

PERANCANGAN MEDIA AUDIO VISUAL UNTUK KERAJINAN MARMER TULUNGAGUNG

Defit Aji Sunanto¹, Teguh Imanto¹

¹Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara, Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
teguh.imanto@esaunggul.ac.id

Abstrak

Penulisan laporan penelitian ini mengambil judul Perancangan Media Audio Visual Untuk Kerajinan Marmer Tulungagung. Pengambilan judul ini merupakan pengenalan dan pembahasan mengenai pembuatan Kerajinan Marmer Tulungagung di Desa Besole yang terjadi dalam kehidupan para penambang marmer. Dalam penulisan laporan penelitian ini penulis melakukan penelitian ke Kota Tulungagung, ketempat pengambilan Marmer di Gunung Getuk, serta terjun langsung ke rumah lapangan atau lokasi yang telah di tentukan. Penulis mengangkat tema tentang perancangan media audio visual untuk kerajinan marmer Tulungagung dengan maksud agar masyarakat tahu bagaimana cara pengambilan batu marmer dan proses pembuatan kerajinan tersebut dan dapat menyaksikan video kerajinan marmer Tulungagung dalam sajian audio visual. Format audio visual yang ditampilkan adalah berupa video feature, dengan durasi 24 menit yang terbagi dalam 3 segmen, yaitu mulai dari segmen 1 dari kota Jakarta ke kota Tulungagung, segmen 2 yaitu wawan cara, serta segmen 3 yang membahas sentra industry marmer. Isi audio visual atau video feature yang berisikan tentang cara pembuatan kerajinan marmer, mulai dari awal hingga proses akhir. Penulis akan menjelaskannya melalui media audio visual tersebut.

Kata kunci: audio visual, kerajinan tangan, perancangan

Pendahuluan

Sebagaimana tercantum dalam UU Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara, yang dimaksud dengan pertahanan negara adalah segala usaha untuk mempertahankan kedaulatan negara, keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan keselamatan segenap bangsa dari ancaman dan gangguan terhadap keutuhan bangsa dan negara.

Di Indonesia, komponen pertahanan negara terdiri atas komponen utama yang didukung oleh komponen cadangan dan komponen pendukung. Adapun yang termasuk dalam komponen utama tersebut adalah Tentara Nasional Indonesia (TNI), yang siap digunakan untuk melaksanakan tugas-tugas pertahanan. Sementara itu, komponen cadangan adalah sumber daya nasional (SDA dan SDM) yang telah disiapkan untuk dikerahkan melalui mobilisasi guna memperbesar dan memperkuat kekuatan dan kemampuan komponen utama.

Sebagaimana tercantum dalam UU No.3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara Bab III Pasal 9 ayat (1) bahwa “setiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam upaya bela

negara yang diwujudkan dalam penyelenggaraan pertahanan negara.” (Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002)

Perang kemerdekaan Republik Indonesia yang berlangsung dari tahun 1945-1949, telah melibatkan seluruh rakyat Indonesia dalam pertempuran memperjuangkan kemerdekaan Indonesia. Diantaranya ada TRIP (Tentara Republik Indonesia Pelajar), TP (Tentara Pelajar), TGP (Tentara Genie Pelajar) yang salah satu kegiatannya adalah membantu dalam pembuatan senjata, Corps Mahasiswa, serta Laskar Rakyat.

Pada tanggal 22 Desember 1956 - 2 Januari 1957 di Decca Park, Jakarta, 2300 veteran dari seluruh Indonesia hadir dan mewakili lebih dari sejuta veteran yang aktif bertempur dalam memperjuangkan Kemerdekaan RI antara tahun 1945-1949 di seluruh wilayah Indonesia. Semua organisasi mantan pejuang bersenjata di seluruh Indonesia yang mengikuti kongres, sepakat melebur diri dalam satu organisasi yaitu Legiun Veteran Republik Indonesia (LVRI).

Kemudian pada tanggal 2 April 1957 Presiden Soekarno mengeluarkan Keputusan Presiden RI No. 103 tahun 1957 Tentang “Legiun Veteran“. Pada saat itu dianugerahkan pula Panji-Panji Kehormatan Veteran RI “Karya Dharma“, dan ditetapkan Kode Kehormatan Veteran RI “Panca Marga“. Mengacu kepada Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2007 Tentang Pengesahan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Legiun Veteran Republik Indonesia, berdirinya Legiun Veteran Republik Indonesia (LVRI).

Di Indonesia saat ini terdapat dua kategori veteran, yaitu Veteran Pejuang Kemerdekaan yaitu pejuang yang bertempur dalam perang kemerdekaan dari tahun 1945 sampai 1949, dan Veteran Pembela Kemerdekaan yaitu pejuang yang pernah bertempur selama Trikora dan Dwikora, serta yang di Timor Timur dari tahun 1975 sampai 1976. “Selain itu sekarang ini juga sedang diperjuangkan pemberian predikat veteran bagi mereka yang pernah dikirim ke luar negeri untuk tugas-tugas penjagaan perdamaian di bawah bendera Perserikatan Bangsa-Bangsa, karena sudah mendapat rekomendasi dari WVF (World Veterans Federation)“. (mr, tvone.co.id, 2010)

Akan tetapi, pada tahun 2007 silam, 5 organisasi veteran yakni Legiun Veteran Republik Indonesia (LVRI), Perhimpunan Purnawirawan Angkatan Darat (PPAD), Perhimpunan Purnawirawan Angkatan Udara (PPAU), Perhimpunan Purnawirawan Angkatan Bersenjata Republik Indonesia (Pepabri), dan Badan Kontak Purnawirawan Angkatan Laut (BKPAL) mendatangi

Komisi I DPR di Gedung DPR, Senayan, Jakarta, Kamis, 1 Februari 2007. Nasib mereka cenderung diabaikan karena masih mendapatkan penghasilan di bawah UMR. “Para veteran ini sudah mengabdikan 30 tahun, tapi hanya mendapat pensiun Rp 700.000,- per bulan.“

“Dengan usia 65 tahun Indonesia merdeka, seharusnya pemerintah berpikir realistis dan berpikir empiris untuk memecahkan persoalan bangsa khususnya anggota veteran RI yang belum didasarkan kesiapan inventarisasi.“(Syafri Harahap, waspadamedan.com, 2010)

Dalam karya penelitian ini melalui media audio visual yang bercerita mengenai nasib para veteran Republik Indonesia, khususnya veteran pejuang kemerdekaan Republik Indonesia. Dengan harapan karya ini dapat mengkomunikasikan secara visual citra para veteran di Indonesia sehingga dapat lebih terangkat dan dihargai.

Adapun maksud dan tujuan dari perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menyelesaikan penelitian sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Desain jenjang pendidikan Strata-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Memperkenalkan jasa-jasa veteran pejuang kemerdekaan RI ke masyarakat luas.
3. Agar pemerintah dapat lebih serius dalam menangani nasib veteran RI.
4. Menumbuhkan kembali apresiasi masyarakat dan pemerintah terhadap keberadaan para veteran RI sehingga citra veteran Indonesia dapat terangkat kembali.

“Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *communico* yang artinya membagi (Cherry dalam Stuart, 1983). Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya“. Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika, yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa: komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan lagi oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan

tiba pada saling pengertian yang mendalam”. (Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2008:18-20)

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. (Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2008:30-37)

Faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. (Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2008:24-27)

Menurut Ardianto dan Komala Komunikasi Massa, 2007:7), “Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat”.

Sementara Pool (1973) mengatakan bahwa “komunikasi massa adalah “komunikasi yang berlangsung dalam situasi interposed ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi.” (Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, 2000:3)

Menurut Ardianto & Komala dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar (2007:7-12) ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan
2. Pesan bersifat umum
3. Komunikannya anonim dan heterogen
4. Media massa menimbulkan keserempakkan
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
6. Komunikasi massa bersifat satu arah
7. Stimulasi alat indra terbatas
8. Umpan balik tertunda (delayed)

Hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju. (Ardianto & Komala, Komunikasi Massa, 2007: 34).

Menurut Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi (2008:123), “media adalah alat atau sarana

yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.”

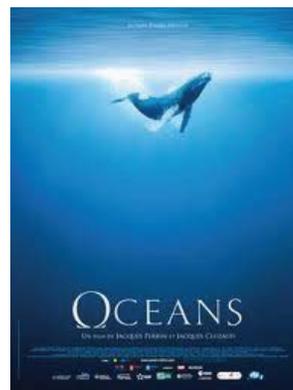
Barata dalam bukunya Dasar-Dasar Pelayanan Prima (2003:109) menuliskan beberapa fungsi dari media komunikasi di antaranya sebagai berikut:

1. Mempermudah penyampaian pesan atau informasi.
2. Membangkitkan motivasi komunikasi.
3. Mengefektifkan proses penyampaian informasi.
4. Mempersingkat waktu penyampaian proses informasi.
5. Menghubungkan komunikator dengan komunikasi yang berjauhan.
6. Menambah daya tarik informasi atau pesan yang akan disampaikan.
7. Memperjelas isi dan maksud informasi yang akan disampaikan.

Audio dan visual ialah gabungan komponen-komponen yang saling melengkapi yang memproduksi suatu gambar dan suara yang dikombinasikan satu sama lain. Contoh perangkat audio visual yang mengkombinasikan elemen audio dan visual secara seimbang ialah televisi.” (Straubhaar & LaRose, Media Now: Communications Media in the Information Age, 2000)

Ada beberapa jenis film yang biasanya diproduksi menurut Heru Effendy (Mari Membuat Film, 2002:11-14). Jenis-jenis film tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Film Dokumenter (Documentary Films)



Salah satu film dokumenter produksi Disney nature, “Oceans”

2. Film Cerita Pendek (Short Films)



“Ashes“, salah satu kategori film cerita pendek yang disutradarai oleh David Dang.

3. Film Cerita Panjang (Feature-Length Films)



“A Crayz Little Thing Called Love” salah satu film cerita panjang dari Thailand.

4. Film-Film Jenis Lain

- * Profil Perusahaan (Corporate Profile)



Tayangan “Usaha Anda” di SCTV

- * Iklan Televisi (TV Commercial)



Iklan televisi Pepsodent

- * Program Televisi (TV Programme)



Salah satu program televisi talk show (nonfiksi) “Just Alvin“ produksi Metro TV.

- * Video Klip (Music Video)



Video klip Agnes Monica berjudul “Karena Kusanggung“

- * Program Feature



“Bingkai Berita” produksi Trans TV. Membentangkan sebuah berita dari peristiwa hingga dampak.



“Seputar Peristiwa” produksi RCTI. Menghadirkan berbagai macam peristiwa

terkini yang disampaikan sambung menyambung dan saling melengkapi.

“Feature merupakan tulisan berdasarkan data dan fakta peristiwa aktual, tetapi materinya diseleksi dengan lebih menekankan segi *human interest*.” (F. Rahardi, Panduan Lengkap Menulis Artikel, Feature, dan Esai, 2006: 30)

“*Pre production is a period of time in which a program is being planned and scheduled* (Pra Produksi merupakan saat sebuah program direncanakan dan dijadwalkan)”. (Colin Hart, Television Program Making, 1999: 245)

“*Production is period of time in which material is being shot and acquired* (Produksi merupakan saat dimana pengambilan gambar materi dilakukan)”. (Colin Hart, Television Program Making, 1999: 244)

“Editing berfungsi untuk merangsang suatu kreasi berdasarkan shot yang ada, yang kemudian dikemas menjadi suatu karya film utuh. Banyak dokumentaris yang menitikberatkan karyanya pada proses kerja editing” (Gerzon R. Ayawaila, Dokumenter dari Ide sampai Produksi, 2008: 138)

Secara umum, ada beberapa jenis editing seperti yang terdapat dalam buku Fred Wibowo, berjudul Teknik Produksi Program Televisi (2007:42-43) yaitu:

1. Editing Offline
2. Editing Online
3. Mixing

Molly E. Holzschlag, seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya “Creating Color Scheme” membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut (Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, 2007:47):

1. Merah kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
2. Biru kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
3. Hijau alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.
4. Kuning optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran atau kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
5. Ungu spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.

6. Orange energi, keseimbangan, kehangatan.
7. Coklat bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
8. Abu-abu intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
9. Putih kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian.
10. Hitam kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakhahagiaan, keanggunan.

“Semiotik adalah suatu cara atau teknik untuk mengetahui kemungkinan bagaimana tanda atau lambang ditafsirkan. Kata semiotik berasal dari kata *semeion* (bahasa Yunani), yang berarti tanda, maka semiotika berarti ilmu tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda (menciptakan dan menyampaikan makna melalui tanda, berkenaan dengan komunikasi).” (Yongky Safanayong, Desain Komunikasi Visual Terpadu, 2006)

Pragmatik adalah hubungan fungsional yang berkenaan dengan teknis dan praktis, material atau bahan yang dipergunakan, serta efisiensi yang menyangkut ukuran bahan, warna yang dipergunakan maupun teknik memproduksinya. (Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, 2007:59-96)

“Kebudayaan personal, seperti bahasa, kehidupan komunitas, ilmu, moralitas, agama. Kebudayaan material, seperti teknologi, seni, desain.” (Yongky Safanayong, Desain Komunikasi Visual Terpadu, 2006: 28)

Menurut Yongky Safanayong (Desain Komunikasi Visual Terpadu, 2006: 20) moral adalah “selalu mengacu pada baik buruknya manusia sebagai manusia. Ajaran-ajaran, patokan-patokan, kumpulan peraturan, ketetapan tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar menjadi manusia yang baik. Sumber dasar ajaran-ajaran itu adalah tradisi (adat-istiadat), ajaran agama atau ideologi-ideologi tertentu. Norma-norma moral adalah tolok ukur untuk menentukan betul salahnya sikap dan tindakan manusia dilihat dari segi baik buruknya sebagai manusia. Baik buruk dilihat dari segi hatinya, wataknya, sikapnya, inti kepribadiannya. Moral berkenaan

dengan sikap, akhlak, mental (cara berpikir), susila.”

“Gaya dalam desain adalah cermin perilaku dan sikap budaya manusia pada waktu tertentu, sejalan dengan dinamika kehidupan. Karena gaya dalam desain adalah cerminan dari manusia menyerap dan mendewasakan diri dalam kehidupannya. Sehingga penting artinya memahami kehidupan lewat gaya.” (Agus Sachari, Desain Gaya Dan Realitas, 1986: 96-97)

“The Grunge design style grew out of the disheveled aesthetic of the Seattle music scene around 1990. Grunge designs extended the work of Deconstruction by featuring distressed, decomposing, and messy type and imagery in chaotic, multilayered emotive compositions.” (Tova Rabinowitz, *Exploring Typography*, 2006: 43)

Menurut Adi Kusrianto, dalam bukunya Pengantar Desain Komunikasi Visual (2004:34), “komposisi adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain grafis secara harmonis antara bagian dengan bagian, maupun antara bagian dengan keseluruhan.”

“Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fotografi merupakan seni dan proses pengambilan gambar dengan cahaya pada film atau permukaan yang dipejakan. Artinya, fotografi adalah teknis melukis menggunakan cahaya.” (Griand Giwanda, Panduan Praktis Fotografi Digital, 2004: 7)

Pengambilan gambar dengan metode extreme long shot yang hampir tak terlihat membuat artis tampak berada di kejauhan. Di sini, setting ruang ikut berperan. Objek gambar terdiri dari artis dan interaksinya dengan ruang yang sekaligus mempertegas atau membantu imajinasi ruang cerita dan peristiwa kepada penonton. (M. Bayu Widagdo & Winastawan, Bikin Film Indie itu Mudah!, 2007: 54-58)

Ada beberapa jenis camera angle menurut Askurifai Baskin (Videografi, 2009: 105-111) yaitu:

1. Bird Eye View
2. High Angle
3. Low Angle
4. Eye Level
5. Frog Eye

Sesuai dengan namanya, jika kamera bergerak mengikuti gerakan objek disebut follow. Di sini bila objek bergerak ke depan maka kamera mengikuti dengan cara mundur sehingga hasil bidikannya memperlihatkan objek yang sedang berlari ke arah penonton. (Askurifai Baskin, Videografi, 2009: 126-133)

Berikut ini merupakan beberapa jenis video tape format atau format kaset video antara lain seperti yang terdapat dalam Askurifai Baskin (Videografi, 2009: 79):

1. Betamax, VHS, 88mm



2. Super VHS



3. Digital 8



4. DV, Mini DV



5. DVCam



6. DVCPRO



7. Betacam SP



8. Digital Betacam



“Di dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki.” (Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, 2007:190)

Contoh-contoh huruf Sans Serif antara lain Franklin Gothic, Akzident Grotesk, Helvetica, Univers, Formata, Avant Garde, Gill Sans, Futura, Optima, dll.” (Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2007, h. 190-191, h. 202-205)

Metode Penelitian

A. Metode Pengumpulan Data

1. *Observasi*. Melakukan pengamatan atas kejadian atau peristiwa yang terjadi kepada para veteran RI khususnya veteran pejuang kemerdekaan RI

sehingga dapat memberikan informasi bagi penulis dalam mendukung penyusunan penelitian.

2. *Wawancara*. Melakukan wawancara dengan narasumber sesuai isu terkait.
3. *Kajian Literatur*. Meliputi literatur-literatur yang diperlukan dalam penyusunan penelitian.
4. *Referensi Film, Video, Foto*. Melakukan studi banding terhadap film, video, foto sebagai referensi penulis dalam penyusunan laporan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

A. Konsep Media :

1. Tujuan Media

Pada perancangan penelitian ini media yang dipilih oleh penulis adalah audio visual. Dengan tujuan melalui pemilihan media ini kajian tentang sejarah dan kisah para veteran perang di Indonesia dapat tampil lebih menarik. Hal ini dikarenakan media audio visual yang memiliki karakteristik yang bergerak secara dinamis dan interaktif dibandingkan dengan media cetak yang bersifat diam atau statis menjadi salah satu pertimbangan penulis dalam memilih audio visual sebagai media perancangan penelitian. Serta dengan harapan agar lewat sajian secara audio visual ini pemerintah maupun masyarakat yang menyaksikan dapat lebih tergugah. Pesan-pesan yang akan disampaikan melalui media audio visual juga memiliki keunggulan dari media lainnya, karena dapat disaksikan dari dua sisi yaitu baik audio maupun visual, dimana kedalaman emosi dapat ditangkap melalui daya tarik cerita maupun wawancara.

2. Strategi Media

Berdasarkan hal tersebut, dari segi efektifitas dan disesuaikan dengan audio visual yang merupakan media utama, maka penulis mengambil suatu langkah strategi yang dibagi dalam media berikut ini:

- * *Media tradisional (offline)*. Media yang akan digunakan mencakup media cetak seperti: poster, x-banner, kalender, dan stiker.

- * *Media baru (online)*. Sementara untuk media online penulis akan membuat web banner.

3. *Pemilihan Media*

1) *Target*

Adapun target pada karya audio visual yang secara garis besar bercerita tentang veteran ini antara lain:

- * Secara geografis : warga Indonesia, terutama yang tinggal di kota-kota besar.
- * Secara demografis : 11 tahun ke atas, pria dan wanita, terutama anak-anak muda (pelajar dan mahasiswa).
- * Secara sosial : kondisi sosial menengah ke atas.
- * Status pendidikan : tingkat SMP hingga Perguruan Tinggi.

2) *Panduan Media*

Teknik produksi dalam audio visual mencakup pada penggunaan kamera seperti angle, type of shot, hingga editing. Pada penggunaan angle, jenis angle yang digunakan pada karya penelitian ini secara umum adalah jenis eye level yang merupakan sudut pengambilan standar, dalam posisi kamera dan objek lurus sejajar. Ada berbagai jenis angle lainnya seperti birdeye view, high angle, low angle, frog eye. Namun semua jenis angle tersebut hanya digunakan pada saat tertentu sesuai dengan kebutuhan saja. Sementara itu, secara umum, type of shot yang digunakan adalah medium close up untuk menimbulkan kesan normal, akan tetapi tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan angle-angle lain seperti close up, full shot, long shot, bahkan extreme long shot. Semua angle itu digunakan sesuai kebutuhan yang ada. Selain itu, proses editing secara umum terbagi atas dua bagian yaitu editing offline dan editing online. Editing offline merupakan editing kasar yang dibuat setelah hasil shooting selesai yang diedit sesuai dengan catatan shooting dan gambar. Sementara editing online sudah lebih mengarah kepada tahap penyelesaian seperti menyambung setiap scene tepat berdasarkan time code, memasukkan

efek suara dan juga efek transisi serta efek-efek video lainnya. Selain itu, pada proses produksi audio visual dimulai dari pra, produksi, sampai pasca produksi.

3) *Program Media*

Setelah mengetahui panduan-panduan medianya maka langkah selanjutnya adalah menentukan program media. Adapun pengertian program menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “(1) rancangan mengenai asas serta usaha (di ketatanegaraan, perekonomian, dsb) yang akan dijalankan: (2) Komp urutan perintah yg diberikan pd komputer untuk membuat fungsi atau tugas tertentu“. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa program media merupakan suatu rancangan yang akan dijalankan dengan menggunakan suatu alat atau sarana untuk menyampaikan sebuah pesan.

4. *Keyword*

Berdasarkan hal tersebut maka keyword pada karya penelitian ini adalah pengabdian (*dedication*). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengabdian adalah “proses, cara, perbuatan mengabdikan atau mengabdikan“. Sementara pendapat lain mengatakan, “pengabdian adalah hasrat keras untuk menjalankan tugas-tugas pekerjaan dengan semua tenaga (pikiran dan otot atau mental dan fisik), seluruh semangat kegairahan, penuh perhatian, dan tanpa pamrih.“ (Aim Abdulkarim, Pendidikan Kewarganegaraan untuk kelas XI, 2006:60)

B. *Konsep Kreatif :*

1. *Strategi Kreatif*

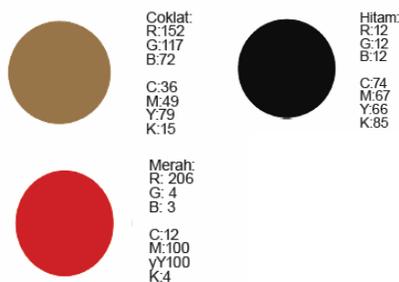
Perancangan tersebut terbagi atas dua macam yaitu komposisi antara *copywriting* dan *art directing* atau dalam kata lain komposisi antara kata dan gambar yang harus dikombinasikan dan disesuaikan.

Copywriting dapat digunakan sebagai teks biasa, sebagai sebuah iklan di radio atau televisi, atau dalam berbagai media lainnya. Sementara itu, gambar perlu didukung oleh suatu strategi kreatif yang di dalamnya mencakup pemilihan

warna, tipografi, image, logo, identitas visual, gaya desain, serta layout.

1) Warna

Sementara Color mode yang digunakan pada pembuatan video feature adalah RGB karena outputnya merupakan sebuah karya audio visual yang menggunakan tampilan monitor. Sementara untuk produksi media-media pendukung seperti poster, x-banner dan lain sebagainya menggunakan color mode CMYK karena outputnya merupakan sebuah media cetak. Adapun warna-warna yang akan digunakan penulis pada pembuatan karya ini adalah juga berdasarkan pendekatan terhadap gaya desain yang digunakan yaitu grunge serta identitas visual. Adapun warna-warna utama yang diterapkan pada video feature “Pengabdian Tanpa Batas” adalah sebagai berikut.



2) Tipografi

Pada karya penelitian yang berupa audio visual dalam format video feature ini, unsur tipografi hanya berfungsi sebagai penjelasan atau pelengkap dari gambar saja. Sementara dominasi gambar lebih banyak daripada teks. Berikut ini adalah jenis-jenis font yang digunakan penulis untuk diterapkan dalam video feature tentang veteran pejuang kemerdekaan RI.

- * Nama font: MaszynaAEG
Penggunaan: Untuk Headline, Judul.
- * Nama font: 321impact
Penggunaan: Untuk Subjudul, Tagline.
- * Nama font: Arial

* Penggunaan: Untuk pelengkap.

3) Image

Berkaitan dengan karya penelitian penulis yang bercerita mengenai veteran pejuang kemerdekaan RI melalui media audio visual. Maka secara karakteristik, citra yang ditampilkan oleh penulis merupakan suatu citra bergerak. Dengan harapan, melalui karya ini, image atau citra yang dapat ditampilkan terhadap veteran RI khususnya veteran pejuang kemerdekaan adalah agar menimbulkan kesan eksklusivitas, heroic atau kepahlawanan, historical atau bersejarah, serta semangat juang dan nasionalisme dari veteran pejuang yang ada di Indonesia.

4) Logo

Selain itu, karena rancangan karya audio visual pada penelitian membahas tentang veteran di Indonesia khususnya veteran pejuang kemerdekaan. Oleh karena itu, pendekatan yang akan digunakan berkaitan dengan konsep pembuatan logo adalah sesuatu yang bersifat *heroic* atau kepahlawanan, *historical* atau bersejarah, serta nasionalisme. Berikut ini merupakan logo untuk karya penelitian berupa video feature berjudul “Pengabdian Tanpa Batas”.



5) Identitas Visual

“Brands and organizations of all kinds (any public or private corporation, nonprofit, nongovernmental organization, school, or team) have personalities, and most of what we know about

these organizations comes through in what we see or hear - or smell about them. All of these things - what we see, hear, or even smell - make up a concept known as visual identity.”

(Susan Westcott Alessandri, *Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization*, 2009: 3) atau dapat dikatakan juga segala bentuk brand dan organisasi-organisasi (baik perusahaan publik maupun pribadi, nirlaba, organisasi non pemerintah, sekolah atau tim) mempunyai kepribadian, dan kebanyakannya yang kita tahu tentang organisasi-organisasi ini datang melalui apa yang kita lihat atau dengar - atau cium - tentang mereka. Semua hal ini - apa yang kita lihat, dengar, atau bahkan cium membentuk sebuah konsep yang dikenal dengan identitas visual.

6) *Gaya Desain*

Berikut ini merupakan contoh tampilan gaya desain yang diwakili oleh poster untuk video feature berjudul “Pengabdian Tanpa Batas”



7) *Layout*

Sebagai salah satu bagian dari disiplin ilmu desain komunikasi visual, layout memiliki prinsip-prinsip dasar yang perlu diperhatikan seperti sequence atau urutan yaitu menentukan urutan prioritas bagian mana yang akan ditampilkan terlebih dahulu sampai menentukan bagian terakhir yang

akan ditampilkan. Ada pula emphasis atau penekanan yaitu menciptakan mana yang menjadi titik fokus atau point of view. Lalu balance atau keseimbangan yaitu memperhatikan pembagian suatu bidang layout secara merata.

Ada dua jenis keseimbangan yaitu keseimbangan simetris dan asimetris atau dapat dikatakan pula keseimbangan yang formal dan non formal. Dan yang terakhir adalah unity atau kesatuan yaitu memberikan kesan yang menyatu pada keseluruhan elemen baik fisik maupun non fisik. Pemakaian sistem grid dapat membantu agar konsistensi dari prinsip-prinsip layout tersebut lebih mudah terapkan. Berikut ini salah satu tampilan layout yang akan diterapkan penulis pada tampilan karya audio visual berupa video feature yang bercerita mengenai veteran pejuang kemerdekaan RI.



C. *Konsep Komunikasi :*

Tujuan komunikasi dari karya penelitian berupa media audio visual ini adalah sebagai suatu informasi sekaligus promosi yang dalam hal ini lebih bersifat persuasi atau membujuk masyarakat agar dapat mengenal serta membangkitkan rasa pedulinya terhadap kehidupan para veteran pejuang kemerdekaan di Indonesia.

D. *Perencanaan Biaya.*

1. *Produksi*

* DVD+Cover

DVD-RW, 4,7 GB, 50 keping

1 pack @150.000,-/50 keping

Rp. 150.000

* Cetak Label full colour Art paper 1 sisi 50 lbr, @Rp.5000 Rp. 250.000	tampil 8 halaman Rp 500.000
-----+	
Total biaya Rp. 26.300.000	

- * Label DVD
50 pcs, @Rp.3.500
Rp. 175.000
- * X-banner
Cetak ukuran 60x160cm @Rp. 140.000
Rp. 140.000
- * Mug
Cetak digital, @Rp. 25.000,- 50 unit
Rp. 250.000
- * Jam Dinding Cetak digital, @Rp. 35.000, 25 unit
Rp. 875.000
- * Stiker
Cetak Digital, Cutting Stiker @ Rp.2.500, 50 unit
Rp. 125.000
- * Kalender
Cetak Digital, ukuran A3 @Rp.9.000
50 unit
Rp 450.000
- * Hanging Mobile
@Rp.10.000, 20 unit
Rp. 200.000

-----+
Total Biaya Rp. 2.615.000

2. Promosi

- * Iklan Media Cetak
 - Koran (Rp. 300.000/hari)
Rp. 300.000
 - Majalah (Rp. 25.000.000/bulan)
Rp. 25.000.000
 - Full Color-Full Halaman
Rp. 25.000.000
 - Tabloid (Rp. 500.000/minggu)
Rp. 500.000
- * Iklan Web
 - Rp. 500.000/bulan

E. Desain dan Aplikasi

1. Video Feature

Video berasal dari bahasa Latin yaitu *videre* yang artinya saya lihat. Menurut Oxford Dictionary pengertian video adalah “the recording, reproducing, or broadcasting of moving visual images; a film or other piece of material recorded on videotape; make a video recording of (something broadcast on television); film with a video camera” atau dapat diartikan suatu perekaman, mereproduksi, atau penyiaran gambar visual bergerak, suatu film atau bagian lainnya dari suatu bahan yang direkam pada kaset video; membuat rekaman video (sesuatu yang disiarkan di televisi); film dengan kamera video.

Ada salah satu jenis video yang biasanya pada program televisi merupakan bagian dari kelompok non fiksi. Jenis video tersebut adalah video feature yang akhir-akhir ini semakin marak bermunculan di program-program televisi. Pada karya penelitian ini, penulis akan membuat suatu karya audio visual yang bercerita mengenai veteran pejuang di Indonesia dalam format video feature.

Berikut ini adalah spesifikasi lebih lanjut mengenai karya penelitian penulis berupa video feature.

- * Judul: Pengabdian Tanpa Batas
- * Subjudul (Tagline): Sebuah Realita Tentang Kehidupan Para Veteran Pejuang Kemerdekaan RI.
- * Format Video: Feature
- * Sinopsis:
Kehidupan para veteran pejuang kemerdekaan Indonesia akhir-akhir ini banyak mengalami pasang surut. Dari masa ke masa, pergantian pemerintahan demi pemerintahan menjadi cerminan bagaimana veteran pejuang dihargai di Indonesia. Pengabdian Tanpa Batas

menghadirkan sisi realitas tentang kehidupan para veteran pejuang RI dalam format feature.

* Durasi: 24 menit

2. *Dokumentasi Storyboard*

Berikut ini storyboard dari video feature “Pengabdian Tanpa Batas“.



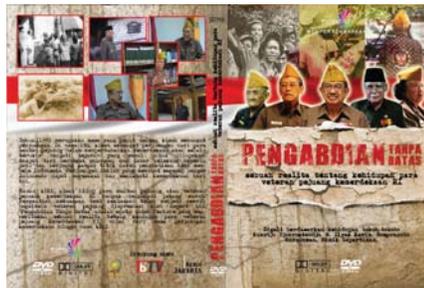
media pendukung yang digunakan untuk tujuan promosi karya penelitian berupa media audio visual tepatnya format video feature yang berjudul “Pengabdian Tanpa Batas” dan bercerita tentang nasib para veteran pejuang kemerdekaan RI.



3. *Media Pendukung*

1) *Cover DVD*

Cover DVD digunakan untuk melindungi isi dari kaset atau dvd yang ada di dalamnya agar tidak mudah rusak.



4) *Leaflet*

Leaflet adalah Selebaran atau leaflet adalah Lembaran kertas berukuran kecil mengandung pesan tercetak untuk disebarakan kepada umum sebagai informasi mengenai suatu hal atau peristiwa.



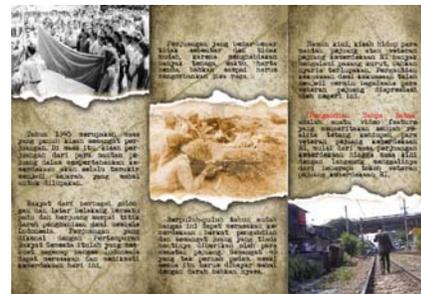
2) *Label DVD*

Sebagai tanda pengenal dari suatu piringan dvd selain itu dari segi estetika juga dapat menjadi mendukung tampilan utama dvd.



3) *Poster*

Adapun jenis poster yang dibuat oleh penulis merupakan bagian dari



5) *Stiker*

Stiker adalah Stiker adalah media komunikasi visual kategori print media yang menggunakan teknik temple. Media ini sangat efektif menyampaikan pesan yang singkat, tetapi padat dan impresif.



semakin berkembang dan digunakan sebagai salah satu media promosi dalam berbagai bentuk ukuran sampai akhirnya muncul pula X-Banner yaitu salah satu dari standing banner (spanduk yang berdiri) yang memiliki kaki penopang dibelakangnya seperti huruf X. X-Banner dapat mudah ditegakkan dan dipindahkan sehingga keefektifan dan kefisiensiannya diperhitungkan untuk digunakan sebagai salah satu media promosi.



6) *Kalender*

Fungsi utama kalender yang adalah sebagai sistem pengaturan penanggalan, hari-hari ini pun cenderung dimanfaatkan pula sebagai salah satu media promosi. Karena kalender merupakan kebutuhan yang digunakan setiap hari, maka adalah baik apabila space atau ruang kosong pada kalender dipakai sebagai sarana promosi.



8) *Hanging mobile*

Hanging mobile adalah media informasi yang memiliki komunikasi visual yang simple, namun penyampaian informasinya menyeluruh. Dan biasanya digantung pada saat pameran.



7) *X-Banner*

Banner yang awalnya digunakan sebagai bendera dari logo, simbol, slogan atau pesan lainnya, kini

9) *Jam Dinding*

Perjalanan kehidupan para veteran pejuang kemerdekaan RI berakitan pula dengan berjalannya waktu. Oleh karena itu, jam dinding dapat digunakan sebagai salah satu media pendukung yang merepresentasikan perjalanan dari waktu ke waktu yang telah dialami para veteran pejuang. Selain itu, jam dinding juga dapat menjadi suatu media promosi yang baik, karena merupakan bagian dari kebutuhan sehari-hari yang sering digunakan.



10) *Mug*

Mug adalah sarana media promosi yang sangat flexible dan simple. karena mug merupakan salah satu media promosi yang meninggalkan kesan mudah diingat.



11) *Web Banner*

Web banner adalah media penyampaian komunikasi atau pesan dari media digital. Melalui tampilan visual, teks, audio, bahkan audio visual menjadikannya media promosi yang interaktif dalam mempromosikan suatu karya audio visual seperti film atau video-video



12) *Iklan Media Cetak*

Sejarah dan perkembangan zaman telah membuktikan bahwa media cetak selama ini telah menjadi suatu ruang temu yang baik antara informasi, komunikasi, bahkan hingga promosi. Sama halnya dengan promosi pada media lainnya, iklan di media cetak juga tidak kalah penting digunakan sebagai sarana publikasi yang baik. Adapun iklan di media cetak yang akan digunakan sebagai sarana promosi untuk video feature "Pengabdian Tanpa Batas" adalah:

* Koran



* Majalah



* Tabloid



Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa dalam penyusunan sebuah media audio visual memerlukan beberapa tahapan penting, dimulai dari riset, analisa, penyusunan konsep dan pendalamannya, proses desain yang meliputi pra-produksi, produksi, dan paska produksi, kemudian evaluasi ulang setelah media audio visual telah dijalankan. Melalui tahapan-tahapan tersebutlah sebuah media audio visual diharapkan dapat menjadi sebuah media pembaharuan dan pembelajaran bagi pihak yang bersangkutan. Selain itu juga diharapkan melalui penyusunan media audio visual ini, para penonton bisa mendapat sedikit tentang sejarah perjuangan Indonesia, juga diharapkan dapat memberikan sedikit kontribusi bagi ilmu pengetahuan para penonton.

Daftar Pustaka

- Alessandri, Susan. W, Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization, USA: M.E. Sharpe, Inc., 2009.
- Abdulkarim Aim, Pendidikan Kewarganegaraan untuk kelas XI, Bandung: Grafindo Media Pratama, 2006.
- Agus Sachari, Desain Gaya Dan Realitas, Jakarta: Rajawali, 1986.
- Ayawaila, Gerzon R., Dokumenter dari Ide sampai Produksi, Jakarta: FFTV-IKJ, 2008.
- Amir Hamzah Suleiman, Media Audio Visual, Jakarta: Gramedia, 1988.
- Ardianto E., Komala L., dan Karlinah S., *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Barata, Atep. A, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003.
- Baskin, Askurifai, Videografi, Bandung: Widya Padjadjaran, 2009.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RAJAWALI PERS, 2008.
- Colin Hart, *Television Program Making*, Oxford: Reed Educational and Publishing, 1999.
- Effendy, Heru, *Mari Membuat Film*, Jakarta: Yayasan Konfiden, 2002.
- F. Rahardi, *Panduan Lengkap Menulis Artikel, Feature, dan Esai*, Jakarta: Kawan Pustaka, 2006.
- Giwanda, Griand, *Panduan Praktis Fotografi Digital*, Jakarta: Puspa Swara, 2004.
- Harmaizar Z., *Menggali Potensi Wirausaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2006.
- Iskandar, Syahril, *Apl Periklanan CorelDRAW X3+CD*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007.
- Kusranto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Edisi II, Yogyakarta: ANDI, 2009.
- M. Bayu Widagdo & Winastawan, *Bikin Film Indie itu Mudah!*, Yogyakarta: Andi & Deli Publishing, 2007.
- Rustan, Suriyanto *Font&Tipografi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ronald. D. Smith, *Strategic Planning for Public Relations*, London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2005.
- Rustan, Suriyanto, *Layout: Dasar Penerapannya*, Edisi Kedua, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Safanayong, Yongky, *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, Edisi kedua, Jakarta: Arte Intermedia, 2006.
- Straubhaar, Joseph D. & LaRose, R., *Media Now: Communications Media in the Information Age*, USA: Wadsworth Thomson Learning, 2000.

Straubhaar, Joseph D. & LaRose, R., *Media Now: Communications Media in the Information Age*, USA: Wadsworth Thomson Learning, 2000.

Tova Rabinowitz, *Exploring Typography*, USA: Thomson/Delmar Learning, 2006.

Triswanto, Sugeng D., *Trik Menulis Skripsi dan Menghadapi Presentasi Bebas Stres*, Tugu Publisher, 2010.

Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: PT.Grasindo, 2000.

Wibowo, Fred, *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007.