun dibuat seperti menyatu agar kesan pada film tersebut lebih bisa diresapi oleh khalayak sasaran.