

PERANCANGAN FILM DOKUMENTER NOON BOARDSHOP SKATESHOP SURABAYA

Yonatan Christie Yusanto¹, Erandaru², Hen Dian Yudani³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya.
Email: yntnchristie@gmail.com

Abstrak

Perancangan ini membahas mengenai bagaimana kultur skateboard yang ada di Surabaya mengalami perkembangan berkat support yang dinamis antara komunitas dengan toko skateboard, juga berkat dedikasi seorang pemilik toko skateboard tersebut. Permasalahan yang dialami oleh Noon Boardshop sekarang adalah menurunnya support dari komunitas sehingga butuhnya peyegaran kembali mengenai peranan Noon Boardshop terhadap komunitas. Sebagaimana Noon Boardshop telah menghasilkan kisah yang menarik melalui perjalanan pemilik toko Noon Boardshop membangun dan mengembangkan komunitas skateboard di Surabaya. Dari hasil perancangan ini ingin menyuarakan motivasi dan semangat agar komunitas Surabaya skateboard terus dalam perkembangan yang baik, mulai dari segi prestasi hingga kebersamaan yang terus di bangun.

Kata Kunci: Dokumenter, Skateboard, Komunitas Skateboard di Surabaya, Noon Boardshop, biografi, kultur skateboard di Surabaya.

Abstract

Title: *The design of documentary film Noon Boardshop skateboard shop in Surabaya*

This design discusses how the skateboard culture in Surabaya has developed thanks to the dynamic support between the community and the skateboard shop, also thanks to the dedication of a skateboard shop owner. The problem that Noon Boardshop is experiencing now is the decline in support from the community so that the need for re-refreshment about the role of Noon Boardshop for the community. As Noon Boardshop has produced an interesting story through the journey of shop owner Noon Boardshop to build and develop a skateboard community in Surabaya. From the results of this design, it wants to voice motivation and enthusiasm so that the Surabaya skateboard community continues to be in good development, from the aspect of achievement to togetherness that continues to be built.

Keywords: *Documentary, Skateboard, Skateboard Community in Surabaya, Noon Boardshop, biography, skateboard culture in Surabaya.*

Pendahuluan

Noon Boardshop adalah sebuah toko skateboard yang ada di kota Surabaya dan memiliki kontribusi besar dalam membangun komunitas skateboard di Surabaya. *Noon Boardshop* memiliki ikatan emosional yang sangat kuat di dalam komunitas dikarenakan pemilik Noon Boardshop sendiri adalah salah satu bagian dari komunitas Surabaya skateboard. Berdiri pada pertengahan tahun 2011 dengan dasar untuk mendukung perkembangan olahraga skateboard khususnya di Surabaya, yang mana pada tahun-tahun sebelumnya belum ada toko skateboard lokal di Surabaya. Dengan di inisiasikan

oleh Mochammad Syaifuddin atau yang akrab dipanggil dengan sapaan Om Iput. Om Iput bersama *Noon Boardshop* turut berjasa dalam mengembangkan komunitas skateboard di Surabaya. Skateboard sama halnya dengan alat olahraga lainnya yang mana memiliki jangka waktu pemakaian cukup singkat, maka penjualan skateboard sendiri selalu meningkat sehingga banyak pelaku bisnis skateboard baru yang bermunculan.

Permasalahan yang dialami *Noon Boardshop* adalah perpindahan pelanggan dari pelanggan fisik atau *offline* ke pelanggan *online*. Banyaknya *e-commerce* yang bermunculan menyebabkan penurunan pengunjung toko. Memasuki era digital yang sangat memudahkan cara bertransaksi dengan

mengandalkan gawai saja, mengikis budaya lama yaitu aktivitas bercengkrama dan saling memotivasi di dalam *skateshop*.

Permasalahan lain timbul dari dalam komunitas Surabaya skateboard yang sudah mulai kurang aktif dalam berkegiatan, sehingga Noon Boardshop kurang mendapat *support* baik dalam segi prestasi maupun segi pemasukan modal. Fenomena yang pernah terjadi di tempat lain adalah *skateshop* yang tutup dan mati akibat lemahnya *support* dari konsumen dan komunitas. Hal ini menjadi ketakutan bagi keberlangsungan generasi skateboarder yang akan datang apabila *Noon Boardshop* akan tutup atau mati, mengakibatkan kehilangan yang sangat berarti karena ikatan emosional komunitas dengan *skateshop* yang telah dibangun sekian tahun lamanya, dimana berkat *support* dari *Noon Boardshop*, Surabaya mampu melahirkan atlet skateboard yang sangat layak bersaing dengan kota-kota besar lain, bahkan mampu bersaing secara internasional di dalam Asian Games.

Dari permasalahan di atas diperlukan pengenalan kembali sosok di balik *Noon Boardshop*, agar para pelaku skateboard khususnya di Surabaya termotivasi dari dedikasi sosok Om Iput dalam memajukan Surabaya skateboard. Selain termotivasi juga menambah sebuah catatan sejarah skateboard yang ada di Surabaya. *Noon Boardshop* sendiri juga merupakan salah satu ciri khas kultur skateboard di Surabaya yang memiliki ikatan emosional dengan komunitas. Melalui media audio visual yang komunikatif dan diselaraskan dengan kultur skateboard Surabaya, diharapkan mampu mengingatkan komunitas akan peranan *Noon Boardshop* sebagai ciri khas kultur skateboard yang ada di kota Surabaya.

Metode Penelitian

Data dikumpulkan secara langsung dengan metode observasi melalui media wawancara sebagai data primer.

a. Data Primer

Data yang langsung didapatkan dari sumber utama melalui ;

- Wawancara langsung dengan om Iput pemilik dari *Noon Boardshop* tentang produk, perilaku konsumen, umpan balik, dan antusias publik.
- Wawancara langsung dengan komunitas Surabaya skateboard.
- Wawancara langsung dengan profesional skateboarder Surabaya yang sempat mendapat *support* dari *Noon Boardshop*.

- Pengamatan langsung dilokasi penelitian. Pengamatan tentang aktifitas pemilik *Noon boardshop* yaitu om Iput dalam beraktivitas baik saat di komunitas maupun di dalam toko skateboard.
- Pengamatan aktivitas komunitas Surabaya skateboard.

b. Data Sekunder

- Data yang didapatkan melalui sumber lain seperti majalah mengenai gaya desain kultur skateboard, huruf dan tipografi, yang akan menjadi elemen desain pada hasil karya dan referensi-referensi melalui internet sinematografi yang sangat memiliki korelasi dengan kultur skateboard. Media lain yang dipakai adalah sosial media, guna memperluas referensi kultur skateboard yang relevan dengan masa kini.

Metode Analisa Data

Metode yang digunakan untuk menganalisa masalah dari data yang telah diperoleh, adalah metode analisa 5W1H (*what, where, when, who, why, how*) sehingga mampu memperoleh jawaban dari permasalahan tersebut. Melalui kesimpulan perancangan yang telah dilakukan akan disusun ke dalam bentuk audio visual.

Tinjauan Teori

Media Audio Visual

Audio visual secara istilah terdiri dari tiga arti, yaitu media, audio dan visual. Diambil dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*" yang dapat diartikan perantara atau pengantar sebuah informasi. Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006 : 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Audio visual sendiri berasal dari kata *audible* dan *visible*, *audible* artinya mampu atau dapat didengar dan, *visible* artinya dapat dilihat. Di dalam pengertian yang di cakup oleh Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, audio adalah hal-hal yang berkaitan dengan bunyi dan berkaitan dengan indra pendengaran (Save M. Dagnun, Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, 2006). Demikian visual sendiri juga hal-hal yang berkaitan dengan gambar dan dapat diterima oleh indra penglihatan. Maka audiovisual bisa dikatakan sebagai kombinasi

dari unsur suara dan gambar yang mampu ditangkap oleh indra pendengaran dan penglihatan.

Definisi Film

Film (sinema) dapat diartikan secara harafiah sebagai berikut. Cinemathographie yang berasal dari Cinema + tho = phytos (cahaya) + graphie = gambar (tulisan = gambar = citra), kesimpulannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Medium yang digunakan dalam proses pelukisan gerak dengan cahaya adalah dengan alat biasa kita sebut dengan kamera.

Ditinjau dari penjelasan Himawan Pratista dalam buku Memahami film (2008: 10), dikatakan bahwa film merupakan salah satu komunikasi massa, selain jaringan radio televisi dan telekomunikasi.

Di dalam pengertian sebagai sebuah industri, film merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat. Di dalam pandangan komunikasi, film merupakan bagian penting dari sistem yang digunakan oleh kelompok atau individu dalam menerima dan mengirim pesan (Idy Subandy Ibrahim, Budaya Populer sebagai Komunikasi, 2011).

Film juga mampu mempengaruhi dan membentuk masyarakat melalui muatan pesan di dalamnya. (Nurul Muslimin, Bikin Film, Yuk!, 2018). Selain memiliki kekuatan dalam menjangkau khalayaknya, film juga mampu memberi dampak terhadap setiap penontonnya baik dampak positif maupun negatif. Lewat pesan dan materi yang terkandung didalam film mampu memberi pengaruh bahkan mampu mengubah dan membentuk karakter penontonnya. Film mampu menjadi sebuah media yang menarik dan gampang dicerna pesan-pesannya, dengan bahasa simboliknya yaitu audio dan visual dapat menyentuh pikiran dan hati penonton (Alex Sobur, Analisis Teks Media, 2004). Melalui proses inilah kemudian melahirkan perasaan tertawa, menangis, takut, terharu, dan penonton akan mencatat buah pikiran yang berbeda-beda. Banyak juga film yang mengangkat cerita nyata yang benar pernah terjadi dalam masyarakat. Dengan kata lain film dapat diartikan sebagai reproduksi dari kenyataan yang ada. Sebuah film dapat dikatakan bagus atau baik apabila film tersebut mampu menggapi unsur sinematik yang selaras dengan unsur naratif yang dibangun, dengan kata lain seorang sineas dapat dinyatakan berhasil ketika penonton mampu menerima kedua aspek yang ditawarkan, yaitu aspek naratif beserta sinematik.

Klasifikasi Film

Klarifikasi Film apabila ditentukan berdasarkan proses produksinya, secara umum yakni film cerita, film animasi, film bisu, film hitam-putih. Selain itu klarifikasi film dapat ditentukan berdasarkan skala produksi dan distribusinya yakni, studio besar dan

studio independen, film pendek, film panjang. Klarifikasi lain juga dapat dibagi melalui asal negara atau benua yang memproduksi film tersebut misalnya *Hollywood* (Amerika), *Bollywood* (India), *Hallywood* (Korea Selatan), Eropa, Asia, dan Latin.

Menurut Jenis Film

a. Film Cerita (Fiksi)

Film yang mengandung sebuah unsur cerita, baik fiksi maupun adaptasi dari kisah nyata. Film cerita lazim ditemui dalam layar lebar dengan dibintangi oleh aktor-aktor berpengalaman dan didistribusikan secara baik kepada publik, dengan mengambil untung melalui penjualan tiket bioskop dan rating media, seperti *rotten tomatoes*.

b. Film Dokumenter (Non Fiksi)

Film dokumenter menurut Gerzon Ayawaila dalam bukunya yang berjudul *Dokumenter: Dari Ide sampai Produksi* (2018), mengatakan bahwa Dokumenter merupakan bentuk film yang merepresentasikan sebuah realita, dengan melakukan perekaman gambar sesuai apa adanya. Maka pusat fokus di dalam film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang pernah terjadi.

Sejarah Film Dokumenter

Sejarah awal mula produksi film dokumenter diberlakukan untuk propaganda pada awal Perang Dunia I di sekitar tahun 1914 hingga 1918, lalu dilanjutkan di perang dunia II di tahun 1935 hingga 1950-an. Pada masa itu peran film yang di posisikan sebagai bahan untuk propaganda, baik karya film maupun fotografi disebut *illusion of reality*. Untuk tujuan propaganda politik fakta sejarah direpresentasikan lewat interpretasi imajinatif menjadi karya film dokumenter. Pada umumnya film dokumenter dalam tayangan bioskop berdurasi pendek, lain halnya pada masa ini tayangan televisi lebih unggul sehingga film dokumenter dapat ditayangkan dalam televisi dengan durasi yang cukup panjang yakni dari 5 jam hingga 10 jam bahkan hingga dapat di bagi kedalam beberapa episode. Kesalahan fatal dalam penyusunan film dokumenter ini adalah banyaknya gambar yang masuk sehingga kisah historis yang harusnya menarik untuk di sampaikan akan terkesan membosankan. Mengingat durasinya yang sangat panjang, maka kita harus berpegang teguh pada susunan rancangan sejak proses pra produksi, dimana mengacu ke dalam tatanan rapi pengumpulan riset dan yang dilakukan secara tepat dan benar. (Ayawaila 41)

Tahapan Pembuatan Film

Dalam kajian umum proses atau tahapan dalam perancangan film terbagi menjadi tiga tahapan dasar yaitu pra produksi, produksi, paska produksi:

Pra-produksi

Tahap pra-produksi dapat dinyatakan sebagai tahap awal dan paling mendasar dalam proses pembuatan film. Dalam tahap ini selain perancangan sebuah naskah, juga mengacu di bidang produserial, dimana menyusun data dan jadwal yang mencakup seluruh aspek produksi dan paska produksi. Berikut beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam tahap ini:

a) Script breakdown

Pada tahap ini *script* atau naskah akan diuraikan satu per satu menjadi per adegan, lalu di isi dengan informasi mengenai segala sesuatu yang akan di butuhkan saat pengambilan gambar. Hal ini dibutuhkan agar tidak ada yang terlupa dan mampu memaksimalkan segala kebutuhan teknis maupun logistik dalam proses pengambilan gambar. Hal ini juga mencakup rincian biaya dan jadwal shooting yang akan dilaksanakan.

b) Setting

Setting merupakan penggambaran mengenai waktu, tempat dan suasana yang akan diciptakan bersangkutan sesuai penggambarann naskah yang telah dibuat. Latar yang di tujukan di dalam naskah merupakan sesuatu yang factual namun dapat juga bersifat imajiner.

c) Treatment

Treatment dapat diartikan sebagai rangkuman sebuah naskah yang dibuat untuk menjelaskan alur atau plot utama. Di sisi lain treatment juga mendeskripsikan detail karakter dan peran yang terlibat dalam sebuah naskah.

Produksi

Produksi adalah tahapan yang paling krusial dalam perancangan sebuah film. Proses ini juga memiliki pengaruh yang besar dalam penentu keberhasilan perancangan karya film. Dalam kata lain proses ini juga dapat dikatakan sebagai proses shooting atau pengambilan gambar. Peran tertinggi di pegang oleh sutradara, dimana sutradara bertanggung jawab atas segala unsur yang terlibat dalam proses produksi , baik *team work* kru maupun proses pengadeganan.

Paska Produksi

Proses paska produksi merupakan proses tahap akhir dalam pembuatan film. Kata lain dalam proses ini

disebut juga dengan proses editing. Editing sendiri melalui dua proses yang berurutan yakni, editing *offline* dan *online*. *Offline* editing sendiri meliputi beberapa aktivitas seperti cut to cut gambar, penyusunan *mood* film agar selaras dengan naskah, pensinkronan audio dengan visual. *Online* editing merupakan proses lanjutan dari *offline* editing dimana gambar dan suara yang telah sinkron menjadi kesatuan *sequence*, dilanjutkan dengan proses *coloring* atau pengaplikasian *mood* warna agar mempercantik gambar, pemberian efek khusus, penambahan teks, serta *scoring* musik dan audio hingga mencapai tahap akhir yaitu *rendering* menghasilkan final project yang dapat di presentasikan ke publik.

Shoot

Proses pengambilan gambar atau perekaman gambar yang kerap kali di sebut dengan proses *shooting*. Kamera sebagai media perekam, merekam pengadeganan yang selaras dengan naskah sutrada. Dalam satu bagian pengadeganan, acapkali akan ada beberapa shoot yang berbeda sesuai kebutuhan sutradara dan *director of photograpy* dalam perihal eksplorasi gambar untuk membangun mood adegan. Di mulai dengan roll atau take gambar adegan pertama yang di bagi menjadi beberapa shoot, hingga seluruh pengadeganan selesai di rekam maka shoot akan disunting per-adegan, dan durasi satu shoot bermacam-macam, bisa berdurasi kurangdari satu detik bahkan ada yang lebih dari tiga puluh detik, tergantung melalui mood yang akan dibangun.

Sudut pengambilan gambar(camera angle)

• Frog Eye

Teknik yang menempatkan posisi pengambilan kamera sejajar dengan alas kedudukan objek yang diambil. Kebalikan dari Bird eye , Frog Eye menempatkan posisi pengambilan gambar serendah rendahnya dari posisi normal objek.

• Low angle

Sudut pengambilan yang diambil dari bawah sehingga memberi kesan objek membesar. Penggunaan angle ini biasanya akan memberi kesan heroik bagi objek saat pengadeganan.

• Eye Level

Sudut pengambilan gambar yang sangat lumrah dijumpai dan digunakan, dimana gambar di posisikan sejajar dengan objek yang akan di ambil. Dengan arti lain objek dan subjek memiliki tinggi sejajar. Eye Level banyak digunakan dalam pengambilan adegan percakapan, wawancara, dan adegan adegan lain yang ingin menonjolkan persona objek secara jelas.

• High Angle

Sudut pengambilan gambar yang di posisikan dari atas objek. Memiliki kesan objek mengecil, dan sudut ini biasanya di gunakan untuk membangun mood penasaran dalam adegan yang disampaikan dikarenakan objek tidak terlihat secara jelas.

- Bird Eye

Karakter yang dibentuk sesuai dengan namanya, dimana teknik pengambilan dari ketinggian tertentu sehingga objek tampak kecil dan subjek yang terlihat lebih menonjol, hal ini di rancang untuk membangun mood adegan dimana audience dibuat seolah-olah seperti burung yang melihat kebawah menyaksikan pengadeganan dari atas ketinggian.

- Slanted

Teknik ini merupakan kesatuan dari teknik over shoulder, yang membedakan adalah komposisi gambarnya lebih luas atau wide dengan mempertimbangan objek dari sudut 45 derajat.

- Over Shoulder

Menempatkan objek di posisi rata kanan atau kiri namun diatur dalam posisi 45 derajat , seolah objek lain di shoot melalui bahu objek utama, dan biasanya akan di beri pemanis ambience berupa bahu objek kedua.

Scene (Adegan)

Adegan merupakan sebuah penggalan dari keseluruhan cerita yang berisi gerak laku pemeran atau aktor dan dibatasi oleh tema, waktu, karakter, isi (cerita). Dikatakan satu adegan apabila shoot yang disajikan saling berkesinambungan dengan baik. Pada umumnya film cerita terdiri dari lima puluh hingga tujuh puluh adegan, melalui adegan penonton atau audience akan mudah mengingat-ingat daripada shoot atau sekuen.

Sekuen (Babak)

Secara garis besar sekuen dapat diartikan sebagai babak, atau bab dalam bahasa literalur. Dari rangkaian shoot terbentuklah satu scene, dan dari rangkaian scene terbentuklah sebuah sekuen, yang akan membentuk runtutan peristiwa utuh. Sekuen dapat dikelompokan berdasarkan satu kurun waktu, latar, atau satu peristiwa panjang. Di dalam sebuah film cerita pada umumnya akan terbentuk dari Sembilan hingga limabelas sekuen.

Mise-En-Scene

Mise-en-scene adalah unsur yang akan masuk ke dalam frame kamera pada saat pengambilan gambar dan pengadeganan. Unsur tersebut meliputi latar, kostum atau tata rias, pencahayaan, dan akting. Mise-en-scene diambil dari Bahasa perancis yang memiliki arti “meletakkan ke dalam scene” , hal ini termasuk

dalam unsur sinematik yang sangat gamblang dapat kita lihat dan nikmati dalam sebuah karya film. mise-en-scene terdiri dari empat aspek utama, yakni :

- Setting (latar)

- Kostum dan tata rias wajah (make-up)

- Pencahayaan (lightting)

- Para pemain dan pergerakannya (akting)

Tinjauan Permasalahan

Transaksi *e-commerce* terjadi pada banyak ruang lingkup mulai dari bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen dan konsumen ke bisnis (progresstech.co.id, pengertian ecommerce). Termasuk ruang lingkup konsumen dan produsen pada bidang olahraga skateboard di Surabaya, hal ini berdampak besar pada pola konsumsi konsumen papan skateboard di Surabaya. Dampak ini mengakibatkan penurunan *visitor* di dalam Noon Boardshop. Selain itu teknologi juga semakin mengikis semangat para komunitas skateboarder di Surabaya untuk rutin berlatih dan berkomunitas rutin di dalam Surabaya skateboard. Kehadiran Noon boardshop bukan hanya semata-mata hadir untuk bisnis dalam bidang olahraga skateboard, namun sosok Noon Boardshop hadir dalam mendukung dan menopang nama komunitas Surabaya skateboard. Surabaya sendiri telah melahirkan banyak prestasi di tahun tahun yang lalu, namun yang di takuti adalah mengenai regenerasi prestasi untuk tahun tahun kedepan apabila pihak komunitas sudah tidak rutin lagi berkomunitas, dan sudah mulai berkurang peminatnya dan yang terpenting apabila Noon tidak ada lagi atau tutup, Surabaya skateboard akan kehilangan sosok yang sangat berarti mengingat Noon Boardshop berperan banyak hal mengembangkan, hingga menopang nama komunitas di kota Surabaya di dalam bidang olahraga skateboard.

Format Program

Dalam perancangan ini , materi yang akan di susun dan di sajikan adalah sebuah film dokumenter. Film dokumenter yang akan di susun adalah film dokumenter biografi mengenai sosok Om Iput pemilik Noon Boardshop yang berperan mengembangkan komunitas Surabaya skateboarder dan perjuangannya dalam industri skateboard. Mengangkat figur Om Iput sebagai salah satu akar semangat dalam dunia skateboard khususnya di Surabaya. Film ini akan menggunakan format HD yang akan distribusikan melalui akun media sosial yakni Instagram dan Youtube.

Judul Program

Judul film ini adalah Dedikasi sampai mati. Judul ini diambil dari konsistensi Om Iput dan rekan-rekannya, dimana tak semua pemain skateboard mampu memberi sebuah prestasi, dengan hanya memberi sebuah dedikasi sudah mampu membawa pengaruh yang sangat baik bagi lingkungan komunitas dan semangat di dalam komunitas. Sebagaimana terwujud dalam kisah hidup om Iput yang masih terus menghidupi komunitas skateboard layaknya om Iput menghidupi keluarganya sendiri. Kalimat “sampai mati” dipakai untuk menggambarkan semangat tanpa henti sampai akhir hayat dimana sudah tak mampu menghidupi lagi.

Durasi

Film dokumenter ini diperkirakan akan berdurasi 10 menit atau lebih.

Pesan yang ingin di sampaikan

Film ini ingin menyampaikan pesan mengenai sebuah dedikasi, sikap konsisten dan tidak mudah menyerah dalam hal membangun semangat di bidang olahraga skateboard.

Target Audience

• Demografis

Usia : 12-24 tahun

Status Ekonomi : Segala kalangan

Tingkat Pekerjaan: Semua profesi

• Geografis

Kawasan kota Surabaya..

• Psikografis

Memiliki hobi berolahraga ekstrim, Aktif dalam komunitas.

• Behavioristik

Rutin dalam berlatih skateboard, Baru ingin belajar dan ingin bergabung di dalam komunitas.

Desain Karakter

Pemain

Tokoh utama di dalam film ini adalah sosok Om Iput pemilik dari Noon Boardshop sendiri dengan memaparkan cerita lamanya bermain skateboard hingga berkeluarga dan mampu membangun Komunitas dan membuka toko Noon Boardshop. Ditambah lagi wawancara singkat dengan narasumber dua dan tiga dimana mereka adalah pihak komunitas dan teman baik om Iput yang tau bagaimana

perjuangan dalam membangun komunitas Surabaya skateboard.

Setting Lokasi

Lokasi pengambilan gambar di dalam film ini diambil di dalam toko Noon, sebagai latar adegan wawancara. Lalu di skatepark sebagai latar tempat berkumpulnya komunitas dan melakukan kegiatan komunitas, hingga berbagai trotoar dan taman di Surabaya, tempat dimana komunitas berpindah pindah lokasi dalam berlatih dan berkumpul.

Ringkasan/Sinopsis Cerita

Babak 1 : pengenalan karakter Om Iput , dan perjalanan awal ia mengenal dunia skateboard, lalu dilemanya akan memilih hal di luar skateboard, hingga keputusannya ingin tetap di skateboard walau bukan sebagai atlit namun sebagai support system. Langkah awal Om Iput memperkenalkan komunitas Surabaya skateboard ke dunia luar, dan sampai om Iput mampu membuka Toko kecil di rumah mertuanya.

Babak 2 : perjalanan baru Om Iput berpindah lokasi dan memiliki tempat tetap untuk Toko Noon. Dilanjutkan dengan prestasi komunitas yang telah menorehkan prestasi dalam lomba, baik lomba di dalam kota maupun di luar kota. Penggambaran puncak konsumen Noon, hingga dilemma saat ini ketika konsumen sudah mulai menurun.

Babak 3/akhir : Testimoni para sahabat Om Iput yang mengusung dedikasi untuk terus bermain skateboard dan menorehkan nilai positif di dalam komunitas.

Storyline

Opening

(penjelasan mengenai bagaimana tujuan dalam bermain skateboard selain memperoleh prestasi)

Pengenalan tokoh

(penjelasan mengenai salah satu tokoh yang memiliki dedikasi)

Wawancara

(Kisah perjalanan om Iput mulai dari ketertarikan untuk bermain skateboard, hingga om Iput mampu mendukung komunitas lewat foto dan membangun toko)

Permasalahan

(Noon boardshop yang mulai kurang mendapat dukungan dari komunitas)

Montage

(Testimoni dari rekan om Iput, dan atraksi permainan skateboard om Iput dan komunitas Surabaya skateboard)

Closing

(Ditutup dengan adegan om iput bermain skateboard dengan keluarga)

Treatment

Sekuen	Pokok Materi	Durasi
1	Opening (penjelasan mengenai tujuan dalam bermain skateboard selain memperoleh prestasi)	30 Detik
2	Pengenalan tokoh (penjelasan mengenai salah satu tokoh yang memiliki dedikasi)	2 Menit
3	Wawancara (Kisah perjalanan om Iput mulai dari ketertarikan untuk bermain skateboard, hingga om Iput mampu mendukung komunitas lewat foto dan membangun toko)	5 Menit
4	Permasalahan (Noon boardshop yang mulai kurang mendapat dukungan dari komunitas)	1 Menit
5	Montage (Testimoni dari rekan om Iput, dan atraksi permainan skateboard om Iput dan komunitas Surabaya skateboard)	1 Menit
6	Closing (Ditutup dengan adegan om iput bermain skateboard dengan keluarga)	1,5 Menit
Total		11 Menit

Karya Akhir





Kesimpulan

Dari hasil perancangan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah, sebuah dedikasi akan timbul apabila kita benar-benar tulus mencintai suatu hal, baik hoby, pekerjaan, maupun hal lain. Dari kecintaan tersebut akan timbul rasa untuk berbuat lebih walaupun dalam berbuat lebih dibutuhkan keterampilan yang baik, namun apabila rasa mencintai itu ada maka sekalipun tidak memiliki talenta, jalan lain akan selalu ada. Perihal memaknai kata dedikasi juga ada kaitannya dengan Iman Kristen, dimana firman Tuhan yang berbunyi “Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.” (*Kolose 3 : 23*). Dari dedikasi perbuatan yang kita lakukan akan selalu memberi pengaruh yang besar dan baik, sehingga bukan hanya diri sendiri saja yang puas menikmati hasilnya namun orang sekitar akan merasakan dan menikmati hasil yang baik juga. Melalui perancangan ini akan tersalurkan segala kisah inspiratif dan dedikasi om Iput selaku pemilik Noon Boardshop untuk komunitas Surabaya skateboard, sehingga mampu menumbuhkan kembali semangat Surabaya skateboard dalam kecintaan bermain skateboard.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan rasa syukur yang terdalem penulis utarakan untuk Tuhan Yesus Kristus, atas dapat terlaksakan dan terselesaikannya karya berupa film dokumenter dengan judul “Dedikasi sampai mati”.

Penulis sangat bersyukur atas diselesaikannya karya film dokumenter yang dapat membantu komunitas Surabaya skateboard dan Noon boardshop untuk saling hidup dan menghidupi. Adapun karya

dokumenter ini telah dikerjakan semaksimal mungkin dan dengan bantuan dari beberapa pihak sehingga waktu produksi dapat berjalan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa karya yang telah selesai ini tidak akan terjadi tanpa bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu di kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Erandaru, S.T., M.Sc. selaku dosen Universitas Kristen Petra sekaligus pembimbing yang telah bersedia meluangkan banyak waktu dan bersabar dalam membimbing dari awal hingga selesai.
2. Bapak Hen Dian Yudani, S.T., M.Ds. selaku pembimbing yang banyak memberikan masukan dan saran yang membangun demi kelancaran proses produksi karya yang dikerjakan.
3. Kedua orangtua, adik dan keluarga atas doa dan dukungan dari awal mula perancangan tugas akhir ini.
4. Keluarga om Iput selaku narasumber yang sangat menerima dan membantu kelancaran proses syuting dan menggali informasi.
5. Mas Dadank Dee selaku narasumber kedua yang juga mau diajak bekerja sama untuk bercerita dan terlibat dalam karya akhir ini.
6. Farizy Zulkarnain selaku sahabat yang membantu selama proses produksi dengan memiliki visi yang sama yaitu ingin turut memajukan komunitas Surabaya skateboard.
7. Efatha Lumadyo selaku sahabat yang juga turut membantu dalam proses pengambilan gambar.
8. Sahabat dari People film dan Barokah equipment, Rizki zulkifly, Ramadhan firman, dan Sebastian Kevin yang turut membantu dalam meminjamkan peralatan shooting.
9. Bhagus subadie, dan Rizal wahyu selaku sahabat dari Studio 27 yang telah meminjamkan boom mic dan berjasa dalam proses sound mixing mastering.
10. Richardo soegiharto rekan satu kelompok yang turut memotivasi dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

Daftar Pustaka

1. Save M. Dagon. (2006), Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, *Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN)*, Jakarta.
2. Idy Subandy Ibrahim. (2011), Budaya Populer sebagai Komunikasi. *Dinamika Popscape dan*

Mediascape di Indonesia Kontemporer.
Yogyakarta: Jelasutra.

3. Alex Sobur. (2004), Analisis Teks Media. *Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
4. Nurul, M. (2018). *bikin film, yuk!*. Yogyakarta: Araska
5. <http://kusendony.wordpress.com/>
6. <https://www.progresstech.co.id/blog/pengertian-e-commerce/>