

PERANCANGAN VIDEO DOKUMENTER EVENT PENCAK SILAT BETAWI PADA ULANG TAHUN DKI JAKARTA

Mohamad Gali Firdaun, Rudi Heri Marwan
Universitas Esa Unggul
Jl. Arjuna Utara No.9, RT.5/RW.2, Jakarta, 11510
rudi@esaunggul.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to provide information about Betawi Pencak Silat College and the meaning in it with a visual approach, as well as an introduction strategy to the public about Betawi pencak silat martial arts. The research method was carried out through various stages, namely collecting data from websites, reference books, and interviewing figures. The thing to be achieved from this research is a video documentary of the Betawi pencak silat festival which is packed with performances from several Betawi pencak silat colleges in Jakarta and its surroundings. As the main visual with the aim of showing a new approach that is unique and interesting for the audience. The results of the design show the delivery of material ranging from the history of the college, the location of the college, to the types of strokes used, and can attract public interest. In this documentary video to preserve and introduce that Betawi pencak silat is not inferior to martial arts from abroad. In addition, to strengthen the relationship between Betawi pencak silat colleges in DKI Jakarta and its surroundings. On the 494th Anniversary of DKI Jakarta, the Betawi Pencak Silat Festival will be held at the Central Jakarta National Monument.

Keywords: Pencak silat, Documentary video, DKI Jakarta

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai perguruan pencak silat betawi dan makna didalamnya dengan pendekatan visual, serta sebagai strategi pengenalan terhadap masyarakat mengenai ilmu bela diri pencak silat betawi. Metode penelitian dilakukan melalui berbagai tahap yakni pengumpulan data dari website, buku referensi, serta wawancara tokoh. Hal yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebuah video dokumenter festival pencak silat betawi yang dikemas dengan penampilan dari beberapa perguruan pencak silat betawi yang berada di Jakarta dan sekitarnya. Sebagai visual utama dengan tujuan menampilkan pendekatan baru yang unik dan menarik bagi yang menonton. Hasil perancangan menunjukkan penyampaian materi mulai dari sejarah perguruan, lokasi perguruan, hingga jenis pukulan yang digunakan, serta dapat menarik minat masyarakat. Pada video dokumenter ini untuk melestarikan dan memperkenalkan bahwa pencak silat betawi tidak kalah dengan ilmu beladiri dari luar negeri. Selain itu untuk mempererat tali silaturahmi antar perguruan pencak silat betawi yang berada di Dki Jakarta dan sekitarnya. Pada Hut Dki Jakarta ke – 494 yang akan diadakan Festival Pencak Silat Betawi berada di Monumen Nasional Jakarta Pusat.

Kata kunci : Pencak silat, Video dokumenter, Dki Jakarta

Pendahuluan

Pencak Silat merupakan hasil budaya bangsa Indonesia dalam hal bela diri, bela diri, dan lingkungan sekitar untuk mencapai keselarasan dalam hidup untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan takwa (Pratama, 2018; Gristyutawati, Anting Dien, 2012; dan Mardotillah & Zein, 2017). Jadi Pencak Silat merupakan produk budaya masyarakat Indonesia. Orang Betawi sangat dekat dengan budaya pencak silat disebut Pencak Silat, memang di beberapa suku ada juga Pencak Silat, tapi itu sepertinya hanya orang Betawi yang anaknya sejak kecil saja yang harus memiliki keterampilan Pencak Silat (GJ Nawi, 2016).

Silat Betawi merupakan salah satu jenis pencak silat khas Indonesia yang masih banyak ditekuni sampai kini. Meski eksistensinya saat ini

hanya sebagai pelengkap upacara pernikahan dan pentas budaya, silat betawi pernah jadi alat perlawanan rakyat Indonesia terhadap penjajah di jaman pra-kemerdekaan. Sebagai hasil akulturasi budaya dari berbagai suku, etnis, dan antar golongan, silat Betawi merupakan kejeniusan lokal yang mewarnai sejarah Jakarta

Untuk pelestarian dan peningkatan potensi suatu daerah khususnya pencak Silat, gubernur mengeluarkan peraturan gubernur di masing-masing daerah. Seiring berjalannya waktu, mengubah gaya hidup masyarakat dan tak henti-hentinya arus globalisasi, pencak silat semakin terpinggirkan. Keberadaannya tidak lagi bagian penting dari kehidupan masyarakatnya. Hal ini juga menjadi penyebab degradasi pelestarian dan pengembangan beberapa aliran pencak silat satu persatu hilang seiring berjalannya waktu.

Jakarta merupakan bagian dari Indonesia yang dimana memiliki banyak sejarah pula dan masyarakat asli Jakarta juga memiliki aliran sendiri dalam silat. Jejak masa lalu masyarakat kota Jakarta lekat dengan budaya pencak Silat Betawi. Pencak silat telah mewarnai kehidupan masyarakat Betawi yang saat itu dikenal juga dengan nama MAEN PUKUL. Silat dipakai untuk membela diri dan wadah silahurami serta dipakai untuk acara-acara kawinan di dalam budaya Betawi.

Video dokumenter tidak ada cerita fiktif yang dibuat-buat untuk mendramatisir adegan artinya video dokumenter digunakan untuk mempresentasikan kenyataan dan menampilkan kembali fakta. Pada video dokumenter yang penulis angkat berjenis Ilmu Pengetahuan tentang pendidikan edukasi yang memberikan informasi seputar kebudayaan betawi khususnya pencak silat betawi.

Maka dari itu penulis ingin membuat *event* pencak silat yang bertepatan dengan Ulang Tahun Jakarta pada 22 juni 2021 bertempat di pusat Jakarta yaitu Monumen Nasional (Monas). Dengan memanfaatkan adanya Ulang Tahun Jakarta *event* ini dibuat agar para pengunjung lebih banyak yang mendatangi dan menonton pertunjukan Pencak Silat Betawi. Event akan dibuat pada hari selasa dan hari rabu, mulai dari jam 10:00 WIB – 16:00 WIB. Dengan sasaran pengunjung keluarga yang ingin melihat acara memperingati Ulang Tahun Jakarta.

Media Video Dokumenter ini akan ditunjukkan kepada masyarakat yang ingin belajar ilmu bela diri agar lebih tertarik terhadap pencak silat betawi dan menyukai video documenter dengan tujuan penulis dan diharapkan mampu memberikan informasi tentang beberapa perguruan yang tampil pada *event* festival pencak silat betawi ini.

Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data pada proyek Tugas Akhir tentang “Perancangan Video Dokumenter *Event* Pencak Silat Betawi Pada Ulang Tahun Dki Jakarta” dengan beberapa metode, antara lain :

- a. Survei atau Observasi dilakukan secara *offline* Lapangan merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan. Penulis melakukan observasi secara langsung agar dapat mengumpulkan data melalui pengamatan dengan mendatangi tempat kegiatan *event* pencak silat di adakan.
- b. Wawancara adalah salah satu metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan pihak yang terkait yang dapat memberikan informasi. Yaitu wawancara kepada pendiri JBB yang

menyelenggarakan event dan kepada semua perguruan yang menghadiri event pencak silat. Wawancara ini dilakukan guna memperkuat data observasi yang sudah diperoleh terkait tentang materi Perancangan Video Dokumenter Event Pencak Silat Betawi Pada Ulang Tahun DKI Jakarta.

Instrumen / Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan untuk perancangan ini meliputi:

- a. Kamera DSLR dan smartphone
- b. Laptop
- c. Buku catatan dan alat tulis

Tinjauan Teori

Landasan teori diartikan sebagai teori yang relevan dan berguna untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan dipelajari dan sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara atas rumusan masalah yang diajukan (hipotesis) dan penyusunan instrumen penelitian. Teori yang dideskripsikan dan digunakan bukan sekedar opini atau opini atau karangan dari seseorang, melainkan sebuah teori yang memang sudah teruji keaslian dan kebenarannya. Penjelasan lengkap dari teori-teori tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Teori Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup sebagai individu dalam kelompok sosial, komunitas, organisasi dan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari tentunya manusia berinteraksi dengan cara berkomunikasi dengan orang lain untuk membangun relasi antar sesamanya. Komunikasi menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia khususnya dalam kehidupan sosial, alasan tersebutlah yang menyebabkan manusia tidak bisa meninggalkan komunikasi dalam kehidupannya.

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2004,41) kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin communis yang berarti “sama”, communico, communicatio, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan harus dianut secara sama.

Komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa Latin communis yang berarti sama. *Communico, communicotio, atau communicare* yang

berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana, komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan.

Berdasarkan definisi yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan hal yang utama dalam kehidupan manusia, karena manusia merupakan makhluk sosial dan tidak mungkin dapat berinteraksi tanpa berkomunikasi. Proses komunikasi pada hakekatnya dapat disimpulkan sebagai proses informasi atau pesan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain atau penerima pesan (komunikan) baik secara langsung atau tidak langsung dengan menggunakan media.

Komunikasi Massa

Secara umum komunikasi massa merupakan proses dimana komunikator menyampaikan informasi ke banyak orang yang bersifat masal dan terbuka dengan menggunakan media massa seperti surat kabar (Koran, majalah dan tabloid), dan media *online*. Akan tetapi pengertian komunikasi massa tidak sesederhana ini, berikut adalah penjelasan mengenai komunikasi massa dan berdasarkan para ahli.

Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lainnya merupakan dimana pesan tersebut dicari, digunakan dan dikonsumsi oleh *audience* atau masyarakat.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.

Definisi komunikasi massa menurut Gebner yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu Gebner. Menurut Gebner (1967). Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Kamilah, dkk. 1999).

Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses

memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Pendapat para ahli di atas mengenai pengertian komunikasi, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat masal kepada khalayak banyak dengan menyebarkan informasi dan pesan melalui media yang bersifat masal agar dapat dikonsumsi khalayak banyak seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, buku, tabloid, dan film.

Gaya Desain

Pengertian dari gaya desain secara umum ialah: suatu ragam yang khas dari ekspresi, desain, arsitektur atau cara pelaksanaan suatu hal. Gaya dalam desain grafis berarti keindahan visual yang mempunyai pengaruh besar pada suatu masa dan tempat tertentu. Desainer grafis pada dasarnya bertugas untuk mengatur dan mengkomunikasikan pesan untuk menempatkan sebuah produk atau ide di benak audience, memberikan kesan baik, serta memberitahukan dan mempublikasikan suatu informasi dengan cara yang efektif. Dalam proses ini, gaya juga berarti sebuah cara untuk menginformasikan dan menandai pesan yang ditujukan bagi audience tertentu. Secara garis besar aliran gaya desain dalam desain grafis sebagai berikut:

Early Modern Style

Early Modern tercipta ketika para seniman meninggalkan kebiasaan mereka dan mencoba bereksperimen untuk menciptakan Style desain dan filosofi desain baru yang akan mempengaruhi semua desainer grafis di seluruh dunia. Early Modern memiliki bentuk geometris yang lebih minimalis dengan didominasi oleh foto dan lebih sedikit ilustrasi. Style desain ini adalah awal dari perubahan desain grafis ke arah yang lebih modern. Ringkasan ciri dari Early Modern Adalah : Bentuk geometris Lebih minimalis, Desain lebih bersih, Lebih menekankan penggunaan foto dengan sedikit ilustrasi



Gambar 1 Early Modern Style

Elemen Desain

Dalam setiap karya desain pasti ada elemen desain di dalamnya, namun tidak semua elemen juga harus ada di dalamnya. Hal ini dihindari agar tidak terkesan berlebihan dan dapat mengakibatkan tidak tercapainya tujuan awal dalam pembuatan karya, adapun unsur-unsur tersebut adalah:

1. Garis

Garis adalah rangkaian titik yang terhubung dengan kepadatan tertentu, atau bisa juga dua titik yang terhubung satu sama lain. Menurut Rakhmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul "Teori dan Aplikasi Desain Komunikasi Visual" (2010: 59) menjelaskan bahwa "Garis elemen visual dapat digunakan dimana saja guna memperjelas dan memudahkan pembaca, dapat juga digunakan sebagai sebuah fantasi visual agar pembaca terkesan dengan desain anda. Garis-garis yang sering digunakan di pinggir halaman sebagai margin, sebagai pemisah kolom, bingkai foto atau sekedar mengisi kolom-kolom kosong. Dapat disimpulkan bahwa garis adalah salah satu unsur seni rupa yang merupakan unsur dasar dalam pembuatan dekorasi atau penggambaran bentuk geometris seperti segitiga, lingkaran, segi empat yang pada dasarnya terbentuk dari garis-garis.

2. Lapangan

Rakhmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul "Teori dan Aplikasi Desain Komunikasi Visual" (2010: 66) mengemukakan bahwa bidang adalah segala bentuk yang memiliki dimensi tinggi dan lebar. Bidang tersebut dapat berupa bentuk geometris dan bentuk biasa lainnya. Bidang geometris berkesan formal, sedangkan bidang non geometris atau ireguler memiliki kesan informal, santai dan dinamis.

3. Tekstur

Menurut Kusmiati dalam e-book "Guide to Graphic Design" menjelaskan tekstur adalah sifat fisik dan kualitas suatu material (material), seperti kasar, mengkilat, pudar, kusam yang dapat diaplikasikan secara kontras dan harmonis. Sedangkan menurut Rahmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul "Teori dan Aplikasi Desain Komunikasi Visual" (2010: 80), mengemukakan bahwa "Tekstur adalah nilai sentuhan atau kekasaran suatu permukaan suatu benda. Dalam seni rupa khususnya desain grafis, tekstur bisa nyata dan bisa juga tidak nyata (tekstur semu)".

4. Kamar

Menurut M. Suryanto dalam bukunya "Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan" (2004: 16) menjelaskan bahwa ruang dibedakan menjadi 2, yaitu ruang negatif dan ruang positif. Gambar atau bentuk mewakili ruang positif, sedangkan ruang

kosong pada halaman mewakili ruang atau latar belakang negatif. Sedangkan Artini Kusmiati, Sri Pujastuti dan Pamudji Suptandar lebih jauh menjelaskan ruang dalam bukunya "Basic Theory of Visual Communication" (1999; 8) yang terjadi karena adanya persepsi kedalaman sehingga terasa jauh dan dekat, tinggi dan rendah yang nampak melalui indera penglihatan.

5. Warna

Menurut Anne Damera yang dikutip dari buku berjudul "Basic Color: A Basic Guide to Color for Designers and the Graphic Industry" (2007: 10), menyatakan bahwa warna merupakan fenomena yang terjadi karena tiga unsur yaitu Cahaya, Objek, dan Pengamat (bisa berupa mata. atau alat ukur).

Prinsip Desain

Prinsip-prinsip desain adalah suatu *guide* yang dapat membantu anda dalam membuat desain sehingga desain akan mudah dan dapat menghasilkan desain yang baik. Didalam desain grafis harus mempertimbangkan berbagai prinsip demi mencapai hasil akhir yang baik. Dalam membuat suatu karya desain yang mampu menarik perhatian orang yang melihat, tentunya harus mengikuti prinsip-prinsip desain, yaitu:

1. Kesederhanaan

Banyak pakar desain grafis menyarankan prinsip ini dalam pekerjaan desain. Hal ini sangat logis demi kepentingan kemudahan pembaca memahami isi pesan yang disampaikan. Dalam penggunaan huruf sebuah berita misalnya. Huruf judul (*headline*), subjudul dan tubuh berita (*body text*) sebaiknya jangan menggunakan jenis font yang ornamental dan njilimet, seperti huruf blackletter yang sulit dibaca. Desainer grafis lazim juga menyebut prinsip ini sebagai KISS (*Keep It Simple Stupid*). Prinsip ini bisa diterapkan dengan penggunaan elemen ruang kosong (*white space*) dan tidak menggunakan terlalu banyak unsur-unsur aksesoris. Seperlunya saja. Perhatikan gambar di bawah ini sebuah *body text* menggunakan huruf yang tergolong huruf hias.

2. Keseimbangan

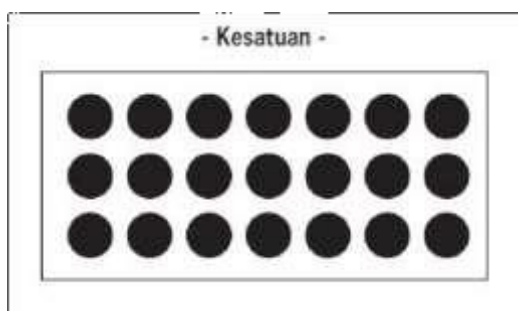
Keseimbangan adalah keadaan atau kesamaan antara kekuatan yang saling berhadapan dan menimbulkan adanya kesan seimbang secara visual. Prinsip keseimbangan ada dua, yaitu: keseimbangan formal (simetris) dan keseimbangan informal. Keseimbangan formal memberikan kesan sempurna, resmi, kokoh, yakin dan bergengsi.

Keseimbangan formal juga menyinggung mengenai konsistensi dalam penggunaan berbagai elemen desain. Semisal wana logo. Dalam desain kartu nama desain dibuat dengan *full color* (F/C).

Tetapi dengan pertimbangan agar desain lebih variatif dan tidak membosankan, maka pada media desain yang berbeda Anda membuat logo tersebut dengan warna duotone. Nah, pada kondisi ini, gagasan variasi desain sebaiknya tidak diperlukan. Apa jadinya kalau logo tersebut adalah logo sebuah produk barang. Konsistensi juga sangat diperlukan sebagai kesan identitas yang melekat pada sebuah merek produk. Kita tidak mau konsumen sampai lupa pada produk yang dijual. Sedangkan keseimbangan informal bermanfaat menghasilkan kesan visual yang dinamis, bebas, lepas, pop, meninggalkan sikap kaku, dan posmodernis.

3. Kesatuan

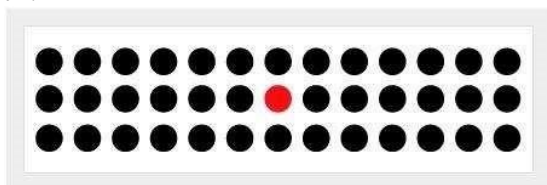
Kesatuan adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keutuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Contohnya adalah boks grafis yang dibuat litbang KOMPAS. Ilustrasi, garis dan teks tentang terjadinya tsunami dijadikan satu dalam sebuah boks garis dan diberi raster memberikan kesan kesatuan terhadap pesan yang dimaksud.



Gambar 2 Kesatuan

4. Penekanan (aksentuasi)

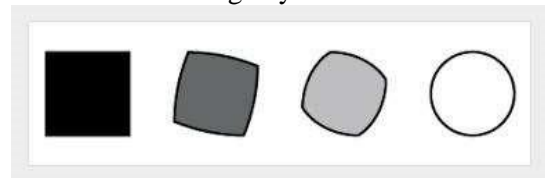
Penekanan dimaksudkan untuk menarik perhatian pembaca, sehingga ia mau melihat dan membaca bagian desain yang dimaksud. Kalau dalam konteks desain surat kabar ini bisa dilakukan dengan memberikan kotak raster atas sebuah berita. Hal ini akan mengesankan pentingnya berita itu untuk dibaca oleh pembaca. Atau juga membesarkan ukuran huruf pada judul berita, sehingga terlihat jauh berbeda dengan berita lainnya. Penekanan juga dilakukan melalui perulangan ukuran, serta kontras antara tekstur, nada warna, garis, ruang, bentuk atau motif.



Gambar 3 Penekanan

5. Irama (repetisi)

Irama merupakan pengulangan unsur-unsur pendukung karya seni. Irama merupakan selisih antara dua wujud yang terletak pada ruang, serupa dengan interval waktu antara dua nada musik beruntun yang sama. Desain grafis mementingkan interval ruang atau kekosongan atau jarak antar obyek. Misalnya jarak antarkolom. Jarak antar teks dengan tepi kertas, jarak antar 10 foto di dalam satu halaman dan lain sebagainya.



Gambar 4 irama

Camera Angel

Dalam sebuah video atau film teknik pengambilan gambar sangat lah penting, karena dengan pengambilan gambar yang baik dapat menginterpretasikan sebuah karya sampai kepada penonton. Dan setiap pengambilan gambar masing-masing memiliki sebuah makna. Berikut jenis-jenis Camera Angle:

1. Eye Level sudut standar atau normal. Pada sudut ini, kamera diletakkan sejajar dengan objek. Efek yang ditimbulkan dari sudut pandang ini adalah pandangan normal atau seperti kita melihat langsung ke objek dengan mata kita.

2. High Angle Istilah ini dipakai ketika kita mengambil gambar dari sudut tinggi. Letak kamera lebih tinggi dari pada objek sehingga kamera menunduk kebawah. Angle ini menimbulkan efek kecil atau luas.(bila pada model, maka wajah akan tampak lebar dan kaki kecil).

3. Low angle . Istilah ini dipakai ketika kita mengamnbil gambar dari sudut rendah. Letak kamera berada dibawah objek (point of interest). Efek yang ditimbulkan dari sudut pandang ini adalah kesan besar atau raksasa. Juga pada gedung-gedung agar terlihat lebih megah.

4. Bird eye Istilah ini dipakai ketika kita mengamnbil gambar dari sudut super tinggi dan jarak jauh. biasanya dipakai ketika ingin mendapatkan efek keramaian (keramaian di pasar misalnya) atau luas (gurun). untuk mendapatkan gambar seperti ini kita perlu berada di tempat yang tinggi (puncak gunung, bukit, gedung) atau bila dalam vidio biasa memakai helikopter, drone, atau jimmy jeep. efek ini disebut bird eye karna gambar yang di dapat seperti penglihatan burung ketika terbang diangkasa.

5. Frog Eye Istilah ini dipakai ketika kita mengamnbil gambar dari posisi bawah subjek hampir mennyentuh tanah.

Type of shot

Adalah sebuah teknik pengambilan gambar yang bertujuan untuk memilih luas area frame yang di berlakukan kepada obyek utama dalam foto baik frame yang lebar maupun sempit untuk membenarkan pemotongan oleh frame tersebut.

1. *Extreme Close Up* Pengambilan gambar sangat dekat sekali, hanya menampilkan bagian tertentu pada tubuh objek. Fungsinya untuk kedetilan suatu objek.
2. *Big Close Up* Pengambilan gambar hanya sebatas kepala hingga dagu objek. Fungsi untuk menonjolkan ekspresi yang di keluarkan oleh objek.
3. *Close Up* sering digunakan untuk menekankan keadaan emosional subyek. Tipe shot ini biasanya mengambil subyek manusia hanya bagian kepala saja.
4. *Medium Close Up* merupakan jenis shot untuk menunjukkan wajah subyek agar lebih jelas dengan ukuran shot sebatas dada hingga kepala.
5. *Medium Shot* merupakan shot yang menunjukkan beberapa bagian dari subjek secara lebih rinci, pada subyek manusia tipe shot ini akan menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala.
6. *Extreme Wide Shot* Subjek terlihat sangat jauh dari frame. Biasanya digunakan juga sebagai established shot dan dipakai ketika shooting exterior.
7. *Very Wide Shot* Dalam shot ini subjek masih terlihat namun lingkungan sekitarnya yang lebih ditonjolkan dan dapat digunakan untuk shooting exterior maupun interior. Biasanya menampilkan dimana, kapan, dan sedikit informasi mengenai siapa.
8. *Long Shot* Seluruh tubuh subjek / tokoh masuk di dalam frame. Biasanya menampilkan informasi mengenai dimana, kapan, dan siapa lebih detail (gender, pakaian, kegiatan).
9. *Over Shoulder Shot* yang diambil dari belakang bahu lawan mainnya.
10. *Point Of View Shot* yang di ambil dari perspektif subjek.

Tujuan Media

Tujuan dari media Video Dokumenter *Event Pencak Silat Betawi Pada Ulang Tahun DKI Jakarta* ini adalah untuk memberikan wawasan dan edukasi kepada audiens agar lebih sadar dan paham ilmu beladiri pencak silat betawi tidak kalah dengan ilmu beladiri yang berasal dari luar negeri. Selain itu perancangan video dokumenter ini bertujuan untuk mengembangkan promosi yang lebih terarah melalui

media yang efektif, komunikatif, mudah dipahami, serta mudah diingat. Agar banyak yang datang dan bisa melihat informasi di acara ini sehingga dapat terinspirasi untuk belajar ilmu bela diri pencak silat betawi.

Strategi Media

Strategi media merupakan suatu proses perencanaan suatu media agar dapat berjalan dengan baik, meliputi proses penyusunan, rencana, penjadwalan yang menunjukkan bagaimana waktu dan ruang media promosi akan disebar. Maka dari itu penulis membuat media video dokumenter ini sangat menarik untuk menjadikan sebuah wawasan baru bagi masyarakat bahwa ilmu beladiri pencak silat betawi tidak kalah dengan ilmu bela diri lainnya.

Pembuatan media maket diprogram sebagai display untuk masyarakat melihat dan menjadi gambaran suatu rancangan konsep yang akan dibuat. Sebagai media promosi, media maket sangat unik dan bisa dibilang jarang memakai maket untuk promosi sebuah event (Ahmad Fuad dan Hansen Hanjani, 2014).

Strategi media ini lalu akan berwujud secara garis besar yaitu media video dokumenter sebagai media utama, media promosi yang berupa poster, brosur, banner, *stationary*, promosi digital dan *merchandise* berupa pin, mug, totebag dan baju.

Target Media

Seluruh perancangan strategi desain dan pemasaran video dokumenter pencak silat turut mempertimbangkan target yang hendak dituju beserta ekspektasi *feedback* yang bersangkutan. Berikut merupakan empat indikator signifikan target dibalik sebuah pemasaran:

1. Geografi
Ditinjau dari faktor geografi, yang dimaksud disini yaitu daerah mana yang akan dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan kepada masyarakat. Yang menjadi sasaran promosi ini yaitu seluruh Indonesia khususnya kota – kota besar yaitu DKI Jakarta.
2. Demografi
Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan atau golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, besarnya keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial. Peninjauan dilakukan terhadap khalayak sasaran yang akan diperuntukkan dalam merancang media komunikasi visual. Peninjauan dilakukan terhadap sasaran yang

akan diperuntukkan dalam rancangan video dokumenter *event* pencak silat betawi. Demografis sasaran promosi ini yaitu pria dan wanita berusia 5-45 tahun.

3. Psikologi
Merupakan variable psikologi yang dapat membedakan antara orang yang satu dengan yang lainnya, seperti ketertarikan, opini, sikap, personalitas, dan gaya hidup. Ditinjau dari segi psikografis, calon penonton *event* festival pencak silat betawi ini adalah semua masyarakat yang memiliki ketertarikan dengan ilmu beladiri.
4. Behaviora
Behaviour berarti tingkah laku, perilaku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Dalam strategi media behavior dari masyarakat sangat perlu diperhatikan, karena hal ini berpengaruh terhadap media yang digunakan untuk promosi. Ditinjau dari behaviora, dimana merupakan jangkauan pemakaian dan loyalitas atau kesukaan, kesukaan konsumen, dalam hal ini yang dimaksud yaitu masyarakat, terhadap sesuatu dalam hal ini yang dimaksud media komunikasi visual sebagai sarana pendukung promosi *Event* Festival Pencak Silat Betawi. Desain media-media komunikasi visual tersebut diharapkan dapat menarik perhatian sesuai dengan sasaran dan efektif dalam penyampaian pesan maupun informasinya, serta memiliki ciri khas desain agar mudah dikenali.

Target Media

Seluruh perancangan strategi desain dan pemasaran video dokumenter pencak silat turut mempertimbangkan target yang hendak dituju beserta ekspektasi *feedback* yang bersangkutan. Berikut merupakan empat indikator signifikan target dibalik sebuah pemasaran:

- a. Geografis
Jangkauan wilayah : DKI Jakarta dan sekitarnya
- b. Demografis
Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
Usia : 5-45 tahun
Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, pekerja, ibu rumah tangga, dll
Kelas sosial : Semua kalangan
- c. Psikografis :
Senang berolahraga, ketertarikan dengan ilmu bela diri dan keinginan untuk mencoba hal baru.
- d. Behavioral
Aktif

Suka mencoba hal baru

Konsep Kreatif

Dari data yang penulis dapatkan menghasilkan beberapa poin penting yang dapat digunakan sebagai akar brainstorming untuk pembahasan apa yang ada didalam Video Dokumenter Event Pencak Silat. Sesuai dengan judulnya video tersebut ditujukan kepada seseorang yang memiliki ketertarikan didunia ilmu beladiri. Dalam konsep pembuatan video dokumenter ini ingin menceritakan tentang perguruan pencak silat betawi yang berada di Jakarta dan sekitarnya. Dalam hal ini penulis memiliki tujuan untuk memberikan informasi-informasi menarik tentang jurus yang ada di setiap perguruan serta menginspirasi bagi masyarakat.

Dari masalah itu penulis membuat sebuah solusi bagaimana keluar dari masalah ini, yaitu dengan membuat sebuah desain langkah untuk membuat sebuah tawaran terhadap khalayak umum untuk membantu produksi video dokumenter festival pencak silat betawi. Lalu bagaimana cara mempertemukan video ini dengan penontonnya, yaitu dengan membuat sebuah penayangan agar masyarakat bisa tau apa yang ada didalam video tersebut.

Konsep pada media promosi ini ialah menggunakan identitas atau gaya Flat Desain yang di adopsi oleh penulis dengan menampilkan Ilustrasi berbasis vektor yang dekoratif berupa gigi balang, rumah kebaya dan ilustrasi pencak silat dengan tujuan agar terlihat unsur betawinya.

Kata Kunci

Pemilihan *keyword* atau kata kunci sangat berkaitan dengan pemilihan topik kajian penulis. Agar mempermudah langkah identifikasi selanjutnya, diperlukan kata kunci yang praktis dan secara efektif mampu memvisualkan gambaran besar dari karya yang bersangkutan. Video Dokumenter *Event* Pencak Silat merupakan sebuah media informasi tentang berbagai macam perguruan pencak silat. Oleh karena itu *keyword* pada Perancangan Video Dokumenter *Event* Pencak Silat Betawi Pada Ulang

Tahun Dki Jakarta ini adalah Pencak silat, Video dokumenter, Dki Jakarta.

Strategi Kreatif

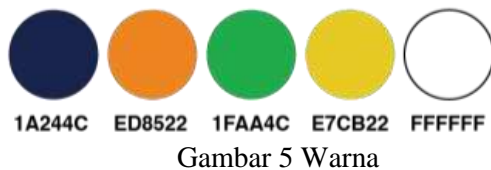
Strategi kreatif merupakan pendekatan dan sistematika berpikir yang membantu dalam membuat karya penyusunan suatu promosi untuk memaksimalkan daya tarik visual. Berikut

merupakan penjabaran strategi kreatif Video Dokumenter Event Pencak Silat.

Warna

Perancangan Video Dokumenter *Event* Pencak Silat Betawi Pada Ulang Tahun Dki Jakarta. Dalam perancangan media video, warna yang digunakan meliputi warna utama dan berbagai macam warna sebagai warna pendukung. Warnawarna tersebut digambarkan dalam skema warna sebagai berikut:

Skema Warna yang terdapat pada Media Video



Gambar 5 Warna

Tipografi

Dalam proses perancangan media promosi, pemilihan dan penerapan tipografi harus sesuai dengan selaras dengan tema yang akan diangkat agar dapat memberikan nilai tambah bagi buku media promosi tersebut. Maka dari itu, dalam proses perancangan media promosi ini pemilihan jenis-jenis tipografi harus disesuaikan dengan tema yaitu mempunyai karakter yang tegas, dinamis, simple serta memiliki nilai legibility dan readability. Tipografi yang akan dijadikan pilihan dalam media promosi maupun media utama pada Video Dokumenter *Event* Pencak Silat ini adalah sebagai berikut:

1. Helvetica
2. Goudy Old Style
3. Minion Variable Concept
- 4.

Gambar

Dalam media Video visualisasi *image* sangat berperan penting sebagai penjelas kepada khalayak umum, agar dapat lebih merasakan apa yang kita sampaikan. Dalam Video Dokumenter *Event* Pencak Silat penggunaan image berupa gigi balang dan rumah kebaya. Dimaksudkan agar memperkuat kesan betawinya dan untuk menambah atau memberi penjelasan atas suatu maksud secara visual dan memperindah suatu tampilan visual didalam videonya.

Identitas Visual

Identitas *visual* adalah suatu sistem komunikasi *visual* yang membentuk identitas dari suatu perusahaan, lembaga, mamupun produk. Identitas *visual* sering digunakan untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan produk

atas jasa dari pesaing sehingga khalayak umum akan dengan mudah mengidentifikasi suatu produk hanya dengan melihat sebagian dari tampilan *visualnya*. Identitas *Visual* yang terdapat pada Perancangan Video Dokumenter *Event* Pencak Silat Betawi Pada Ulang Tahun Dki Jakarta dan media promosi.

Logo

Logogram adalah lambang atau karakter yang digunakan untuk menyampaikan suatu kata, yang menggambarkan bidang usaha suatu perusahaan atau bisnis organisasi. Logogram ini juga dapat diartikan sebagai logo berupa gambar yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan (Rustan, 2009. P: 13)



Gambar 6 Logo

Tata Letak

Layout mengacu pada prinsip-prinsip desain yang meliputi keseimbangan, kesederhanaan, kontras, keharmonisan, dan penekanan. Dalam hal ini, media yang dibuat menggunakan keseimbangan yang simetris, sederhana, serta terdapat penekanan.

Media Publikasi

Media publikasi adalah media yang digunakan sesuai dengan fungsinya yaitu untuk dipublikasikan kepada masyarakat.

1. Poster

Poster merupakan media cetak yang memuat informasi terkait Video Festival Pencak Silat.



Gambar 7 Poster

2. Brosur

Brosur disini bertujuan untuk memberikan informasi atau penjelasan tentang suatu produk yang dimaksudkan.



Gambar 8 Brosur 1



Gambar 11 X Banner



Gambar 9 Brosur 2

5. Instagram

Dengan adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet membuat bidang pemasaran digital menggabung elemen utama lainnya seperti iklan di beberapa media sosial dimana masyarakat dapat mengetahui penayangan video *Event Festival Pencak Silat Betawi*.



Gambar 12 Instagram

3. Flyer

Flyer dirancang untuk menampilkan identitas dari penayangan video *event* tersebut dan informasi mengenai acara Festival Pencak Silat Betawi. Ukuran flyer 14 x 21 cm.



Gambar 10 Flyer

4. X Banner

X Banner dirancang untuk menampilkan informasi mengenai penayangan video *event* Festival Pencak Silat Betawi. X Banner menggunakan headline dari logo acara tersebut. Ukuran X Banner 60x160cm.

Merchandise

Merchandise adalah hadiah yang diberikan secara cuma-cuma atau kepada konsumen yang memiliki fungsi sebagai cara berhubungan. Merchandise merupakan produk yang menampilkan identitas suatu perusahaan.

1. T Shirt



Gambar 13 T Shirt

2. Pin



Gambar 14 Pin

3. Totebag



Gambar 15 Totebag

4. Mug



Gambar 16 Mug

Kesimpulan

Pada akhirnya penulis memiliki kesimpulan bahwa dalam merancang sebuah video dokumenter diperlukan pemahaman kajian yang baik pula. Seperti mengetahui bagaimana mencari data yang sesuai prosedur meliputi wawancara dengan pihak terkait yaitu perguruan silat betawi, dengan melengkapi data secara langsung melalui metode observasi langsung dengan mendatangi narasumber. Penulis melakukan penghimpunan data melalui kajian literatur dengan mencari informasi yang berupa buku dan internet.

Perancangan ini penulis buat untuk dapat terlestarnya budaya Indonesia salah satunya pencak silat tradisional betawi. Saat ini banyak sekali ilmu bela diri dari luar negeri yang sudah masuk ke Indonesia, mengedukasi masyarakat Indonesia pencak silat tradisional itu tidak kalah menarik dengan ilmu bela diri dari luar negeri, kalau bukan kita siapa lagi.

Pada proses *editing* dengan penerapan proses alur produksi, penulis mengerti alur proses yang harus diikuti, mulai dari Pra Produksi, Proses Produksi, hingga Pasca Produksi. Pada proses pembuatan video dokumenter ini penulis dapat menerapkannya secara mendalam untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Dengan menggunakan Adobe *Premiere Pro* dan dipadukan dengan *software* lainnya sehingga menjadi sebuah video dokumenter.

Dengan promosi, video ini akan menemukan penontonnya sendiri. Dan caranya untuk mempertemukan video ini dengan masyarakat adalah mengadakan penayangan alternatif seperti ruang komunitas, bioskop alternatif, dan festival - festival video baik di Indonesia maupun luar negeri. Karena dengan ini, perlahan pasar dari video akan terbentuk, dan ini adalah salah satu cara untuk memperlihatkan berbagai perguruan pencak silat di DKI Jakarta dan sekitarnya.

Saran

Dengan adanya video ini, diharapkan masyarakat dapat mengetahui lebih lagi tentang kebudayaan Indonesia khususnya bagi para milenial agar bisa lebih mengenal silat tradisional yang dimiliki Indonesia khususnya pencak silat betawi.

Daftar Pustaka

Buku

- Alexis, S. Tan. 1981. Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi. Jakarta. Jurnal Press.
- Ali, Nur. 2018. Pengembangan Pencak Silat Tradisional Betawi Cingkrik, Vol. 1 No. 1(2016) Karsiyem.Blogspot.Com. (2012, 2 Juli). Prinsip-Prinsip Desain Grafis.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Christophera R.L, Ahmad. F, Nuryadi. (2020). Tinjauan Kurikulum Pendidikan Seni Dan Desain Di Staatliches Bauhaus Pada Tahun 1919-1933. Jurnal Cakrawala. 20(2). 165-171. Retrieved From <https://doi.org/10.31294/Jc.V20i2.9105>
- David, Marian L. 1987. Visual Design In Dress. Usa: Printed In The United States Of America. Davis, Graham. 2008. The Designer's Toolkit: 2000 Colour Palette Swatches. London, United Kingdom: Heritage Publishers.
- Fuad, A & Hanjani, H. (2014). Perancangan Promosi Event Tournament Game Online Dotta-Allstars.
- Fuad, A., & Susanto, B. (2018). Penggunaan Format Bitmap Dan Vektor Pada Spanduk Warung

- Makan Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 6(1).
- Gristyutawati, Anting Dien, D. (2012). Persepsi Pelajar Terhadap Pencak Silat Sebagai Warisan Budaya Bangsa Sekota Semarang Tahun 2012. 1(3).
- Hashim, N. A., Muhammad, S. A., Anwar, T. F. T., Zahar, I., & Shuhaimi, N. F. (2021). Public Awareness Of British Pillboxes In Bachok, Kelantan From A Heritage Tourism Perspective. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 6(18), 219-229.
- Jurnal**
- Kriswanto, E. S. (2015). *Pencak Silat*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual: Graphic Advertising Multimedia*. Yogyakarta: Andi
- Lubis, J. Dan H. W. (2016). *Pencak Silat (Ed.3,Cet.3)*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Lucius, C. R., Imanto, T., & Roespinoedji, D. (2021). Identification Of Old Javanese Food In Serat Chentini Through Visual Storytelling. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1332-1339.
- Mustaqim, K., Rabbani, S. A., Surya, G. G., & Agustian, Y. (2021). Design Of Mini Plants With Self-Watering Features Using Environmentally Friendly Materials. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1355-1367.
- Nawi, G.J. (2016). *Maen Pukulan Pencak Silat Khas Betawi (Cet.1)*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Pertiwi, R., Damayantie, I., Sitasi, C., & Ratih, P. (2020). Kajian Estetika Warna Papan Tanda Informasi Pada Restoran Tuttonero Di Jakarta Barat. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 20(2), 147-152.
- Pertiwi, R., Judianto, O., & Fuad, A. (2021, March). Pelatihan Keterampilan Kerajinan Tangan Menggunakan Media Kertas Origami “Pengenalan Alam Dan Binatang” Sebagai Proses Kreatif Siswa/I Kb/Tk Islam Salsabila. In *Seminar Nasional & Call Of Papers Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (Vol. 1, No. 01)*.
- Rochyat, I. G., & Fauzi, M. (2019). The Beauty Of New Outrigger Craft Structures On Fisherman Boat After Tsunami At Pangandaran 2006. In *Iicacs: International And Interdisciplinary Conference On Arts Creation And Studies (Vol. 1, Pp. 25-33)*.
- Velintino, T., Marwan, R.H. (2021). Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang Di Indonesia. *Jurnal Inosains*, 16(2), 98-106.
- Wahyudi, T. (2020). Seniman Mengajar Sebagai Metode Program Pendampingan Psikobudaya Masyarakat. *Artchive: Indonesia Journal Of Visual Art And Design*, 1(1), 59-71.
- Widyastuti, P. A., Pertiwi, R., & Huddiansyah, H. (2020). Pelatihan Aplikasi Warna Produk Kreatif Untuk Siswa Sds Dasana Indah – Pemanfaatan Sampah Karet Dalam Pengaplikasian Warna Menggunakan Teknik Cap Pada Tas Blacu. *Jurnal Abdimas*, 6 (3), Maret 2020
- Internet**
- Pakdosen.co.id. (2020, 23 Oktober). Media Visual adalah. Diakses pada 16 Juli 2021, dari <https://pakdosen.co.id/media-visual-adalah/>.