

PRODUKSI SHRIMP RIVER MAGZ SEBAGAI UPAYA PENGUATAN EKSISTENSI KOMUNITAS SKATEBOARDER DI YOGYAKARTA

Dweysa Wahabi Anas¹, Sumekar Tanjung²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia
sumekar.tanjung@uii.ac.id

ABSTRACT

This article aims to explain the production process of Shrimp River Magz in an effort to strengthen the existence of skateboarder community in Yogyakarta. The lack of media reviewing skateboarding in Indonesia has become one of the causes of skateboarding in Indonesia. The method of project creation is carried out through five stages: creative planning, technical planning and equipment, planning of supporting resources, budget planning, and implementation stage. The author also conducted an interview on the skateboarder community to fill the article rubric in the magazine. Based on the results of magazine production, the authors hope that the skateboarder community in Yogyakarta more exposed. The author can also deepen the ability to do design and editing in a magazine production.

Keywords: *community, independent, magazine, skateboard, skateboarder.*

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan menjelaskan proses produksi Shrimp River Magz dalam upaya menguatkan eksistensi komunitas *skateboarder* di Yogyakarta. Minimnya media yang mengulas olahraga *skateboard* di Indonesia menjadi salah satu penyebab *skateboard* kurang memasyarakat di Indonesia. Metode penciptaan projek ini dilaksanakan melalui lima tahap yakni perencanaan kreatif, perencanaan teknis dan peralatan, perencanaan sumber daya pendukung, perencanaan anggaran, dan tahap pelaksanaan. Penulis juga melakukan wawancara terhadap komunitas *skateboarder* untuk mengisi rubrik artikel dalam majalah. Berdasarkan hasil produksi majalah, penulis berharap agar komunitas *skateboarder* di Yogyakarta lebih terekspos. Penulis juga dapat memperdalam kemampuan dalam hal melakukan desain dan editing pada suatu produksi majalah.

Kata kunci: *independen, komunitas, majalah, skateboard, skateboarder..*

1.0 PENDAHULUAN

Yogyakarta merupakan salah satu kota dimana peminat olahraga ekstrem *skateboard* banyak diminati oleh hampir semua kalangan, mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. *Skateboard* bukanlah olahraga yang baru di Yogyakarta, karena *skateboard* itu sendiri di Indonesia telah ada di Yogyakarta sekitar tahun 1990, namun masyarakat

belum mengenal tentang *skateboard*. Ini disebabkan masyarakat menganggap olahraga *skateboard* sebagai “olahraga jalanan”.

Berdasarkan definisinya, *skateboard* adalah papan yang memiliki empat roda dan digunakan untuk aktivitas meluncur. Cara menggunakan papan ini dengan mendorong menggunakan satu kaki sementara kaki yang satunya berada di atas papan. Seiring berjalannya waktu, hanya

sebagian masyarakat yang mengenal *skateboard* sebagai olahraga atau kegiatan yang positif. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan *skateboard* di Yogyakarta [1].

Adapun penyebab majunya *skateboard* di Indonesia, terlebih di Yogyakarta yaitu apabila terdapatnya dukungan dan fasilitas dari pemerintah, karena *skateboard* di Yogyakarta saat ini secara jumlah mengalami peningkatan. Ini dapat dilihat dari pemain *skateboard* yang bertambah banyak, sedangkan secara kualitas masih sangat kurang [2]. Kota Yogyakarta memiliki lebih dari 10 komunitas *skateboarder*, hingga sekarang berkembang dan bertambah banyak. Lokasi berkumpulnya *skateboarder* ini terdapat di beberapa tempat seperti Mandala Krida, Balai Kota, UGM dan beberapa tempat lainnya. Anggota dari komunitas *skateboarder* rata-rata dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Mereka biasanya hanya menggunakan sisi jalan raya, atau lapangan kosong untuk bermain. Keterbatasan tersebut tidak membuat para komunitas *skateboarder* berhenti bermain. Adapun alat-alat atau arena untuk bermain skate yang mereka buat sendiri. *Skatepark* di Yogyakarta hanya terdapat di beberapa lokasi yang dibuat oleh pemerintah atau sponsor *skateshop*.



Gambar 1. Skatepark Deggung Sleman
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

Komunitas *skateboard* di Yogyakarta umumnya menamakan komunitasnya menggunakan nama dari lokasi dimana mereka bermain. Misalnya

“Balkot”, karena lokasi mereka bermain berada di depan kantor Balai Kota Yogyakarta, kemudian “Wates” karena lokasi bermain komunitas ini berada di alun-alun Wates Yogyakarta.

Di kalangan *skateboarder* pun memiliki perayaan internasional sendiri, yakni *Happy Skateboarding Day* yang dilaksanakan setiap 21 Juni. Hampir semua komunitas di Yogyakarta datang merayakan acara tersebut. Kegiatan yang biasanya dilakukan adalah berkeliling kota Yogyakarta dengan menggunakan *skateboard*. Adapun kegiatan lainnya seperti kompetisi *skateboard*, dan tentunya dengan aksi sosial yang berbeda di setiap tahunnya, dilakukan saat berkeliling kota Yogyakarta seperti membersihkan sampah di sepanjang Malioboro dan menyumbangkan makanan kepada pihak yang membutuhkan.

Meski demikian, penulis merasakan minimnya media yang menyoroti eksistensi komunitas *skateboard* di Yogyakarta. Inilah yang mendorong penulis untuk membuat karya berupa majalah *skateboard* independen dalam bentuk digital *offline* yang mengulas eksistensi komunitas *skateboard* di Yogyakarta. Dengan majalah versi digital, diharapkan para komunitas *skateboard* dan masyarakat dapat mengaksesnya secara mudah.

2.0 TINJAUAN TERHADAP PROJEK TERDAHULU

Projek mengenai *skateboard* pernah dilakukan sebelumnya oleh para *skateboarder* Yogyakarta pada tahun 2012 dengan judul “*Go Skateboarding Day*”. Acara yang biasa disebut sebagai GSD ini merupakan projek yang setiap tahunnya diadakan hampir di seluruh penjuru dunia dalam rangka memperingati hari *skateboarding* sedunia setiap tanggal 21 Juni. Projek GSD yang dilakukan dengan melakukan konvoi dari tugu Yogyakarta sampai ke kawasan nol kilometer lagi. Hasil dari diadakannya acara GSD mengenai “Memperingati Hari

Skateboarding” adalah hasil hipotesis yang menunjukkan bahwa umur, tingkat pendidikan dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap sikap pemerintah Yogyakarta. Hasil proyek ini antara lain dibangunnya lahan untuk para *skateboard* di daerah Deggung Alun-alun Sleman. Lahan tersebut difasilitasi oleh pemerintah setempat setelah tiga kali diadakannya acara GSD di Yogyakarta [3].



Gambar 2. Go *Skateboarding* Day 2014 Yogyakarta

Sumber: (<https://www.youtube.com/watch?v=D1w6rDVNx-Q>, akses 17 Juni 2016)

Proyek serupa juga pernah dilakukan oleh Wempi Adhari selaku pemilik *indie clothing* (distro) yang bernama Starcross pada 7 Desember 2014 dengan judul “Kompetisi *Skateboard* di Jogja City Mall”. Proyek yang dilakukan merupakan proyek dalam rangka memeriahkan HUT ke-10 distro Starcross tersebut. Kompetisi *Skateboard* yang dilakukan dimulai dari hiburan untuk para penonton dengan menampilkan beberapa band indie, hingga menggelar *big sale* hingga 70 persen pada distronya. Selain kompetisi *skateboard*, kompetisi lainnya adalah *surfing competition*, *design sketch graffiti* dan *design competition*. Hasil dari diadakannya proyek ini adalah memperoleh apresiasi dari para pelanggannya, selain itu posisi Starcross sebagai *clothing company* semakin terkemuka [4].



Gambar 2. Yogyakarta *Skateboarding* Competition 2016

Sumber:

(<https://www.youtube.com/watch?v=fbOeEYwMV9M>, akses 17 Juni 2016)

Berbeda dengan proyek sebelumnya, proyek berikut ini dibuat dalam bentuk film dokumenter oleh Zulhiczar Arie pada tahun 2011 dengan judul “Gaya Visual *Skateboarding* Video pada Program Dokumenter *No Place Likes Home*”. Proyek ini merupakan proyek film dokumenter yang mengangkat mengenai komunitas *skateboard* di Indonesia. Dalam pencapaiannya, Zulhiczar menggunakan gaya visual *skateboarding* video sebagai kemasan karyanya. Hasil pengkajian proyek film dokumenter ini adalah terdapatnya enam *treatment* (*Handheld, Wide Lens/Fish Eye, Low Angle, Follow on Board, Dynamic compasision, Montage editing*) dimana teknik-teknik tersebut menjadi acuan terciptanya skate video [5].

Perbedaan proyek penulis dengan proyek yang telah dilakukan sebelumnya adalah proyek penulis ini lebih difokuskan bagaimana metode dalam meningkatkan eksistensi dari komunitas *skateboard*. Proyek ini menggunakan metode perancangan komunikasi dan membuat majalah berisikan komunitas *skateboard* di Yogyakarta, dalam bentuk *compact disc*.

3.0 TINJAUAN TERHADAP TEORI

Majalah modern muncul sebagai media karena berperan sebagai penghubung sistem pemasaran. Majalah mampu merangkum berbagai selera dan kepentingan secara luas, namun sebagian besar majalah berfokus pada khalayak

homogen tertentu atau kelompok-kelompok yang memiliki tujuan yang sama. Pada awalnya pendapatan dari majalah adalah penjualan majalah itu sendiri, dibantu dukungan uang dari perusahaan penerbit. Namun belakangan ini majalah mengandalkan pemasukannya dari iklan, dan hal ini berkaitan dengan perannya dalam sistem pemasaran. Saat ini majalah sering kali diterbitkan khusus untuk kelompok tertentu. Majalah dianggap mampu menciptakan pasar sendiri untuk satu produk, maka hubungan antara majalah dan khalayaknya juga sedikit berbeda. Hal ini dikarenakan isi majalah lebih mengarah pada kepentingan khalayak, oleh karena itu majalah hanya berfokus untuk melayani khalayak itu saja [6].

Majalah adalah liputan jurnalistik berisikan liputan yang dilakukan secara berkala, pandangan mengenai topik yang aktual patut diketahui oleh pembaca. Waktu penerbitan majalah bisa dibedakan dalam jangka waktu atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan dan sebagainya. Majalah dapat dibuat dalam pengkhususan pembuatan isinya seperti majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu, dan sebagainya. Menurut Dominick, klasifikasi majalah dibagi menjadi lima kategori utama, yaitu: (1) *general consumer magazine* (2) *business publication* (3) *literacy reviews and academic journal* (4) *newsletter* (5) *public relations magazines*. Majalah merupakan pengorganisasian yang paling simpel dalam media, lebih mudah dalam mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang cukup banyak. Pengelolaan majalah dapat dibuat oleh setiap individu atau kelompok masyarakat, di mana mereka dapat dengan leluasa dan berinovasi menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya [7].

Dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat dan juga adanya kemunculan internet dalam media, membuat majalah konvensional menjadi kurang diminati oleh khalayak. Hal ini

mendorong perubahan majalah konvensional menjadi majalah digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Perubahan majalah yang diubah menjadi bentuk digital ini diharapkan dapat membuat majalah tetap hidup dan mempertahankan pangsa pasar.

Dampak positif bagi khalayak dan penerbit dengan adanya majalah digital adalah karena bentuknya dapat memberikan fleksibilitas dan kapasitas distribusi yang melampaui kemampuan media kertas. Konten dalam majalah digital melebihi konten media berbasis kertas dengan memasukkan unsur video, suara dan tautan web, serta menciptakan produk digital yang kreatif dan interaktif. Proses penerbitan yang jauh lebih efektif membantu para penerbit dengan adanya majalah digital karena dari segi biaya akan lebih murah daripada mencetak, memberikan konten yang lebih hidup, dan biaya distribusi yang lebih rendah [8].

4.0 METODE PENCIPTAAN KERJA

4.1 Perencanaan Kreatif

Projek yang penulis lakukan merupakan langkah untuk meningkatkan eksistensi dari kelompok *skateboard* Yogyakarta. Antara lain agar eksistensi komunitas *skateboarder* di Yogyakarta lebih meningkat dan juga agar setiap individu dari komunitas *skateboard* dapat termotivasi, dengan dibuatnya majalah *skateboard* ini. Dimulai dengan mewawancarai dan foto ketua atau salah satu *skateboarder* dari komunitas *skateboarder* Yogyakarta. Dilanjutkan melakukan editing untuk pembuatan majalah *skateboard*. Selain itu, penuli melakukan kerjasama kepada perusahaan untuk membiayai pembuatan majalah. Penulis berharap, projek ini dapat meningkatkan eksistensi komunitas *skateboard* Yogyakarta.

4.2 Perencanaan Teknis dan Peralatan

Projek ini memerlukan beberapa keperluan peralatan seperti kamera DSLR,

alat perekam. Sedangkan untuk perencanaan teknis, mengatur waktu wawancara kepada sumber atau komunitas *skateboard*, mendokumentasikan setiap kegiatan, seperti wawancara dan foto dan kegiatan lainnya sebagai bukti nyata pembuatan proyek.

4.3 Perencanaan Sumber Daya Pendukung

Proyek ini didukung oleh banyak pihak. Pertama, teman-teman yang memiliki ketertarikan dalam bidang *skateboard*. Mereka bertugas membantu dalam editing dan foto. Kedua, pihak sponsor yang bertugas untuk membantu dalam pendanaan proyek. Ketiga, komunitas *skateboard* Yogyakarta membantu untuk meluangkan waktu dalam hal wawancara.

4.4 Perencanaan Anggaran dan Tahap Pelaksanaan

Adapun rancangan anggaran biaya yang akan dikeluarkan dalam produksi majalah *Shrimp River Magz* meliputi penyewaan kamera, konsumsi, kertas cover CD, sticker cover CD, dan CD. Tahap pelaksanaan proyek ini terbagi menjadi tiga macam. Pertama, tahap pra-proyek. Tahap ini merupakan tahapan penjajakan proyek di mana penulis menyusun rancangan-rancangan yang berhubungan dengan rumusan masalah. Kegiatan pra-proyek meliputi penyusunan rancangan proyek, memilih tempat dan lokasi yang akan dikunjungi dalam proyek, mengurus perizinan yang akan dijadikan sarana proyek, menentukan narasumber dari komunitas *skateboard* Yogyakarta, melakukan survey terhadap tempat penyewaan peralatan. Pada tahapan ini, penulis menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam proyek, yaitu rancangan proyek, pemilihan lokasi proyek, perizinan, menghubungi komunitas Yogyakarta, dan mencari tempat penyewaan peralatan guna mendukung lancarnya proyek.

Tahap kedua merupakan tahap inti yakni pengerjaan proyek. Kegiatan saat proyek meliputi empat hal. Setelah mendapat perizinan dari pihak-pihak yang terkait, penulis mulai melakukan proyek di lokasi yang telah ditentukan. Penulis melakukan wawancara langsung maupun tidak langsung. Penulis kemudian mengamati aktivitas komunitas *skateboard* dan lingkungan sekitar lokasi proyek. Setelah semua data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, maka dilakukan produksi majalah.

Tahap ketiga adalah pasca proyek, yakni menyelesaikan beberapa urusan di dalam pengerjaan *editing*. Penulis mengarsip seluruh dokumentasi yang diperoleh di lapangan, dan menyelesaikan hal lain yang berhubungan dengan pasca proyek ini.

Setelah tahap pra-proyek, proyek, dan pasca proyek selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah membuat dan menyusun laporan hasil proyek dengan mencantumkan seluruh kegiatan yang telah dilakukan di lokasi proyek dan bentuk tulisan, serta dokumentasi foto.

5.0 PEMBAHASAN KARYA

5.1 Menyusun Proposal Kerjasama

Untuk pembuatan majalah *Shrimp River* penulis harus membuat proposal kerjasama untuk membiayai produksi majalah. Penulis mengajak kerjasama dengan tiga toko yakni Demajors Jogja, Predator Skateshop dan Letravail Coffee Shop. Ketiganya memberikan fasilitas tempat untuk meletakkan majalah digital *Shrimp River*. Kemudian untuk *sponsorship* yakni Waves Clothing, Fleur.cmpny, Ordenado Pomade dan Basicleaner. Kendala dalam pembuatan proposal kerjasama, penulis sulit untuk mencari perusahaan yang mau diajak kerjasama dalam proses pembuatan majalah ini dikarenakan perusahaan melihat majalah yang masih baru sehingga sulit untuk menjual *brand* mereka.



Gambar 3. Owner Demajors Jogja
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

5.2 Membuat Desain Cover Majalah

Untuk membuat design cover majalah penulis harus menggunakan cara manual yaitu menggambar dikertas gambar, kemudian melakukan *scan* gambar dan melakukan editing melalui Photoshop dan CorelDRAW X7. Kendala penulis saat pengerjaan cover adalah sulitnya mencari judul majalah dan design yang sesuai dengan tema majalah. Karena di setiap cover majalah mencerminkan tema dari isi majalah tersebut.



Gambar 3. Cover Majalah *Shrimp River*
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

5.3 Melakukan Wawancara terhadap Komunitas Skateboard di Yogyakarta

Disini penulis mewawancarai beberapa komunitas skate di Yogyakarta seperti Skate Girls Yogyakarta, Skate ISI, Skate UGM, Skate UII, Skate Deggung, Skate Opein, Skate Jokteng, dan Skate Wates. Pada tahap ini penulis menanyakan tempat dan waktu mereka bermain agar majalah *Shrimp River* dapat menginformasikan kepada pembaca yang ingin ikut bergabung bermain dengan salah satu atau beberapa komunitas di Yogyakarta. Kendala yang dialami penulis pada saat akan mewawancarai adalah sulitnya mengatur jadwal bertemu sehingga beberapa komunitas diwawancarai melalui ponsel dan cuaca yang tidak mendukung atau hujan sehingga para komunitas *skateboard* tidak berani untuk bermain *skateboard* dan juga tidak pastinya jadwal para komunitas bermain di lokasi.

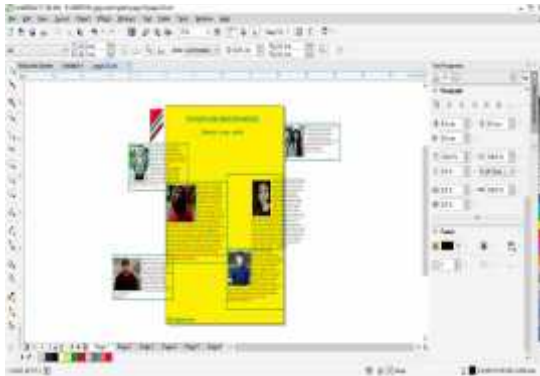


Gambar 4. Penulis bersama Narasumber
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

5.4 Mendesain Halaman Majalah

Disini penulis mendesain halaman menggunakan Aplikasi CorelDRAW X7 yang didalam majalah tersebut terdapat empat rubrik atau *running head*. Pertama, musik. Rubrik ini membahas aliran aliran musik yang sering didengar oleh kalangan anak muda salah satunya pemain skate. Kedua, lensa kamera. Rubrik ini menampilkan beberapa hasil karya fotografi yang ditampilkan di beberapa halaman di *Shrimp River Magz*. Ketiga, profil. Rubrik ini membahas mengenai

beberapa profil suatu perusahaan yang sudah bekerjasama dengan Shrimp River Magazine. Keempat, *feature*. Rubrik ini membahas mengenai profil suatu komunitas *skateboard* di Yogyakarta.



Gambar 2.23. Editing bagian Artikel
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

Ada beberapa iklan dan juga berbagai bahan tambahan lainnya seperti wawancara dengan khalayak dan info mengenai kompetisi *skateboard*. Dengan memasukan data-data seperti foto dan informasi-informasi yang sudah didapat oleh penulis. Kendala penulis adalah sulitnya mengumpulkan data-data yang ingin dimasukan dalam majalah, karena narasumber yang ingin ditemui sulit untuk dihubungi dan sulit untuk mengatur jadwal bertemu. Dan berikut adalah proses dalam pembuatan design majalah digital menggunakan CorelDRAW x7.

5.5 Desain Akhir

Pada tahap ini penulis membuat design menggunakan FlipBook Maker agar bentuk majalah lebih nyata terlihat seperti majalah sungguhan dengan memasukan design yang sudah dijadikan foto berbentuk JPG. Kendala penulis adalah dana untuk mencetak cover majalah digital karena akan dimasuki di beberapa toko, dan juga *softcopy* majalah akan dimasuki dalam CD kemudian cd dimasukan ke dalam cover yang sudah di design.



Gambar 6. Desain Akhir Keseluruhan dalam FLipBook Maker

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

5.6 Konsep Penyusunan

Penyusunan akan dilakukan secara bertahap, dari mulai foto-foto hasil bidikan sendiri, iklan, profil dari isi atau inti dari majalah, dan beberapa dokumen dokumen foto yang telah ada dan sesuai dengan tujuan perancangan majalah digital offline ini, hal ini dilakukan selama pengerjaan tugas akhir ini. Dengan memfokuskan pada tema utama majalah ini. Fokus penyusunan majalah ini terletak kepada foto, *design doodle* (gambar-gambar karakter monster).

Tabel 1. Urutan Penyusunan Halaman

| Hal | Rubrik/ tema |
|-------|--|
| Utama | Cover |
| 1 | Daftar Halaman |
| 2 | Rubrik/ lensa kamera |
| 3-5 | Rubrik/ musik |
| 6 | Iklan |
| 7 | Karya editing/ Foto-foto |
| 8 | Iklan |
| 9-11 | Rubrik/ Lensa kamera |
| 12-19 | Rubrik/ Profile |
| 20 | Posser dan <i>skateboarder</i> |
| 21 | Kompetisi <i>Skateboard</i> Yogyakarta |
| 22 | Iklan |
| 23-30 | Rubrik/ feature |
| 31 | Fashion art of skate |
| 32 | Sponsorship |
| Akhir | Back cover/ doodle art |

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2016)

5.6 Analisis SWOT

5.6.1 Strength

Kondisi kekuatan atau keunggulan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Shrimp River Magz merupakan majalah digital *offline* yang masih jarang ditemui khususnya di Yogyakarta. Adanya majalah digital *offline* ini juga membantu dalam mengurangi pemakaian kertas sehingga berkurangnya dampak *global warming*. Berdasarkan kontennya, majalah ini menonjolkan identitas dan keberadaan dari komunitas *skateboarder* Yogyakarta sehingga eksistensi komunitas *skateboarder* Yogyakarta lebih terekspos. Dari segi desain, Shrimp River Magz ini terlihat menarik karena di dalamnya menggabungkan konsep *doodle art* dengan tema skate *lifestyle* sehingga tidak terkesan monoton. Kemudian untuk mengkonsumsi majalah digital *online* ini, publik dapat mendapatkannya secara gratis.

5.6.2 Weakness

Kondisi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Kelemahan dari majalah ini yaitu harus menggunakan laptop untuk mengaksesnya dan produksi Shrimp River Magz masih terbatas karena hambatan biaya produksi dan kurangnya *sponsorship* dan hanya dapat dinikmati oleh kalangan yang mengerti akan teknologi sehingga dapat membatasi sasaran atau target pasar.

5.6.3 Opportunity

Kondisi dimana peluang atau kesempatan berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang yang berasal dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Peluang dari luar tersebut biasanya

diperoleh dari kompetitor, kebijakan pemerintah, maupun kondisi lingkungan sekitar. Shrimp River Magz ini memberikan peluang bagi komunitas *skateboarder* di Yogyakarta untuk lebih terekspose dan diakui keberadaannya. Shrimp River Magz dapat diperoleh secara gratis sehingga kalangan, bawah, menengah atas dapat memperoleh digital magazine ini dan juga dapat memberikan peluang besar bagi para pengusaha yang ingin mempromosikan produk, tempat dan segala bentuk bisnisnya melalui majalah digital ini sekaligus menjalin kerjasama dalam bentuk *sponsorship*.

5.6.4 Threat

Kondisi dimana adanya ancaman dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Adanya majalah digital sejenis yang memproduksi majalah secara besar-besaran dan berada dibawah naungan institusi media ternama. Adanya pesaing ini merupakan ancaman terbesar bagi Shrimp River Magz yang merupakan majalah digital yang diproduksi secara independen.

6.0 PROSPEK KARYA

6.1 Komunitas

Majalah ini dibuat agar skater atau di Yogyakarta termotivasi karena adanya media majalah yang meliput keberadaan para komunitas *skateboarder* di Yogyakarta. Selain itu, pihak sponsor dapat bekerja sama lagi untuk memproduksi majalah Shrimp River kedepannya. Kedepannya, dengan adanya majalah ini para skater bisa mendapatkan sponsor. Dengan meliput komunitas *skateboarder* Yogyakarta di majalah Shrimp River, masyarakat awam akan lebih mengenal bahwa di Yogyakarta terdapat komunitas *skateboarder* yang sudah berkembang dan banyak peminat.

Selain olahraga ekstrem *skateboard*, masih banyak olahraga ekstrem di Yogyakarta yang belum terekspos. Dengan adanya majalah ini penulis berharap

olahraga ekstrem lainnya dapat dimuat pada majalah ini atau dalam proyek majalah lain.

6.2 Masyarakat

Disini semua khalayak dapat menikmati majalah digital ini tanpa harus menggunakan internet dan juga cukup terjangkau untuk semua kalangan, karena penulis mendistribusikan majalah digital ini di tiga toko dengan gratis. Kemudian dengan adanya majalah ini masyarakat atau khalayak juga lebih tahu bahwa komunitas atau *skateboarder* di Yogyakarta berkembang cukup pesat.

6.3 Industri Media

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan media baru, adanya proyek majalah digital ini industri media lebih berpusat pada media baru seperti majalah digital yang dibuat oleh penulis. Majalah ini dibuat dengan bentuk digital yang dikemas di dalam CD atau *offline*. Sehingga lebih unik dan menarik, selain itu majalah ini dapat mengurangi penggunaan kertas yang bertujuan menggerakkan program *Go Green*. Maka dengan adanya pembuatan majalah digital ini industri percetakan dapat mengikuti perkembangan teknologi tanpa menghilangkan media cetak di dunia percetakan seperti majalah, koran dan sebagainya.

7.0 PENUTUP

Sudah hampir kurang lebih 26 tahun komunitas *skateboarder* di Yogyakarta berkembang yang awalnya hanya sebagai olahraga semata dan permainan individu kini sudah menjadi gaya hidup dan alat untuk mencari nafkah. Namun perkembangan ini tidak diikuti atau diketahui oleh khalayak awam. Khalayak hanya mengetahui bahwa komunitas *skateboarder* hanya sebatas identitas sebuah kelompok saja. Berdasarkan hasil proyek yang dilakukan oleh penulis terkait eksistensi terhadap komunitas *skateboarder* Yogyakarta melalui *Shrimp*

River Magz, secara umum komunitas *skateboarder* memiliki wadah untuk mengekspos identitas mereka. Dengan majalah inilah Komunitas *skateboarder* Yogyakarta dapat lebih terekspos oleh banyak khalayak dan sponsor. Dalam perancangan majalah digital *offline* ini penulis mendapatkan beberapa tantangan yaitu mendesain dari segi *design* majalah dengan tema *doodle*, fotografi dan *editing* majalah dalam bentuk digital. Yang dilakukan penulis untuk membuat *Shrimp River Magz* adalah melakukan observasi beberapa komunitas *skateboard* Yogyakarta dari yang tingkat eksistensinya tinggi hingga belum terekspos sama sekali dan penulis juga memperdalam mengenai desain majalah menggunakan aplikasi *editing* untuk pembuatan majalah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. A. Helniha. "Jogja Skatepark di Daerah Istimewa Yogyakarta." Undergraduate. Mini Thesis, Universitas Atmajaya Yogyakarta, Indonesia, 2010.
- [2] Z. Arie. "Jogjakarta Skatepark," <http://issuu.com/zoulordz/docs/skateparkjogja>, February 23, 2012 (Oktober 14, 2015).
- [3] T. A. Wibowo. "Serunya Go Skateboarding Day 2012 di Jogja," <http://m.news.viva.co.id/news/read/328386-serunya-go-skateboarding-day-2012-di-jogja/>, Juni 22, 2012 (Agustus 19, 2016).
- [4] "Starcross Gelar Kompetisi Skateboard di JCM," <http://www.radarjogja.co.id/blog/2014/12/05/starcross-gelar-kompetisi-skateboard-di-jcm/>, December 5, 2014 (Agustus 19, 2016).
- [5] B. A. Helniha. "Jogja Skatepark di Daerah Istimewa Yogyakarta." Undergraduate. Mini Thesis, Universitas Atmajaya Yogyakarta, Indonesia, 2010.
- [6] Z. Arie. "Gaya Visual Skateboarding Video pada Program Dokumenter No Place Likes Home." Undergraduate.

Mini Thesis, Universitas Padjadjaran,
Indonesia, 2011.

- [7] Haris Munandar & Dudy Priatna,
*Media Massa dan Masyarakat
Modern*. Jakarta: Kencana, 2003.
- [8] “Majalah Digital,”
[http://ariessoftware.org/produk/89-
majalah-digital.html](http://ariessoftware.org/produk/89-majalah-digital.html), (Agustus 19,
2016).