

# PERANCANGAN VIDEO PROFILE UNTUK PROGRAM LATIHAN BOXING DI FITNESS PLUS INDONESIA DI BALI

Putu Sujana <sup>1</sup>, I Gusti Ngurah Wirawan <sup>2</sup>, dan I Gede Agus Indram Bayu Artha <sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar,  
Jalan Nusa Indah Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : Putusujana01@gmail.com

## Abstrak

Video Profile merupakan media yang sering digunakan untuk mempromosikan bidang baik itu perusahaan, produk, dan jasa yang akan berguna bagi masyarakat dalam mencari informasi karena efektif dalam penggunaannya. Media ini sangat penting untuk dikenal dan berkembangnya sebuah perusahaan termasuk Fitness Plus Indonesia. Salah satu perusahaan kebugaran terbesar di Bali. permasalahan yang dimiliki perusahaan ini adalah belum memiliki video profile sebagai sarana mengenalkan program latihan boxing yang dimilikinya secara lebih mendalam. Sehingga pengusulan perancangan video profile boxing ini akhirnya dilakukan guna memecah permasalahan yang ada. Perancangan video profile ini melalui proses riset dan diskusi kepada pihak-pihak yang terkait, lalu melakukan perancangan materi, mencari beberapa referensi, perancangan *storyboard*, *shooting video* hingga akhirnya masuk ketahap *editing* yang harus tetap mengikuti *brand guideline* dari Fitness Plus Indonesia dan tahap *approval* dari pihak Fitness Plus Indonesia. Melalui perancangan video profile boxing ini diharapkan dapat menjadi media komunikasi visual yang menarik dan efektif untuk berpromosi sehingga Fitness Plus Indonesia dapat memperluas jangkauan layanan kebugarannya, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program-program latihan yang ditawarkan dan memudahkan pemilihan program Latihan yg dibutuhkan

Kata kunci : *Media Komunikasi Visual, Video Profile, Boxing, Fitness Plus Indonesia*

## Abstact

Video Profile is a media that is often used to promote the field of both companies, products, and services that will be useful for the public in finding information because it is effective in its use, this media is very important to be known and develop a company including Fitness Plus Indonesia. One of the largest fitness companies in Bali. the problem that this company has is that it does not have a video profile as a means of introducing its boxing training program in more depth. So that the proposal for the design of the boxing profile video was finally carried out to solve the existing problems. The design of this video profile is through a process of research and discussion with related parties, then designing the material, looking for several references, designing storyboards, shooting videos until finally entering the editing stage which must still follow the brand guideline from Fitness Plus Indonesia and the approval stage from Fitness Plus Indonesia. Through the design of this boxing profile video, it is expected to be an attractive and effective visual communication medium for promotion so that Fitness Plus Indonesia can expand the range of fitness services, increase public awareness about the exercise programs offered and facilitate the selection of exercise programs needed

Keywords : *Visual Communication Media, Profile Video, Boxing, Fitness Plus Indonesia*

## **PENDAHULUAN**

Promosi merupakan hal yang utama bagi sebuah perusahaan untuk lebih dikenal dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan dilakukannya promosi maka sebuah perusahaan pastinya memerlukan media promosi yang menarik dan efektif untuk dilakukan. Media komunikasi visual dapat digunakan sebagai sarana yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan pesan pada halayak ramai. Salah satu perusahaan yang telah melakukan promosi menggunakan media komunikasi visual adalah Fitness Plus Indonesia yang gencar melakukan promosi dengan feed Instagram, flyer, konten sosmed, voucher, baliho dan lain sebagainya

Fitness Plus Indonesia adalah salah satu perusahaan kebugaran terbesar di Bali dengan teknologi dan layanan yang sangat mumpuni di bidangnya dengan para personal trainer yang profesional. Seiring dengan pertumbuhan permintaan, Fitness Plus Indonesia berkembang menjadi 11 cabang. Fitness Plus Cangu, Jimbaran, Batubulan, Ubud, Satria, Gatsu, Marlboro, Sanur, Uluwatu, lalu di pulau jawa Fitness Plus Dinoyo, dan Fitness Plus Intermark BSD Jakarta dengan seluruh pelatihan kebugaran berstandar Internasional. Selain program Latihan gym Fitness Plus juga memiliki Program Latihan LessMils dan Boxing. Perusahaan ini berkembang pesat dibarengi dengan media promosinya yang sangat beragam dan gencar di media sosial.

Video Profile merupakan media yang sering digunakan untuk mempromosikan bidang baik

itu perusahaan, produk, dan jasa yang akan berguna bagi masyarakat dalam mencari informasi karena efektif dalam penggunaannya. (S. Jarwati, dkk. 2013: 236) pada video profile ini akan disajikan para pelatih boxing yang profesional dalam melatih dan keahliannya dalam boxing lalu T-shirt yang akan menjadi promosi berjalan karena akan digunakan oleh pelatih maupun pelanggan yang tertarik dengan desain dari T-shirt tersebut dan didukung dengan poster sebagai daya Tarik Ketika pelanggan memasuki area Fitness Plus

Selain hal tersebut alasan pemilihan perancangan Media promosi Berupa video profile,t-shirt,dan poster ini juga karena Program Latihan Boxing belum memiliki media tersebut untuk memperkenalkan manfaat dari programnya, dan juga adanya ketertarikan untuk mengkolaborasikan budaya bali dengan olahraga Boxing. Dari seluruh permasalahan tersebut maka timbulah ketertarikan untuk mengangkat proposal Berjudul ”Perancangan Video Profile Untuk Program Latihan Boxing di Fitness Plus Indonesia di bali”

## **METODE**

Dalam perancangan video profile untuk program latihan boxing di Fitness Plus Indonesia di bali, Proyek ini difokuskan untuk menghasilkan video profile yang sesuai untuk digunakan oleh brand Fitness Plus Indonesia Untuk menciptakan hasil yang maksimal, perancangan proyek harus dilengkapi oleh data

yang akan digunakan selama proses perancangan, Data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara (Nur Indrianto dan Bambang Supono, 2013: 142). Adapun metode yang digunakan, yaitu :

#### **a. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Nurdin dan Hartati, 2019: 173). Teknik ini dilakukan dengan pengamatan langsung ke seluruh cabang dari Fitness Plus Indonesia yang ada di Bali dan kantor Holding Fitness Plus Indonesia yang beralamat di Jalan Patih Jelantik Komplek Pertokoan Central Park, Kuta, Kecamatan Kuta, Badung untuk melihat bagaimana system kerja dan suasana Kantor Holding Fitness Plus Indonesia

#### **b. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan sekaligus pihak yang memerlukan data dan terwawancara yang memberikan jawaban atas

pertanyaan itu (Moleong, 2005: 186). Maksud dari digunakannya metode ini adalah untuk memperoleh keterangan atau data yang diperlukan untuk tujuan penelitian. Data yang akan digali melalui wawancara ini berkaitan dengan pendapat atau pernyataan dari sumber data. Sesuai dengan pengertian tersebut, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur, dimana dalam pengambilan data wawancara dilakukan dengan sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan untuk menggali informasi yang bertujuan untuk mendapatkan data tersebut. Wawancara dilakukan dengan para club manager dari tiap cabang dan juga bapak Danzel dari pihak mitra sebagai narasumber sesuai dengan informasi yang ingin digali.

### **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku- buku, serta dokumen (Sugiyono, 2012: 141). Adapun metodenya, yaitu :

#### **a. Studi Kepustakaan**

Studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian (Martono, 2011: 97). Studi pustaka dapat dilakukan dengan cara mencari informasi yang terdapat dalam artikel, tulisan, media promosi, dan buku-buku pada yang ada di Head Office Fitness Plus Indonesia

## b. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada. Metode ini digunakan dengan cara mendokumentasikan dalam bentuk foto program latihan di cabang Fitness Plus Indonesia

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fitness Plus Indonesia

Fitness Plus Indonesia adalah salah satu perusahaan kebugaran terbesar di Bali dengan teknologi dan layanan yang sangat mumpuni di bidangnya dengan para personal trainer yang Profesional. Didirikan pada tahun 2018 oleh Dith Setyawan, seorang atlet Nasional, *Gym Creator*, *Mega Gym Mastermind*, dan juara binaraga berkali-kali. Memiliki pengalaman lebih dari 15 tahun di bidangnya. Kecintaannya pada gym membuatnya mampu mengembangkan Fitness Plus Indonesia dan memperluas jaringan distribusinya. Seiring dengan pertumbuhan permintaan, Fitness Plus Indonesia berkembang menjadi 11 cabang. Fitness Plus Canggu, Jimbaran, Batubulan, Ubud, Satria, Gatsu, Marlboro, Sanur,

Uluwatu dan yg terbaru di pulau jawa Fitness Plus Dinoyo dan Intermark BSD dengan seluruh pelatihan kebugaran berstandar Internasional.

### Video Profile

Video Profile merupakan media yang sering digunakan untuk mempromosikan bidang baik itu perusahaan, produk, dan jasa yang akan berguna bagi masyarakat dalam mencari informasi karena efektif dalam penggunaannya. (S. Jarwati, dkk. 2013: 236)

### Analisis Data

Hasil analisis data adalah analisis data yang sudah didapatkan oleh pengumpul data dengan tujuan untuk mengidentifikasi konten, fungsi, pelaku kegiatan dan tampilan yang ada pada perancangan video profile boxing Adapun hasil analisis data yang didapatkan yaitu :

#### 1. Analisis Konten

Analisis konten dilakukan untuk mengetahui isi yang akan dimuat dalam video profile untuk program latihan boxing di Fitness Plus Indonesia. Adapun gambaran program latihan yang ada adalah pemanasan, *samsack drill*, *battle rope*, *shadow boxing*, dan *boxing combo*

#### 2. Analisis Fungsi

Analisis fungsi dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis *engagement* dari video profile yang dibuat. Fungsi terbagi menjadi fungsi utama dan fungsi penunjang. Fungsi utama dari media katalog program Latihan di Fitness Plus Indonesia adalah untuk media promosi dari

program Latihan yang tersedia di Fitness Plus Indonesia, sedangkan fungsi penunjangnya adalah sebagai media komunikasi bagi pelanggan untuk memilih program Latihan yang cocok untuk dipilih

### 3. Analisis Tampilan

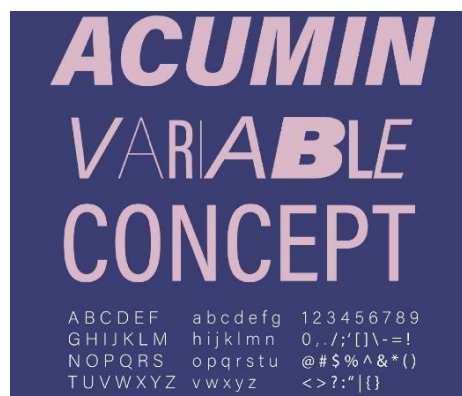
Analisis tampilan dilakukan dengan cara melakukan review video dan materi program Latihan boxing yang ada di Fitness Plus Indonesia. Adapun data yang didapat adalah berupa tampilan dari video profile tersebut. Kenyamanan penonton, dan estetika dari *angle* pengambilan video

### Konsep Perancangan

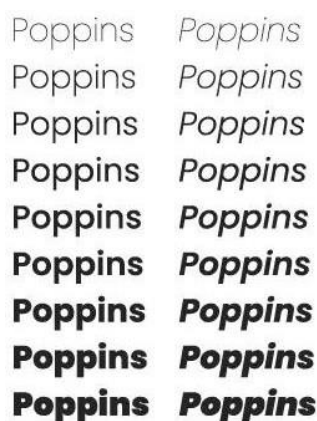
Selama perancangan Video Profile Program latihan Boxing di Fitness Plus Indonesia, Dasar yang digunakan seagai acuan tetap mengacu kepada ilmu desain komunikasi visual untuk menghasilkan video yang sesuai dengan tujuan dari video profile boxing. Sebelum menentukan kriteria untuk konsep, terlebih dahulu melakukan wawancara dengan pihak mitra dan melakukan studi komparasi dengan video profile lain. Adapun konsep perancangan yang akan digunakan untuk perancangan video profile adalah sebagai berikut:

#### a. Tipografi

Untuk perancangan katalog program Latihan ini Font utama yang di gunakan adalah font sans serif yaitu Accumin. Headline menggunakan font sans serif Accumin dan untuk sub headline menggunakan Font sans serif poppins



**Gambar 1.** Font Accumin variable concept  
(Sumber : Dokumen Pribadi)



**Gambar 2.** Font Poppins  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

#### b. Ukuran

Ukuran yang digunakan untuk resolusi dari video profile boxing ini adalah 1920 x 1080 px atau *Full HD*

### PROSES PERANCANGAN

Adapun proses perancangan media promosi berupa video profile untuk program Latihan boxing di Fitness Plus Indonesia dengan beberapa tahapan dan memperhatikan beberapa detail seperti :

a. Menyiapkan Materi

Pada tahap pertama perancangan ini penulis melakukan riset dengan cara berkunjung ke setiap cabang dan wawancara dengan *club manager* untuk mengetahui Latihan apa saja pada program Latihan boxing serta pengetahuan tentang program tersebut

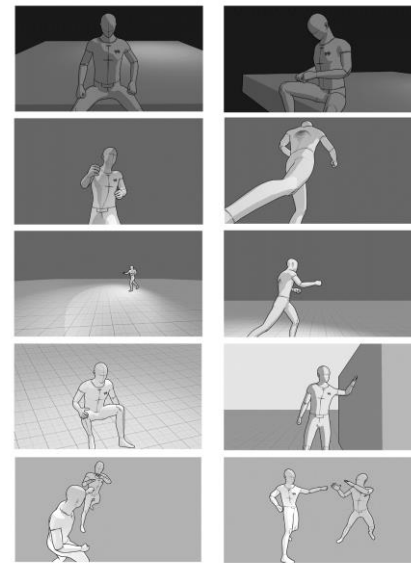
b. Mencari referensi

Tahap kedua yang penulis lakukan adalah proses mencari referensi yang di gunakan untuk menambah ide atau referensi dalam merancang video profile yang akan di buat. Pencarian referensi dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Youtube, Instagram dan juga Tiktok* yang di dalamnya terdapat berbagai macam video yang dapat di jadikan sebagai referensi untuk mengeksekusi video profile yang akan di buat.

c. Merancang *Storyboard*

Pada tahap ketiga sebelum melakukan rekaman video ada baiknya merancang *storyboard* terlebih dahulu untuk memudahkan dalam mengarahkan *talent* dan mempersingkat waktu rekaman video. Menurut Halas, John dan Roger Manvell dalam Munir (2012:102), *Storyboard* merupakan rangkaian gambar manual yang dibuat secara keseluruhan, sehingga menggambarkan suatu cerita

Berikut rancangan storyboard yang akan digunakan sebagai video profile :



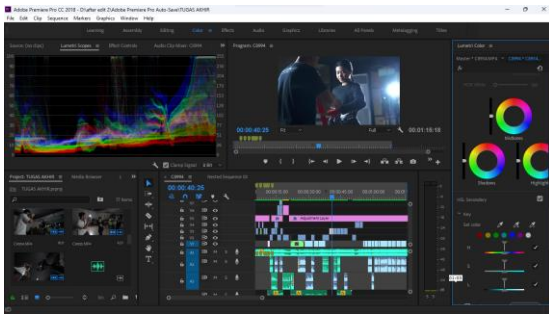
**Gambar 3.** Storyboard  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana

d. *Shooting* atau Merekam Video

Pada tahap shooting, apa yang sudah tergambar pada storyboard di realisasikan menjadi sebuah video. Pada tahap ini seluruh angle, pencahayaan, dan juga durasi video di tentukan agar mendapatkan hasil video yang maksimal dan sesuai konsep

e. *Editing*

Tahap *editing* merupakan tahap dimana seluruh hasil rekaman video akan dijahit atau disambung agar menjadi satu kesatuan utuh sebuah video profile. Pada tahap ini pula semua bahan pendukung video dimasukan seperti, teks, lagu, *sound effect, overlay*, dan juga pewarnaan video atau *color grading*



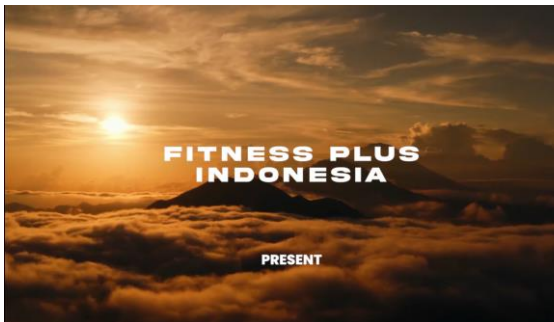
**Gambar 4.** Tahap *editing*  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana



**Gambar 7.** Scene opening 3  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana

## Hasil Akhir

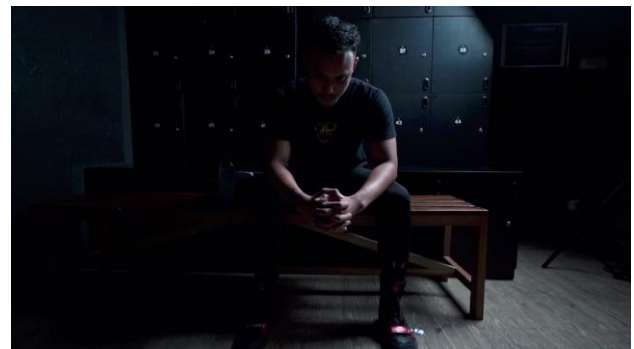
Berikut merupakan beberapa scene hasil akhir dari video profile untuk program Latihan boxing di Fitness Plus Indonesia di Bali :



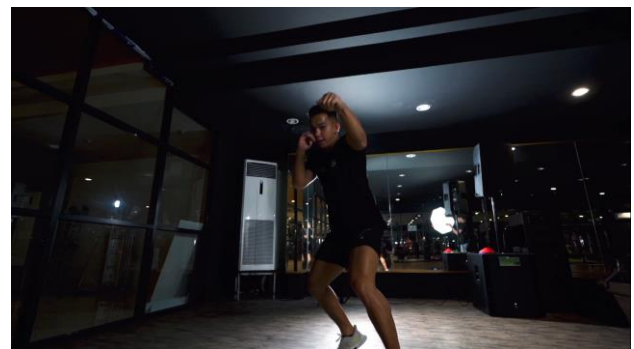
**Gambar 5.** Scene Opening  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana



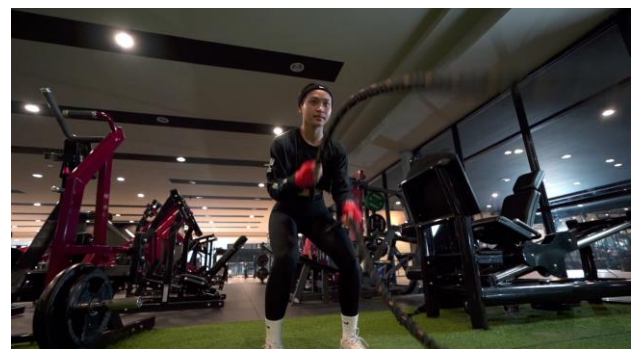
**Gambar 6.** Scene opening 2  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana



**Gambar 8.** Scene *pre boxing*  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana



**Gambar 9.** Scene *Shadow boxing*  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana



**Gambar 10.** Scene pemanasan  
Sumber : Dokumentasi Putu Sujana



**Gambar 11.** Scene combo

Sumber : Dokumentasi Putu Sujana

Diatas adalah hasil desain final dari video profile untuk program latihan boxing di Fitness Plus Indonesia. Dari segi visual sangat mendukung konsep maskulin dengan kolaborasi *culture* bali. Hasil video profile boxing ini juga sudah merepresentasikan *image* dari *brand* Fitness Plus Indonesia itu sendiri yaitu maskulin dan premium.

## KESIMPULAN

Dari uraian diatas setelah dilakukan beberapa proses seperti observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumenasi pada magang/praktik kerja MBKM di Fitness Plus Indonesia dapat ditemukan bahwa Fitness Plus Indonesia memiliki permasalahan yaitu belum memiliki media komunikasi visual yang efektif dan menarik untuk membahas lebih mendalam program latihan boxing yang dimilikinya.

Dimana dari permasalahan tersebut maka diangkatlah video profile boxing sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Pemilihan video profile sebagai solusi yang tepat karena video profile berisi informasi tentang suatu produk, jasa, atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk mengenalkan produk maupun jasanya. Perancangan video profile boxing ini juga melalui proses perancangan yang cukup panjang dari proses riset dan

diskusi kepada pihak-pihak yang terkait,lalu melakukan perancangan materi, mencari beberapa referensi, perancangan *storyboard*, *shooting video* hingga akhirnya masuk ketahap *editing* yang harus tetap mengikuti *brand guideline* dari Fitness Plus Indonesia dan tahap *approval* dari pihak Fitness Plus Indonesia

Melalui perancangan video profile boxing ini diharapkan dapat menjadi media komunikasi visual yang menarik dan efektif untuk berpromosi sehingga Fitness Plus Indonesia dapat memperluas jangkauan promosi layanan kebugarannya.

## DAFTAR RUJUKAN

- W. Putra, Ricky. 2021. Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Briggs, Leslie, J., 1979. Instruksional Design: Prinsiples and Aplication. Educational. Technology Publicatios: Englewood Cliffs, N.J.
- Fathmi dan Adriati, 2004. Katalogisasi : Bahan Ajar Diklat Calon Pustakawan Tingkat Ahli. Jakarta : Perpustakaan Nasional RI.
- Cenadi, Christine Suharto.Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual. Jakarta : Makalah Jurusan Desain Komunikasi Visual. Universitas Kristen Petra. 1(1) : 1- 11.1999.
- Sujana, P., Artawan, C. A. ., & Sarjani, N. K. P. . (2023). Perancangan Katalog Program Latihan Di Fitness Plus Indonesia Di Bali. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(02), 233–244

