

PERANCANGAN MEDIA BARU BUKU ESAI FOTOGRAFI MENGENAI AKTIVITAS KOMUNITAS FIXLOW DI DENPASAR

Herlambang Lanang Febrian Pujo Wibisono¹, I Putu Dudyk Arya Putra², Ramanda Dimas Surya Dinata³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain & Bisnis Bali

Email: herlambangfebrian22fap@gmail.com¹, putududyk@std-bali.ac.id², ramadinata@std-bali.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2022
Accepted : April, 2022
Publish online : Mei, 2022

ABSTRACT

This study aims to introduce the bicycle subculture fixed gear through activities carried out by the Fixlow Community. Fixed gear is a type of bicycle that was originally only used by messenger. However, over time, the bicycle culture fixed gear developed and was favored by many people in Denpasar so that bicycle communities were formed fixed gear. Fixlow is one of the fixed gear community that is still active today. The Fixlow community is a community whose members are fans of fixed gear in Denpasar. All members of this group are fixed gear users. The founder of the Fixlow Community is I Gede Hardana. To introduce the bicycle character and the Community, it requires special knowledge in terms of shape, color and characteristics, with a simple design that can be of interest to teenagers and adults. The data collection technique is documentation study method, observation and interviews, observation and interviews conducted in Denpasar to find out the activities of the Fixlow Community. The Keyword are educational, informative and interactive to make a media essay photography book about Fixlow community activities with a dynamic visual style, full color, and modern. The main media are books, posters and flyers and the supporting media are roll banners, pins, key chains, t-shirts, tote bags, promotional videos, Instagram social media ad. The conclusion of this study is that in designing strong visual media to attract audiences, a structured design process is required.

Keywords: Fixed Gear, Activities, Fixlow Community, Essay Photography.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan subkultur sepeda fixed gear melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Fixlow. Fixed gear adalah salah satu jenis sepeda yang awalnya hanya digunakan oleh kalangan pengantar surat. Namun seiring berjalannya waktu, kultur sepeda fixed gear berkembang dan digemari oleh banyak kalangan masyarakat di Denpasar hingga terbentuklah komunitas-komunitas sepeda fixed gear. Dari sekian banyaknya komunitas sepeda fixie di Denpasar, Fixlow adalah salah satu komunitas yang masih aktif sampai saat ini. Komunitas Fixlow merupakan sebuah komunitas yang beranggotakan para penggemar sepeda fixed gear di Denpasar. Seluruh

anggota kelompok ini merupakan pengguna sepeda fixed gear. Pendiri Komunitas Fixlow adalah I Gede Hardana. Untuk memperkenalkan karakter sepeda fixed gear dan Komunitas Fixlow, butuh pengetahuan yang khusus dari segi bentuk, warna dan karakteristik, dengan desain yang sederhana yang dapat diminati oleh remaja dan orang dewasa. Teknik pengumpulan data menggunakan metode studi dokumentasi, observasi dan wawancara, observasi dan wawancara dilakukan di Denpasar untuk mengetahui kegiatan-kegiatan Komunitas Fixlow. Keyword yang digunakan edukatif, informatif dan interaktif untuk membuat media buku fotografi esai mengenai aktivitas Komunitas Fixlow dengan gaya visual yang dinamis, full color, dan modern. Media utama adalah buku, poster dan flyer serta media pendukung adalah roll banner, pin, gantungan kunci, t-shirt, totebag, video promosi, sosial media Instagram. Kesimpulan pada penelitian ini adalah dalam merancang media-media visual yang kuat untuk menarik audiens diperlukan proses perancangan yang terstruktur.

Kata Kunci: Fixed Gear, Kegiatan, Komunitas Fixlow, Fotografi Esai.

PENDAHULUAN

Komunitas Fixlow merupakan sebuah komunitas yang beranggotakan para penggemar sepeda fixed gear di Denpasar. Seluruh anggota kelompok ini merupakan pengguna sepeda fixed gear. Kepemilikan sepeda fixed gear anggota Komunitas Fixlow bukan berasal dari membeli sepeda jadi, namun berasal dari kreativitas anggota komunitas dalam merakit sepeda. Komunitas ini berdiri sejak bulan Maret 2018. Berawal dari kesamaan hobi dan aktivitas nongkrong kemudian setelah anggotanya mulai bertambah banyak terbentuklah komunitas ini. Komunitas Fixlow termasuk komunitas yang produktif dan sangat membantu perkembangan subkultur sepeda fixed gear di Denpasar. Beberapa acara yang pernah diikuti antara lain: The Sultan Criterium pada tahun 2018 di Yogyakarta, Move the Wheels Bali pada tahun 2019 dan Alleycat Party CMWC 2019 di Jakarta.

Komunitas Fixlow tidak hanya berperan sebagai partisipan dalam sebuah acara, namun kelompok tersebut juga membuat acara sendiri. Acara yang pernah dibuat oleh Komunitas Fixlow antara lain: Fixed Sunday yaitu, kegiatan yang di buat untuk memperingati hari jadi Komunitas Fixlow, Indonesia Critical Mass Bali yaitu, kegiatan yang di buat sebagai sarana untuk menyuarakan hak sesama pengguna jalan, FXLW Ride Camp yaitu, agenda tahunan bersepeda dan berkemah yang pesertanya datang dari berbagai komunitas baik dari dalam negeri dan luar negeri, dan Sunride yaitu, kegiatan bersepeda setiap hari minggu pagi dengan tema GOCAPAN (Gowes Cari Sarapan). Komunitas Fixlow terbuka bagi seluruh pengguna sepeda bukan hanya pengguna sepeda fixed gear untuk bergabung dengan kelompok tersebut. Sampai sekarang anggota dari Komunitas Fixlow sendiri mencapai lebih dari 40 orang yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Menurut hasil dari kuisisioner yang telah penulis lakukan, 61.3% responden belum bergabung dengan komunitas sepeda, namun 76.7% responden merasa tertarik untuk bergabung dan menjadi anggota sebuah komunitas sepeda dengan tujuan yang beragam. Hasil kuisisioner juga menghasilkan data sebesar 45.2% responden bemengetahui eksistensi komunitas fixed gear sebagai sarana untuk kita berinteraksi secara sosial. Interaksi sosial sangatlah penting karena merupakan dasar dari cara kita berkomunikasi dengan orang lain Soerjono Soekanto (1990: 67).

Oleh karena perihal tersebut, penulis merasa tertarik untuk membuat buku fotografi esai yang sesuai dengan karakteristik audience atau sasaran untuk memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat mengenai fixed gear dengan aktivitas atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Fixlow. Diharapkan dengan adanya buku fotografi esai baru, komunitas Fixlow dapat lebih dikenal oleh masyarakat, dan pengetahuan masyarakat tentang sepeda fixed gear bertambah.

METODE PENELITIAN

a. Pengumpulan Data Primer

1. Observasi

Dalam hal ini, penulis melakukan observasi dengan mendatangi langsung tempat dimana biasanya anggota dari Komunitas Fixlow berkumpul yaitu di Jalan Tukad Pancoran, Denpasar untuk mencari informasi kegiatan yang biasa mereka lakukan, dan mendatangi langsung ke toko buku yang ada di Denpasar, seperti: Gramedia, Toga Mas, Garwis, untuk mencari informasi mengenai buku tentang fixed gear yang ada di Denpasar.

2. Wawancara

Metode ini memerlukan kontak atau hubungan antara peneliti subjek (responden) penelitian agar diperoleh data yang diperlukan. Dalam proses komunikasi ini biasanya dilakukan dua orang atau lebih. Pemberi informasi akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang menyangkut permasalahan yang ada sehingga didapatkan data berupa opini, sikap, pengalaman serta karakteristik subjek penelitian.

Dalam hal ini, penulis berkomunikasi secara langsung dengan Dede, pendiri komunitas fixlow untuk mendapatkan informasi mengenai komunitas fixlow.

b. Pengumpulan Data Sekunder

1. Kepustakaan

Untuk data internal terbagi menjadi dua yaitu database khusus (informasi penting yang dimiliki perusahaan yang bersifat rahasia / bukan untuk umum) dan database umum (informasi yang bersifat umum seperti dokumen peraturan pemerintah, berita, jurnal perusahaan, profil perusahaan, dan lain-lain). Sedangkan berdasarkan data eksternal dapat didapatkan dari informasi di perpustakaan umum, universitas dan sebagainya, seperti

petunjuk riset, daftar pustaka, ensiklopedia, kamus, dan lain-lain.

Dalam hal ini teori-teori yang didapat dari sumber - sumber seperti buku, jurnal, majalah, dan artikel dalam media cetak maupun online yang serta kaitannya dengan objek permasalahan.

2. Internet

Menurut Sarwono dan Lubis (2007: 87) dengan adanya teknologi internet memungkinkan untuk mencari data dan informasi dengan mudah dan cepat karena menghemat biaya dan waktu. Dengan adanya internet memudahkan mencari data-data yang berkaitan dengan objek kasus.

Dalam hal ini penulis mencari data dan informasi mengenai fixed gear, materi desain dan referensi yang akan diaplikasikan pada perancangan buku Esai Fotografi mengenai aktivitas komunitas Fixlow di Denpasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data/Hasil

1. Observasi

Observasi penulis lakukan dengan mengunjungi dua tempat guna mengetahui kegiatan dan aktivitas dari Komunitas Fixlow. Pada tanggal 1 Mei 2020.

a. Rumah Fixlow

Rumah Fixlow merupakan markas atau tempat berkumpul dari semua anggota Komunitas Fixlow. Aktivitas yang di lakukan di rumah fixlow ini biasanya adalah *sharing* seputar sepeda dan rapat pembahasan agenda *event* yang akan di selenggarakan.

b. Jalanan daerah Denpasar

Penulis juga melakukan observasi dengan terjun langsung ke lapangan tempat para anggota Komunitas Fixlow melakukan aktivitasnya. Anggota Komunitas Fixlow biasanya melakukan riding bersama di jalanan daerah Renon, Puputan, Tuban, dan Sanur.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung pada tanggal 10 Mei 2020 dengan nara sumber I Gede Hardana, beliau adalah salah satu *founder* dari Komunitas Fixlow dan beberapa wawancara melalui media online. Wawancara tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Wawancara dengan I Gede Hardana

Sepeda jenis *fixed gear* adalah jenis sepeda yang sangat cocok untuk remaja. Selain karena bentuknya yang simpel, *fixed gear* juga memiliki ciri khas warna yang bisa dipadu padankan dengan citra pemilikinya. Selain itu *fixie* juga sangat cocok untuk menjadi alat transportasi sehari-hari menggantikan kendaraan bermotor karena bentuknya yang simpel dan terlampau ringan sehingga lebih efisien untuk di jalanan kota dibandingkan dengan jenis sepeda lainnya. Dengan *fixed gear* dan bergabung dengan komunitas, kita bisa mendapatkan banyak teman dan relasi baru, entah itu datang dari Bali, dari luar Bali, dan bahkan dari luar negeri, karena sepeda jenis ini sangat banyak peminatnya. Caranya adalah dengan bergabung dengan komunitas *fixed gear* salah satunya adalah Komunitas Fixlow.

PEMBAHASAN

1. Target Segmentasi Pasar

Target segmentasi pasar adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengelompokan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen (Morison 2010:57). Target Segmentasi pasar meliputi:

a. Demografis

Berdasarkan segmentasi demografis, target sasaran yang dituju adalah remaja akhir berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentan usia antara 18-22 tahun. Diantara batasan usia tersebut rasa ingin tahu akan sesuatu yang baru dan rasa tingkat minat yang tinggi dengan media – media baru. Sehingga dirasa akan sesuai dengan target buku fotografi esai ini.

b. Geografis

Berdasarkan faktor geografi, sasaran penyampaian pesan media ini adalah remaja akhir di Kota Denpasar, maka perancangan media akan membidik seluruh remaja akhir dengan segmentasi geografis di Kota Denpasar.

c. Psikografis

Berdasarkan psikografi (jiwa masyarakat yang akan disasar), segmentasi ini mengelompokkan gaya hidup, seni, dan tingkat perekonomiannya. Sasaran yang diinginkan adalah remaja dengan tingkat ekonomi dari menengah hingga ke atas, dan memiliki kepribadian yang kreatif, dan suka mempelajari hal baru dan trend baru.

d. Behavior

Berdasarkan behavior (prilaku masyarakat yang akan disasar). Segmentasi ini mengelompokkan remaja yang gemar berkomunitas, menyukai teknologi, menyukai olahraga khususnya olahraga bersepeda, serta menyukai fotografi dan gemar membaca buku yang memiliki visual dengan gambar ataupun foto.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah kebijakan yang akan dilakukan terhadap panduan kreatif, terdiri dari isi pesan dan bentuk pesan, yang disusun berdasarkan target audience-nya, karena pada dasarnya target audience-lah yang menentukan isi (content) dan bentuk (form) pesan iklan yang akan disampaikan (Sanyoto, 2006: 83).

a. Pesan

Pesan yang akan ditampilkan dalam desain yang dibuat nantinya akan lebih menonjolkan pesan yang bersifat persuasif. Pesan yang disampaikan nantinya akan dibuat secara singkat dan jelas sehingga pembaca dapat langsung memahami maksud dari pesan tersebut. Isi dari pesan nantinya akan menggunakan bahasa yang mudah dipahami sehingga pesannya tersampaikan dengan baik kepada target pembaca yaitu remaja.

b. Strategi Visual

Teknik visualisasi yang digunakan adalah menggunakan teknik digital itu baik dari penciptaan ilustrasi dan unsur-unsur yang ada, dengan menggunakan teknik yang disesuaikan.

c. Gaya Visual

Gaya visual yang akan ditampilkan pada perancangan buku fotografi esai ini adalah gaya late modern. Pemilihan gaya visual ini adalah agar nantinya ilustrasi yang dibuat dapat terlihat lebih menarik dan lebih nyaman untuk dilihat.

d. Positioning

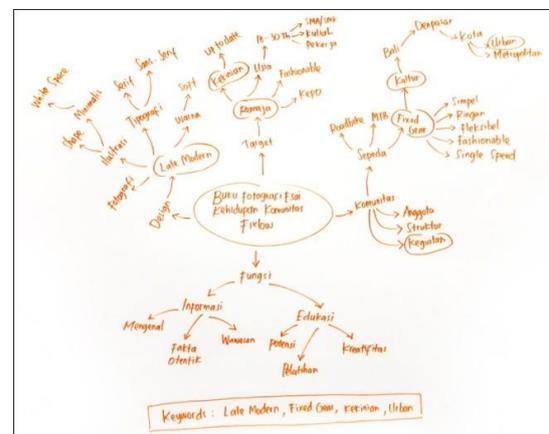
Tindakan yang dilakukan untuk merancang media agar masyarakat mau merespon media dengan baik adalah dengan membuat desain yang lebih kreatif, efektif, informatif, dan interaktif dengan diterapkannya fitur Augmented Reality. Sehingga masyarakat akan lebih menarik untuk memperhatikan dan membaca pesan yang ingin disampaikan.

3. Konsep Desain

Konsep adalah gagasan atau ide yang menjadi dasar dan rujukan dalam proses perancangan suatu media. Menurut (Supriyono, 2010:146)

konsep desain harus mengusung benefit (kebaikan atau manfaat) dan membujuk calon konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan atau diiklankan. Dalam membuat suatu konsep, diperlukan brainstorming untuk mendapatkan keyword yang akan dijadikan sebagai dasar atau rujukan dalam proses perancangan.

Dalam menentukan konsep, penulis menggunakan brainstorming agar dapat membantu memetakan pikiran sehingga menemukan keyword yang membentuk konsep baru. Berikut penjabaran brainstorming dari Perancangan Buku Esai Fotografi Mengenai Aktivitas Komunitas Fixlow:



Gambar 1.1 Brainstorming
[sumber: dokumentasi penulis, 2020920]

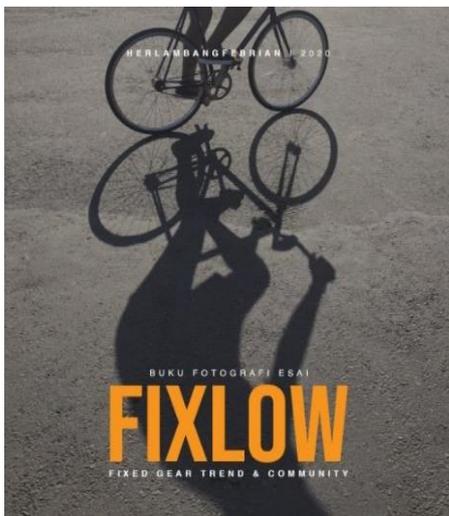
Berdasarkan brainstorming diatas, penulis menemukan beberapa kata kunci yang menjadi acuan dalam merancang media komunikasi visual yaitu, fixed gear, urban, kekinian. Dari kata kunci tersebut penulis menyederhanakannya menjadi Subkultur Sepeda Masa Kini. Hal ini merujuk kepada sebuah gerakan atau kegiatan yang dilakukan oleh bagian kultur besar. Subkultur menjadi bagian dari ruang bagi penganutnya untuk membentuk identitas yang memberikan otonomi dalam suatu tatanan sosial masyarakat. Kultur sepeda fixed gear sebenarnya berasal dari negara Amerika Serikat. Sepeda jenis ini di negara asalnya digunakan oleh kurir surat untuk mengantarkan surat. Seiring perkembangannya, sepeda ini juga digunakan oleh remaja pada umumnya untuk beraktivitas maupun membuat kelompok sesama penggemar sepeda fixed gear.

Pemilihan konsep "Subkultur Sepeda Masa Kini" akan dijadikan acuan visualisasi pada desain untuk media-media pada buku fotografi esai ini nantinya. Dalam hal ini konsep Subkultur Sepeda Masa Kini akan di visualisasikan dengan menggunakan gaya desain yaitu late modern

sehingga membuat tampilan yang dinamis dan dengan penambahan ilustrasi digital, foto dan tipografi serif, sans serif, dan dekoratif serta pemilihan warna yang memiliki psikologi warna yang bersemangat sehingga mampu merepresentasikan konsep tersebut.

4. Visualisasi Desain

1. Buku Fotografi Esai



Gambar 1.2 Tampilan Desain Cover Depan Buku [sumber: dokumentasi penulis, 2020]



Gambar 1.3 Tampilan Cover Belakang Buku [sumber: dokumentasi penulis, 2020]

Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi fotografi yang menjeleaskan sepeda fixed gear, kegiatan yang dilakukan, beserta tempat dilakukannya kegiatan tersebut.

2. Poster



Gambar 1.4 Tampilan Desain Poster Berseri [sumber: dokumentasi penulis, 2020]

Ilustrasi pada poster 1 menggunakan element foto dari salah satu anggota Komunitas Fixlow dengan ripped paper sebagai frame dan beberapa element memphis dan shape untuk menambahkan kesan estetis. Pada poster 2 menggunakan element foto dari salah satu anggota Komunitas Fixlow yang membentuk angka tiga yang menunjukkan tanggal di rilisnya buku ini yaitu 3 Juni. Poster 3 menampilkan visual buku fotografi esai yang telah hadir dan siap di perjual belikan.

3. Video Promosi

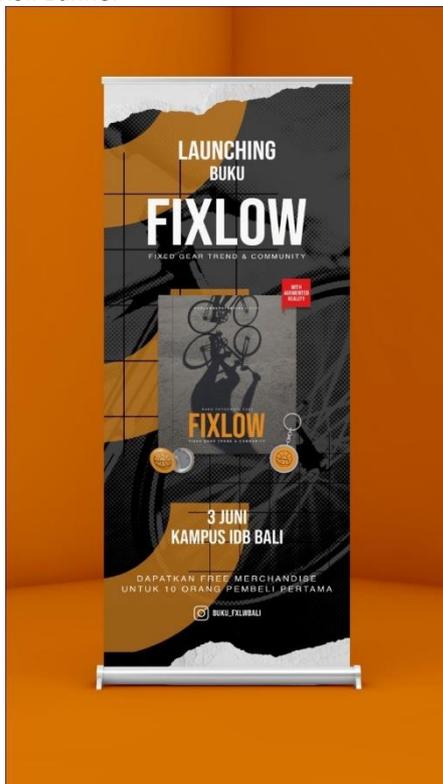


Gambar 1.5 Tampilan Video Promosi [sumber: dokumentasi penulis, 2020]

Ilustrasi yang ditampilkan adalah *logogram* dan *logotype* dari Komunitas Fixlow, scene saat bersepeda, event lomba, scene drone, dan scene pada bagian akhir diselipkan poster agar

mengetahui informasi lebih lanjut tentang peluncuran buku.

4. Roll Banner



Gambar 1.6 Tampilan Desain Roll Banner
[sumber: dokumentasi penulis, 2020]

Ilustrasi yang digunakan adalah beberapa element estetis sebagai background dan frame, Buku fotografi esai yang akan dijual beserta merchandise.

5. Baju (T-shirt)



Gambar 1.7 Tampilan Desain T-Shirt
[sumber: dokumentasi penulis, 2019]

Ilustrasi yang digunakan pada bagian depan *T-shirt* adalah *logotype* Komunitas Fixlow, dan pada bagian belakang *T-shirt* adalah *logogram* Komunitas Fixlow.

Setelah melakukan penelitian dan berbagai macam tahapan-tahapan dalam perancangan desain media-media kampanye dari Imunisasi Measles Rubella, maka berdasarkan uraian dari bab-bab diatas penulis dapat menarik kesimpulan sabagai berikut:

1. Perancangan Buku Esai Fotografi Mengenai Aktivitas Komunitas Fixlow di Denpasar untuk remaja dan dewasa merupakan suatu tantangan tersendiri. Oleh karenanya diperlukan pemikiran yang matang sehingga buku foto esai yang dihasilkan dapat menjadi buku yang tepat untuk remaja dan dewasa. Untuk mencapai hal tersebut, maka perancangan ini mengangkat konsep Edukatif, Informatif dan Interaktif, dikemas dengan modern dan Dinamis. Dapat diartikan mengemas konsep dengan sederhana namun terlihat menarik serta isi konten lebih informatif dan dapat mengedukasi.
2. Untuk menghasilkan media komunikasi visual yang baik, dalam perancangan suatu desain, proses yang harus dilalui adalah indentifikasi masalah, pengumpulan data disertai teori penunjang, dan data tersebut diolah dengan metode analisa untuk mendapatkan solusi serta strategi yang tepat dan akan diaplikasikan kedalam visualisasi desain untuk menciptakan media kampanye yang tepat. Untuk menghasilkan media komunikasi visual yang baik, dalam perancangan suatu desain, proses yang harus dilalui adalah indentifikasi masalah, pengumpulan data disertai teori penunjang, dan data tersebut diolah dengan metode analisa untuk mendapatkan solusi serta strategi yang tepat dan akan diaplikasikan kedalam visualisasi desain untuk menciptakan media kampanye yang tepat.
3. Selain konsep hal yang perlu diperhatikan adalah perancangan media. Media yang dirancang yaitu buku foto esai. Dalam media buku ini terdapat element visual yang digunakan yaitu pesepeda fixed gear, shape, garis dan logo dari Komunitas Fixlow, karakter ini digunakan dalam setiap media, seperti poster, flyer, banner, t-shirt, totebag, stiker, gantungan kunci dan pin. Penulis memberikan element pesepeda fixed gear dan logo dari Komunitas Fixlow agar dapat dikenali dengan mudah oleh masyarakat luas. Poster dan flyer digunakan sebagai media yang menyebarkan informasi kepada masyarakat luas, media pendukung lainnya t-shirt, totebag, stiker, gantungan kunci, banner, video promosi,

KESIMPULAN

konten sosial media dan pin digunakan untuk menarik minat beli terhadap produk yang dijual.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardhi, Yudha. 2013. Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta: Taka Publisher.
- [2] Arsyad, Azhar. 2011. Media Pembelajaran. Jakarta: Raja Grafindo Perseda.
- [3] Damera, Anne. 2012. Designer Handbook Dalam Produksi Cetak dan Digital Printing. Jakarta: Link & Match Graphics.
- [4] Hikmawati, Fanti. 2017. Metodologi Penelitian. Jakarta: Rajawali Pres.
- [5] Kusrianto, Adi. 2007. "Pengantar Desain Komunikasi Visual", Yogyakarta : Andi.
- [6] Kusrianto, Adi. 2010. "Pengantar Tipografi", Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- [7] Masri, Andry. 2010. "Strategi Visual", Yogyakarta : Jalasutra.
- [8] Masri, Andry. 2010. "Strategi Visual", Yogyakarta : Jalasutra.
- [9] Pujiyanto. 2013. "Iklan Layanan Masyarakat", Yogyakarta : Andi.
- [10] Pujuriyanto. 2005. "Desain Grafis Komputer", Yogyakarta : Andi.
- [11] Rangkuti, Freddy. 2009. "Strategi Promosi yang Kreatif", Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [12] Rustan, Suriyanto. 2017. "Layout, Dasar & Penerapannya", Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [13] Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. 2007. "Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual". Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta.
- [14] Sugono, Dendy. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- [15] Sugono. 2008. "kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- [16] Supriyono, Rakhmat. 2010. "Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi", Yogyakarta : Andi.
- [17] Suyitno. 2018. "Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip dan Operasionalnya", Tuluagung : Akademia Pustaka.
- [18] Tinarbuko, Sumbo. 2009. "Semiotika Komunikasi Visual, Yogyakarta : Jalanusantara.