

Perancangan Video Dokumenter Olah Raga Flag Football Sebagai Sarana Promosi di Surabaya

Jordan Hendrico¹, Prayanto W.H², Hen Dian Yudani³

¹³. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236.

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta
Jalan Parangtritis KM 6.5 Sewon Bantul, Yogyakarta
Email: prayantowh@gmail.com
Email : jordanhendrico@gmail.com

Abstrak

Perancangan Video Dokumenter Olah Raga Flag Football Sebagai Sarana Promosi di Surabaya

Ada banyak cabang olah raga baru yang mulai masuk ke Surabaya. Tidak sedikit pula cabang olah raga yang masih belum dikenal luas oleh masyarakat, contohnya *Flag Football*. *Flag Football* adalah sebuah olah raga dari Amerika yang merupakan versi “halus” dari *American Football*, dimana *tackle* pada *American Football* diganti dengan *deflagging*, pemain hanya perlu menarik bendera pada sabuk pemain lain yang sedang membawa bola untuk menghentikan lajunya. Penulis memutuskan untuk menggunakan metode kualitatif untuk merancang sebuah video dokumenter yang dapat mempromosikan olah raga *Flag Football* dan menarik minat masyarakat terhadap olah raga ini dengan menyajikan sebuah video dokumenter yang berbeda dari video yang lainnya. Media promosi dengan menggunakan video terbukti efektif menarik minat masyarakat terhadap olah raga *Flag Football* ini, terbukti dengan *viewers* mencapai 100 dalam jangka waktu 1 hari setelah video di unggah melalui Youtube.

Kata kunci: Video dokumenter, *Flag Football*, *American Football*

Abstract

Title: *The Making of Documentary Flag Football Video as Promotion Media in Surabaya*

So many new kind of sports coming in Surabaya. And many of them remain unknown, for example, Flag Football. Flag Football is soft version of American Football, where tackle replaced with deflagging, player only need to pull off enemy player's flag in their belt to stop their run. Author decided to use qualitative method to design a documentary video to publish Flag Football and attract people with one of a kind documentary video. Promotion media using video proven to be very effective to attract people about Flag Football, in Youtube, this video reach 100 viewers in one day after uploaded.

Keywords: *Documentary video, Flag Football, American Football*

Pendahuluan

Olah raga sering kali menjadi pilihan hobi bagi remaja maupun orang dewasa, bahkan olah raga tidak dapat dipungkiri kini telah menjadi lapangan pekerjaan dengan penghasilan yang menjanjikan. Seiring dengan menyebarnya olah raga ke seluruh lapisan masyarakat, semakin banyak pula cabang olah raga baru yang masuk ke Indonesia. Salah satu cabang olah raga baru yang cukup berhasil menarik minat masyarakat adalah *Flag Football*. *Flag Football*

adalah versi “aman” dari *American Football*, dimana dalam olah raga ini hanya perlu menarik bendera yang ada di sabuk lawan untuk menghentikan lajunya atau biasa disebut *deflagging*. *Flag Football* dimainkan oleh delapan orang dalam satu tim. Waktu pertandingan pun juga dibedakan dari *American Football*, waktu pertandingan *Flag Football* dibagi menjadi dua *half* masing-masing dua puluh menit. Ukuran lapangan yang digunakan adalah 80 x 50 yard, dan setiap 15 yard ditandai dengan 20-40-20 untuk *1st down zone*. *Flag Football* sendiri sudah

lama masuk dan resmi menjadi salah satu cabang olah raga yang diakui di Indonesia. Organisasi yang menaungi olah raga *Flag Football* di Indonesia sendiri, yang disebut IFFA (*Indonesian Flag Football Association*) yang berpusat di Jakarta, sudah berdiri sejak 14 Februari 2009 untuk meneruskan pendahulunya yaitu IFFL (*Indonesian Flag Football League*) yang telah di disfungsi sejak tahun 2001. *Flag Football* masuk ke kota Surabaya diawali sebagai olah raga minoritas yang hanya dimainkan oleh segelintir orang, berdasarkan pada data yang tertulis di *website* resmi IFFA yang mengatakan bahwa organisasi IFFL di disfungsi pada tahun 2001 karena kurangnya tim yang berpartisipasi. Olah raga ini mulai berkembang di Surabaya pada Juni 2011, dengan adanya SFFL (*Surabaya Flag Football League*) yang diselenggarakan oleh IFFA region Surabaya. “*Season*” terus berlanjut hingga Juli 2012, dan berubah nama menjadi *Surabaya Bowl* pada Februari 2013 sampai sekarang. Seiring dengan berkembangnya olah raga *Flag Football* di Surabaya, semakin banyak tim yang dibentuk dan terdaftar dalam berbagai kompetisi baik di dalam maupun luar Surabaya. Dan pada perhelatan *Surabaya Bowl* ke 2 tahun 2014 ini resmi terdaftar 4 team besar, yaitu Crocodile, Inferno, Lobster Spartan, dan Gladiator.

Menurut penulis ada beberapa alasan yang membuat olah raga *Flag Football* ini mudah diterima dan dimainkan oleh masyarakat luas. Alasan pertama, olah raga ini dapat dimainkan oleh semua usia, dari anak-anak hingga dewasa. Pada dasarnya, permainan ini sama dengan olah raga sepak bola yaitu menggiring bola sampai gawang lawan. Alasan kedua, olah raga *Flag Football* tidak membutuhkan *budget* yang mahal untuk memainkannya. Untuk memainkan olah raga ini hanya memerlukan sepatu olah raga, *jersey* olah raga, dan *flag* yang sudah disediakan oleh masing-masing tim atau dijual dengan harga yang murah di toko-toko peralatan olah raga. Begitu pula dengan bola yang digunakan juga mudah didapat dengan harga yang relatif terjangkau. Alasan berikutnya mengapa olah raga *Flag Football* dapat dimainkan oleh masyarakat luas adalah olah raga ini tidak membutuhkan lapangan khusus. Seiring dengan berkembangnya *Flag Football* di Surabaya, komunitas *Flag Football* menjadikan lapangan umum THOR menjadi lapangan pertandingan resmi untuk setiap *event* yang digelar per *season*.

Meskipun olah raga *Flag Football* mulai berkembang, tetapi tidak sedikit pula masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan olah raga ini. Seperti yang kita tahu media hanya menyorot beberapa cabang olah raga yang sudah terkenal di Indonesia seperti sepak bola, bulutangkis, dan lain-lain. Hal ini menyebabkan olah raga yang masih berkembang seperti *Flag Football* kurang mendapat perhatian dari masyarakat. Berdasarkan angket online melalui Facebook yang dilakukan oleh penulis, dari 50 orang pada kisaran umur 16-25 tahun di Surabaya dan Malang, 38 orang menjawab tidak mengetahui

cabang olah raga tersebut. Tentu kurangnya sosialisasi ini menghambat perkembangan *Flag Football* sendiri. Berdasar pada fakta dan data inilah penulis ingin mensosialisasikan kepada masyarakat luas mengenai olah raga *Flag Football* ini.

Selama kurang lebih tiga tahun olah raga *Flag Football* mulai berkembang di Indonesia, IFFA dan komunitas *Flag Football* juga mempunyai beberapa media yang digunakan untuk menyebar luaskan olah raga ini. Beberapa diantaranya adalah melalui *website* dan jejaring sosial. Jika dilihat dari data yang didapatkan dari riset singkat, media ini masih kurang efektif. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya peserta angket yang masih tidak mengetahui tentang keberadaan olah raga *Flag Football* di Indonesia, khususnya Surabaya. Terlebih lagi *website* dan akun jejaring sosial tersebut hanya tersebar di kalangan komunitas *Flag Football* sendiri dan tidak tersebar luas sampai ke masyarakat yang masih belum mengetahui tentang keberadaan olah raga ini.

Media yang paling mudah di akses oleh masyarakat, khususnya remaja, saat ini adalah video. Seperti pernyataan yang diambil dari salah satu situs resmi Youtube, pada tahun 2012-2013, terdapat sekitar 4 milyar orang mengakses Youtube setiap harinya. Dari sini dapat dilihat bahwa media video merupakan cara yang ampuh untuk menyebar luaskan olah raga ini. “*YouTube’s Asia-Pacific director of product management, Adam Smith, said 70 percent of YouTube viewers were outside the United States. In Asia, Indonesia boasts the highest potential viewer count.*” (<http://www.thejakartaglobe.com>, 2012).

Selain itu, kelebihan media video dibanding media lain adalah video dapat merangkum keseluruhan aspek yang ada pada olah raga tersebut dalam satu media. Dalam video dapat menampilkan wawancara, *rules*, cuplikan pertandingan, dan lain-lain sekaligus dalam satu rangkaian yang estetik, *simple*, dan menarik bagi remaja. Begitu pula dengan dana / anggaran yang digunakan untuk publikasi tentu akan jauh lebih murah dibandingkan dengan media lain. Untuk publikasi sendiri bisa dengan upload ke situs unggah video seperti Youtube, atau bahkan disebar melalui jejaring sosial seperti Facebook / Twitter yang kini menjadi *trend* di kalangan masyarakat. Sesuai dengan data pengguna internet di Surabaya yang mencapai 32% di tahun 2010 dan terus menanjak naik hingga 2013 (Subagyo, Ratih, 2011), publikasi melalui internet akan lebih mudah menjangkau *target audience*. Dari latar belakang yang telah disampaikan di atas, menurut penulis, video adalah salah satu media yang tepat untuk mempromosikan olah raga *Flag Football* tersebut.

Metode Penelitian

Data yang dibutuhkan

Data primer : Pengetahuan dan harapan dari target audience mengenai olah raga *Flag Football* sebagai bahan untuk menyusun informasi yang perlu disampaikan dalam film dan gaya visual yang akan digunakan dalam film.

Data sekunder : Materi komunitas *Flag Football*.

Metode Pengumpulan Data

Wawancara adalah langkah untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada target audience dan responden dari pemain *Flag Football* di Surabaya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, di mana data yang dikumpulkan akan disusun, ditafsirkan dan diuraikan secara lengkap sistematis sesuai dengan fakta yang terbangun di komunitas *Flag Football* Surabaya. Data hasil studi literatur dan wawancara juga akan diinterpretasikan dalam bentuk video dokumenter yang sekaligus bersifat persuasif.

Identifikasi Dan Analisis Data

Film Dokumenter

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan (*travelogues*) yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Tiga puluh enam tahun kemudian, kata 'dokumenter' kembali digunakan oleh pembuat film dan kritikus film asal Inggris John Grierson untuk film *Moana* (1926) karya Robert Flaherty. Grierson berpendapat dokumenter merupakan cara kreatif merepresentasikan realitas (Susan Hayward, 1996 : 72).

Menurut Edmund F. Penney video dokumenter adalah suatu jenis film yang melakukan interpretasi terhadap subyek dan latar belakang yang nyata. Terkadang istilah ini digunakan secara luas untuk memperlihatkan aspek realistiknya dibandingkan pada film-film cerita konvensional. Namun istilah ini juga telah menjadi sempit karena seringkali hanya menyajikan rangkaian gambar dengan narasi dan *soundtrack* dari kehidupan nyata (Edmund F. Penney, 73).

Cynematography

Extra/Extreme Long Shot, Dalam penulisan skenario sering disingkat E.L.S. Dengan menggunakan E.L.S, gambar terlihat sangat luas. E.L.S menjelaskan lokasi dan waktu terjadinya adegan dalam film (point where dan when). Extreme long shot dapat juga disebut establishing shot. Lensa

yang digunakan untuk membuat shot E.L.S biasanya lensa wide angle atau sudut paling lebar.

Long Shot (L.S), Gambar L.S tidak seluas dan selebar E.L.S. Dengan menggunakan L.S, kamu bisa menyampaikan lokasi dan tokoh (where dan who). Artinya, tokoh utama (main character) dan tokoh-tokoh pendukung sudah bisa diperkenalkan, tetapi tetap dengan menampilkan latar belakang sosial dan geografis.

Medium Long Shot (M.L.S), M.L.S digunakan untuk mengambil gambar atau shot yang memperlihatkan seseorang atau karakter dengan lebih besar atau dekat, kira-kira dari atas kepala sampai lutut. Frame M.L.S juga bisa digunakan untuk menampilkan beberapa orang. Jadi, M.L.S berfungsi untuk menjelaskan point who, when, dan where (siapa, kapan, dan dimana).

Medium Shot (M.S), M.S digunakan untuk menampilkan gambar karakter kira-kira dari kepala sampai pinggang. Shot ini mempertegas penjelasan who dan how, yaitu karakter sudah terlihat atau diperkenalkan kepada penonton, misalnya apakah dia membawa pistol, detail warna bajunya, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh.

Close Up (C.U), C.U menampilkan gambar karakter kira-kira dari atas kepala sampai dada. Pada framing ini, background hanya terlihat sedikit. C.U memperlihatkan secara jelas ekspresi karakter, beserta emosi yang diucapkan dalam dialog atau yang tidak diucapkan.

Big Close Up (B.C.U), (B.C.U) memperlihatkan gambar karakter dari ujung kepala sampai dagu. Type of shot ini memberikan informasi kepada penonton mengenai emosi yang dalam, baik kegembiraan, kelucuan, kesedihan, ketakutan, dan sebagainya. B.C.U menjelaskan point how, atau bagaimana tokoh yang ditampilkan.

Extreme Close Up (E.C.U), Shot E.C.U sangat padat atau dekat. Misalnya framing kedua mata, jari-jari tangan, atau ujung laras pistol. Shot tipe ini sangat impresif dan ekspresif, di luar realita, tetapi disukai oleh penonton, karena mereka merasa mendapatkan pengalaman baru, seperti melihat ledakan api dari ujung laras pistol dari jarak yang sangat dekat. Type of shot/framing variasi lebar bingkai tidak selalu harus berurutan. Framing sangat bebas digunakan sesuai desain kreatif yang sudah dibuat. Sebuah film bisa saja diawali dengan extreme close up (E.C.U) untuk langsung memberikan efek tekanan tinggi dan dramatis ke penonton.

Sudut Pengambilan Gambar (Shot Angles)

Bird's Eye View, kamera merekam gambar seperti pandangan mata burung yang bertengger di atas atau sedang terbang. Artinya, posisi kamera berada jauh di atas subjek, bisa statis atau bergerak. Contoh shot bird eye view yang paling keren dapat ditemukan di bagian awal film cerita yang berjudul

Forest Gump. Shot itu menunjukkan karya seni yang memadukan teknologi dan kreativitas pembuatnya.

High Angle, kamera diletakkan di posisi yang lebih tinggi dari subjek yang direkam, tetapi tidak se-ekstrem bird's eye view. Contohnya, seorang yang melambatkan tangannya ke seseorang yang berada di atas kapal, posisi kamera kita set up dari atas kapal dan mengarah ke subyek yang sedang melambatkan tangan, sementara type of shot-nya bebas, bisa Long Shot, Medium Long Shot, Medium Shot, atau perpaduan dari berbagai type of shot yang tujuannya akan menambah dramatis pada adegan tersebut.

Eye Level Shot, posisi kamera sejajar dengan subjek yang direkam. Sudut pengambilan ini sering digunakan ketika ada dialog antara beberapa pemain, untuk menggambarkan kesan yang wajar dan alami. Pada sudut pengambilan ini, kamera berfungsi sebagai orang ketiga atau pemeran pasif, kecuali saat berdialog langsung ke arah kamera. Pada situasi ini, kamera berubah fungsi menjadi orang kedua, atau biasa disebut dengan kamera subjektif.

Low Angle, posisi kamera lebih rendah atau bahkan sangat rendah dibanding subyek yang direkam. Sudut pengambilan ini merupakan kebalikan dari high angle. Dengan sudut pengambilan ini, subjek akan tampak lebih anggun atau lebih perkasa dan dominan. Low angle sering digunakan pada film action. Di awal cerita, tokoh antagonis biasanya diambil dengan low angle untuk meninggalkan kesan lebih perkasa dan mendominasi cerita. Untuk membuat shot ini, diperlukan tripod jenis baby dan hati-hati. Hanya saja, untuk menekan budget, kita bisa menggunakan kotak kayu atau meletakkan kamera langsung di atas di lantai. Hal yang penting adalah kamera tetap bisa dioperasikan dengan nyaman, untuk tetap mendapatkan gambar yang sesuai dengan konsep kreatif yang sudah didesain.

Very Low Angle/Worm Eye, posisi kamera pada sudut pengambilan ini dianalogikan seperti seekor cacing yang melihat ke atas.

Canted (Miring), sudut pengambilan miring ini sangat sering digunakan pada pembuatan video klip, dan biasa disebut juga dutch head. Ada beberapa merek tripod yang memang menunjang pengambilan gambar dengan angle miring, dan ada tripod yang harus dimiringkan secara manual, dengan mengubah level di waterpass atau menurunkan salah satu kaki tripod. Sebelum mengatur kaki tripod, lepas kamera terlebih dahulu agar tidak terjatuh.

Pop Alternative Music

Pop Alternative adalah aliran musik rock yang muncul pada tahun 1980-an dan menjadi sangat populer pada tahun 1990. Nama "alternatif" ditemukan pada tahun 1980 untuk mendeskripsikan band-band punk rock yang tidak sesuai dengan aliran punk rock pada masanya.

Sebelum dikenal sebagai rock alternatif, aliran ini mempunyai banyak variasi nama yang umum digunakan. Pada tahun 1980-an di Amerika Serikat, istilah yang umum digunakan adalah college rock (Rock Universitas). Istilah ini digunakan karena banyak mahasiswa yang menyukai aliran musik jenis ini pada zamannya. Di Inggris, istilah yang biasa digunakan adalah indie. Walaupun begitu, pada tahun 1985, istilah indie digunakan untuk menyebut sub-aliran dari alternatif, bukan sekedar penggantian istilah.

Flag Football

Flag Football adalah salah satu versi dari *American Football* yang cukup populer di dunia. Peraturan dasar dari permainan ini mirip dengan peraturan yang ada di NFL, namun pada *Flag Football* tidak diperbolehkan adanya *tackling*, tim bertahan harus menarik bendera yang dikaitkan pada sabuk bendera dari *ball carrier (deflagging)* untuk mengakhiri *down*. *Flag Football* di desain demikian rupa untuk meminimalisir cedera yang dapat terjadi dalam permainan *Football*. Permainan *Football* sendiri mulai dimainkan sejak pertengahan tahun 1800. Pertandingan antar universitas pertama diadakan antara Princeton dan Rutgers pada 6 November 1869, dan pertandingan profesional mulai dimainkan sejak tahun 1895. Begitu pula dengan permainan *Flag Football* yang juga sudah mulai berkembang bersamaan dengan munculnya olah raga *Football*. Olah raga *Flag Football* berkembang sebagai dampak dari tujuan sekelompok orang yang ingin memainkan olah raga *Football* tanpa mengambil resiko terjadinya cedera serius dan kemudian terus berkembang menjadi olah raga alternatif yang dapat dimainkan oleh semua orang tanpa resiko tinggi dan peralatan dengan harga terjangkau. *Flag Football* mulai berkembang pesat pada awal tahun 1940 sebagai olah raga rekreasi untuk para anggota militer. Kemudian liga resminya mulai diadakan pada akhir 1949 dan awal 1950, sehingga mulai terbentuklah olah raga *Flag Football* yang kita kenal sekarang. Di Indonesia sendiri, olah raga *Flag Football* sudah masuk sejak lama. Organisasi pertama yang menaungi olah raga ini di Indonesia adalah *Indonesia Flag Football League (IFFL)*, yang kemudian didisfungsikan pada tahun 2001. *Flag Football* kembali berkembang di Indonesia pada 2009, dan dibentuk sebuah organisasi untuk melanjutkan pendahulunya yang disebut *Indonesia Flag Football Association (IFFA)*. Organisasi yang berpusat di Jakarta ini mulai menyebar cabangnya di beberapa kota besar di Indonesia seperti Malang, Jogjakarta, Bandung, dan Surabaya. Di Surabaya sendiri, pertandingan *Flag Football* resmi mulai diadakan pada tahun 2011 yang diberi nama *Surabaya Flag Football League*. SFFL terus berlanjut hingga tahun 2012, dan pada tahun 2013 nama pertandingan resmi

berubah menjadi *Surabaya Bowl* sampai sekarang. (<http://en.flagfootballindonesia.wordpress.com>).

IFFA sendiri mengeluarkan beberapa peraturan resmi yang dipakai pada liga-liga resmi di Indonesia. Berikut ini adalah perbedaan peraturan *Football* dengan *Flag Football* berdasarkan peraturan resmi IFFA :

Tabel 1. Perbedaan rules

<i>Football</i>	<i>Flag Football (IFFA)</i>
1. Luas lapangan 100 x 80 yards	1. Luas lapangan 20 x 80 yards
2. Jumlah pemain 11 orang	2. Jumlah pemain 8 orang
3. Waktu pertandingan 4 quarter @15 menit <i>stopped clock</i> dengan 2 minute <i>warning</i>	3. Waktu pertandingan 2 half @25 menit running clock dengan 2 minute <i>warning</i>
4. <i>Down by tackle</i>	4. <i>Down by deflagging</i>
5. 4 downs, 1st down setelah melewati 10 yard	5. 4 downs, 1st down apabila melewati garis antar <i>playzones</i>
6. <i>Full Body Contact</i>	6. <i>Semi body contact</i>

Fakta Lapangan

Pertandingan *Flag Football* di kota Surabaya diadakan di lapangan TOR yang terletak di belakang Gelora Pancasila Surabaya. Lapangan ini bukan merupakan lapangan khusus untuk olah raga *Flag Football*, melainkan lapangan umum yang digunakan untuk berbagai keperluan. Untuk pertandingan *Surabaya Bowl II* yang sedang berlangsung sejak Februari 2014 lalu, panitia menggunakan kapur dan *cone* sebagai pembatas lapangan dengan memanfaatkan lapangan sepak bola yang ada di lapangan TOR setiap hari Sabtu per minggu nya.

Fasilitas yang disediakan di lapangan tersebut hanya lapangan dan tribun yang sudah usang, tanpa adanya kamar ganti pemain. Karena sedikitnya publikasi tentang olah raga ini, sehingga setiap pertandingan hampir tidak ada penonton kecuali anggota kedua tim yang bertanding. Begitu pula

dengan wasit pertandingan, dalam *Surabaya Bowl II* ini, setiap pertandingan masih menggunakan salah satu anggota dari tim lain yang mengerti dan paham tentang peraturan resmi IFFA, belum ada tim wasit tersendiri untuk pertandingan resmi sekelas *Surabaya Bowl* yang notabene adalah pertandingan paling bergengsi olah raga *Flag Football* di Surabaya.

Dalam setiap pertandingan, bola yang digunakan juga masih menggunakan bola dari salah satu pemain, bukan dari bola yang disediakan khusus oleh IFFA untuk pertandingan *Surabaya Bowl*. Begitu pula dengan papan skor, dalam setiap pertandingannya tidak disediakan panitia khusus untuk bertugas sebagai *timer*, penulis papan skor, ataupun pengawas pertandingan. Keseluruhan tugas dirangkap oleh pemain dari tim yang sedang tidak bertanding.

Berdasarkan wawancara dari responden yang mewakili tiap usia target audiens ternyata 76% responden dari 50 orang tidak mengetahui sama sekali tentang olah raga *Flag Football* yang telah berkembang di Indonesia, khususnya Surabaya, sejak tahun 2009 lalu.

Data Visual

Lapangan yang digunakan untuk pertandingan *Flag Football* adalah lapangan sepak bola yang di batasi menggunakan kapur dan *cone*. Terdapat dua tribun di lapangan tersebut, tribun yang baru dibangun hanya berupa bangunan tanpa atap dengan tempat duduk dari semen, dan tribun lama dengan atap dan tempat duduk usang yang sudah banyak berlubang dengan rumput tidak terawat. Sedangkan untuk perlengkapan yang harus digunakan dalam pertandingan resmi *Flag Football*, antara lain *jersey*, *flag belt*, sepatu olah raga, dan bola *football*.

Berikut ini adalah beberapa data visual berupa foto-foto kelengkapan *Flag Football*, sebagai berikut



Gambar 1. Banner resmi Surabaya Bowl II



Depan

Belakang

Gambar 2. Contoh jersey

Di bawah ini adalah beberapa data visual berupa foto suasana pertandingan dan lapangan yang digunakan dalam *event Surabaya Bowl II*.



Gambar 3. Suasana pertandingan *Flag Football*



Gambar 4. Kondisi tribun di lapangan TOR



Gambar 5. *Deflagging*

Media Dan Target Audience

Melihat fenomena bahwa hampir semua responden tidak mengetahui keberadaan olah raga *Flag Football*, akan sangat membantu dengan adanya media praktis yang dapat dengan mudah di akses oleh masyarakat. Pemutaran film dokumenter pada live event mungkin tidak bisa dilakukan, tetapi pemutaran film dokumenter pada media online merupakan media praktis yang bisa menjangkau banyak khalayak muda. Mayoritas responden mengatakan mereka terlalu bosan melihat tipikal film dokumenter atau dokudrama yang sering kali digunakan di Indonesia. Responden pun banyak yang mengatakan bahwa durasi karya cukup sepanjang trailer film atau sebuah video klip lagu pada umumnya. Sehingga diputuskan bahwa durasi film dokumenter ini tidak akan lebih dari 15 menit.

Tujuan Perancangan

Tujuan visualisasi dari video dokumenter olah raga *Flag Football* di Surabaya adalah sebagai salah satu media promosi yang sekaligus dapat dijadikan media pembelajaran bagi masyarakat untuk mengetahui keberadaan sebuah olah raga baru yang potensial di Indonesia yang disebut *Flag Football*. Penggunaan video dokumenter *Flag Football* di Surabaya yang secara langsung menampilkan berbagai keseruan di lapangan sekaligus kesolidan komunitasnya diharapkan dapat menarik banyak khalayak muda untuk ikut terjun ke dalam olah raga *Flag Football*.

Strategi Visualisasi Video Dokumenter

Strategi visualias idari video dokumenter olah raga *Flag Football* di Surabaya adalah naratif linier. Berdasarkan wawancara dari berbagai sumber, dapat disusun sebuah cerita secara naratif dan runtut. Dengan member *spoiler* pertandingan di awal cerita tentan gkeseruan di lapangan, dan menceritakan alasan-alasan para pemain dari tim besar mengapa mereka mencintai olah raga *Flag Football*, berbagai *footage* tentang pertandingan *Surabaya Bowl*, penjelasan mengenai olah raga *Flag Football*, dan sedikit mengekspos komunitas *Flag Football* di Surabaya.

Proses Kreatif

Secara garis besar, proses kreatif pembuatan video dokumenter olah raga *Flag Football* dibagi menjadi empat bagian dengan berbagai detail di tiap bagiannya. Berikut tahapan proses kreatif pembuatan video dokumenter olah raga *Flag Football* :

1. Observasi lokasi, pertandingan, dan komunitas dilakukan untuk mendapatkan detail tentang segala aspek mengenai olah raga *Flag Football*. Informasi yang diambil ketika observasi seperti detail lapangan yang digunakan, perlengkapan yang diperlukan saat bertanding, aturan

permainan, dan wawancara para pemain diperlukan untuk membuat *script* cerita dokumenter yang berbobot, menarik, persuasif, dan edukatif.

2. Proses pengambilan *footage* akan dilakukan setelah *script*, alur cerita, dan *story board* telah selesai dikerjakan. Beberapa *footage* yang dibutuhkan antara lain, wawancara pemain, *high light* pertandingan, kondisi lapangan, komunitas *Flag Football*, dan beberapa *rules* dasar yang akan diselipkan dalam video. Dalam pengambilan *footage* ini, digunakan 3 kamera Canon yang berbeda lensa untuk merekam satu kejadian dari berbagai *angle*. Tujuannya tentu untuk membedakan stok *footage* utama dengan gambar *insert*.
3. Editing adalah langkah selanjutnya setelah semua *footage* yang dibutuhkan terkumpul. Editing meliputi penyatuan tiap *footage* menjadi satu *timeline* yang harmonis, penambahan animasi, penambahan *chyron* pada sesi wawancara, dan mengatur *gain* audio dari suara yang direkam.
4. Setelah tiga tahap tersebut selesai, yang terakhir adalah proses pengaturan musik. Musik pengiring yang digunakan adalah musik ber-genre *Pop Alternative* untuk meningkatkan '*mood film*' dan mewakili semangat pertandingan yang disuguhkan kepada audiens.

Konsep Kreatif

Dengan menyuguhkan sebuah film dokumenter dengan visualisasi menarik dan mudah diakses oleh audiens diharapkan dapat mempopulerkan olah raga *Flag Football* khususnya di kota Surabaya. Akses melalui media online seperti Youtube atau media sosial juga diharapkan dapat mempermudah audiens untuk menemukan dan saling *share* sehingga film dokumenter ini dapat tersebar luas.

Gaya visual *Pop Art* ala video klip dengan transisi cepat, *slow motion gesture*, *moving camera*, dan warna kontras akan digunakan pada video dokumenter olah raga *Flag Football*. Ekspresi para peserta wawancara dan pemain saat bertanding akan menjadi salah satu menu utama dalam film ini untuk menghidupkan suasana film sekaligus untuk memainkan emosi audiens. *Title* dalam video dokumenter menggunakan *font* Bebas, karena *font* tersebut cocok mewakili banyak bidang / universal. Sementara musik latar belakang akan didominasi dengan musik *Pop Alternative* dengan *beat* cepat untuk mendukung emosi film, diimbangi dengan alunan akustik untuk melengkapi sesi wawancara.

Sinopsis

Gagah Samudra, pemain, kapten tim, sekaligus ketua IFFA Surabaya masuk ke dalam ruangan wawancara dan duduk dengan wajah sedikit

gugup. Tersenyum dengan melontarkan sedikit dialog dengan kameraman. Begitu pula dengan beberapa pemain dari tim-tim besar *Flag Football* di Surabaya yang satu persatu memasuki ruang wawancara. Satu persatu peserta wawancara memberikan kesan pertama mereka ketika pertama kali mencoba olah raga *Flag Football*.

Visual yang ditampilkan berpindah ke *highlight* pertandingan, menampilkan deretan pemain yang akan bertanding, ekspresi para pemain yang sedang *briefing*, ekspresi kemenangan dan kekalahan, kemudian dilanjutkan dengan narasi berupa penjelasan singkat mengenai dasar permainan *Flag Football* oleh Gagah. Tidak ketinggalan beberapa komentar mengenai dasar permainan oleh pemain *Flag Football* yang juga menjadi target wawancara.

Setelah sesi wawancara, ditampilkan *footage* tentang *event Surabaya Bowl* yang mana merupakan *event* terbesar pertandingan *Flag Football* di Surabaya, dilengkapi dengan penjelasan tentang *event* tersebut. Cuplikan mengenai latihan salah satu tim *Flag Football* dan dilanjutkan dengan wawancara mengenai hal-hal yang paling diingat oleh pemain ketika bermain di *Surabaya Bowl*.

Tidak hanya menunjukkan kekompakan saat bertanding, begitu pula dengan kekompakan komunitas di luar lapangan. Termasuk beberapa *footage* ketika rapat kepengurusan IFFA Surabaya, maupun kegiatan-kegiatan diluar pertandingan seperti "*nongkrong*" dan sebagainya. Tidak lupa diselipkan sedikit wawancara mengenai kekeluargaan yang dengan sendirinya terjalin di antara pemain.

Penutupan film ini diawali dengan menunjukkan ekspresi-ekspresi para peserta wawancara ketika menjawab pertanyaan, dibumbui dengan *quote-quote* yang dilontarkan oleh peserta selama wawancara ketika visualnya menampilkan cuplikan adegan pertandingan. Berikutnya ditampilkan para peserta wawancara menyebutkan masing-masing nama mereka satu persatu, dan *quote* penutup dari ketua IFFA Gagah Samudra.

Pra Produksi

Judul

The Green Stage

Story line

Video dokumenter diawali dengan suasana lapangan saat akan memulai pertandingan *Flag Football*, yang kemudian dilanjutkan dengan masuknya peserta wawancara ke dalam ruang wawancara. Setelah sesi wawancara, ditampilkan *highlight* pertandingan dari *event Surabaya Bowl II* yang sedang berlangsung. Dari sini cerita berjalan linier, diawali dengan Gagah Samudra (Gasa), salah satu pemain *Flag Football* dari tim Crocodile dan juga menjabat sebagai ketua IFFA Surabaya, bersiap-

siap untuk latihan rutin dengan timnya. Adegan ditampilkan mulai dari Gasa berangkat menuju lokasi latihan sampai tiba di lokasi dan memulai *briefing* latihan dengan teman timnya.

Scene berikutnya ditampilkan proses latihan yang diselingi dengan wawancara beberapa pemain *Flag Football* dari berbagai tim besar di Surabaya. Latihan ditampilkan mulai dari pemanasan hingga selesai. Tidak hanya kekompakan di lapangan, dalam video ini juga ditampilkan kekompakan komunitas diluar lapangan, setelah latihan para anggota tim datang berkumpul untuk sekedar *nongkrong* bersama.

Adegan berikutnya ditampilkan tujuan latihan keras tim Crocodile, yaitu final *event Surabaya Bowl II*. Dimulai dari *opening ceremony* final, dimana kedua tim masuk ke lapangan. Setelah *opening* selesai, ditampilkan pertandingan final hingga pertandingan selesai, dan diakhiri dengan penyerahan piala *Surabaya Bowl* dan piala MVP (*Most Valuable Player*). Dalam adegan penyerahan piala diselingi dengan *quote* dan testimoni persuasif dari peserta wawancara, dan diakhiri dengan perkenalan para pemain yang diwawacara.

Produksi

Proses produksi dimulai dengan pengambilan gambar di setiap pertandingan *event Surabaya Bowl II*. Setelah mendapatkan *footage* pertandingan secara *candid*, kemudian dilakukan proses pengambilan gambar dan perekaman suara untuk keperluan wawancara serta *footage* drama yang dibutuhkan untuk pemanis video dokumenter.

Karena sudut pandang mata yang begitu lebar, maka digunakan lensa *all-round* 18-135mm yang memiliki sudut lebar mendekati sudut pandang mata di *focal length* 18mm.

Peralatan

Peralatan secara garis besar hanyalah peralatan yang digunakan untuk proses pengambilan gambar, sedangkan untuk editing hanya menggunakan satu unit komputer. Berikut daftar peralatan yang digunakan :

- DSLR Canon 7D
- Camera Sony Nex
- Lensa Canon EFS 18-135mm f3,5-5,6
- Tripod
- Lampu studio 500w & 1000w
- Stand lampu
- Mic + Boom

Treatment

Tabel 2. Treatment

Sequence	Konten	Durasi
1	Opening, judul film	5 detik
2	Spoiler klimaks, persiapan	30 detik

	final <i>Surabaya Bowl II</i>	
3	Peserta wawancara memasuki ruangan	10 detik
4	Pemain bersiap memulai pertandingan	15 detik
5	Wawancara sesi 1	20 detik
6	<i>Highlight</i> pertandingan	25 detik
7	Wawancara sesi 2 (Apa itu <i>Flag Football</i>)	30 detik
8	<i>Event Surabaya Bowl II</i>	20 detik
9	Wawancara sesi 3 (Peraturan <i>Flag Football</i>)	30 detik
10	Gasa (ketua IFFA) bersiap dan berangkat latihan	20 detik
11	Gasa sampai di tempat latihan, pemanasan sampai selesai latihan	2 menit
12	Wawancara sesi 4 (Testimoni pemain)	20 detik
13	<i>Ceremony Final Surabaya Bowl II</i>	30 detik
14	Highlight pertandingan final, mulai dari awal pertandingan hingga akhir	40 detik
15	Selebrasi dan penutupan acara final	1 menit 30 detik
16	Penyerahan medali dan piala kepada pemenang, diselingi testimoni dari para pemain dari tim pemenang	30 detik
17	<i>Quote</i> dari para pemain, dilanjutkan perkenalan nama para pemain - <i>credits</i>	15 detik

Schedule

Tabel 3. Jadwal

No.	Tanggal	Kegiatan	Lokasi + Crew
1.	1 Februari 2014	Riset Flag Football di Surabaya	Lapangan TOR, Lapangan alumni ITS, Kediaman ketua IFFA Surabaya (Crew : Jordan)
2	8 Februari 2014 – 12 April 2014	Shooting pertandingan Surabaya Bowl II	Lapangan TOR (Crew: Jordan, Ijat, Emka)
3	26 April	<i>Shooting final + ceremony</i>	Lapangan TOR (Crew :

	2014	pertandingan Surabaya Bowl II	Jordan + Ijat + Emka)
4	16 May 2014	Shooting sesi latihan dan wawancara	Lapangan Alumni ITS + Saronojiwo (Crew : Jordan + Ijat + Emka)
5	17 May 2014 – 6 Juni 2014	Editing + Rendering	Crew : Jordan

Pasca Produksi

Editing Video

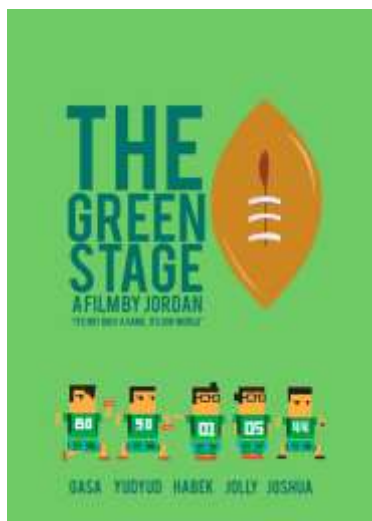
Pengerjaan editing video dilakukan menggunakan *software* Adobe Premiere CS6 dan Adobe After Effect CS6. Editing yang dilakukan meliputi penataan gambar, pemotongan *footage*, penambahan animasi, penambahan musik, dan merangkai cerita dari *footage* yang ada. Untuk editing final dilakukan proses grading untuk menyesuaikan *mood* yang ingin ditampilkan pada video dokumenter.

Sesuai dengan konsep yang diusung, yakni pop art, dalam editing film ini digunakan warna-warna yang kontras dan transisi yang cepat. Begitu juga dengan konsep musiknya yaitu *Pop Alternative*, untuk membangkitkan *mood* bertanding dengan *beat* cepat yang mendukung transisi konsep Pop Art yang juga bertempo cepat.

Audio

Pengerjaan audio dilakukan menggunakan *software* Adobe Soundbooth dan Audacity. Audio dikerjakan setelah semua *footage* telah tertata rapi untuk mengatur *mood* yang ingin ditampilkan. Setelah pembuatan audio selesai, audio digabungkan dengan video menggunakan *software* Adobe Premiere CS6.

Media Pendukung



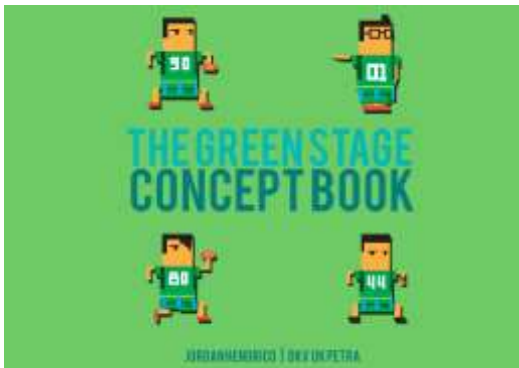
Gambar 6. Poster film



Gambar 7. Poster konsep



Gambar 8. Katalog



Gambar 9. Buku konsep

Kesimpulan

Dari fakta-fakta dan solusi yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa untuk membuat video dokumenter yang unik, informatif, dan menarik dibutuhkan beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan, antara lain, durasi yang tidak terlalu panjang agar tidak membosankan, sekitar 10-15 menit, *background music* yang sesuai dengan mood yang ingin ditampilkan, hanya info-info penting yang dimasukkan agar membuat video lebih padat dan mengingat video tersebut akan digunakan sebagai sarana promosi sehingga dapat membangkitkan rasa penasaran dari pemirsa, visual dengan transisi cepat dengan sedikit unsur video klip seperti *sync* dengan lagu yang digunakan akan membuat video dokumenter tentang *Flag Football* ini tidak membosankan dan diharapkan dapat menarik penonton untuk terjun langsung ke dunia *Flag Football*.

Saran

Saran Untuk Mahasiswa DKV UK Petra

Bagi mahasiswa yang akan membuat perancangan video dokumenter, seperti halnya perancangan media audio visual lainnya, perbanyak relasi untuk membantu proses pengerjaan perancangan. Ketika materi yang dibutuhkan menumpuk, perekrutan pihak luar akan sangat membantu. Terutama dalam proses pengambilan gambar yang notabene membutuhkan lebih dari satu kamera untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan waktu yang lebih singkat.

Sementara untuk topik pembahasan olah raga, lebih baik menggunakan kameraman sebanyak mungkin untuk menangkap momen yang penting, mengingat momen dalam olah raga tidak dapat diulang. Begitu juga dengan perlengkapan darurat untuk menghadapi kondisi *outdoor*, seperti tas plastik untuk menutupi kamera dari hujan, *camera strap* agar jika terjadi benturan dari bola atau pemain kearah kameraman, kamera masih dapat diselamatkan.

Saran Untuk Masyarakat Luas

Salah satu alasan mengapa olah raga *Flag Football* belum banyak dikenal masyarakat adalah kurangnya respon positif dari masyarakat terhadap olah raga baru. Bahkan khalayak remaja yang seharusnya antusias terhadap olah raga kini sudah mulai memilih e-sport (game online) dibanding olah raga yang memerlukan gerak seluruh tubuh. Sehingga penyebaran olah raga *Flag Football* ini menjadi kurang maksimal.

Dengan kesadaran akan pola hidup sehat, sebaiknya masyarakat, khususnya dalam usia muda (16-25 tahun), meluangkan waktunya sedikit untuk berolah raga. Ada banyak cabang olah raga yang kini dapat dimainkan di Indonesia, dan salah satunya yang baru muncul adalah *Flag Football* yang dapat dimainkan oleh siapa saja, mudah dimainkan, dan tentu saja lebih sehat dibanding berdiam diri menatap monitor.

Saran Untuk Pemerintah

Melihat fenomena di atas, pemerintah semestinya lebih memperhatikan olah raga rekreasi baru yang memiliki potensial. seperti *Flag Football*. Dengan begitu olah raga potensial baru yang masuk ke Indonesia dapat berkembang dan masuk menjadi salah satu cabang olah raga resmi yang diakui di Indonesia. Pemerintah juga di sarankan untuk memfasilitasi cabang olah raga baru, minimal organisasi resmi yang menaungi olah raga tersebut. Dengan persetujuan pemerintah, tentu perijinan dalam hal penggunaan lapangan untuk *event* akan jauh lebih mudah dibanding belum ada pengakuan resmi dari pemerintah.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sampai terselesaikannya tugas akhir ini, antara lain kepada:

1. Gagas Samudera, selaku ketua IFFA Surabaya, yang telah banyak membantu dan menjadi narasumber dalam proses pembuatan video dokumenter *Flag Football*.
2. Drs. Prayanto W.H., M.Sn, selaku dosen pembimbing utama dan ketua penguji yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, dan kritik yang bermanfaat dalam pembuatan tugas akhir ini.
3. Hen Dian Yudani, S.T.,M.Ds selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, dan kritik yang bermanfaat dalam pembuatan tugas akhir.
4. Maria Nala Damayanti, S.Sn., M.Si, selaku koordinator tugas akhir Program Studi

- Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.
5. Segenap dosen, staff AV, dan TU di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.
 6. Orang tua yang telah memberikan baik dukungan moril dan material, dan khusus untuk yang tersayang Monika Candra.
 7. Teman-teman *Flag Football* Surabaya, tim Crocodile, Inferno, Lobster Spartan, dan Gladiator yang telah bermain sepenuh hati dalam *event Surabaya Bowl II*, teman-teman yang ikut membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini (Emka, Ijat, Levi), dan masih banyak pihak yang belum dapat disebutkan namanya yang ikut membantu menyelesaikan tugas akhir.

Georgetown University Library. *Documentary Video Production*. Pesan disampaikan dalam <http://guides.library.georgetown.edu/documentary>

Daftar Pustaka

Shedlock, M. (1917). *The Art of the Story-teller*. New York : D. Appleton & Company New York

Santoso, E. J. (2013). *Bikin Video Dengan Kamera DSLR*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Hayward, S. (1996). *Key Concepts in Cinema Studies*. London : Routledge

IFFA. (2011). *Sejarah Flag Football Indonesia*. Pesan disampaikan dalam <http://en.flagfootballindonesia.wordpress.com/>

The Jakarta Globe. (15 Juni 2012). *Youtube For Indonesia*. Pesan disampaikan dalam <http://www.thejakartaglobe.com/archive/youtube-launches-indonesian-version/>

Donny H., Kusen. (27 Agustus 2009). *Definisi Video Dokumenter*. Pesan disampaikan dalam <http://filmpelajar.com/tutorial/definisi-film-dokumenter>

Ratih, Kumo. (26 Januari 2011). *Pengguna Internet di Indonesia*. Pesan disampaikan dalam <http://ratihsugaryo.blogspot.com/2011/01/pengguna-internet-di-indonesia.html>

Michigan State University. (2013). *Flag Football Rules*. Pesan disampaikan dalam <http://recsports.msu.edu/intramural-sports/Sports%20Rules/flag-football-rules.html>

Hawkins, Kathy. *What Makes a Film Documentary?*. Pesan disampaikan dalam <http://www.wisegeek.org/what-is-a-documentary-film.html>