

Perancangan Serial Video Feature untuk Mengangkat Kultur Motor Kustom di Surabaya Lewat Pendekatan Builder Lokal Surabaya

Novaldy Aristo¹ dan R. Eka Rizkiantono²

¹Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember(ITS), Surabaya

²Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh Nopember(ITS), Surabaya

e-mail: bustanul@mb.its.ac.id, bahalwan@its.ac.id

Abstrak— Tren motor kustom saat ini menjadi bagian dari fashion masyarakat urban di Surabaya. Menurut Triwahyupriadi (2019) terdata dari tahun 2014 - 2018 pengguna motor kustom di Surabaya mengalami peningkatan 14,5% setiap tahunnya. Berdasarkan data tersebut, penulis ingin membuat serial video feature untuk mengangkat kulture motor kustom yang bertujuan untuk melebarkan sayap dan kiprah motor kustom di Surabaya pada usia remaja hingga masyarakat dewasa awal. Metode penelitian menggunakan data kualitatif. Lalu membuat storyboard episode satu untuk mendapatkan feedback tentang cerita dan pengambilan gambar yang akhirnya tercipta storyboard episode satu dengan konsep yang cerita yang matang. Kemudian akan dibuat konsep cerita dari serial video feature dengan membuat konsep satu serial yang berisikan enam episode. Setelah itu storyboard episode satu yang telah sempurna tersebut akan menjadi landasan pembuatan video feature untuk mengangkat kulture motor kustom lewat pendekatan builder lokal di Surabaya. Hasil akhir dari perancangan ini berupa episode 1 dari serial video feature untuk mengangkat perkembangan kulture motor kustom di Surabaya, influencer motor yang di gunakan sebagai narasumber yaitu haris fachturrahman dari smokebelt garage. Durasi kurang lebih 13 menit, di harapkan video dapat memberikan prespektif baru, meng-edukasi, dan melebarkan sayap untuk perkembangan kulture motor kustom di Surabaya lewat pendekatan builder lokal Surabaya.

Kata Kunci—Tren Motor Kustom, Video Feature, Builder Motor.

I. PENDAHULUAN

ORGANISASI motor kustom di Surabaya mengalami perkembangan yang cukup pesat, karena pada umumnya masyarakat urban di Surabaya menjadikan motor kustom ini bagian dari fashion. Terdata dari tahun 2014 - 2018 pengguna motor kustom di Surabaya mengalami peningkatan 14,5% setiap tahunnya (D.Triwahyupriadi, 2019) [1]. Hal ini di buktikan dengan populasi yang cukup banyak, tercatat pada event suryanation motorland 2015 terdapat 162 klub atau komunitas motor. Beberapa dari mereka datang dari luar kota Surabaya seperti kota gresik, sidoarjo, dan Mojokerto. Rata-rata 1 klub di wakili 10 orang anggota, jadi perkiraan terdapat 1.620 motor yang tercatat dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan observasi langsung seperti gambar di atas yang dilakukan penulis lewat interview dari panitia distinguished gentlemans ride 2019 di Surabaya tercatat terdapat 1500 participant yang hadir dalam event ini dan yang mendaftar



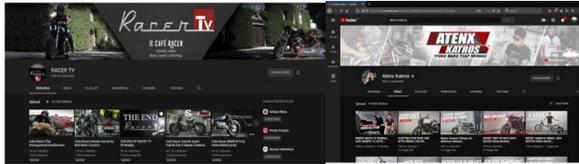
Gambar 1. Observasi Lapangan

resmi sekitar 560 participant. Penulis bertanya kepada panitia mengapa terdapat kurang lebih 1500 participant hadir tetapi hanya sekitar 560 yang mendaftar? Jawaban mereka (panitia) “karena beberapa dari mereka kurang mengetahui secara personal dan mayoritas dari mereka mengetahui event ini dari komunitas mereka, bisa di katakan sebagian dari mereka hanya pengikut saja tanpa mengetahui goals dari event ini” ujar mas David selaku panitia.

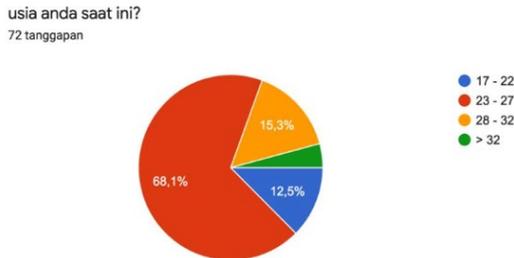
Hal ini di sebabkan dengan minimnya media audio visual seperti televisi atau internet, media cetak seperti majalah, dan media promosi seperti tvc/iklan yang mengangkat atau meng-ekspos perkembangan kulture motor kustom di Surabaya [2]. Rata-rata program televisi yang mengangkat kulture motor kustom hanya bertahan sebentar seperti garage life net tv dan auto vaganza, padahal edukasi tentang dunia motor kustom merupakan sebuah apresiasi sebuah karya terutama untuk builder lokal sehingga masyarakat tahu bahwa penggerak industry lokal tidak kalah dengan produk manca negara. Potensi besar inilah yang belum banyak di lihat oleh sebagian masyarakat di Surabaya karena kurangnya media serta pemberitaan yang meng-ekspos kegiatan builder lokal.

Dalam perancangan ini penulis akan membuat episode 1 ber-durasi 14 menit untuk serial video feature untuk mengangkat kulture motor kustom di Surabaya lewat pendekatan builder lokal Surabaya. Penulis akan mengemas video secara menarik dengan meng-interview builder lokal di Surabaya yaitu haris fachturrahman dari smokebelt garage untuk menampilkan karya-karya yang dimiliki beberapa tahun terakhir, lalu bagaimana antusiasme masyarakat terhadap kulture motor kustom ini, dan sejarah perkembangan kulture motor kustom di Surabaya bagaimana.

Dengan adanya video ini di harapkan beberapa masyarakat yang awam tentang dunia motor kustom dapat mengapresiasi hasil karya builder lokal yang tidak kalah dengan builder luar



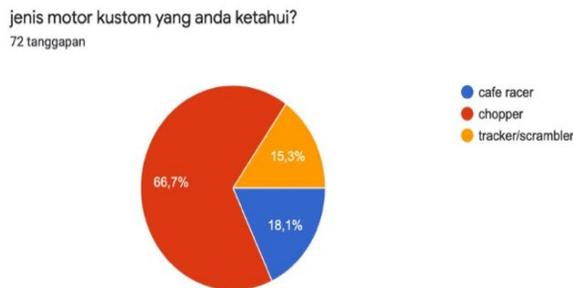
Gambar 2. Literasi Video



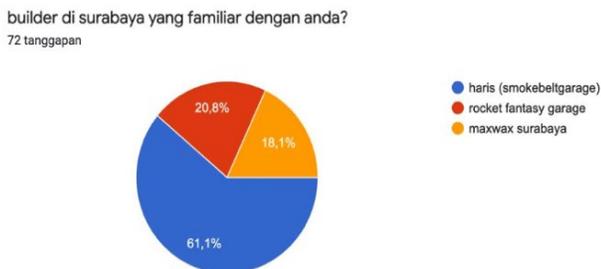
Gambar 3. Hasil Kuisiner 1



Gambar 4. Hasil Kuisiner 2.



Gambar 5. Hasil Kuisiner 3



Gambar 6. Hasil Kuisiner 4

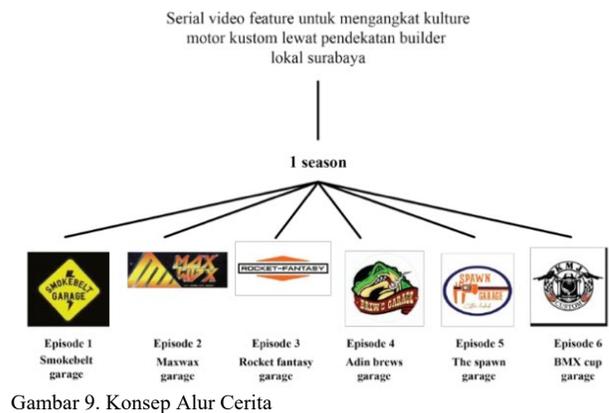
negeri, lalu mengetahui goals dari masing-masing event yang di selenggarakan, serta kedepannya perancangan serial video feature ini bisa merubah stigma buruk tentang pengguna motor kustom dari perspektif masyarakat awam.

Episode 1	Episode 2	Episode 3
intro INT. WORKSHOP MOTOR KUSTOM isi konten INT. WORKSHOP MOTOR KUSTOM EXT. JL AHMAD YANI SURABAYA goals Mengedukasi tentang sejarah kulture motor kustom maenk indonesia serta beberapa event yang mendukung.	intro EXT. JL SUKOLILO DAMAI isi konten EXT. JL SUKOLILO DAMAI goals Edukasi tata cara membangun style cafe racer yang baik dan benar sesuai regulasi menurut hasil survey ke beberapa builder.	intro INT. GARASI FAFATAHLAH isi konten INT. GARASI FAFATAHLAH goals Review salah satu karya terbaik motor kustom dengan style caferacer di sertai dengan sang pemilik menjelaskan berapa budget yang di keluarkan secara rinci.

Gambar 7. Eksperimental Storyline 1

Episode 1	Episode 2	Episode 3
intro INT. WORKSHOP MOTOR KUSTOM isi konten EXT. JL AHMAD YANI SURABAYA goals Mengangkat beberapa event kulture motor kustom serta mendeskripsikan beberapa movement riding.	intro INT. WORKSHOP MOTOR KUSTOM isi konten INT. GARASI FAFATAHLAH goals Edukasi tata cara membangun style cafe racer yang baik dan benar sesuai regulasi dan mengacu pada 1 merek motor	intro EXT. JL SUKOLILO DAMAI isi konten EXT. JL SUKOLILO DAMAI goals Review salah satu karya terbaik motor kustom dengan style caferacer di sertai dengan sang pemilik menjelaskan berapa budget yang di keluarkan secara rinci.

Gambar 8. Eksperimental Storyline 2



Gambar 9. Konsep Alur Cerita

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Video Feature

Video Feature adalah program yang mengangkat satu topik, ditinjau dari elemen yang terkait dengan permasalahan atau yang mendukungnya, dengan memadukan format dan penyajiannya. Video feature pada umumnya hanya menjawab WHY saja berbeda dengan Video documenter yang menjawab juga 4W yang lain dan H. unsur- unsur penting dalam video feature yaitu kreatifitas, informatif, menghibur, subyektif.

B. Alur Cerita

Alur atau plot adalah urutan peristiwa-peristiwa dalam sebuah cerita rekaan, menyangkut apa yang terjadi yang telah direncanakan oleh pengarang. (Saparina 1984:45) Sederhananya, Alur atau juga bisa disebut plot merupakan



Gambar 10. Proses Produksi

STORYBOARD	
<p>Scene 1 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:31 - 00:31</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>	<p>Scene 2 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:32 - 00:33</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>
<p>Scene 3 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:32 - 00:33</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>	<p>Scene 4 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:34 - 00:35</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>
STORYBOARD	
<p>Scene 5 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:37 - 00:38</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>	<p>Scene 6 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:38 - 00:39</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>
<p>Scene 7 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:39 - 00:40</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>	<p>Scene 8 (Shot 1) Lighting: Duration: 00:40 - 00:41</p> <p>Deskripsi: seseorang yang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan sepeda motor</p> <p>Sound: suara mesin sepeda motor yang berputar</p>

Gambar 11. Storyboard

rangkaian peristiwa dalam cerita. Peristiwa-peristiwa dalam alur memiliki hubungan sebab akibat hingga menjadikannya sebuah cerita yang utuh. Sebuah alur cerita harus membangkitkan rasa penasaran para pembacanya. Hal ini akan membuat pembaca terdorong untuk membaca cerita hingga selesai. Pembacaan juga bukan hanya sekedar membaca, tapi juga mendalami isi cerita.

C. Tema

Tema adalah pokok cerita, yaitu tentang apa cerita itu dibuat. Tema yang makna yang terkandung dalam sebuah kisah ditemukan dengan merampungkan seluruh kisah, bukan hanya beberapa bagian dari itu. Dari tema ini dapat dikembangkan menjadi daya tarik dan menjadi cerita yang unik.

D. Skenario / Script

Skenario adalah sebuah naskah cerita yang menguraikan urutan adegan, tempat, keadaan, dan dialog, yang disusun dalam konteks struktur dramatic[3].

E. Sinematografi

Sinematografi sebagai ilmu serapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabungkan gabungan gambar tersebut hingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide [3].



Gambar 12. Teaser Video 1



Gambar 13. Teaser Video 2



Gambar 14. Teaser Video 3

F. Color Grading

Dalam sebuah film warna dapat menyampaikan makna yang bisa memberikan nuansa yang lebih pada suatu video. Dalam dunia editing, coloring sangatlah penting, karena warna dapat menentukan segalanya. Seperti untuk menentukan pengalaman indrawi, untuk menggambarkan objek, mengekspresikan emosi, dan membangkitkan tanggapan. Hal ini tidak mengherankan bahwa warna memainkan peran besar dalam produksi video dan pemikiran yang cermat untuk sebuah film (Gpanky : 2014).

G. Teknik Pengambilan Gambar

Teknik pengambilan gambar dalam animasi sangat mempengaruhi estetika dan visual animasi. Pengetahuan dalam teknik pengambilan gambar digunakan untuk menentukan bagaimana shot itu akan dibuat dan kesan yang timbul didalamnya. Berikut merupakan jenis eknik pengambilan gambar berdasarkan sudut pengambilan gambarnya[3].



Gambar 15. Hasil video 1



Gambar 16. Hasil Video 2



Gambar 17. Hasil Video 3

H. Studi Kompetitor

Studi ini digunakan untuk melakukan analisis hasil serial video feature lain yang memiliki kesamaan tema, tujuan dan target audiens.

I. Studi Komparator

Studi ini digunakan untuk melakukan analisis hasil serial video feature lain yang akan digunakan sebagai target capaian perancangan serial video feature untuk mengangkat kulture motor kustom lewat pendekatan builder lokal di Surabaya. Capaian yang dimaksud berupa bagaimana directing yang digunakan dan penyampaian materi menggunakan cerita yang menarik.

III. METODOLOGI DESAIN

A. Desain Penelitian

Protokol riset dibuat oleh penulis guna menentukan bagaimana setiap riset akan dilaksanakan[4]. Di dalamnya berisikan tabel untuk menentukan narasumber, tempat riset,

waktu, serta list pertanyaan atau data yang akan digali. Protokol riset yang dibuat meliputi:

1. Studi literatur
2. Observasi
3. Kuisisioner
4. Studi eksperimental 1
5. Depth interview 1
6. Studi ekperimental 2
7. Depth Interview 2
8. Prototype
9. Final konsep
10. Eksekusi
11. Finishing
12. Final desain

B. Jadwal Riset

Berisikan timeline alur riset yang akan dilakukan penulis. Berfungsi guna membantu agar penulis dapat melakukan riset secara disiplin[5].

IV. HASIL PENELITIAN

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini digambarkan pada Gambar 2.

1) Racer TV

Mengenalkan tentang dunia motor kustom lewat video profile tentang owner motor kustom, mengambil beberapa karya terbaik dan beberapa influencer dalam dunia motor kustom. Tidak lupa edukasi tentang tips-tips memilih engine, beberapa hal yang harus di perhatikan dalam memilih style motor kustom, dan teknik men-desain yang baik menurut estetika dan fungsional.

Berikut adalah beberapa hal yang penulis contoh dari channel Racer TV

- Pemilihan karakter narasumber
- Penyusunan tiap segmen video
- Video di kemas secara menarik menggunakan transisi yang pas dalam setiap video.
- Segmen meliputi interview setiap builder.

2) Atenk Katros

Membahas tentang semua yang berkaitan dengan motor kustom, channel ini lebih sering membahas kegiatan apa saja yang di lakukan di bengkel katros (garage vlog) serta menjual kustom kit untuk beberapa tipe motor. Video yang di buat juga meliputi membangun motor kustom dengan berbagai style, cara pemilihan parts, serta mendatangi beberapa event motor. Berikut adalah beberapa hal yang penulis contoh dari channel video Atenk Katros :

- Pengambilan gambar sinematik
- Tone grading warna video
- Alur plot cerita dalam setiap segmen
- Transisi dalam setiap video
- Pembahasan verbal yang di kemas secara menarik hingga layak untuk di nikmati oleh masyarakat yang awam tentang dunia kustom

B. Kuisisioner

1) Identitas Responden

Dari 72 tanggapan responden 68% memiliki umur rata-rata 23-27 tahun, pekerjaan mereka pada umumnya masih berstatus mahasiswa dan penghasilan per-bulan rata-rata 500rb-2,5jt per-bulannya dapat dilihat pada Gambar 3.

2) Konsep Ide dan Tema Video

Dari data pada kuisisioner di Gambar 4, 75% dari 72 responden lebih mengenal motor kustom sebagai bagian dari karya seni builder lokal, 25% menganggap itu adalah bentuk dari lifestyle masyarakat urban dan tidak ada yang memilih montir.

Dari data kuisisioner pertama motor dengan style paling diminati di Surabaya yaitu style chopper, 66,7% dari 72 responden memilih style motor tersebut. Lalu urutan kedua yaitu caferacer dan urutan ketiga tracker. Karena data pada kuisisioner pertama merujuk pada style chopper ternyata hal tersebut berpengaruh pada kuisisioner selanjutnya yaitu pemilihan tertinggi kepada haris smokebelt garage.

Untuk kuisisioner kedua haris smokebelt menempati pemilihan tertinggi yaitu 61,1% dari 72 responden. Hal ini menjadi landasan penulis untuk memilih haris smokebelt untuk di jadikan tokoh serta narasumber dalam video pertama untuk perancangan serial video feature untuk mengangkat kulture motor kustom di Surabaya lewat pendekatan builder motor karena mas haris memiliki masa yang cukup banyak untuk saat ini, sehingga apapun movement yang mas haris adakan akan selalu mendapat entusiasme masyarakat pecinta motor kustom yang tinggi.

C. Interview Builder

Proses di lanjutkan dengan melakukan interview ke beberapa builder motor kustom lokal Surabaya. Setelah melakukan interview kemudian mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Jenis motor kustom paling diminati di Surabaya untuk tahun ini style chopper.
2. Perkembangan kultur motor kustom di Surabaya cukup pesat terutama dari masyarakat urban Surabaya.
3. Tujuan rata-rata masyarakat mengkustom motor agar berbeda dengan kendaraan keluaran pabrikan, karena motor bukan hanya sekedar kendaraan roda dua tapi juga untuk merepresentasi jati diri sang owner.
4. Pertama dunia kustom masuk ke Surabaya lewat event kustomfest jogja.

D. Studi Eksperimental

Tahap pertama dalam eksperimental ini penulis mencari literature berupa channel video di platform youtube yang membahas tentang kulture motor kustom di negara eropa seperti racer tv. Indonesia juga memiliki channel platform youtube untuk motor kustom tapi belum sepenuhnya membahas perkembangan kulture dan hanya membahas motor apa saja yang mereka bangun lalu menjual custom kit untuk beberapa merek motor seperti katros garage dan street art kustom.

Penulis membuat sebanyak 2 alternatif naskah yang di landasi oleh data yang di peroleh dari hasil observasi dan wawancara singkat ke beberapa builder motor kustom serta ke beberapa event organizer yang bergerak untuk event motor kustom. Hasil dari wawancara akan digunakan untuk penerapan pada eksperimental naskah pada perancangan ini.

1) Alternatif naskah pertama

Alternatif naskah pertama pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 7.

2) Alternatif naskah kedua

Alternatif naskah pertama pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 8.

E. Depth Interview

Proses dilanjutkan dengan melakukan Depth Interview pertama kepada Niko Jasson selaku tim videographer DGR 2019. Dari hasil Depth Interview didapatkan hasil:

1. Mengambil beberapa tokoh builder sekaligus influencer motor kustom di Surabaya seperti haris smokebelt, rocket fantasy, adinbrews, dan maxwax Surabaya.
2. Memilih style motor yang paling diminati oleh masyarakat urban Surabaya, mengangkat movement motoran serta event motoran Surabaya, dan kolaborasi mereka terhadap industry lokal.
3. Membuat satu serial yang terkonsep dengan matang lalu membuat shortlist question dan lokasi syut yang menarik.
4. Lebih di highlight perkembangan kultur motor kustom, hasil karya workshop, dan prestasi.
5. Tools ketika akan melakukan syuting di perhatikan seperti kamera mirrorless, lensa fix, stabilizer, tripod, dan kamera cadangan satu lagi

F. Prototype

Setelah mendapat kritik dan saran dari pihak tim videographer DGR 2019 langkah selanjutnya ialah merevisi hasil eksperimental, dan menyelesaikan pembuatan storyboard final untuk episode pertama serial video feature untuk mengangkat motor kustom di Surabaya berdurasi 10-13 menit. Selain itu penulis mulai membuat teaser 1 menit untuk episode 1.

V. DESAIN DAN IMPLEMENTASI DESAIN

A. Deskripsi Perancangan

Dalam satu serial video feature untuk mengangkat kulture motor kustom di Surabaya terdapat 1 season 6 episode, tiap episodanya akan diisi oleh tokoh penggiat motor kustom di Surabaya. untuk perancangan kali ini penulis hanya membuat episode 1 sebagai fondasi kuat untuk membahas perkembangan kulture motor kustom yang ada di Surabaya.

B. Konsep Cerita

Konsep cerita yang akan dirancang dalam serial video feature ini adalah semua pemeran, tempat atau lokasi, dan lain sebagainya nyata tanpa rekayasa. Pada serial video feature ini, perancang akan melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui seorang builder motor kustom atau user motor kustom

dengan style chopper, yakni haris fachturrahman dari bengkel smokebelt garage. Video ber-durasi kurang lebih 14 menit menggunakan metode yang sudah di jabarkan pada tinjauan pustaka seperti transisi yang pas, video berisi konten yang padat agar message tersampaikan, dan acuan konten untuk plot cerita yang menarik serta grading untuk video konten motor.

C. Konsep Alur Serial Cerita

Penulis akan menceritakan episode 1 lewat builder dengan jam terbang terbanyak untuk saat ini bernama haris dari smokebelt garage, mas haris akan menceritakan filosofi mas Haris tentang kendaraan roda dua, pengenalan workshop smokebelt garage, beberapa hasil karya yang sudah di ciptakan, dan perkembangan kulture motor kustom di Surabaya serta event dan movement apa saja yang di adakan beserta goals dari tiap acara tersebut dapat dilihat pada Gambar 9.

Pada episode 2 dan episode 3 menceritakan kenapa di buat sebuah communal space dari para penggiat motor kustom serta terdapat 1 movement yang hilang yaitu sans ride. Episode 4 klarifikasi mas adin selaku penggerak movement sans ride dan episode 5 dan 6 berisi visi dan misi untuk rencana perkembangan kulture motor kustom di Surabaya kedepannya bagaimana. Berikut adalah plotting cerita dari setiap episode pada season 1.

D. Bagan Proses Produksi

Bagan proses produksi meliputi proses pembuatan eksperimental storyboard dan juga storyline, kemudian setelah melakukan eksperimen tersebut step selanjutnya yaitu melakukan post-test ke staff ahli video dan kepada penggiat motor kustom untuk mendapatkan prespektif apakah pesan video sudah tersampaikan atau belum dan untuk masalah teknis apa saja kekurangannya dapat dilihat pada Gambar 10.

E. Konsep Plot dan Storyboard

Gambar storyboard yang dapat dilihat pada Gambar 11 menjelaskan 1 episode berisi pengenalan haris fachturrahman selaku owner dari smokebelt garage lalu menceritakan tentang perkembangan kulture motor kustom di Surabaya serta beberapa antusiasme masyarakat dengan mengadakan event riding tiap minggu. Tidak lupa juga mas haris menceritakan kenapa memilih untuk menjadi builder motor kustom dan awalnya memulai usaha pada tahun berapa, menampilkan beberapa karya hasil workshop smokebelt garage menjelaskan event dan movement motor kustom di Surabaya serta goalsnya, antusiasme masyarakat Surabaya terhadap event dan movement motor kustom di Surabaya, siapa builder yang di idolakan, dan karya nya sudah sampai mana serta menceritakan background singkat para builder idola mas haris.

F. Prototype Video

Setelah plot cerita dan storyboard selesai dikerjakan. Proses dilanjutkan dengan pembuatan prototype video feature selama 1 menit seperti pada Gambar 12 – 14.

G. Implementasi Desain

Dari semua konsep yang telah dibuat, Langkah selanjutnya ialah mengimplementasikannya melalui proses produksi. Untuk teknis yaitu kamera mirrorless, lensa fix, stabilizer, tripod, dan kamera cadangan satu lagi. Kalau untuk sound saya sarankan menggunakan rode atau boomic agar suara lebih jernih nantinya. Jika di tanya bagaimana agar video ini tetap berkelanjutan yaitu dengan mengangkat kulture motor kustom di Surabaya lewat pendekatan builder lokal dan di setiap episode menggunakan template shortlist yang sama lalu di sajikan dengan gaya pembahasan mereka serta prespektif mereka.

H. Final Desain

Setelah melalui berbagai langkah diatas, berikut adalah cuplikan hasil akhir Serial video feature untuk mengangkat kultur motor kustom di Surabaya lewat pendekatan builder lokal di Surabaya dapat dilihat pada Gambar 15 – 17.

VI. KESIMPULAN/RINGKASAN

Serial Video feature ini di tunjang oleh beberapa metode penelitian seperti, observasi lapangan, interview, depth interview, dan kuisisioner yang sangat membantu penulis dalam mengumpulkan data yang valid dan diskusi konkrit dari beberapa narasumber sehingga membantu penulis dalam merancang eksperimen hingga konsep yang matang terhadap serial video feature untuk mengangkat kulture motor kustom di Surabaya lewat pendekatan builder lokal.

Dalam perancangan ini penulis hanya membuat episode pertama dengan haris smokebelt garage, penyajian video yang di lakukan yaitu mengajukan shortlist 12 pertanyaan kepada mas haris lalu menceritakan pengenalan personal sampai perkembangan kulture motor kustom di Surabaya. Untuk lokasi syuting menggunakan workshop mas haris sendiri, mengambil footage mas haris motoran, dan mengambil footage-footage event dan movement yang sebelumnya sudah dilakukan.

Video berdurasi sekitar 13 menit dalam episode pertama ini, kamera menggunakan sony a5100 dan canon 600d dalam proses produksi video. Episode pertama ini nantinya akan menjadi acuan untuk produksi video-video selanjutnya dalam season ini. Beberapa kendala dalam produksi video yaitu kesempatan yang tidak banyak untuk bertemu mas haris karena beliau juga memiliki banyak proyek di luar sana, serta cuaca yang terkadang kurang mendukung untuk proses produksi video outdoor.

Dalam perancangan ini penulis belum menemukan strategi promosi yang tepat, karena goals dari perancangan ini yaitu melebarkan sayap dunia motor kustom di Surabaya. Lewat target komunikasi yang baik di harapkan video dapat di notice dengan target market tentang adanya suatu event dan movement motoran di Surabaya dengan tujuan sarana sharing, charity, dan menjalin silaturahmi antar komunitas. Dengan demikian target pasar mengetahui goals dari event dan movement motoran yang ada di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Triwahyupriadi, "Selera Masyarakat Urban terhadap Tren Custom Motor dari Prespektif Budaya Visual," in *Seminar Nasional Seni dan Desain: "Reinvensi Budaya Visual Nusantara,"* 2019, pp. 147–150, [Online]. Available: <https://proceedings.sendesunesa.net/media/289230-selera-masyarakat-urban-terhadap-tren-cu-f40b25e8.pdf>.
- [2] D. Hendrawan, D. Y. Riyanto, and W. Hidayat, "Perancangan Visual Branding Video Smokebelt Garage Berbasis Feature sebagai upaya meningkatkan Brand Loyalty," Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya, 2017.
- [3] V. B. T. Brata, *Videografi dan sinematografi praktis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007.
- [4] A. Strauss and J. Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tata langkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- [5] M. I. Hasan, *Pokok - pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.