

Perancangan Video Dokumenter "*Urban Cycling Culture*" Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Memilih Sepeda Sebagai Alat Transportasi

FARREL N. PRATAMA, INKO SAKTI DEWANTO

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Institut Teknologi Nasional Bandung

Email : farrelnpratama@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini sepeda menjadi moda transportasi yang populer di berbagai kota di negara maju, seperti Amsterdam, Paris, Barcelona, Jerman, dan London. Berbagai upaya dan fasilitas khusus mulai disediakan di berbagai kota di Indonesia untuk mendukung budaya bersepeda, misalnya dengan penyediaan jalur khusus sepeda (*bike lane*), dan penerapan program *Car Free Day*. Ada beberapa alasan mengapa kita harus mulai menggunakan sepeda sebagai alat transportasi antara lain, Berguna bagi kesehatan, dan yang paling penting adalah mengurangi polusi serta kemacetan. Pada masa kini di Indonesia, bersepeda dipandang sebagai sebuah hobi dan mungkin untuk Sebagian orang masih tabu, tabu dalam artian berpergian atau menggunakan sepeda sebagai alat transportasi utama merupakan hal yang mustahil, karena mereka nilai kurang efektif dan buang buang tenaga. Dengan dibuatnya video dokumenter tentang "*Urban Cycling Culture*" diharapkan agar ini menjadi solusi, dan mempersuasi masyarakat di Indonesia agar dapat beralih untuk bertransportasi menggunakan sepeda, serta dapat memperkenalkan ada hal hal apa saja di dalam skena ini sebenarnya kepada khalayak masyarakat, agar masyarakat tau dan teredukasi dengan adanya penelitian ini.

Kata kunci: *sepeda, video, dokumenter, media, transportasi*

ABSTRACT

Currently bicycles are a popular mode of transportation in various cities in developed countries, such as Amsterdam, Paris, Barcelona, Germany and London. Various efforts and special facilities have begun to be provided in various cities in Indonesia to support the culture of cycling, for example by providing special bicycle lanes and implementing the Car Free Day program. There are several reasons why we should start using bicycles as a means of transportation, among others, it is useful for health, and the most important is the reduction of pollution and congestion. At present in Indonesia, cycling is seen as a hobby and maybe for some people who are still taboo, taboo in the art of traveling or using bicycles as the main means of transportation is impossible, because their value is ineffective and a waste of energy. With the making of a documentary video about "Urban Cycling Culture" it is hoped that this will become a solution, and persuade the people in Indonesia to be able to switch to transportation using bicycles, and be able to introduce anything in this scene to the public, so that people know and. educated by the existence of this research.

Keyword: *Bicycle, Video, Documentary, Media, Transportation*

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara berkembang diyakini selalu terbelakang bila disandingi dengan negara-negara maju. Terutama dalam hal gaya hidup. Namun *Street culture* sudah sangat berkembang pesat pada masa kini, banyak aspek dalam gaya hidup *street culture* yang marak saat ini maupun sejak dulu, salah satunya adalah tren bersepeda di kota. Sama dengan halnya *skate, longboard, e board*, bersepeda sudah banyak dipakai sebagai alat transportasi utama atau bahkan sebagai alat penunjang *lifestyle* seperti pada masa kini. Di negara maju seperti Amerika dan Jepang, dan yang sudah sejak dulu terkenal yakni Eropa seperti Belanda, sebagian besar masyarakat mereka sudah menggunakan sepeda sebagai alat transportasi utama dan tidak hanya sekedar hobi semata. Masyarakatnya sudah lebih aware dengan lingkungan sekitar sehingga banyak yang sudah beralih fungsi bertransportasi dari yang tadinya menggunakan kendaraan bermotor, kini memakai sepeda, dan mereka membuat kultur dan gaya hidup kegiatan bersepeda ini menjadi lebih menarik, dan membuat banyak orang beralih ke sepeda. Ini berdampak baik khususnya untuk negara dan kota itu sendiri, selain ramah lingkungan, bersepeda juga mengurangi tingkat kemacetan yang sangat signifikan, dan tentunya dengan mengurangi kemacetan, tingkat produktivitas negara atau kota tersebut menjadi lebih produktif dan positif. Serta negara tersebut pasti lebih teratur dan tertata dengan baik.

pada masa kini di Indonesia, bersepeda dipandang sebagai sebuah hobi dan mungkin untuk sebagian orang masih tabu, tabu dalam artian berpergian atau menggunakan sepeda sebagai alat transportasi utama merupakan hal yang mustahil, karena mereka nilai kurang efektif dan buang-buang tenaga. Sebenarnya pemikiran seperti ini yang membuat masyarakat Indonesia kurang melihat ada peluang di dalam sepeda ini, dan manfaatnya untuk negara itu sangat amat banyak dan bahkan contohnya pun sudah jelas ada (Jepang, Belanda, USA, Dkk), mereka membuat sepeda sebagai gaya hidup dan alat transportasi sehari-hari.

Maka dari itu solusi yang dibuat sebagai penyelesaian masalah ini adalah dengan memperkenalkan kembali tentang bersepeda sebagai alat transportasi utama sebagai khalayak peruntukannya melalui "gaya hidup" yang bersangkutan yakni (*URBAN CYCLING CULTURE*) sebagai kultur yang sudah ada di beberapa bagian negara, dan bahkan di Indonesia, yang di dalamnya terdapat banyak komunitas dan pengguna sepeda dengan berbagai kultur urbannya, sehingga diharapkan dapat menarik peminat dan para calon pesepeda *commuter* di Indonesia, khususnya para anak muda dan bahkan yang sudah berkeluarga.

2. FORMAT UMUM

2.1 *Urban Cycling Culture*

Urban Cycling Culture merupakan sebutan dari kultur bersepeda di lini urban, di masa kini selain transportasi, bersepeda juga sudah menjadi gaya hidup. Sama halnya dengan Otomotif Sepeda juga mempunyai cabangnya dan kulturnya sendiri-sendiri, banyak genre pilihan yang dapat ditemui, seperti *MTB, Downhill, all mountain* dan yang cenderung ke urban seperti *Fixed gear, Gravelbike, Roadbike dan 26 inch Bicycle*. Masing-masing dari genrenya mempunyai cara bersepeda yang berbeda, dan bahkan cara berpakaian yang berbeda. Ini yang membuat bersepeda pun semakin menarik dan bersaing. Jadi secara garis besar urban cycling merupakan suatu gaya hidup bersepeda yang dilakukan di kota, yang mempunyai berbagai cabang, dari mulai *fashion & Style, komunitas, art & Design*, dan Gerakan yang dilakukan oleh masyarakat yang menyukai gaya hidup ini.

2.2 Video Dokumenter

film dokumenter secara umum adalah film yang merekam realitas. Film dokumenter adalah film yang mendokumentasikan kenyataan. Didalamnya tidak terdapat adegan yang di atur dan di prakarsai oleh sutradara, semuanya berjalan apa adanya sesuai apa yang terjadi di lapangan.

Peranan Video Dokumenter

Peranan video dokumenter adalah sebagai media penyebarluasan suatu masalah yang terjadi secara faktual dan sejujur-jujurnya. Sehingga para audience dapat merasakan dan mengetahui informasi yang di ceritakan oleh talent dan narasumber, melalui audio visual yang dibuat.

2.3 Media Cetak Zine

Zine adalah salah satu media informasi dalam bentuk cetak. Zine muncul dan digunakan oleh komunitas untuk berbagi informasi seputar komunitas dan kegemarannya. Zine dikelola secara non professional, mandiri, dan dibagikan secara gratis maupun komersil melalui pendistribusian yang terbatas. Pada umumnya, zine diterbitkan bukan sebagai pencarian keuntungan namun berusaha mewadahi idealisme melalui ide-ide yang muncul.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada pengumpulan data yaitu Kuesioner dan wawancara yang mengandung beberapa pertanyaan kualitatif. Dengan fokus mengukur seberapa mengetahuinya masyarakat terhadap fenomena bersepeda dan "*Urban Cycling Culture*" ini. Selain itu juga metode lain yang digunakan adalah melalui studi literatur, dan observasi langsung untuk melihat dan memperhatikan aktivitas dari bersepeda itu sendiri.

3. FORMAT ISI

3.1 Analisis Data

Kesimpulan dari keseluruhan wawancara ini adalah kebanyakan dari mereka mengetahui tentang *urban cycling* namun mereka belum mengenali inti serta ada *movement* apa saja di dalamnya, mereka juga menganggap bertransportasi menggunakan sepeda tidak mustahil namun mereka anggap belum layak karena faktor faktor lain seperti iklim, infrastruktur kota, jalanan dan yang lainnya. Dan kebanyakan dari mereka setuju jika adanya perancangan video dokumenter, dianggap bisa menjadi solusi untuk dunia bersepeda kedepannya.

3.2 Problem Statement

Urban cycling sudah ada sejak dahulu khususnya di indonesia, skena bersepeda di kota selalu ramai dengan para penggemarnya, namun skena bersepeda ini sering kali naik turun dan bahkan mati suri, karena hanya dianggap tren semata.

3.3 Strategi Komunikasi

What to say yang didapat dari general message, problem statement, dan target insight yaitu Budayakan bersepeda, Lestarkan "*Urban Cycling*". Budayakan bersepeda berartikan sebuah ajakan untuk tetap selalu bersepeda apapun alasannya,(olahraga,rekreasi,transportasi)

Lestarikan *Urban Cycling* merupakan suatu pesan untuk tetap bisa menjaga skena perpedahan agar tidak hanya menjadi tren belaka, sekaligus sebagai wadah para pelaku, untuk bisa menyebarkan gerakan dari skena ini.

3.4 Konsep Kreatif

Pendekatan visual yang dipakai untuk menghasilkan suatu video dokumenter yang runut, dan terancang dengan baik adalah dengan menggunakan storyboard/storyline terlebih dahulu lalu selanjutnya masuk pada perancangan, shotlist, untuk menentukan alat apa saja yang akan dipakai, dan mengetahui jadwal dari tiap shot yang diperlukan, sehingga pada saat tahap editing, footage yang di take sudah terjadwal dan tidak teracak.)

Storyline

SKENARIO FILM DOKUMENTER

Judul Film Dokumenter : (BETWEEN THE MAJORITY)
Film ini di bagi menjadi 3 part dengan durasi 8-10 menit
Berikut script untuk film ini :

RANCANGAN TAYANGAN :

1. -/+ Durasi Film 8-10 menit
2. PEMBAGIAN SEGMENT : 3 SEGMENT (Commuter, Bike Messenger, Atlet)
3. Alat Yang di pakai :
 - 1 sony A6300/A6000
 - 1 sony A6000
 - 1 sony A7
 - Lensa FE 50MM
 - Lensa E 16-50
 - Lensa Sigma 16mm F1.4
 - Lensa FE 28-70 F3.5 - 5.6

Teaser/opening :

- o Montage awal bridging untuk mulai masuk ke video, ambience kota, intro awal, masuk ke penampilan judul (logo, dan film by) dan urban cycling

-----BRIDGING MUSIC//AMBIENCE-----

SEGMENT 1 COMMUTER

- Scene 1 - Opening//intro

- o Tampilan ambience suasana sekitaran tempat, dengan mood yang serana. Memasukkan shot shot kota dan beberapa potongan shot crank, bunyi deru rantai, serta ambience jalanan.

• Scene 2 - memulai aktivitas pesepeda commuter

- o Menceritakan aktivitas dan kesibukan yang terjadi saat ini
- o Memperlihatkan hal sekitar, persiapan untuk berangkat beraktivitas

(LATAR TEMPAT RUMAH/TEMPAT KERJA/JALANAN)

• Scene 3 - Bersepeda menurut commuter

- o Memvisualisasikan apa yang diceritakan oleh commuter
- o Memasukkan shot ambience jalanan atau tempat yang dilewati.
- o Blusukan melewati gang-gang yang berada di kota bandung.

(LATAR TEMPAT JALANAN KOTA/GANG/JALANAN KECIL/JALAN RUMAH WARGA)

• Scene 4 - Bandung dari sudut pandang commuter

- o POV commuter dan keluh kesahnya ia bersepeda di bandung.
- o serta mendefinisikan bandung menurut dirinya.

Gambar 1. Storyline Video Dokumenter

- o Tampilan ambience suasana sekitaran tempat, dengan mood yang serana. Memasukkan shot shot kota dan beberapa potongan shot crank, bunyi deru rantai, serta ambience jalanan.

• **Scene 2 - memulai aktivitas pesepeda commuter**

- o Menceritakan aktivitas dan kesibukan yang terjadi saat ini
- o Menunjukkan hal sekitar, persiapan untuk berangkat beraktivitas

(LATAR TEMPAT RUMAH/TEMPAT KERJA/JALANAN)

• **Scene 3 - Bersepeda menurut commuter**

- o Memvisualisasikan apa yang diceritakan oleh commuter
- o Memasukkan shot ambience jalanan atau tempat yang dilewati.
- o Blusukan melewati gang-gang yang berada di kota bandung.

(LATAR TEMPAT JALANAN KOTA/GANG/JALANAN KECIL/JALAN RUMAH WARGA)

• **Scene 4 - Bandung dari sudut pandang commuter**

- o POV commuter dan keluh kesahnya ia bersepeda di bandung.
- o serta mendefinisikan bandung menurut dirinya.

(LATAR TEMPAT JALANAN PROTOKOL BANDUNG, MONUMEN JUANG/ IKON BESAR DIBANDUNG)

***** AKHIR//TRANSISI SEGMENT *****

SEGMENT 2 BIKE MESSENGER

• **Scene 1 - Opening//Intro//TRANSISI**

- o Tampilan ambience suasana yang bernuansa kecepatan, dengan mood yang serana. Memasukkan shot shot ambience sepeda, suara garasi terbuka
- o Memasukkan bumper nama dan profesi dari talent
- o Transisi perpindahan segment ke rana yang lebih cepat (BIKE MESSENGER, mempunyai ciri khas berkendara dengan kecepatan)

(LATAR TEMPAT GARASI, HQ TURTLESHOE, HQ JNE WESTBIKE MESSENGER SERVICE)

• **Scene 2 - memulai aktivitas bike messenger**

- o Menceritakan aktivitas dan kesibukan yang terjadi saat ini. (nyambung dengan Story Telling)
- o Memulai Pick up sepatu untuk kurir turtleshoe, dan pickup load di HQ Gudang Jne.
- o Persiapan jalan menuju tempat para customer.

(LATAR TEMPAT JALANAN KOTA YANG SEDANG DI PUNCAKNYA, LAMPU MERAH, GUDANG DAN GARASI)

Gambar 2. Storyline (isi)

• **Scene 3 - PENGANTARAN PAKET KEPADA CUSTOMER POV BIKE MESSENGER**

- o Memvisualisasikan apa yang diceritakan oleh Bike messenger dan keluh kesah saat berkurir, dan macam macam respon customer. (LATAR TEMPAT DI JALANAN, TEMPAT CUSTOMER)

• **Scene 4 - bersepeda dari sudut pandang bike messenger**

- o keluh kesahnya ia bersepeda di bandung.
- o serta mendefinisikan bandung dan korelasinya dengan sepeda menurut dirinya.
- o Memasukkan scenery kota bandung

(LATAR TEMPAT JALANAN KOTA, CAFE)

SEGMENT 3 ROADBIKE

-----Bridging Music//Ambience-----

• **Scene 1 - Opening//intro**

- o Suara deru angin, sekitaran jalanan kota bandung, ambience traffic dan kecepatan
- o Memasukkan bumper in nama atlet, posisi dari close up

(LATAR TEMPAT JALANAN KOTA BANDUNG ARAH LEMBANG, SETIABUDDHI)

• **Scene 2 - memulai aktivitas atlet atau pesepeda**

- o Menceritakan aktivitas dan kesibukan yang terjadi saat ini.

• **Scene 3 - Bicycle vs everybody**

- o Scene yang berfokus kepada keresahan para cyclist kini di Indonesia, dari banyak aspek seperti social dan keberadaan sepeda yang semakin banyak diantara transportasi lain di jalanan Indonesia

• **Scene 4 - campaign share the road**

- o Memasukan beberapa cuplikan video cyclist yang viral di Indonesia (kebiasaan buruk cyclist baru), ambience kota dan jalanan yang crowded sebagai simbol visualisasi
- o Dilanjut dengan edukasi serta cara bersepeda yang baik menurut para cyclist diluar sana.

Gambar 3. Storyline (isi)

Wawancara Untuk Narasi (*Voice Over*)

PEMBUATAN NARASI VIDEO DOKUMENTER "BETWEEN IN MAJORITY"
BY "PEDALINGSVCKS"

BERIKUT QUESTIONING INI DITUJUKAN UNTUK MENGUNGKAP SESUATU,
DAN MEMEROLEH DATA YANG INGIN DISAMPAIKAN DARI
TALENT/NARASUMBER KEPADA AUDIENCE.

(UNIVERSAL QUESTIONARY)

1. KENAPA ANDA BERSEPEDA? DAN MENGAPA SEPEDA YANG ANDA PILIH SEBAGAI ALAT TRANSPORTASI, ATAU BAHKAN LEBIH DARI ITU?
2. PERKENALKAN DIRI ANDA, DAN APA KESIBUKAN YANG SEKARANG SEDANG DI LAKUKAN?
3. SUDUT PANDANG ANDA TENTANG KOTA TEMPAT TINGGAL ANDA, DAN KAITANNYA DENGAN BERSEPEDA DI KOTA TERSEBUT
4. APA YANG ANDA RASAKAN KETIKA ANDA SEDANG BERKENDARA MENGGUNAKAN SEPEDA?
5. SEPEDAHAN TERJAUH YANG PERNAH ANDA COBA? DAN KEMANA?
6. SEJAK KAPAN SUDAH MULAI BERSEPEDA DAN KONSISTEN UNTUK BERSEPEDA?
7. APA HARAPAN ANDA UNTUK SKENA BERSEPEDA INI KEDEPANNYA?

MASING-MASING TALENT DI BERI PERTANYAAN DIATAS SEHINGGA DAPAT
DIPEROLEH DATA SEKALIGUS PENGISI VOICE OVER PADA DOKUMENTER.

(COMMUTERS QUESTIONARY)

1. ALASAN ANDA MEMILIH SEPEDA COMMUTER DARI PADA SEPEDA LAIN ITU KENAPA?
2. SETIAP HARINYA, SERING BEPERGIAN KEMANA MENGGUNAKAN SEPEDA?
3. ALASAN KENAPA TIDAK MEMILIH MOTOR ATAU MOBIL UNTUK BEPERGIAN DALAM KOTA?

(BIKE MESSENGERS QUESTIONARY)

1. MENGAPA ANDA MEMUTUSKAN UNTUK MENJADI BIKE MESSENGER?
2. APA RESPON DARI PARA CUSTOMERS KETIKA BARANGNYA DIANTAR KAN OLEH KURIR SEPEDA?
3. CERITAKAN APA YANG ANDA RASAKAN KETIKA AWAL ANDA MENCOBA PROFESI INI?

(ROADCYCLING QUESTIONARY)

1. KERESAHAN BERSEPEDA DI MASA KINI DENGAN BANYAKNYA HUJATAN YANG VIRAL DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PESEPEDA. MENURUT ANDA FENOMENA INI BAGAIMANA?
2. MENURUT ANDA TENTANG CAMPAIGN SHARE THE ROAD PADA PESEPEDA?

Gambar 4. Storyline (isi)

SHOTLIST

SHOTLIST

Judul Dokumenter : BETWEEN THE MAJORITY
Durasi : 7-9 Menit
Berikut merupakan Shotlist yang diperlukan Ketika akan mengambil gambar.

NO.	SCENE/SHOT	WAKTU	NARASI/GAMBAR	TEMPAT
1.	(COMMUTER) Scene 1 : Opening, Teaser	PAGL CAHAYA MEMADAI 9AM	- Closeup crank - Wide shot susana pagi - Wide shot jalanan - Close up mata / Bar	- Jalan, - Tempat kerja, - Studio
2.	Scene 2 : Aktivitas pesepeda	PAGL CAHAYA CUKUP 9.30 AM	- Rolling Shot - Wide - Rolling Shot - Close Up - Rolling Shot Mid - Detail Close Up	- Jalan, - Parkiran - tempat talent - jalan sekitaran cibapit.
3.	Scene 3 : Bersepeda Menurut Commuter	PAGL 9.30 AM	- Wide shot Still - Pass by Shot - Ambience Shot - IN & OUT Shot (Gang)	- Jalan, - Gang sempit, - depan rumah warga, - Sekitaran Gang
4.	Scene 4 : Bandang Dari sudut Pandang Commuter	Menjelang Siang 10 AM	- Close up rolling Shot - Close Up Sepeda - Footage Bandang Kota - Footage Crowdednya bandang.	- Kota Bandang - Pasar Baru - Jalan Protokol

Gambar 5. Shotlist

Perancangan Video Dokumenter "Urban Cycling Culture" Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Memilih Sepeda Sebagai Alat Transportasi

1.	(BIKE MESSENGER) Scene 1 : Opening, Transisi, Intro	PAGI MENYELANG SIANG 9.30AM	<ul style="list-style-type: none"> - Closeup Jalan - Wide shot suasana Jalan Sekitar - Wide shot Ambience Kecepatan - Close up muka / Baur - Bumper Nama dan Profesi 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan. - Tempat kerja. - Studio/Workshop
2.	Scene 2 : Aktivitas Bike Messenger	MEJELANG SIANG 9.30 - 10.00AM	<ul style="list-style-type: none"> - Wide Shot Workshop - Still Shot barang sekitar Workshop - Shot Kegiatan Keseharian - Detail Close Up Muka, Barang, dan brand tempat kerja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan. - Parkiran - Workshop - jalan Astana Anyar - Jalan depan Workshop
3.	Scene 3 : Pengantaran Paket Menuju Customer (POV)	SIANG 11 AM	<ul style="list-style-type: none"> - Wide shot Still - Pass by Shot - Ambience Shot - IN & OUT Shot Jalan 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan. - Gang sempit, - depan rumah warga. - Sekitaran Gang
4.	Scene 4 : Bersepeda dari sudut pandang bike messenger	SIANG 10-11.30 AM	<ul style="list-style-type: none"> - Close up rolling Shot - Close Up Sepeda - Footage suasana kota di siang hari - Footage sudut pandang bandang di siang hari 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan Hussein - Rel kereta api - Kota bandang - Jalan di siang hari

1.	(ATLET ROADBIKE) Scene 1 : Opening, Transisi, Intro	PAGI 7AM	<ul style="list-style-type: none"> - Closeup Jalan - Wide shot suasana Jalan Sekitar - Wide shot Ambience Kecepatan - Close up muka / Baur - Bumper Nama dan Profesi 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan - Lembang - Ambience Lembang di pagi hari
2.	Scene 2 : Aktivitas Roadies	PAGI 7 AM	<ul style="list-style-type: none"> - Wide Shot Traffic disekitar - Still Shot saat berangkat - Shot Kegiatan Keseharian - Detail Close Up Muka, Sepeda, dan jalan 	<ul style="list-style-type: none"> - MQ Bike - Jalan sesubudhi - Lembang
3.	Scene 3 : Bicycle VS Everybody	PAGI 7.30	<ul style="list-style-type: none"> - Wide shot Still - Pass by Shot - Ambience Shot - IN & OUT Shot Jalan 	<ul style="list-style-type: none"> - Lembang - Seyuli - Kota lembang - Cafe Kaki Bukit
4.	Scene 4 : Campaign Share The Road	PAGI 9 AM - Selesai	<ul style="list-style-type: none"> - Close up rolling Shot - Close Up Sepeda - Footage suasana kota Lembang - Footage sudut pandang scenery lembang 	<ul style="list-style-type: none"> - Jalan buseta - Rel kereta api - Kota bandang - Jalan di siang hari

Gambar 6. Shotlist

3.5 Hasil Karya

Video Dokumenter

Video dokumenter sebagai media utama untuk menyampaikan informasi tentang skena urban cycling, terbagi menjadi 3 part yang menjelaskan tentang kehidupan secara langsung dari para pelaku (*Commuter, Bike Messenger, Roadbike Atlet*). Sehingga diharapkan para target audience dapat lebih mengenal dan tertarik akan gaya hidup *urban cycling*.

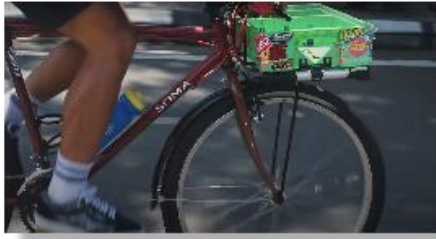


Gambar 7. Kumpulan Screen Shot Video Dokumenter



Gambar 8. Kumpulan Screen Shot Video Dokumenter

Perancangan Video Dokumenter "Urban Cycling Culture" Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Memilih Sepeda Sebagai Alat Transportasi



Gambar 9. Kumpulan Screen Shot Video Dokumenter

Zine

Media cetak zine diperlukan sebagai pendukung, untuk melengkapi informasi seputar skena *urban cycling*, dan di buat per-seri dengan konten yang memuat jurnal visual dan tulisan seputar bersepeda di kota.



Gambar 10. Hasil Zine



Gambar 11. Hasil Zine

Poster Digital, Feeds Instagram

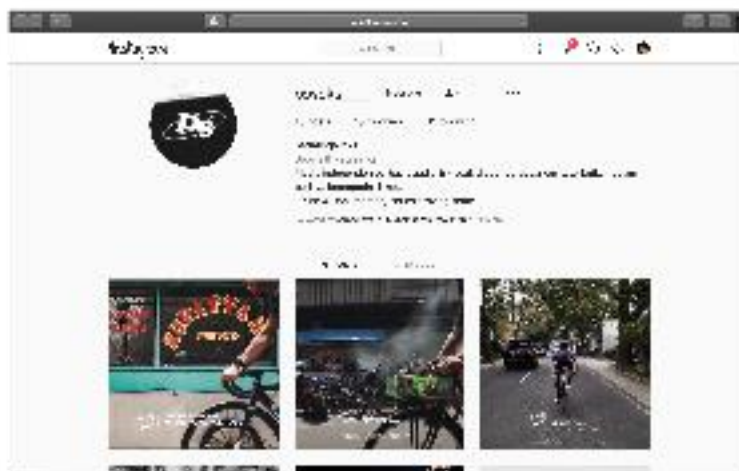
Poster digital dan feeds akun Instagram digunakan untuk memperluas jangkauan target penonton, yang didistribusikan secara digital



Gambar 12. Beberapa Poster Digital



Gambar 13. Feeds Instagram



Gambar 14. Feeds Instagram

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dibuatnya perancangan video dokumenter mengenai *Urban Cycling* ini diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan untuk memulai Kembali bersepeda, terutama sebagai alat transportasi, dan diharapkan juga bersepeda bisa menjadi budaya baru bagi masyarakat Indonesia, serta "*urban cycling*" juga dapat diterima baik oleh masyarakat dan selalu berkembang dari masa ke masa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur atas nikmat yang Tuhan (Allah SWT) telah berikan, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dan baik. Lalu tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya, yang selalu memberi semangat setiap harinya, lalu teman teman seperjuangan yang tak henti untuk saling memberi semangat satu sama lain, dan memberi info dikala kesusahan. Terakhir ucapan terimakasih juga dikhususkan kepada dosen pembimbing, yang tak henti-henti memberi wejangan, dan arahan disetiap bimbingannya sehingga saya bisa mencapai titik ini sekarang.

DAFTAR RUJUKAN

- Emanuel, M. (2018). Making a Bicycle City. *Infrastructure and Cycling In Copenhagen since 1880*.
- Sidjabat, S. (2016, September). *Sepeda sebagai Alat Transportasi Ramah Lingkungan, III(1)*.
- Koning Martin, P. K. (2014, January 1). *Are Bicycle Good For Paris?*
- Huda Perkasa, S. (2015). Perancangan Film Dokumenter . *Kawasan Purbakala Gunung Penanggungan*.
- Budiman, H. G. (2014, Februari 18). Perkembangan Zine Di Bandung. *Media Informasi Musik Bawah Tanah*.
- Prasetyo, A. (2011). *Buku Putih Produksi Film Pendek, Bikin Film Itu Gampang* (Vol. I). (N. Yektiningsih, Ed.) Tegal, Jawa Tengah, Indonesia: Bengkel Sinema.
- Colville-Andersen, M. (2018). *Copenhagenize The Definitive Guide to global Bicycle Urbanism*. Copenhagenize, Frederiksberg, Germany: Island Press.
- Routledge. (2018). *Bicycle Urbanism reimagining Bicycle Friendly Cities*. (R. Berney, Ed.) NYC, United States Of America: Routledge.
- The Balance Point. (n.d.). *Zine In Libraries: A culture Preserved*. (E. Duranceau, Ed.) Massachusetts: Institute Of technology Cambridge.
- Haine, C. (2011). *The Urban Biking Book* (I ed., Vol. I). New York City, USA: Quayside Publishing Group.
- Furia, E. (2012). The Big Book Of Bicycling. In *The Big Book Of Bicycling* (pp. 347-352). Rodale.
- Blue Lug Japan. (2020). *bluelug.com/blog*. Retrieved january 8, 2021, from bluelug.com: <https://bluelug.com/blog/global/tokyo-urban-ride/>
- Effendy, H. (2009). *Mari Membuat Film*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Erlangga.
- Dewojati, R. K. (2012, Agustus 2). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan*.