BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Segmentasi bertujuan untuk memfasilitasi pemasaran dalam desain strategi. Di segmen pasar ada individu, kelompok dan organisasi yang memiliki karakteristik serupa. Strategi segmentasi dibagi menjadi tiga bidang, yaitu demografi, psikografi dan geografi (Lee & Johnson, 2007, h.50).

Sasaran perancangan bertujuan kepada dewasa di Kota Garut secara khusus dan dewasa di Indonesia secara umum yang berindikasi berdasarkan segmentasi, *consumer insight* dan *consumer journey.*

III.1.2 Segmentasi

Demografis

- Jenis kelamin : Dewasa Awal laki laki dan perempuan.
- Usia : 20 sampai 35 tahun.
- Ekonomi sosial : Semua kalangan.
- Pendidikan : Tingkat mahasiswa dan pekerja.

Alasan memilih dewasa menjadi khalayak sasaran karena agar tahu bawha komunitas tak selalu dikaitkan dengan hobi yang sama melainkan biasa menjadi atau merubah karakter masa depan anak-anak dengan berbekalan pendidikan yang bagus dan bisa menjadi contoh untuk meneruskan pendidikan yang bagus di setiap kampung halamannya

Geografis

Dari segi geografis khalayak sasaran adalah daerah Jawa Barat yang khususnya di wilayah Kabupaten Garut dan meliputi orang – orang dewasa di seluruh wilayah Indonesia untuk membantu memajukan wilayahnya dengan pendidikan non regular.

Psikografis

Hurlock (1996) menunjukkan bahwa masa dewasa awal adalah masa transisi antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada periode ini dewasa awal mengalami perubahan penampilan, fungsi tubuh, sikap, minat, dan perilaku terhadap sosial. Mereka bukan seperta anak-anak yang tidak mengerti dunia sosial yang tidak diinginkan. Jadi dalam hal psikografis mengikuti lingkungan sosial dan gaya hidup target audiens.

III.1.3 *Consumer Insight*

Hasil data yang didapat mengenai latar belakang tindakan, khalayak sasaran yang dituju adalah Dewasa yang sifat kebiasaannya mulai mencari tahu informasi tentang Komunitas Ngejah. Berikut *consumer insight* dari khalayak sasaran:

- Adanya keingintahuan tentang Komunitas Ngejah.
- Memiliki aktifitas dijejaring sosial dan media elektronik untuk memperoleh informasi.

III.1.4 *Consumer Journey*

Dalam menentukan dan mengirimkan ide - ide yang telah dibuat ke dalam media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang mencapai target dengan baik maka diperlukan daftar karakter, aktivitas audiens target. *Consumer journey* digunakan sebagai pengaplikasian media yang telah dibuat.

Tabel III.1 *Consumen journey*

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

WAKTU	KEGIATAN	TEMPAT	POINT OF CONTACT
PAGI (05.00 - 07.00)	SIAP KE PEKERJAAN BUKA HANDPHONE	RUMAH	SMARTPHONE
SIANG (07.00 - 08.30)	BERANGKAT KE AKTIVITAS	JALAN	KENDARAN PRIBADI ATAU UMUM
SIANG (08.30 - 11.00)	BEKERJA, BELAJAR DAN SOSIALISASI DI BERSAMA TEMAN KERJA	PEKERJAAN, KAMPUS	BUKU, POSTER, X-BANNER
SIANG (11.00 - 13.00)	BERDISKUSI BERSAMA TEMAN KERJA, KAMPUS	TEMPAT ISTIRAHAT PEKERJAAN, KAMPUS	SMARTPHONE, KAOS, TOPI
SIANG (13.00 - 15.30)	KEMBALI KE AKTIVITAS	PEKERJAAN, KAMPUS	POSTER
SORE (15.40 - 18.00)	BERANGKAT PULANG NAIK KENDARAAN PRIBADI ATAU UMUM	JALAN	KENDARAN PRIBADI ATAU UMUM
MALAM (18.00 - 19.30)	ISTIRAHAT	RUMAH	TELEVISI
MALAM (19.30 - 20.00)	MENGAKSES INTERNET	KAMAR	SMARTPHONE JEJARING SOSIAL

III.2 Strategi Perancangan

Perancangan ialah suatu proses untuk menetapkan hasil akhir dengan mengidentifikasi syarat yang harus dipenuhi yang bertujuan mencari cara paling efisien dan efektif, dengan kata lain perancangan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai. Dalam membuat strategi perancangan terdapat macam-macam media yang dapat digunakan untuk strategi perancangan tersebut melalui film dokumenter. (Bajari, 2013)

Film dokumenter adalah film non-fiksi, sedangkan film nonfiksi adalah film yang diproduksi berdasarkan kenyataan sebagai subjek, biasanya *shooting* di lokasi nyata, tidak menggunakan aktor dan tema difokuskan pada subjek seperti sejarah, sains, sosial atau lingkungan (Apip, 2011, h.11).

Strategi perancangan sebuah perencanaan secara menyeluruh mengenai gagasan dan mengeksekusinya untuk mencapai sebuah target atau tujuan dengan menganalisa data - data dan menemukan solusi yang tepat bagi sebuah objek permasalahan yang di dapat. Pentingnya mengatur strategi perancangan. Dalam sebuah strategi perancangan dibutuhkan gagasan yang tepat dan efektif untuk penyampaian tujuan hasil dari penyampayan informasi yang baik dan sampai dengan sebagai mana mestinya. Untuk itu dalam perancangan film dokumenter ini memberikan informasi dari pihak Komunitas Ngejah dan pengetahuan dari orang dewasa atau khalayang umum mengenai literasi dan Komunitas Ngejah.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyusunan pesan – pesan seorang komunikator kepada komunikan. Komunikasi yaitu ada kesamaan makna atau saling pengertian antara kedua belah pihak. Keberhasilan komunikasi penyampaian sebuah gagasan adalah pada tahap dimana kedua belah pihak memahami gagasan tersebut (Widjajanto, 2013, h.167).

Dalam penyampaian informasi membutuhkan media komunikasi yang mampu memberikan informasi yang tepat kepada target *audiens*. Penyampaian komunikasi tersebut dapat secara bahasa visual maupun bahasa verbal, yang dapat membuat *audiens* tertarik dan membuka rasa ingin tahu terhadap apa yang *audiens* lihat. Tujuan Komunikasi dari dibuatnya film dokumenter Komunitas Ngejah adalah untuk mengenalkan kepada masyrakat luas khususnya orang – orang dewasa mengenai Komunitas Ngejah.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi diperlukan agar secara penyampaian gagasan serta informasi dalam sebuah media informasi dapat mudah dimengerti dan diterima oleh target *audiens*. Pendekatan komunikasi yang digunakan memiliki tujuan atau efek yang persuasi untuk membujuk dan mempengaruhi target *audiens.*

1. Pendekatan Visual

Pendekatan Visual yang diperlihatkan dalam film dokumenter yang menjelaskan latar belakang Komunitas Ngejah dan keunggulannya, yang berhubungan dengan kejelasan penyampaian informasi dengan memberikan kesan atau pesan sederhana dan apaadanya sebagaimana sebuah film dokumenter informasi. Diharapkan penyampaian informasi dapat tersampaikan dengan tepat pada setiap orang yang melihatnya. Dengan pengampilan sudut pandang (*angle*) kamera, menggunakan banyak teknik *close up, medium close up, wide shoot* dan Penambahan efek-efek pada visual serta menggunakan tehnik dan sudut pandang pengambilan gambar membuat tampilan visual lebih menarik dilihat dan natural, menggugah ketertarikan.

Pendekatan visual yang akan dibuat adalah dengan menginsprirasi dari film dokumenter dari *Eagle awards documentary*, di film mengabungkan banyak *footage* dan wawancara agar target *audience* tidak bosan menonton film tersebut dan target *audience* akan mulai bisa mengetahui dan mengenal Komunitas Ngejah.



Gambar III.1 Film Dokumenter *Eagle awards documentary*

Sumber : Dokumentasi *Youtube* (diakses Mei 2018)



Gambar III.2 *Eagle awards documentary*

Sumber : Dokumentasi *Youtube* (diakses Mei 2018)

2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari Informasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan film dokumenter dengan menampilkan pihak Komunitas Ngejah yang diwawancarai mengenai latar belakang

Komunitas Ngejah dan relawan yang sudah membantu yang diwawancarai dengan menjelaskan mengenai keseharian sekarang dan menceritakan awal mulanya jadi relawan, dengan menggunakan Bahasa Indonesia formal dan informal secara sederhana dan juga sedikit bahasa daerah (Bahasa Sunda) dikarenakan Komunitas Ngejah yang berasal dari kabupaten Garut dan bahasa Sunda masih menjadi bahasa sehari hari masyarakat di Kabupaten Garut.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah unsur – unsur yang harus selalu ada atau tampil disetiap media dan tidak boleh diubah seperti merek dan nama prodak, nama/logo perusahaan atau produsen , slogan dan sejenisnya (Madjadikara, 2004, h.75).

Perancangan informasi berupa media film dokumenter yang memiliki ciri khas dan dapat menggambarkan Komunitas Ngejah sebagai salah satu komunitas literasi yang memiliki banyak keunggulan, dalam perancangan media informasi film dokumenter harus memiliki ketetapan dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak Komunitas Ngejah sebagai pemberi data – data dan narasumber.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan adalah memberikan informasi mengenai Komunitas Ngejah dalam hal informasi mengenai Komunitas Ngejah tersebut dan keunggulan dari Komunitas tersebut. Dari materi pesan yang disampaikan, *audiens* diajak untuk bisa mengetahui mengenai latar belakang Komunitas Ngejah tersebut dan keunggulan dari kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Ngejah.

III.2.5 Gaya Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam film informasi menggunakan bahasa apaadanya yang dimana bahasa Indonesia yang nonformal, tidak baku dan santai agar target *audience* lebih bisa memahami isi dari film tersebut. Deskripsi adalah bentuk tulisan yang berusaha memberikan secara rinci atau detail tentang sesuatu yang menimbulkan kesan

atai pesan, hasil observasi, dan pengamatannya kepada target *audience*. Gaya bahasa deskriptif membuat penonton seolah-olah melihat langsung peristiwa atau sesuatu yang dibicarakan (Hakim, 2016).

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi Kreatif dibuat atau diciptakan dengan tujuan memperkenalkan, membedakan, atau memposisikan prodak atau media dalam benak *audiens* untuk menghadapi persaingan. Strategi kreatif tentu harus menarik dan simpatik agar tujuannya tercapai. (Madjadikara, 2004, h.62).

Perancangan strategi kreatif ini juga disusun menggunakan strategi AISAS *(Attention, interest, Search, Action, Share)* strategi ini dipilih agar penyampaian media informasi tepat sasaran dan strategi ini bisa menjadi pedoman untuk menyampaikan media yang telah dibuat. Strategi ini terbagi 5 sebagai berikut :

a. Attention

Pada tahap ini dibutuhkan media yang bisa menarik perhatian *audiens*. Pada tahapan ini dilakukan penyebaran iklan melalui media poster dan *x-banner* yang disebarkan ke wilayah aktivitas masyarakat Garut. Untuk menarik perhatian yang lebih luas di sosial media juga menggunakan poster digital ukuran 1:1 agar sesuai dimensi *smartphone*. Dalam tahap ini memberikan pesan singkat dengan waktu singkat berupa headline dan tagline yang diharapkan agar audien dapat tertarik untuk mengetahui lebih banyak informasinya.

b. Interest

Setelah audien tertarik perhatiannya maka dibutuhkan media lain untuk menambah minat. Pada tahapan ini dilakukan penyebaran di tempat Komunitas Ngejah salah satunnya, poster cetak, poster digital, *x-banner*, untuk tubuh yang menjadi kelanjutan dari pesan *attention*. Dalam tahap ini memberikan pesan lebih panjang dan mudah diingat, *Short Time* berupa headline dan tagline yang diharapkan agar audien dapat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut film dokumenter ini.

c. Search

Tahap ini bertujuan untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada audien tentang profil, kelebihan dan manfaatnya, sehingga audien memiliki pertimbangan dan minat untuk mengetahui apa itu Komunitas Ngejah. Tahap ini menggunakan tempat komunitas ngejah yang menyediakan informasi.

d. Action

Pada tahap ini menggunakan pendekatan ajakan yang bertujuan untuk menarik perhatian dan keputusan audien untuk mengetahui langsung melalui media film dokumenter.

e. Share

Pada tahapan *share* ini diharapkan audien dapat menyebarkan informasi yang didapatkan kepada audien lain, media yang digunakan adalah banner polos dengan tandatangan orang – orang dewasa atau orangtua sesuai target audien simbol menyetujui bisa mengarahkan anak – anak maupun sodaranya untuk interaksi dengan audien seperti berbagi informasi dan menggunakan media *merchandise* yang dibagikan kepada audien dalam sesi nonton bareng film dokumenter ditempat Komunitas Ngejah pada kegiatan "Gerakan Kampung Membaca" berupa *T-shirt*, totebag, topi, Gantungan kunci, buku catatan, pensil, Gantungan Kunci dan stiker.

Perancangan film dokumenter menggunakan adegan sesungguhnya dalam penyusunan sehingga membentuk satu kesatuan film yang dramatis namun tetap mengutamakan unsur informasinya. Perancangan film memperlihatkan daya tarik dari Komunitas Ngejah dan tanggapan anak – anak disekitar. Rancangan penggambaran suasana kota Garut dan Tempat Komunitas Ngejah yang memperlihatkan suasana rumah perpustakan dengan kegiatan sehari-hari disana, ditambah dengan film-film yang akan menampilkan keunggulan dan kegiatan komunitas Ngejah, serta paparan latar belakang Komunitas Ngejah yang akan disampaikan oleh pihak Komunitas. Dalam perancangan media informasi Komunitas Ngejah dibuat juga beberapa strategi kreatif untuk menarik minat khalayak sasaran diantaranya.

- *Copywriting*

Strategi kreatif yang digunakan untuk film dokumenter untuk *copywriting* yaitu penulisan *tagline* dengan menggunakan jenis huruf (*Font*) "*Sangkuriang*" seperti tulisan huruf Sunda Kuno yang menjadi ciri khas Jawa Barat dan memberikan kesan budaya Sunda karena Komunitas Ngejah ini bertepatan Kab. Garut Jawa Barat yang dimna wilayahnya berbahasa sunda dan berbudaya Sunda yang menjadi bahan utama yaitu "Hasrat belajar dalam Keterbatasan" kenapa memilih judul hasrat karena banyak artinya salahsatu artinya ialah keingingan, kemauan, ketertarikan dan menyesuaikan dari objek komunitas ngejah ini.

Contohnya yaitu sebagai berikut :



Gambar III.3 *Tagline*

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

- *Storyline*

Storyline adalah sebuah inti cerita dari sebuah naskah yang sudah ditentukan, dibuat dari naskah tersebut diambilah sebuah gagasan utama, adegan – adegan ini cerita dari naskah tersebut lalu yang dibuat seperti alur cerita agar dapat mudah dalam menggambil sebuah gambar dan mudah untuk menyusun atau mengedit sebuah film (Moehardi, 2013). Perancangan *storyline* dilakukan untuk menguraikan naskah menjadi sebuah perancangan film yang informatif dan memiliki keterkaitan pada tiap-tiap adegan visual pada pengambaran film yang dibuat, berikut ini rancangan *storyline* dalam film dokumenter Komunitas Ngejah.

Tabel III.2 *Storyline* film dokumenter Komunitas Ngejah

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

STORYLINE

SCENE 1	OPENING MENGGUNAKAN LOGO KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 2	MENAMPILKAN RELAWAN MEMBERESKAN BUKU
SCENE 3	MENAMPILKAN SUASANA MASYARAKAT GARUT DAN AKTIVITAS DI PAGI HARI
SCENE 4	MENAMPILKAN FOOTAGE WILAYAH KEBUN TEH YANG BERDEKATAN DENGAN TEMPAT KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 5	MENAMPILKAN SUASAN KOMUNITAS NGEJAH DAN LINGKUNGAN SEKITAR
SCENE 6	WAWANCARA TAOPIK SELAKU PENDIRI KOMUNITAS NGEJAH DAN SELAKU KETUA
SCENE 7	MENAMPILKAN FOOTAGE KEGIATAN - KEGIATAN KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 8	WAWANCARA KEPADA RELAWAN KOMUNITAS NGEJAH YANG ADA DI WILAYAH KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 9	MENAMPILKAN SUASANA KEGIATAN DI BULAN PUASA AKTIVITAS KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 10	WAWANCARA KEPADA ANAK-ANAK SELAKU OBJEK DARI KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 11	MENAMPILKAN BELAJAR MENGAJAR PUISI
SCENE 12	CUPLIKAN KEGIATAN GERAKAN KAMPUNG MEMBACA KOMUNITAS NGEJAH
SCENE 13	CLOSING DENGAN CREDIT TITLE

- *Storyboard*

Pembuatan *storyboard* mengikuti dari hasil susunan *storyline* dengan tujuan untuk memfasilitasi pengambilan gambar, sutradara, juru kamera, editor dan semua yang terlibat dalam pembuatan film ini. Dan memberikan arahan kepada narasumber / aktor dan kameramen akan mengambil gambar yang selaras dengan apa yang diinginkan.

ADEGAN	GAMBARAN
MENAMPILKAN RELAWAN MEMBERESKAN BUKU	
MENAMPILKAN SUASANA MASYARAKAT GARUT DAN AKTIVITAS DI PAGI HARI	
MENAMPILKAN FOOTAGE WILAYAH KEBUN TEH YANG BERDEKATAN DENGAN TEMPAT KOMUNITAS NGEJAH	
MENAMPILKAN SUASAN KOMUNITAS NGEJAH DAN LINGKUNGAN SEKITAR	
WAWANCARA TAOPIK SELAKU PENDIRI KOMUNITAS NGEJAH DAN SELAKU KETUA	
MENAMPILKAN FOOTAGE KEGIATAN - KEGIATAN KOMUNITAS NGEJAH	

Gambar III.4 *Storyboard* film dokumenter Komunitas Ngejah

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

WAWANCARA KEPADA RELAWAN KOMUNITAS NGEJAH YANG ADA DI WILAYAH KOMUNITAS NGEJAH	
MENAMPILKAN SUASANA KEGIATAN DI BULAN PUASA AKTIVITAS KOMUNITAS NGEJAH	
WAWANCARA KEPADA ANAK-ANAK SELAKU OBJEK DARI KOMUNITAS NGEJAH	
MENAMPILKAN BELAJAR MENGAJAR PUISI	
CUPLIKAN KEGIATAN GERAKAN KAMPUNG MEMBACA KOMUNITAS NGEJAH	

Gambar III.5 *Storyboard* film dokumenter Komunitas Ngejah

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

III.2.7 Strategi Media

Perencanaan media adalah kegiatan merancang pesan periklanan ke segmen pasar pada waktu, tempat dan saluran media yang tepat (Lee & Johnson, 2007, 225).

Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan, agar pesan bisa tersampaikan dengan baik dan jelas serta mudah dimengerti, maka pemilihan media berdasarkan penilitian terhadap khalayak sasaran yang berada di Kabupaten Garut. Media tersebut meliputi media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

Penentuan film dokumenter sebagai media utama informasi ini berdasar pada pengamatan mengenai kegiatan aktifitas Dewasa saat ini yang akrab dengan sumber informasi berbasis teknologi seperti media sosial, salah satunya situs *Youtube*. Hal tersebut sesuai dengan bentuk informasi yang terdiri dari *audio* dan visual yang dapat menceritakan sebuah realitas, film merupakan media yang tepat untuk membiarkan informasi.

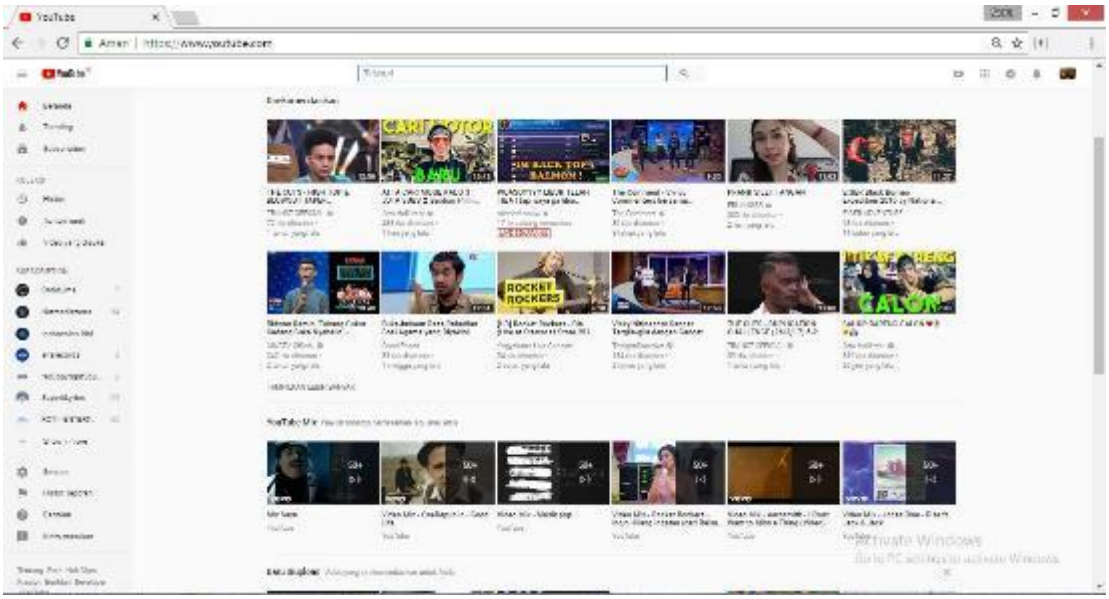
2. Media Pendukung

Media pendukung berfungsi sebagai sarana mempromosikan media utama, bersifat sebagai media pendukung untuk memberitahukan keberadaan film dokumenter tersebut kepada Dewasa, melengkapi serta mempermudah penyampaian informasi kepada khalayak sasaran. Media pendukung dalam film dokumenter Komunitas Ngejah Gerakan Literasi ini meliputi:

A. Tahap Informasi

- Jejaring Sosial

Penggunaan jejaring sosial sebagai pengantar media secara digital, berdasarkan kebiasan khalayak sasaran yang beraktifitas di sosial dan berkomunikasi menggunakan jejaring sosial yang diakses dengan *smartphone.* Selain itu, jejaring sosial memiliki kemampuan menyampaikan informasi secara cepat. *Youtube* sebagai sarana media khusus *audio visual* sudah dimanfaatkan dengan baik oleh khalayak sasaran.



Gambar III.6 *Screenshoot* halaman saluran *Youtube*

Sumber : Dokumen Pribadi (diakses Mei 2018)

- ***X-Banner***

X-Banner dapat memberikan informasi dari paparan singkat cerita sejarah tentang komunitas Ngejah agar orang tahu apa itu komunitas Ngejah dan link kata kunci pencarian agar bisa mengakses dengan mudah dari tautan film dokumenter kegiatan – kegiatan apa yang sering dilakukan dalam setiap bulannya di Komunitas Ngejah yang telah diunggah di situs *youtube.*

- **Poster**

Poster berfungsi sebagai media yang menginformasikan tentang keberadaan film documenter tentang kegiatan – kegiatan komunitas Ngejah yang telah di buat atau di upload di media sosial yaitu youtube didalam poster tersebut. Untuk itu poster di pasang di tempat yang begitu strategis seperti jalan-jalan utama, kampus, dan tempat keramayan lainnya. Untuk media utama, dan tujuan dibuatnya poster adalah untuk memberitahukan sebuah film dokumenter komunitas Ngejah.



Gambar III.7 *X-Banner* Informasi menggunakan sinopsis

Sumber : desaingratis.blogspot.com (diakses juni 2018)

B. Tahap Pengingat

Media pendukung tahap pengingat adalah media yang dekat dengan target *audiens* dalam kesehariannya.

- Poster Cetak

Poster Cetak berfungsi sebagai media yang menginformasikan tentang keberadaan film documenter tentang kegiatan – kegiatan komunitas Ngejah yang telah dibuat atau di upload di media sosial yaitu youtube didalam poster tersebut.

- Poster Digital

Poster Digital berfungsi sebagai media yang menginformasikan lewat media instagram maupun youtube tentang keberadaan film dokumenter tentang kegiatan – kegiatan komunitas Ngejah yang telah di buat atau di upload di media sosial yaitu youtube.

- Buku Catatan

Pemilihan buku catatan untuk media pendukung dalam tahap pengingat karena dari penelitian *Consumer Journey*, buku catatan bisa berfungsi sebagai media pendukung serta media pengingat untuk Komunitas Ngejah yang akan bisa digunakan oleh dewasa.

- *Tshirt*

Tshirt akan menjadi bagian dari *merchendise* yang menjadi Hadiah oleh Komunitas Ngejah dan bisa menjadi salah satu tahap pengingat kepada dewasa.

- Bollpoint

bollpoint akan menjadi bagian dari *merchendise* yang akan menjadi hadiah kunjungan atau partisipan.

- Topi

Topi akan menjadi bagian dari *merchendise* yang akan menjadi hadiah kunjungan atau partisipan.

- Totebag

Totbag akan menjadi bagian dari *merchendise* yang akan menjadi hadiah kunjungan atau partisipan ke komunitas ngejah.

- Stiker

Stiker akan menjadi bagian dari tahap pengingat, *merchendise* ini yang akan menjadi hadiah kunjungan atau partisipan.

- Gantungan

Gantungan akan menjadi bagian dari tahap pengingat, *merchendise* ini yang akan menjadi hadiah kunjungan atau partisipan.

- CD (*compact disc)*

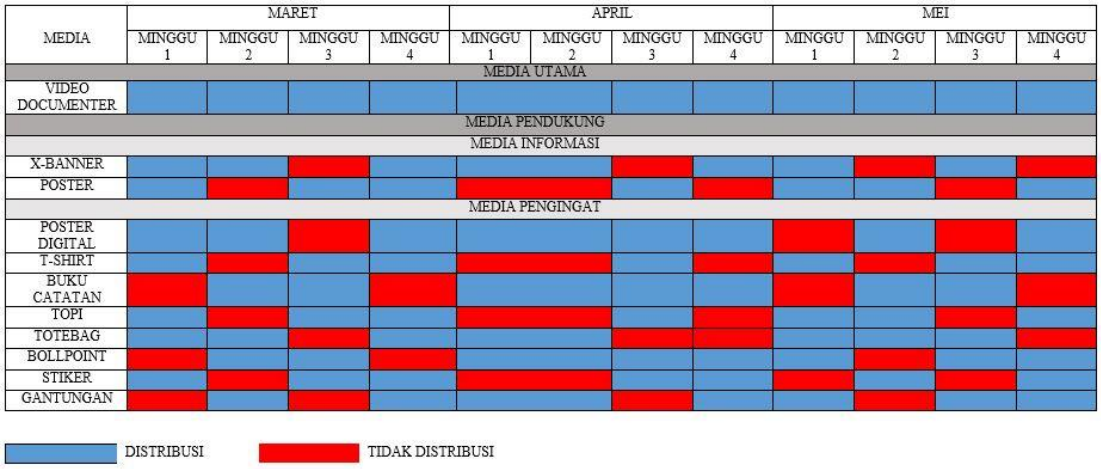
CD akan menjadi bagian dari tahap pengingat untuk hadiah relawan dan dijual kepada pengunjung lainnya.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi adalah bagaimana suatu barang atau jasa dapat menjangkau sasarannya. Pendistribusian awal akan dilakukan ketika media utama yaitu film dokumenter sudah diunggah di situs YouTube, dilanjutkan dengan penyebaran poster informasi film dokumenter yang akan disebar, *merchendise* pun akan mulai diberikan hadiah buat pengunjung atau partisipan.

Tabel III.3 Tabel distribusi media.

Sumber : Dokumen Pribadi (2018)



III.3 Konsep Visual

Visualisasi akan ditampilkan melalui film dokumenter, film berisikan tentang Komunitas Ngejah, keunggulan Komunitas Ngejah dan beberapa wawancara terhadap relawan yang sudah berpartisipasi, film dibuat beberapa alur maju mundur yang berisi informasi dan wawancara dan beberapa *footage* agar film tidak terlihat membosankan, dan disisipkan beberapa film kegiatan - kegiatan Komunitas Ngejah agar *audience* lebih memahami mengenai Komunitas Ngejah.

III.3.1 Format Desain

Fachruddin (2012) menjelaskan "Penempatan unsur-unsur gambar kedalam *frame* yang bertujuan menempatkan objek pada komposisi yang baik" (h.154). Komposisi fotografi yang digunakan pada rancangan film Dokumenter, yaitu *rule of thirds* dan *framing*

1. ***Rule of thirds***

Fachruddin (2012) menjelaskan "Penempatan unsur-unsur gambar dengan perpotongan garis vertikal dan horizontal merupakan titik perhatian dalam melihat suatu objek atau adegan. *interest point of object* sebaiknya ditempatkan pada titik perpotongan tersebut" (h.155). Dengan penggunaan *rule of thirds* bertujuan fokus pengamatan lebih tertuju.



Gambar III.8 Penggunaan Komposisi *Rule of Thirds*

(Sumber: Dokumen Pribadi)

2. ***Framing***

Fachruddin (2012) menjelaskan "Mata tertuju pada objek foto atau film, selain itu menggunakan *framing* akan memberikan efek ruang tajam pada foto maupun film yang dihasilkan" (h.155). *Framing* bertujuan untuk mengarahkan *point of interest* pada area dalam *frame*.



Gambar III.9 Penggunaan *Framing*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.2 Sudut Kamera

Sudut kamera menentukan penyampaian informasi dengan adegan film dapat tersampaikan atau tidak dan juga menentukan kesan yang dimuat dalam ruang *shot*. Fachruddin (2012) menjelaskan "Pastikan bahwa kamera seolah-olah mewakili mata penonton untuk melihat suatu adegan di lokasi peristiwa" (h.149). Jenis-jenis sudut kamera pada rancangan film, yaitu *high angle, eye level* dan *low angle*.

1. *High angle*

Fachruddin (2012) menjelaskan "Sudut pengambilan gambar tepat diatas objek, pengambilan gambar seperti ini memiliki arti yang dramatik yaitu kecil atau kerdil" (h.153). Pengambilan gambar dengan meletakan tinggi kamera diatas objek mata orang.



Gambar III.10 Sudut Kamera *High Angle*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

2. *Eye Level*

Fachruddin (2012) menjelaskan "Pengambilan gambar ini mengambil sudut sejajar dengan mata objek, tidak ada kesan dramatik tertentu yang didapat dari *eye level* , yang ada hanya memperlihatkan pandangan mata objek atau seseorang yang berdiri" (h.154). *S*udut kamera dari posisi ini yang sejajar dengan objek yang bertujuan untuk memberikan kesan yang natural atau normal.



Gambar III.11 Sudut Kamera *Eye Level*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

3. *Low Angel*

Sudut kamera *low angle* dilakukan dari posisi yang lebih rendah dari objek yang bertujuan untuk memberikan kesan tinggi.



Gambar III.12 Sudut Kamera *Low Angle*

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.3 Tata Letak (*Layout)*

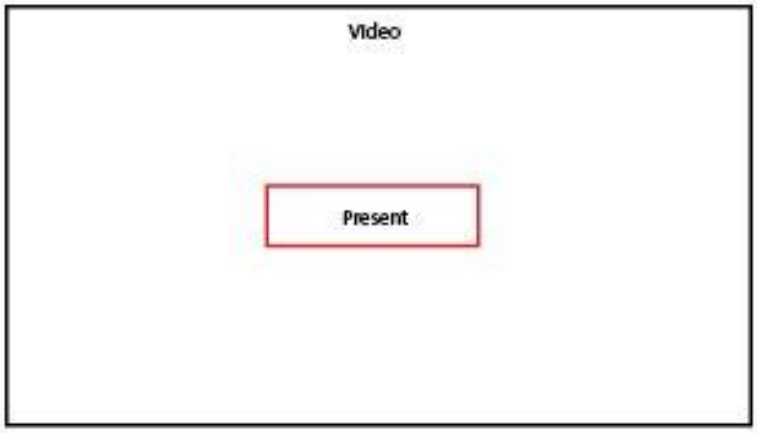
Layout dapat diartikan tata letak elemen – elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya, membuat *layout* adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam desain. (Rustan, 2009, h.1).

Tata letak dalam film Dokumenter tentang kegiatan – kegiatan dan keunggulan Komunitas Ngejah Gerakan Literasi yaitu sebagai berikut :



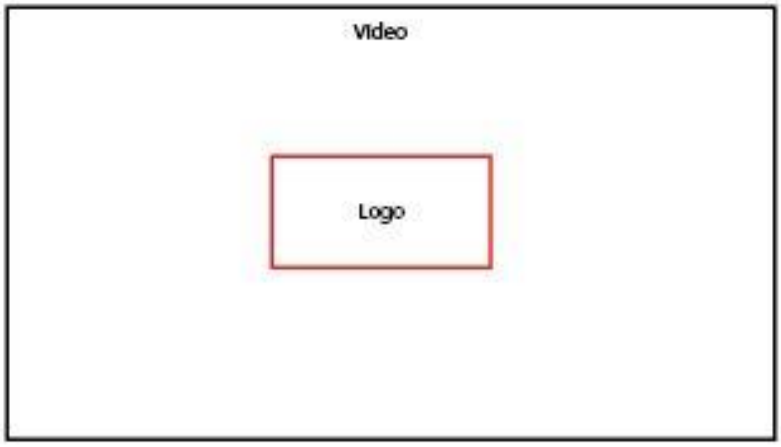
Gambar III.13 Tata letak 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Tata letak pertama yaitu ukuran film dokumenter yang dipakai hampir *Full Frame* karena supaya *audience* melihat dengan *cinematic*, dramats dan jelas.



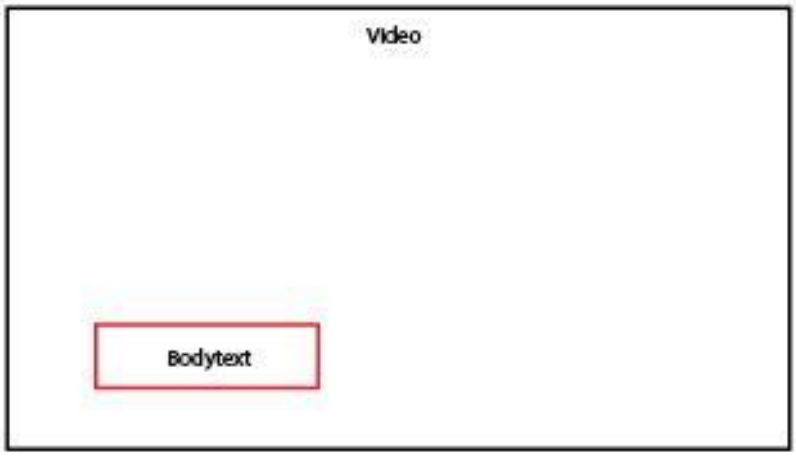
Gambar III.14 Tata letak 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Terdapat tata letak dalam pembukaan yang menempatkan kata *Present* dibagian tengah *frame* karena supaya memberikan keseimbangan, juga pemberitahuan film sudah dimulai terlihat dengan jelas.



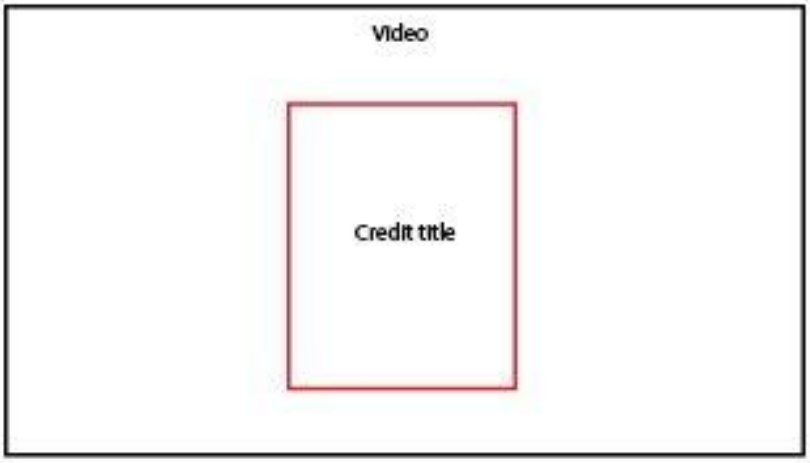
Gambar III.15 Tata letak 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Terdapat logo Komunitas Ngejah didalam film dokumenter Komunitas Ngejah karena untuk memperlihatkan film ini tentang komunitas ngejah. Diletakan dibagian tengah karena supaya terlihat jelas.



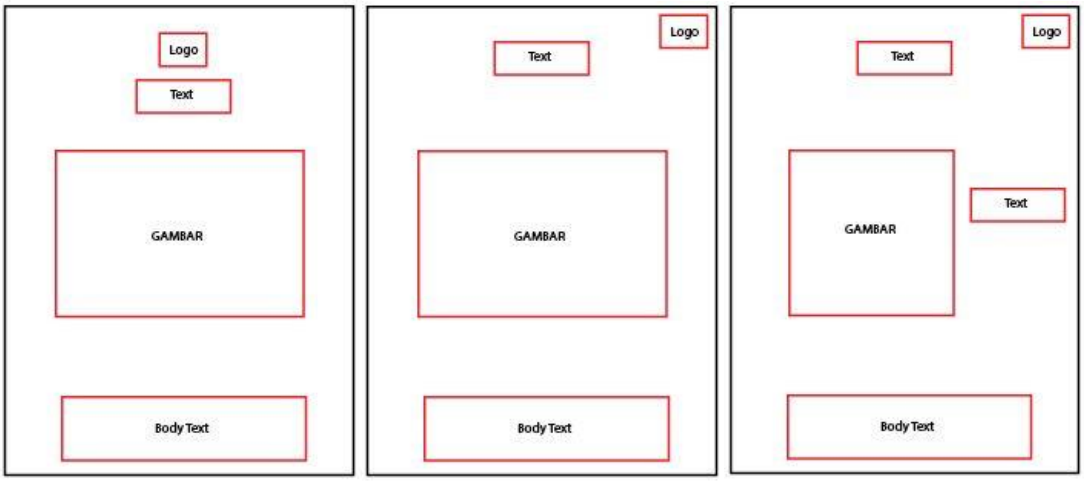
Gambar III.16 Tata letak 4
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Bodytext didalam film wawancara kepada pendiri Komunitas, relawan dan anak Komunitas Ngejah yang menampilkan kata “Nama dan Status”. Tata letak berada dibawah kiri supaya *audience* sesuai membacanya dari kiri ke kanan.



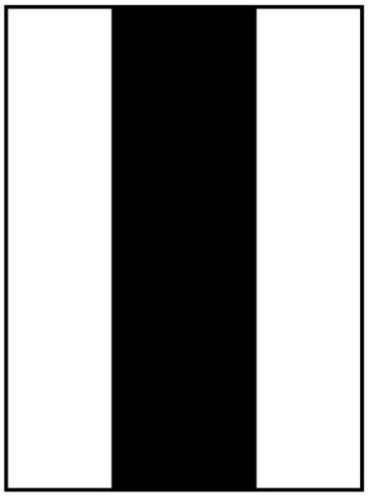
Gambar III.17 Tata letak 5
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Credit title didalam film Dokumenter Komunitas Ngejah ini, menampilkan kata "Nama – nama yang terlibat dalam film documenter ini". Tata letak berada ditengah kiri supaya *audience focus* membacanya dan jelas.



Gambar III.18 *Layout* Poster
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Layout didalam poster film Dokumenter Komunitas Ngejah ini, menggunakan posisi yang konsisten yang dimana logo, gambar maupun tulisan sebagia besar sama. Tata letak berada ditengah agar *audience focus* membacanya dari atas kebawah.



Gambar III.19 *Layout Band*
Sumber: Sumber Pribadi (2018

Layout yang terdapat dalam perancangan poster film dokumenter Komunitas Ngejah Gerakan Literasi ini menggunakan metode Band. Metode *layout* band merupakan penempatan elemen-elemen *visual* yang letaknya membujur secara vertical (Kusrianto, 2007, h.308). Tujuannya untuk menggunakan metode *layout* band untuk mempermudah audien dalam membaca poster dalam perancangan ini, karena masyarakat umum terbiasa dengan melihat poster dari atas sampai bawah.

III.3.4 Tipografi

Tipografi adalah suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruh cetak, menyusun atau merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya salam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. (Kusrianto, 2007, h.190).

Tipografi pada perancangan film dokumenter Komunitas Ngejah digunakan pada *tagline, subtitle, credit title* dan juga pada media pendukung dari film dokumenter. Penggunaan *typeface* berjenis sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern yaitu Zag *reguler* bertujuan untuk memberikan kesan yang simple, kontemporer dan efisien.



Gambar III.20 Tipografi Zag Reguler

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.21 Tipografi Sangkuriang

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Tipografi yang digunakan pada judul film dokumenter Komunitas Ngejah yaitu logo *font* yang dibuat oleh Komunitas tersebut, Tipografi tidak diubah agar *audience* tetap bisa mengenali identitas Komunitas Ngejah.



Gambar III.22 Logo Tipografi Komunitas Ngejah

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.5 Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi juga tidak hanya berguna sebaga sarana pendukung cerita, tetapi dapat menghiasi ruang kosong, misalnya dalam majalah, film, Koran, tabloid, dll. (Kusrianto, 2007, h.140).

Dalam perencanaan informasi ini, ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi melalui gambar bergerak atau yang biasa disebut sebagai film. Film ini akan memvisualisasikan pesan yang ingin Anda sampaikan kepada target *audiens* dengan mengilustrasikan dengan cara yang menarik dan mudah dimengerti. Film dokumenter ini bertujuan untuk memvisualisasikan informasi yang akan disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh target *audiens*. Adapun fungsi Videografi, *genre, setting film,* sebagai ilustrasi yang digunakan dalam pembuatan film dokumenter (Rosyidi, 2017) yaitu:

1. Videografi

   Berfungsi sebagai media untuk merekam suatu momen atau kejadian yang mana akan dirangkum dan disatukan dalam bentuk gambar dan suara.

2. *Genre*

   Film dokumenter ini merupakan film ber-*genre docu-drama* yang dimana film documenter disini adegan aktivitas sehari – hari yang sering dilakukan.

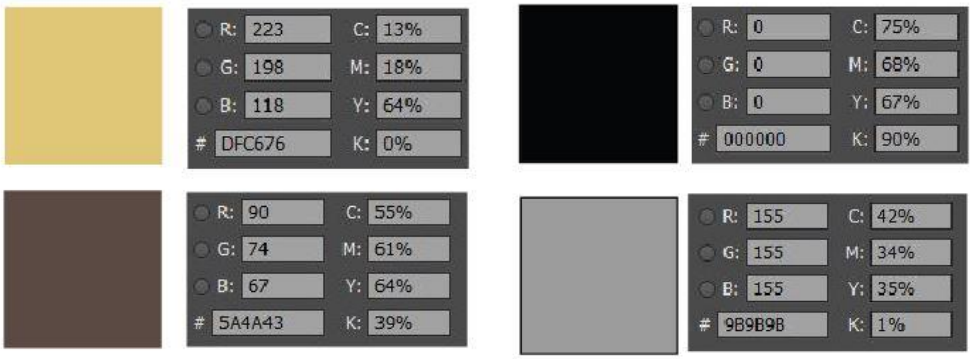
3. *Setting* Film

   Situasi dan adegan dalam film dokumenter ini di *setting* dengan suasana perkampungan, sunyi, alam, dan sedemikian rupa untuk memberikan kesan yang sesuai dengan informasi yang ingin disampaikan.

III.3.5 Warna

Warna adalah hal pertama ketika kita menilai apa sesuatu dan warna-warna tertentu memiliki kesamaan makna dengan sesuatu, ini disebut simbolisme warna. namun ini belum tentu mutlak. pengaruh warna akan tergantung kepada kesamaan budaya, tren,

usia dan selera setiap orang. (Ambrose & Harris, 2011, 166). Warna yang digunakan dalam strategi perancangan ini menggunakan warna penyesuaian dari objek supaya dramatis yakni krem, coklat tua, hitam dan abu, Warna-warna tersebut dipilih agar terkesan emosional dan dramatis.



Gambar III.23 Warna

Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.6 Audio

Audio merupakan elemen penting dalam perancangan audio visual karena bisa menambah membuat penonton emosional dan bisa membuat audio visual menjadi dramatis. Sadiman (seperti dikutip Bahri, 2011).

Audio merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah film atau film, karena tanpa sebuah audio pesa yang akan disampaikan kurang dengan pesan yang diinginkan dalam penyampaian pesannya, jenis *audio* yang akan digunakan pada media film dokumenter Komunitas Ngejah ini terdiri dari *audio* dari *Audience* dan pihak Komunitas Ngejah yang diwawancarai dan *backsound* yang mengikuti alur film, menggunakan audio instrumental berjudul *Cinematic Inspirational Music Instrumental,* Musik Sunda Kecapi dan Suling dipadukan kicau burung dan alam. Audio instrumental ini sangat cocok dengan film dokumenter Komunitas Ngejah karena audio menyatukan antara kecapi, suling, burung dan alam. Suara suling yang indah membangkitkan rasa berpikir, dan ketentraman. Instrumen dibangun saat lagu berlangsung, dan berakhir dengan akhir yang emosional.