

Media Dokumentasi Video *Inline Skate*

Adrie Hendiawan

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Industri Kreatif,
Universitas Esa Unggul
adrianogi27.ad@gmail.com

Huddiansyah

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Industri Kreatif,
Universitas Esa Unggul
adrianogi27.ad@gmail.com

ABSTRAK

Inline skating merupakan salah satu olahraga yang paling digemari di Indonesia, terutama di kalangan anak-anak. Hal ini terlihat dari semakin kuatnya pertumbuhan komunitas *Inline Skate* yang telah menyebar ke lebih dari 30 komunitas di seluruh Indonesia. Saat mereka pergi bermain, anak-anak membawa berbagai macam sepatu roda beserta kebutuhan pribadinya yang lain, sehingga mereka membutuhkan alat jinjing berupa tas yang dapat memenuhi kebutuhannya. Metode penelitian yang digunakan adalah campuran yang meliputi studi pustaka, wawancara, observasi, dan studi perilaku. Wawancara dilakukan dengan komunitas *Inline Skate*. Observasi dilakukan untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan anak-anak saat bermain *Inline Skate*. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan video dokumentasi kegiatan *Inline Skate* bagi masyarakat yang baru mulai bermain *Inline Skate*.

Kata Kunci: Perancangan Media, Media Dokumentasi, Video, *Inline Skate*

PENDAHULUAN

Banyak cabang olahraga yang populer di dunia. Salah satu olahraga yang populer di dunia yaitu *in-line skating* atau selancar roda sebaris atau yang lebih dikenal di masyarakat sebagai permainan sepatu roda, *Inline Skate* dikenal sebagai olahraga yang populer dan menyenangkan, serta dapat meningkatkan kesehatan. Perkembangan olahraga selancar roda sebaris tersebut menarik beberapa organisasi untuk mengawasi pertumbuhan dan manajemen olahraga ini. Dua organisasi tersebut yaitu asosiasi internasional selancar roda sebaris *IISA (Internasional Inline skating associations)*, dan konfederasi amatir selancar gelinding Amerika Serikat (*United States Amateur Confederation of Roller Skating – USAC/RS*). Kedua organisasi ini bertugas memberikan sertifikasi para instruktur serta mengorganisasikan perlombaan-perlombaan seperti balapan, pertandingan hoki dan kompetisi-kompetisi artistik (Mark Poweel/ John Svensson, 1996:3). Perkembangan yang pesat tersebut menyebabkan munculnya banyak kelompok-kelompok penggemar *Inline Skate*. Kelompok tersebut beranggotakan para penggemar olahraga sepatu roda sebaris sehingga mereka merasa memiliki hobi yang sama dan membuat kelompok-kelompok tertentu, Indonesia juga sebagai negara yang merasakan perkembangan olahraga selancar roda sebaris. Hal tersebut terlihat pada banyaknya masyarakat yang tertarik dengan olahraga tersebut. Misalnya saja di kota-kota besar di Indonesia sudah mulai muncul perkumpulan penggemar olahraga *Inline Skate*.

Berdasarkan latar belakang yang diangkat, maka dapat dirumuskan bagaimana proses perancangan media dokumentasi video *Inline Skate* yang kreatif, efektif dan komunikatif, dengan menampilkan informasi melalui media interaktif video yang mampu menampilkan elemen pendukung seperti *titles*, *graphic data*, *virtual set*, *background* dan lain sebagainya, sehingga informasi mengenai *Inline Skate* bisa dilihat sebagai media interaktif video yang mampu berkembang pesat di era modern ini dan mampu bersaing dengan media interaktif video dari dalam maupun luar negeri. Tujuan perancangan Media Dokumentasi Video *Inline Skate* memberikan informasi macam – macam jenis *Inline Skate* yang bisa digunakan sesuai keinginan para *riders*.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini yaitu observasi partisipatif, peneliti terlibat secara langsung dalam latihan *Inline Skate* sehingga menjadi bagian dari kelompok yang diteliti. Dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Landasan teori menjadi sebuah pondasi serta landasan dalam penelitian, teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : Teori olahraga, menurut Santosa Giriwijoyo (2017, h.25) olahraga adalah pergerakan teratur dari anggota badan yang telah direncanakan oleh orang dengan tujuan untuk membuat kegunaannya meningkat.

Teori sepatu roda/*Inline Skate* , sepatu roda merupakan sepatu yang pada alasnya terdapat roda agar dapat meluncur dan biasanya digunakan oleh anak-anak. Meskipun dikatakan bahwa sepatu roda biasanya dimainkan anak-anak, namun sepatu roda juga digemari oleh orang dewasa dan ukurannya tentu lebih besar.

Teori dokumentasi, dokumentasi adalah bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, pemakaian, penyelidikan, penghimpunan, dan penyediaan dokumen untuk memperoleh penerangan pengetahuan, keterangan, serta bukti dan juga menyebarkannya kepada pihak berkepentingan.

Teori media video, Media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Teori komunikasi menurut Drs. Tommy Suprpto, M.S. (2009 : 4) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi” menyatakan bahwa “komunikasi sebagai suatu proses berbagi (sharing process). Bahwa “Komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti umum (*commom*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commoner*) dengan seseorang, yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide atau sikap.

Teori strategi publikasi menurut Sandra Moriarty, Nancy Mitchel, dan William Wells yang dikutip dari bukunya *Advertising*, perencanaan strategi adalah proses mengidentifikasi problem yang dapat dipecahkan dengan komunikasi pemasaran, kemudian menentukan tujuan/sasaran (apa yang ingin anda capai), menentukan strategi (bagaimana mencapai tujuan), dan mengimplemenstasikan taktik (aksi untuk menjalankan rencana). Dengan begitu strategi publikasi akan memaksimalkan publikasi melalui media interaktif video sebab konten video lebih mudah untuk ditangkat informasinya, alias lebih udah untuk dicerna. Jika anda berhasil membuat konten video yang ramai ditonton orang, maka mereka akan dapat mencerna informasi dengan baik. Tidak hanya itu, penulis meninjau bahwa dari situasi terkini, social media turut berperan aktif dalam memaksimalkan kegiatan promosi dan pemasaran.

Teori psikologi warna, psikologi warna adalah penggunaan warna dalam sehari - hari kini tidak hanya berdasarkan selera pribadi dengan mengikuti insting atau perasaan saja tetapi kini orang-orang memilih warna dengan penuh kesadaran akan kegunaannya. Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain, karena dengan warna orang bisa menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk – bentuk visual secara jelas. Dalam prakteknya warna dibedakan menjadi dua yaitu : 1. Warna yang ditimbulkan karena sinar matahari melalui biasan prisma (*Additive color/RGB*) berasal dari teori warna *Newton*, yang biasanya digunakan pada warna lampu, monitor, TV dan sebagainya. 2. Warna yang dibuat dengan unsur-unsur tinta atau cat dan hasil uraian campuran pigmen warna dengan bahan pengikat (*Subtractive color/CMYK* (minyak) dan *six standar colour/lingkaran warna/MBK* (air) berasal dari teori warna *brewster*, warna brewster ada tiga jenis yaitu warna primer (merah, kuning dan biru), warna sekunder (orange, hijau dan ungu), warna tertier (kuning kemerahan, ungu kemerahan, hijau toska, dan lain - lain).

Teori semiotika, Pierce. Bagi Pierce yang ahli filsafat dan logika menyebut ilmu yang dibangun semiotika (*semiotics*), penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda (Berger, 2000:11-12). Dalam perkembangan selanjutnya, istilah semiotika lebih populer daripada semiologi.

Teori aspek kultural, desain sebagai salah satu wujud dari budaya visual memiliki peranan yang tidak kecil dalam peta sejarah kebudayaan bangsa Indonesia modern yang telah terbangun semenjak masa colonial sehingga desain disebut sebagai “sosok formal” yang memuat nilai - nilai di dalamnya. Dalam buku Pengantar Ilmu Antropologi (Koentjaraningrat, 2000: 181) Koentjaraningrat mendefinisikan budaya sebagai daya budi yang berupa cipta, karsa dan rasa, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta, karsa dan rasa itu sendiri.

Teori Gaya, pengertian dari gaya secara umum adalah suatu ragam yang khas dari ekspresi, desain, arsitektur atau cara pelaksanaan suatu hal. Gaya dalam desain grafis berarti keindahan visual yang mempunyai pengaruh besar pada suatu masa dan tempat tertentu. Dalam proses ini, gaya juga berarti sebuah cara untuk menginformasikan dan menandai pesan yang ditujukan bagi *audience* tertentu. Gaya terdiri dari Gaya desain *post-modern*, Gaya Desain *Swiss Style*, Gaya Desain *Victorian*.

Unsur Dan prinsip desain, Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Agar desain yang dihasilkan menarik mata ada beberapa unsur yang harus dipelajari, unsur dalam desain grafis yang terdiri dari garis, bidang, bentuk, warna, ruang, nilai gelap terang, tekstur. Desain grafis juga memiliki prinsip seperti halnya manusia, seseorang dikenal karena prinsipnya, prinsip utama harus ditampilkan dalam sebuah desain grafis sehingga karya tersebut komunikatif prinsip dalam desain grafis yang terdiri dari keseimbangan, irama, kesatuan, penekanan atau pusat perhatian, kesederhanaan.

Teori *storyline*, alur cerita atau sering disebut plot adalah rangkaian peristiwa kejadian yang sambung – menyambung dalam cerita. *Storyline* dibuat dari pengembangan ide cerita yang didasarkan pada gagasan dasar (*big idea*) dan disesuaikan dengan panduan dari *creative work plan*. *Storyline* adalah suatu perancangan dan implementasi mempunyai panduan yang jelas. Desain dari setiap halaman memiliki unsur dasar desain anak – anak, melingkupi gambar, animasi, warna, dan bentuk teks lainnya (Youlia Indrawaty 2013:5).

Teori *storyboard* menurut Iwan Binanto (2010:255-256) *storyboard* merupakan pengorganisasian grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal dari suatu file, animasi, serta urutan media interaktif. *Storyboard* biasanya digunakan untuk kegiatan : 1. Film. 2. Teater. 3. Animasi. 4. Photomatik. 5. Buku Komik. 6. Bisnis. 7. Media interaktif.

Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *storyboard* merupakan rancangan kasar dari suatu tampilan layer atau gambaran umum saja, 1. Teori tipografi pada media publikasi, menurut Dendi Sudiana dalam bukunya yang berjudul Pengantar Tipografi ”(p: 1, 2001) menjelaskan bahwa gambar adalah elemen grafis yang paling mudah dibaca. Tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari huruf oleh huruflah memandu pemahaman pembaca pesan atau ide. Klasifikasi Tipografi menurut Haley A, Richard Poulin, Jason Tselentis, Tony Seddon, Gerry Leonidas, Ina Saltz, Kathryn Henderson, dan Tyler Alterman dalam buku yang berjudul “*Typography Referenced A Comprehensive Visual Guide to the Language*,

History, and Practice of Typography” (P:54, 2012), menyatakan bahwa Tipografi memiliki 4 klasifikasi berdasarkan sejarah dan deskripsi nomenklatur, Klasifikasi tersebut antara lain *serif, Sans Serif, Script, Decorative*.

Teori Ilustrasi/Gambar/Foto, dalam buku yang berjudul Teori Dasar Desain Komunikasi Visual karya Artini Kusmiati R., Sri Pujastuti, dan Pamudji Suptandar (P:44, 1999) menuturkan bahwa: “Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar dari kata-kata itu”. dari aspek seni maupun teknik pengerjaan.

Dalam buku “*Basic Visual Concepts and Principles*” oleh Charles Wallschlaeger dan Cynthia Busic-Snyder, gambar sebagai salah satu bentuk komunikasi, sedangkan menggambar adalah proses grafis yang menciptakan bentuk dan ruang yang bersifat ilustratif. Gambar dapat mengekspresikan ide dalam berbagai bentuk, gambar juga memiliki arti penting dalam metode komunikasi seperti halnya lisan dan tulisan.

Teori infografis, menurut Newsom and Haynes (2004, p:236) grafis informasi atau infografis adalah representasi visual yang grafis informasi, data yang atau pengetahuan dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas. Dalam buku *The Power Of Visual Storytelling-Infographic* Jason Lankow, Ross Crooks, dan Josh Ritchie adalah tiga founders, sebuah agensi kreatif terkemuka yang mengkhususkan diri dalam desain infographic, visualisasi data, dan sosial PR. Infografis dan visualisasi data dapat menyampaikan pesan anda dalam cara yang ringkas dan menarik. Infografis: kekuatan mendongeng visual menunjukkan bagaimana menggunakan komunikasi visual untuk menarik, menginformasikan, dan bahkan menghibur *audience* anda.

Teori *motion graphic*, Menurut Sukarno dalam tugas akhirnya mengatakan bahwa: *motion graphic* adalah potongan - potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik.

Teori animasi, Animasi berasal dari kata dalam bahasa Inggris yaitu *animate* yang artinya menghidupkan, memberi jiwa dan menggerakkan benda mati. Animasi merupakan proses membuat objek yang asalnya suatu benda mati, kemudian secara berurutan disusun dalam posisi yang berbeda seolah menjadi hidup. Terdapat 4 jenis animasi menurut Hofstetter (2001, p26) yaitu *Frame Animation, Vector Animation, Computational Animation, Morphing*.

Teori video menurut Iwan Binanto dalam buku *Multimedia Digital Dasar Teori dan Pengembangannya* (2010:10), kata video berasal dari kata Latin yang berarti saya lihat. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan *videotape*, perekam video, dan pemutar video.

Teori suara, menurut buku *Movie Soundtrack Effects* oleh Geoffrey M. Horn, sound atau suara merupakan salah satu kunci dalam merencanakan sebuah film. Desain suara memiliki 3 elemen, yaitu musik, suara, dan *noise*. Suara dipadukan setelah film selesai diambil gambarnya, ahli dalam bidang ini disebut *sound mixer*. Jenis – jenis sound effect yaitu *Spot Effect* (efek langsung), *Actuality recorded* merupakan efek suara yang diperoleh /direkam langsung, *Library recorded effect* merupakan efek suara buatan.

Analisa data dibutuhkan untuk pengumpulan dan pengklasifikasian data yang terarah demi menyusun strategi perancangan desain agar visualisasi yang dibuat dapat tepat mencapai sasaran atau target market.

Analisa mengenai *8Rollskates* adalah komunitas *Inline Skate* di dan toko *Inline Skate* terkemuka di Jakarta yang banyak menaungi para *bladers* muda di Jakarta. *8Rollskates* memiliki misi yaitu menaungi atau memfasilitasi anak anak muda berbakat untuk menjadi *bladers* profesional, komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk mendorong terbentuknya pemikiran masyarakat bahwa olahraga *Inline Skate* dapat dimainkan oleh segala kalangan dan juga tidak terlalu berbahaya jika dipelajari dengan baik.

Analisa kondisi media komunikasi visual, perkembangan video infografis ternyata sangatlah pesat diimbangi dengan pesatnya teknologi yang mendukung, konten video lebih mudah untuk ditangkat informasinya, jika berhasil membuat konten video infografis yang ramai ditonton orang, maka akan dapat menangkat informasi dengan mudah dan tidak membosankan serta berpotensi untuk viral, Maka dari itu perancangan dokumentasi video diharapkan mampu mengubah persepsi negatif masyarakat tentang olahraga *extreme* melalui *Inline Skate* .

Analisa data kompetitor, analisa ini dianggap penting untuk mengetahui kompetitor yang juga menawarkan produk sejenis, kompetitor dalam dokumentasi video ini adalah “Dua Garis” – Indonesian *Skateboarding Documentary* karya yang dibuat oleh Iqbal Hamdani yang mampu menyampaikan informasi yang jelas, kreatif dan menarik sehingga penonton dapat menyerap apa yang disampaikan.

Analisa SWOT, *strength* atau kekuatan (Memberikan informasi mengenai macam-macam *Inline Skate* yaitu, *aggressive Inline Skate* , *Quad Skate*, *Urban Skate*, memberikan *effect* video yang menarik dan kreatif, memberikan gambaran olahraga untuk mempertegas pesan yang ingin disampaikan), kelemahan atau *weakness* (Adanya masyarakat yang tertarik olahraga *Inline Skate* akan tetapi tidak memiliki *Inline Skate* , anggapan masyarakat jika *Inline Skate* merupakan olahraga yang memiliki tingkat kesulitan yang tinggi), *opportunity* atau peluang (Belum adanya dokumentasi video yang membahas tentang ke-3 macam *Inline Skate* tersebut), *threats* atau ancaman (Adanya *competitor* yang membuat dokumentasi video yang serupa).

Konsep Perancangan

Tujuan perancangan video dokumenter *Inline Skate* ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melalui perilaku untuk menjaga pola hidup sehat dan rajin berolahraga, mengubah persepsi masyarakat tentang *Inline Skate* bukan olahraga yang berbahaya, memanfaatkan sosial media untuk melihat perkembangan dan

mencari teman atau komunitas untuk bermain *Inline Skate*.

Strategi yang disusun dalam perancangan video dokumentasi *Inline Skate* beberapa tahap yaitu melakukan wawancara dan survey / melakukan riset kepada pihak *8RollSkates / ComzRollerSkates* sebagai narasumber, observasi partisipasi dilakukan peneliti dalam meriset data di *website* resmi dari narasumber terkait, sehingga data yang didapat valid, observasi partisipasi dilakukan peneliti dalam meriset data di *website* resmi dari narasumber terkait sehingga data yang didapat valid, analisis *USP (Unique Selling Point)* untuk mengetahui keunikan yang menjadi daya jual utama dari dokumentasi video *Inline Skate : No Fear*.

Penyusunan konsep media, dimulai dari mencari kata kunci atau *keyword* yang sesuai, selanjutnya penyusunan untuk pendalaman video dokumenter *Inline Skate: No Fear* yang sesuai dengan riset dan konsep, Kemudian menganalisis lokasi, karakter dan *keyword* yang sesuai. Pra-produksi dan pasca produksi, produksi dilakukan sesuai dengan target dan tujuan media, sesuai dengan keperluan yang ada. Pemilihan media, media- media pendukung berupa poster, brosur, *billboard*, dan iklan di sosial media, diantaranya *Instagram story*. Target media dengan pertimbangan beberapa aspek, aspek geografis daerah yang menjadi sasaran promosi ini berada di Jakarta, aspek demografis sasaran promosi ini yaitu pria dan wanita berusia 10-30 tahun, aspek psikologi target dari video dokumenter *Inline Skate : No Fear* ini adalah pribadi – pribadi yang serunya untuk berolahraga.

Panduan media, media yang digunakan harus mampu menginformasikan serta mampu membangun image positif kepada khalayak khususnya pada sasaran yang dituju. Program media dalam perancangan media ini yaitu video dokumenter tentang *Inline Skate* , *cover DVD* menjelaskan identitas visual dari Video, label stiker *DVD* sebagai identitas visual dari *DVD* tersebut, poster, brosur, *billboard*, stiker, iklan pada sosial media.

Dalam membuat konsep kreatif maka harus memiliki dasar pemikiran yang akan diolah untuk dijadikan bentuk visual, *keyword* yang digunakan penulis adalah *Inline Skate* , sepatu roda dan video dokumenter yang memiliki arti tentang berbagai macam dan jenis bermain *Inline Skate*. Strategi kreatif diperlukan adanya sebuah acuan dalam penetapan beberapa elemen desain, yaitu: warna (warna biru muda, putih tulang, merah pudar dan hitam sayu), tipografi (*Monument Extend (regular)*, *Monument Extend (Ultrabold)* dan *Gotham (bold)*), image Dalam perancangan dokumentasi video *Inline Skate : No Fear* mengadaptasi dari gaya desain Memphis yang menggunakan warnawarna cerah yang memberi kesan ceria, identitas visual, layout.

Program kreatif memiliki beberapa proses dalam menghasilkan suatu karya, proses cetak dilakukan dengan cara digital printing, pra produksi dengan tahap penentuan konsep desain, mencari referensi video sejenis beserta teknikny, *Storyline*, *Storyboard* , Editing dengan premiere pro. Pasca produksi dilakukan proses rendering di *Adobe After Effect CC 2018* dengan *render setting format: MPEG-4 movie, Video Codec: olahraga yang cukup extreme . H.264, AAC, Dimension: 1190×842, Channel: RGB*.

Konsep komunikasi, dalam konsep komunikasi terdiri dari tujuan komunikasi itu sendiri dan strategi apa dalam meningkatkan suatu promosi. Tujuan komunikasi yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai macam bidang olahraga seperti olahraga santai maupun *extreme* dan menyadarkan masyarakat untuk mengeksplorasi berbagai macam olahraga. Strategi komunikasi dalam media ini adalah dokumentasi video (media utama), *cover DVD + tempat DVD*, label stiker, poster, *billboard*, stiker, iklan pada sosial media, brosur.

Perencanaan biaya, biaya produksi dilakukan dengan riset melalui via *Chatting* dan *website* resmi dari narasumber terkait. Biaya promosi disesuaikan kebutuhan dengan rinian sebagai berikut:

No.	Keperluan	Banyak	Harga (pcs)	Total
1.	Poster	100 Lembar	Rp. 10.000	Rp. 1.000.000
2.	Cover DVD + Tempat DVD	50 Lembar	Rp. 11.000	Rp. 550.000
3.	Label Stiker	100 Lembar	Rp. 10.000	Rp. 1000.000
4.	Billboard	3 Bulan	Rp. 3.750.000	Rp. 11.250.000
5.	Iklan pada Instagram	30 Hari	Rp. 25.000	Rp. 750.000
6.	Brosur	100 Lembar	Rp. 10.000	Rp. 1000.000
7.	Bandana	50 buah	Rp. 30.000	Rp. 1.500.000
8.	Tumbler	25 buah	Rp. 45.000	Rp. 1.125.000
Total				Rp. 19.350.000

Gambar 2 Tabel Biaya Produksi (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Desain dan Aplikasi

Media utama dalam karya ini adalah perancangan dokumentasi video *Inline Skate*. Dalam pembuatan perancangan dokumentasi video *Inline Skate* ini dilandasi atas peduli akan lingkungan sekitar, khususnya bagi anak-anak muda. Dan juga sudut pandang atau persepsi – persepsi, karena masyarakat berpikir bahwa *Inline Skate* menjadi sebuah olahraga yang cukup *extreme*.



Gambar 3 Screenshot perancangan dokumentasi video *Inline Skate* (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Script Narasi dan Dokumentasi Storyboard:

Scene 1: Pengenalan Olahraga *Inline Skate* -Menjelaskan tentang *Inline Skate* -
Menjelaskan masalah akibat jika tidak mempelajari *basic*

Scene 2: Pengenalan *Aggressive Inline Skate* - *Stock Shoot at Skate Park*

Scene 3: Pengenalan *Urban Inline Skate* - *Stock Shoot at Street*

Scene 4: Pengenalan *Quad Skate* - *Stock Shoot at Skate Park*

Scene 5: *Basic Aggressive Class* - *Stock Shoot at Street* - Belajar bersama *coach*
Made – Wawancara para *bladers*

Scene 6-7: *Tips and Trick* - *Stock Shoot at Skate Park* - *Tips and Trick*

Scene 8: *Ending* - *Stock Shoot* – *Tagline*



Gambar 4 Storyboard Digital (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

Dokumentasi Video memiliki beberapa media pendukung yang dapat menunjang keberhasilan dalam menghasilkan suatu karya

1. Cover DVD

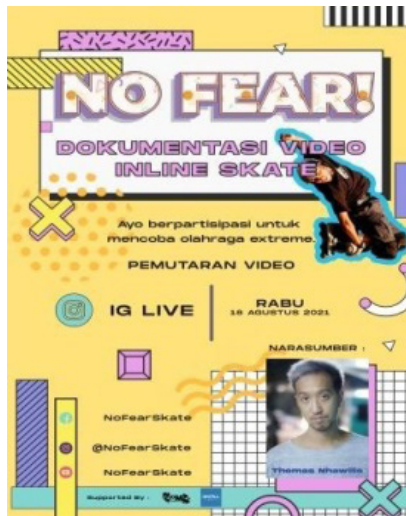
Desain cover pada packaging yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan menjadikan karya ini maksimal.



Gambar 5 Cover DVD dan Sticker DVD (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

2. Poster

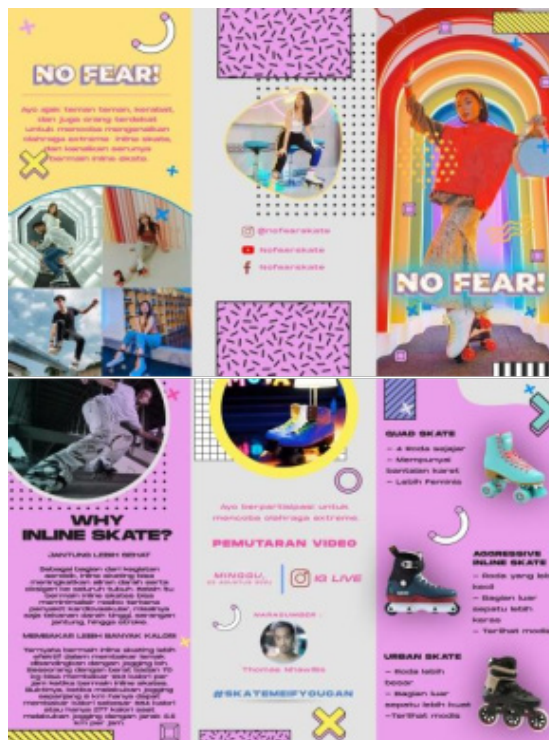
Poster sebagai salah satu strategi promosi, di desain secara menarik dan informatif agar masyarakat atau *audience* tertarik.



Gambar 6 Poster (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

3. Brosur

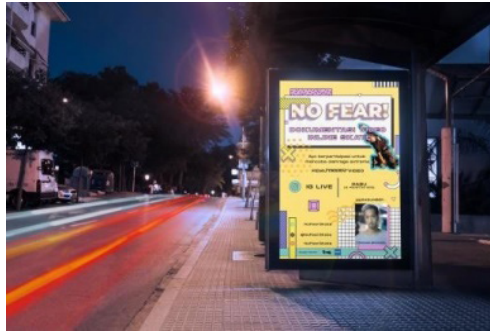
Brosur merupakan bentuk iklan kertas ditujukan untuk distribusi yang luas.



Gambar 7 Brosur (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

4. Billboard

Billboard merupakan media publikasi yang dipasang di bahu jalan.



Gambar 8 Brosur (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

5. Iklan pada sosial media

Pada dokumentasi video *Inline Skate* menggunakan social media *Instagram* untuk mempromosikan dan memberikan info mengenai *bladers* atau *skaters* di Jakarta.



Gambar 9 Iklan pada Instagram (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

6. Stiker

Stiker sebagai salah satu strategi promosi dan menjadi *merchandise* yang dipesan melalui via Instagram.



Gambar 10 Sticker (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

7. T-Shirt

T-Shirt sebagai salah satu strategi promosi dan menjadi *merchandise* yang dipesan melalui via *instagram*.



Gambar 11 T-shirt (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

8. Tumbler

Tumbler sebagai salah satu strategi promosi dan menjadi *menchandise* yang dipesan melalui via *instagram*.



Gambar 12 Tumbler (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

KESIMPULAN

Perancangan dokumentasi video *Inline Skate* terkonsep secara baik, dibutuhkan pemahaman kajian yang baik, seperti mengetahui bagaimana menggunakan *software Adobe Premier Pro, After Effect 2020* dan mengetahui apa yang dibutuhkan dan dilakukan. Dalam proses mengerjakan video ini dimulai dengan pembuatan *storyline*. Kemudian dilanjutkan kepada pembuatan *storyboard*. Disini penulis merancang *storyboard* secara dua bentuk yaitu, *storyboard* kasar dan *storyboard* digital untuk mempermudah pada tahap eksekusi video. Perancangan Dokumentasi Video *Inline Skate* disajikan dalam bentuk video. Melihat data dan informasi yang disajikan secara kreatif dan menarik dengan dokumentasi video jadi terasa menyenangkan seperti menonton film. Jenis dokumentasi video yang memadukan konsep audio visual ini tampak sangat menarik karena konsep video yang terinspirasi dari penggunaan social media sebagai tempat mencari informasi serta memadukan unsur gambar yang bergerak dengan latar belakang suara yang mampu memperkuat pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Meski tampak menarik, cara memahami data yang dibuat dalam dokumentasi video membutuhkan pematangan konsep yang mendalam.

Dalam dokumentasi video penyatuan gambar dan *effect motion* serta diperkuat dengan musik. Produksi dokumentasi video ini menggunakan *software Adobe Premier Pro*. Untuk mempermudah proses produksi, penulis membuat composition pada setiap *Scene*, teknik ini dilakukan agar composition tersusun dengan rapih dan suara music, kemudian di edit dan di render lalu menghasilkan video yang siap untuk digunakan. Kekuatan visual yang menarik serta percampuran antara skill desain, analisis informasi, dan *storytelling*. Ketiga komponen tersebut adalah kunci dari dokumentasi video yang maksimal. Serta *effect motion* yang ditampilkan sehingga tidak terkesan kaku dan membosankan. Dan dengan konsep yang terencana perancangan dokumentasi video *Inline Skate* dapat menyampaikan informasi atau pesan dengan baik.

Olahraga *Inline Skate* kini tidak hanya atlet saja yang dapat menggunakan *Inline Skate* tetapi setiap kalangan dari yang anak – anak, remaja, hingga desawa dapat berolahraga menggunakan *Inline Skate*, saat ini banyak juga komunitas – komunitas yang menaungi para masyarakat yang ingin memulai atau baru belajar menggunakan

Inline Skate. Angapan masyarakat tentang *Inline Skate* sebagai olahraga *Extreme* semakin berkurang dikarenakan banyaknya kelompok yang dengan senang hati membantu untuk para pemula belajar menggunakan *Inline Skate*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonym, 2016, // [Http:// Wwww. Loop.Co.Id./](http://www.loop.co.id/) Sportainment, Diunduh Tanggal11 Agustus 2016.
- Artomo ,2013, Serba Serbi Sepatu Roda Segaris (*Inline Skate*). Yayasan Al Manar Persangrahan: Jakarta Selatan.
- Halim , Nur Ichsan. 2011. Tes Dan Pengukuran Kesegaran Jasmani. Univeristas Negeri Makassar. Makassar.
- Harsono. 1993. Latihan Kondisi Fisik. KONI Pusat. Jakarta.
- Kamal Firdau. 2011. Evaluasi Program Pembinaan Olahraga Tenis Lapangan Di Kota Padang. Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia. Universitas Negeri Semarang. Volume 1. Edisi 2.
- I Made Adi Merta Yoga. 2012. Pengaruh Circuit Training Terhadap Peningkatan Kelincahan Dan Kapasitas Vital ParuParu. Sigaraja. Jurnal Ilmiah.
- Mark Powel Dan John Svensson, 1996, InLine Skating, Jakarta Utara, Pt. Rajagrafindo Persada.48.
- Shutan Arie Shandi. 2015. Penjas Dan Olahraga Dalam pengembangan Nilai Sosial. Jurnal Ilmia IKKIP Mataram. Vol 1 No 2. Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung, Alfabeta
- Suroto Dan Taufik Hidayat. 2015. Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan. Jakarta. Pusat Kurikulum Dan Perbukuan, Balitbang, Kemdikbud.
- Taufik Hidayat Dkk. 2014. Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan. Jakarta. Pusat Kurikulum Dan Perbukuan, Balitbang, Kemdikbud.
- Umar Hadi. 2015. Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Kematian Petinju Akibat Kealpaan Penyelenggara. Jurnal Ilmia Surabaya. Volume 1, Nomor 1.
- Watciet Nur Hayati. 2015. [Http://Duniabaca.Com/PengertianEtikaan-Macammacamnya.Html](http://Duniabaca.Com/PengertianEtikaan-Macammacamnya.Html). Jakarta.
- Yoga Bagaswara, 2015, Frekuensi Cedera Atlet Pelatda Sepatu Roda Perserosi DIY, Skipsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zainal Arifin, 2013, Evaluasi Pembelajaran, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya