

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

IV.1.1 Pra Produksi

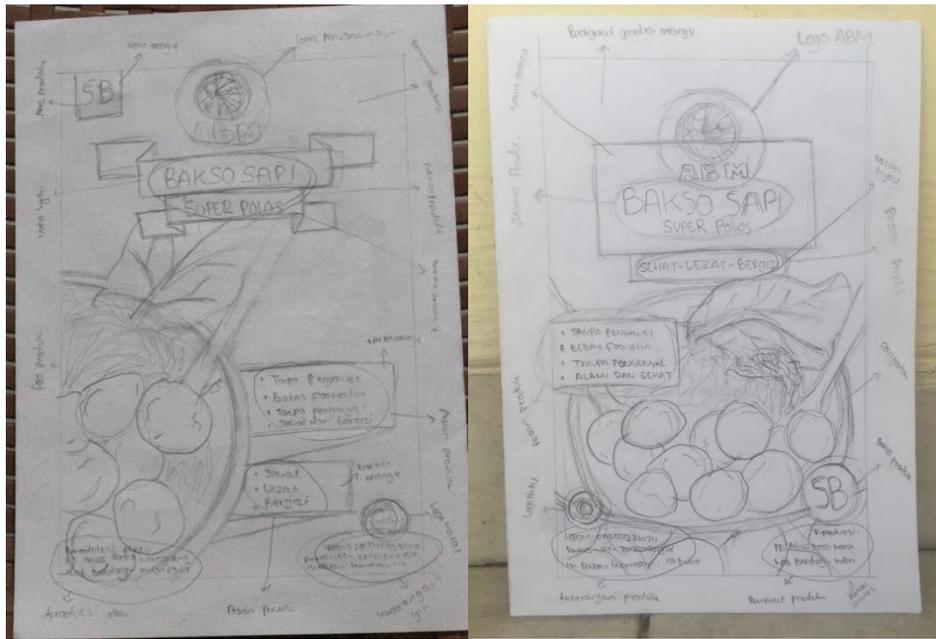
Media utama dalam perancangan promosi PD. Agus Baso Maruyung adalah media kemasan, dimana dalam tahap awal perancangan harus diawali dengan tahap pra produksi, yang pertama dalam tahap pra produksi harus mengawali dengan menganalisis profil perusahaan serta produk yang dimiliki, dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner didapat data bahwa kemasan produk ABM kurang menarik dibandingkan dengan produk pesaing.

Tahap selanjutnya untuk mengatasi permasalahan maka dibuat sebuah konsep untuk mengatasi permasalahan tersebut dimana dalam konsep tersebut mengutamakan produk yang dimiliki ABM serta peluang yang ada di wilayah pemasaran produk. Konsep yang diutamakan dalam perancangan ini adalah merancang sebuah kemasan produk ABM yang lebih menarik serta inovatif dan menunjukkan produk yang dimiliki oleh ABM.

Untuk tahap selanjutnya yaitu menganalisis elemen yang akan digunakan dalam perancangan pembuatan kemasan produk ABM, dimana meliputi tata letak, warna, dan jenis huruf agar sesuai dengan khalayak sasaran.

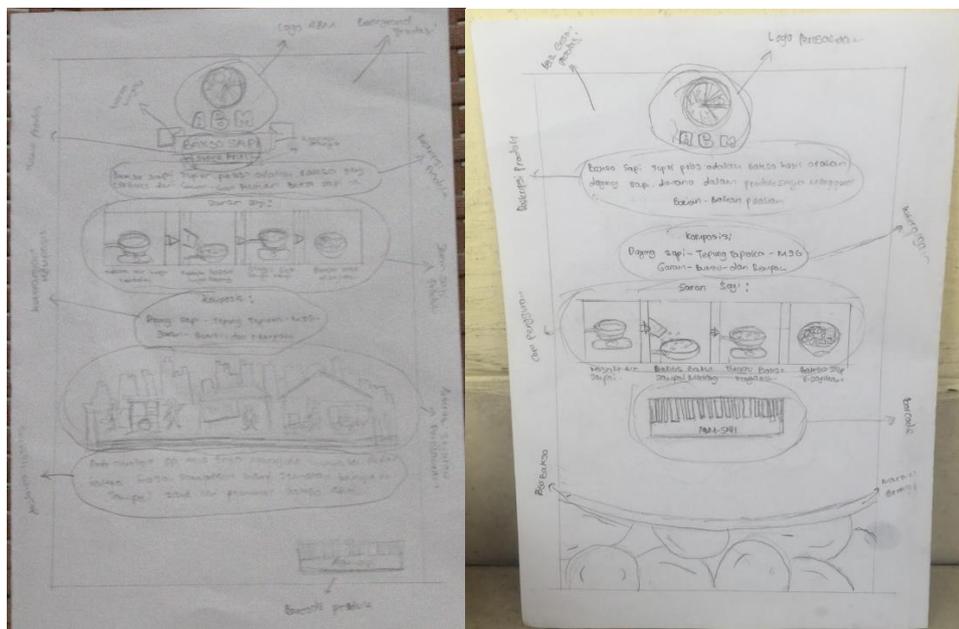
IV.1.2 Produksi

Setelah mendapatkan konsep maka masuk ke tahap produksi dengan di aplikasikan nya ke dalam sketsa gambar secara manual hal tersebut termasuk ketahap produksi, dimana bertujuan untuk memperkirakan, serta menimbang hal apa saja yang harus ada di dalam visual kemasan.



Gambar IV.1 Sketsa Asistensi Visual Depan
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

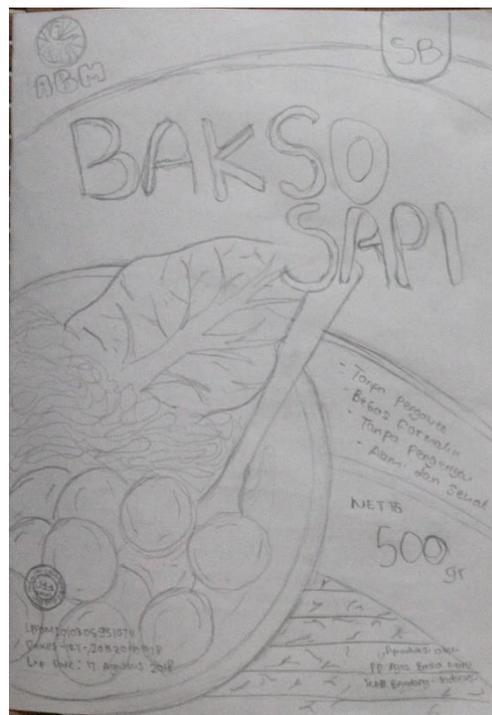
Gambar IV.1 merupakan proses produksi visual bagian depan yang dimana harus melewati proses asistensi sketsa yang merupakan tahap untuk merancang tampilan dari media utama yang akan dibuat agar sesuai dan dapat menjadi tampilan kemasan produk yang baru.



Gambar IV.2 Sketsa Asistensi Visual Belakang
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

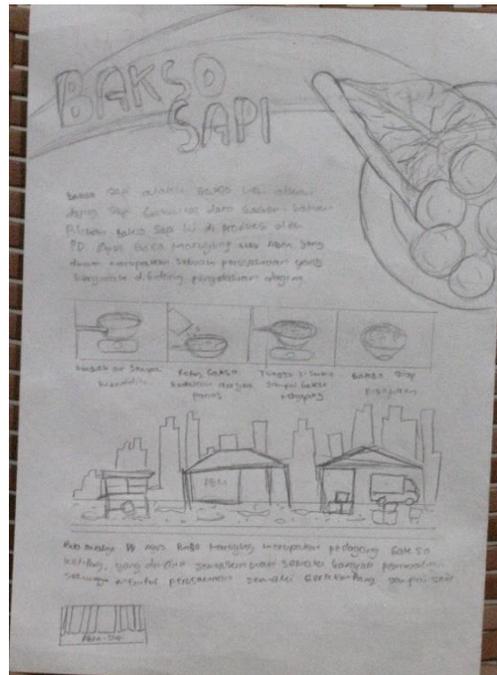
Gambar IV.2 merupakan proses produksi visual bagian belakang yang dimana sama halnya dengan bagian depan, visual bagian belakang ini harus melewati proses asistensi sketsa yang merupakan tahap untuk merancang tampilan, dimana bagian belakang kemasan terdapat informasi mengenai produk, sehingga konsumen dapat mengenali dan mengetahui mengenai tentang produk yang ABM jual.

Setelah melalui proses asistensi maka didapat visual kemasan yang baru, dimana dalam tampilan kemasannya menonjolkan produk yang dimiliki oleh ABM serta nama dari produk bakso yang ABM miliki. Karena produk yang ABM jual adalah bakso maka, visualisasi bakso pada kemasan ditampilkan secara besar, hal tersebut bertujuan agar konsumen mengetahui mengenai produk, serta nama produk yang di tampilkan secara besar bertujuan untuk memberi informasi kepada konsumen dimana nama produk merupakan identitas dari suatu produk.



Gambar IV.3 Sketsa Visual Kemasan Depan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.3 merupakan tahapan sketsa visual media utama bagian depan, dimana gambar tersebut merupakan perancangan visual yang akan dibuat dalam tampilan bagian depan kemasan produk ABM.



Gambar IV.4 Sketsa Visual Kemasan Belakang
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.4 merupakan tahapan perancangan visual bagian belakang, dimana gambar tersebut merupakan sketsa manual yang kemudian akan menjadi tampilan belakang kemasan produk ABM.

Setelah beberapa kali perancangan melalui tahap sketsa maka didapat visual kemasan PD. Agus Baso Maruyung yang baru. Dalam visualisasi kemasannya lebih dominan kepada produk yang ABM miliki serta nama produk yang merupakan identitas dari produk bakso yang ABM miliki, hal tersebut sesuai dengan analisis yang telah dilalui.

Untuk tahap selanjutnya antara lain digitalisasi visual kemasan menggunakan computer yang berbasiskan dasar dari sketsa, dimana hal tersebut disesuaikan dengan ranah yang akan dibuat serta tata letak yang sesuai.



Gambar IV.5 Foto Produk Bakso ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.5 merupakan hasil foto atau gambar dari produk bakso sapi yang ABM miliki, foto tersebut merupakan elemen penting dalam tampilan atau perancangan kemasan produk ABM, dimana sesuai dengan konsep perancangan, visual produk akan ditampilkan secara dominan pada bagian depan kemasan ABM.

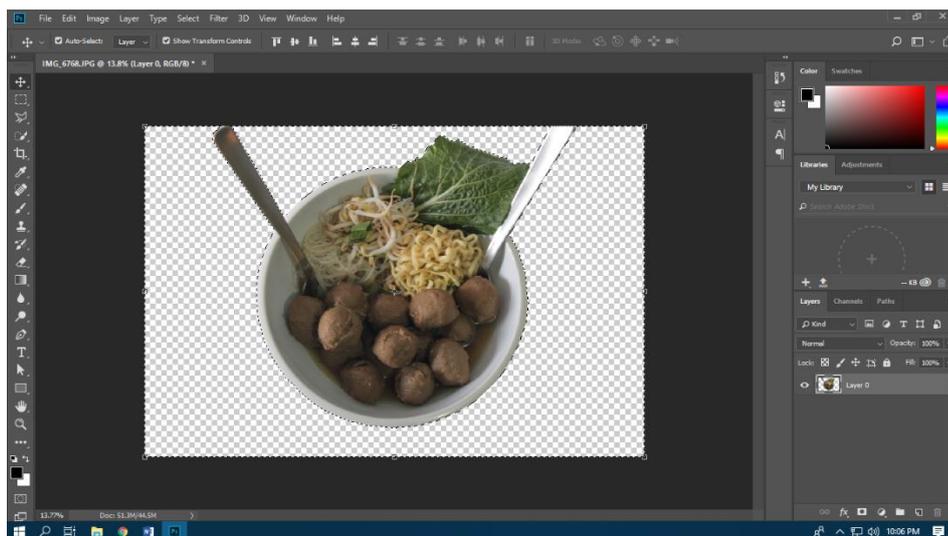
Dalam pengambilan gambar atau foto perancangan promosi produk ABM tersebut menggunakan alat yakni kamera, dimana kamera yang digunakan dalam proses pengambilan foto adalah Cannon 60D. Pemilihan kamera ini dikarenakan Cannon 60D sangat cocok untuk mengambil gambar di dalam ruangan, dengan sensor 22,3 x 14,9 mm (APSC) kamera ini dapat menangkap dengan jelas gambar yang akan di ambil karena tergolong kamera semi professional.



Gambar IV.6 Kamera 60D
Sumber: <https://gaptek28.files.wordpress.com/2012/06/canon-eos-60d.jpg>
(Diakses pada 11/07/2018)

Gambar IV.6 merupakan alat yang digunakan untuk mengambil foto bakso, yang dimana bakso tersebut merupakan elemen penting dalam kemasan produk ABM, karena dalam perancangan kemasan ABM foto produk akan ditampilkan secara dominan sesuai dengan perancangan yang akan dibuat.

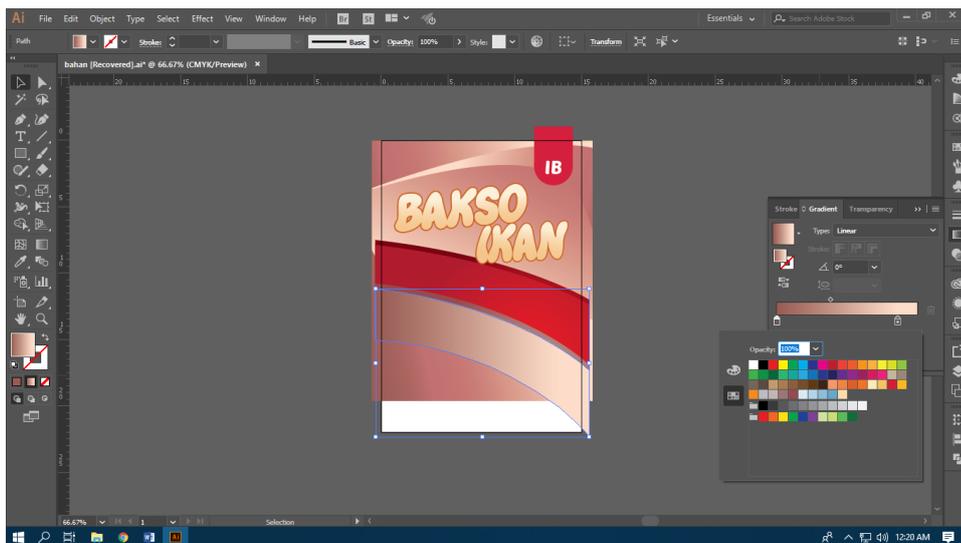
Setelah proses pengambilan foto produk yang dimana membutuhkan alat berupa kamera digital, untuk proses selanjutnya merupakan pengeditan foto yang akan digunakan untuk visual produk pada kemasan ABM. Perangkat lunak yang digunakan untuk proses *editing* foto adalah Adobe Photoshop CC 2018, dimana perangkat lunak ini memudahkan dalam proses *editing* karena terdapat alat untuk memanipulasi warna agar terlihat lebih terang, dan membuat foto lebih menarik, selain dari alat untuk memanipulasi warna perangkat lunak ini memiliki alat untuk memotong foto atau gambar agar sesuai dengan yang diharapkan.



Gambar IV.7 Proses Memotong Foto
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.7 merupakan gambar dari proses editing pemotongan foto yang akan digunakan dalam tampilan kemasan produk ABM dimana menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop CC 2018, sehingga dalam foto tersebut merupakan proses pengambilan elemen visual produk yang merupakan bagian penting dalam perancangan kemasan produk ABM yang dimana akan ditampilkan secara dominan sesuai dengan konsep perancangan yang berasal dari sketsa manual yang sebelumnya dibuat.

Setelah memilih dan memotong foto produk yang akan digunakan dalam tampilan kemasan, masuk ketahap selanjutnya yang dimana tahap ini merupakan penambahan elemen visual seperti *background*, nama produk, pemilihan warna, dan visual tambahan yang akan digunakan dalam tampilan kemasan produk ABM. Perangkat lunak yang digunakan antara lain Adobe Illustrator CC 2018, dimana perangkat lunak ini memiliki fitur atau alat membuat visual dengan format *vector* sehingga hasil cetak akan sesuai dengan tampilan digital.



Gambar IV.8 Proses Komputerisasi Adobe Illustrator CC 2018
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.8 merupakan proses komputerisasi dari sketsa manual yang telah dibuat, dimana dalam gambar tersebut merupakan proses untuk pemilihan warna serta membuat objek visual tambahan dan untuk perangkat lunak yang digunakan dalam tahap ini merupakan perangkat lunak Adobe Illustrator CC 2018.

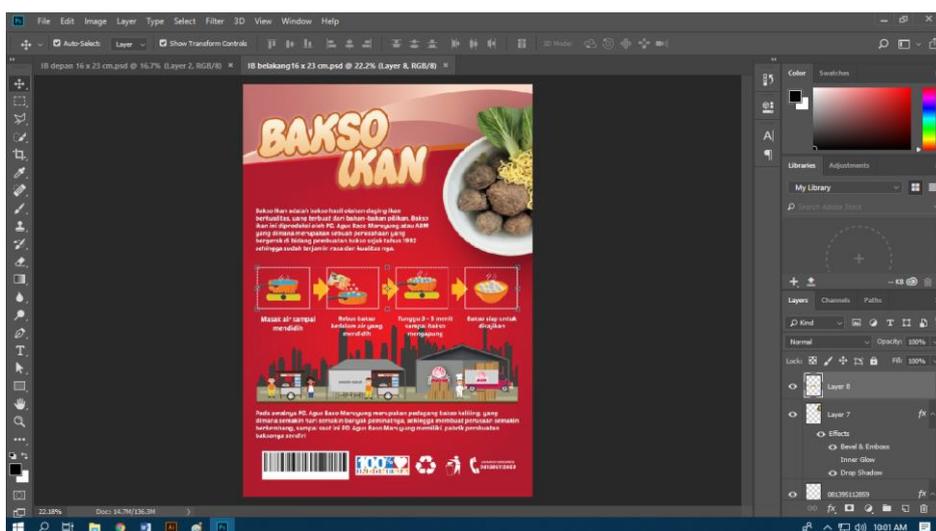
Setelah semua proses yang dilakukan untuk menentukan elemen visual apa saja yang akan digunakan, selanjutnya merupakan penggabungan seluruh elemen yang telah dibuat serta pemberian efek yang bertujuan agar objek terlihat lebih nyata dan untuk lebih menarik perhatian khalayak atau konsumen.



Gambar IV.9 Proses *Finising*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.9 merupakan gambar proses menggabungkan semua elemen yang telah dibuat, yang kemudian diberi efek agar terlihat lebih menarik. Dalam tahap ini tampilan kemasan bagian depan yang sudah mencapai tahap selesai dimana hal tersebut merupakan tampilan kemasan baru produk bakso ABM.

Untuk bagian belakang kemasan produk ABM, mengalami proses yang sama seperti bagian depan kemasan, dimana melalui tahap sketsa manual, pemotongan foto, pembuatan objek visual yang akan ada dalam kemasana, serta pemilihan warna yang akan digunakan.



Gambar IV.10 Proses *Finising* Bagian Belakang
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.10 merupakan proses editing perancangan kemasan produk ABM, dimana gambar tersebut merupakan bagian tampilan belakang kemasan produk yang terdiri dari gabungan elemen-elemen dalam proses sebelumnya.

Tampilan media kemasan yang merupakan media utama perancangan promosi PD. Agus Baso Maruyung terdapat visual produk serta nama produk yang ditampilkan secara besar atau dominan, dimana sesuai dengan tahapan perancangan yang telah dibuat sebelumnya yakni visual atau gambar yang besar berfungsi untuk menarik perhatian khalayak, karena visual atau gambar yang lebih besar akan menjadi pusat perhatian mata manusia ketika melihat sesuatu.

Penggunaan warna oranye dalam kemasan produk bakso sapi ingin menyampaikan pesan bahwa tampilan baru kemasan produk sapi merupakan perwakilan dari semangat perusahaan, dimana menurut Anggraini dan Nathalia (2014) warna oranye mewakili sosialisasi, semangat, dan keseimbangan. (h.38).

Untuk penggunaan warna *chili papper* yang termasuk pada golongan warna merah muda, dalam kemasan produk bakso ikan ingin menyampaikan pesan bahwa tampilan kemasan produk sapi ini mewakili produk yang memiliki tekstur yang lembut, hal tersebut diperkuat oleh Anggraini dan Nathalia (2014) warna merah muda mewakili kelembutan serta keseimbangan. (h. 38).

Teknik cetak yang digunakan dalam perancangan promosi PD. Agus Baso Maruyung akan menggunakan teknik cetak *offset*. Menurut Kusrianto (2007) teknik cetak *offset* merupakan proses teknik cetak dengan cara memindahkan tinta ke kertas yang akan digunakan, serta menggunakan jenis tinta yang berbahan dasar minyak yang kemudian dicampur dengan air. Teknik cetak offset banyak digunakan di dunia produksi, dimana dapat mencetak secara masal serta lebih murah. (h.131)

Berdasarkan definisi tersebut pemilihan teknik cetak offset sangat cocok dalam perancangan promosi ABM, dengan harga yang lebih murah, serta teknik cetak ini dapat memproduksi secara masal, maka teknik cetak offset sangat bermanfaat dalam perancangan ABM.

Dalam perancangan promosi PD. Agus Baso Maruyung terdapat 2 produk bakso yakni bakso ikan dan bakso sapi, dimana di setiap jenis baksonya terdapat 4 kode

bakso yang berbeda ukurannya yakni untuk bakso sapi terdapat kode SB, B, BB, dan GB, sedangkan bakso ikan IS, IB, BB, dan IT yang dimana di setiap kodenya memiliki ukuran yang berbeda.



Gambar IV.11 Produk Bakso Ikan IS
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.11 merupakan tampilan produk bakso ikan yang berkode IS, dimana kemasan produk IS memiliki ukuran 15 x 22 cm. Untuk isi kemasan IS memiliki berat produk 300 gram, hal tersebut karena kode bakso IS ini merupakan bakso ikan dengan ukuran yang paling kecil.



Gambar IV.12 Produk Bakso Sapi SB
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.12 merupakan tampilan produk bakso Sapi yang berkode SB, sama halnya dengan IS kemasan produk SB ini memiliki ukuran 15 x 22 cm, serta memiliki berat produk 300 gram, hal tersebut karena kode SB ini merupakan ukuran paling kecil di jenis bakso sapi.



Gambar IV.13 Produk Bakso Ikan IB
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.13 merupakan tampilan produk bakso ikan yang berkode IB, dimana produk IB ini memiliki ukuran kemasan 16 x 23 cm, dengan isi kemasan yang memiliki berat 400 gram, hal tersebut merupakan ukuran dan berat yang lebih banyak dibandingkan kemasan IS karena produk bakso yang berkode IB lebih besar dibandingkan produk IS.



Gambar IV.14 Produk Bakso Sapi B
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.14 merupakan tampilan produk bakso Sapi yang berkode B, sama halnya dengan IB kemasan produk B ini memiliki ukuran 16 x 23 cm, serta memiliki berat produk 400 gram, lebih besar dari kode SB, kode B ini memiliki ukuran bakso yang lebih besar dibandingkan kode SB.



Gambar IV.15 Produk Bakso Ikan BB
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.15 merupakan tampilan produk bakso ikan yang berkode BB, kemasan produk BB ini memiliki ukuran 17 x 24 cm dengan berat produk 500 gram. Lebih besar dari kemasan IB kemasan BB ini memiliki ukuran bakso yang lebih besar juga dibandingkan produk bakso yang berjenis IB.



Gambar IV.16 Produk Bakso Sapi BB
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.16 merupakan tampilan dari produk bakso Sapi yang berkode BB, kode BB yang ada di bakso sapi ini sama dengan bakso BB di bakso ikan dimana kemasan ini memiliki ukurang 17 x 24 cm, serta memiliki berat produk 500 gram, dengan ukuran dan berat produk yang lebih besar dari B, kode BB ini memiliki ukuran bakso yang lebih besar dibandingkan B.



Gambar IV.17 Produk Bakso Ikan IT
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.17 merupakan tampilan produk bakso ikan yang berkode IT, dimana produk IT ini memiliki ukuran kemasan 18 x 25 cm, dengan isi kemasan yang memiliki berat 600 gram, hal tersebut merupakan berat yang lebih banyak dibandingkan kemasan BB karena produk bakso yang berkode IT lebih besar dibandingkan produk IS.



Gambar IV.18 Produk Bakso Sapi GB
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/07/2018)

Gambar IV.18 merupakan tampilan produk bakso Sapi yang berkode GB, sama halnya dengan IT kemasan produk GB ini memiliki ukuran 18 x 25 cm, serta memiliki berat produk 600 gram, lebih berat dari kode BB karena kode GB ini memiliki ukuran bakso yang lebih besar dibandingkan kode BB.

Orientasi yang digunakan dalam tampilan media kemasan akan menggunakan orientasi *portrait* dalam tampilannya, format warna yang digunakan dalam perancangan media utama menggunakan format warna CMYK dengan resolusi 300 ppi. Material yang digunakan dalam media kemasan ini berbahan dasar aluminium foil, dimana material ini dapat melindungi produk dari sinar matahari langsung yang dapat merusak produk, serta aluminium foil ini memiliki keunggulan lebih higienis dibandingkan material lain, hal tersebut yang menjadikan alasan penggunaan aluminium foil sebagai material kemasan. Untuk teknik cetak yang digunakan dalam perancangan media kemasan akan menggunakan teknik cetak offset, dimana karna dapat diproduksi secara massal atau banyak, untuk biaya produksinya pun relative lebih murah.

BAB IV.2 Media Pendukung

1. Poster

Pemilihan media poster antara lain sebagai pemberitahuan bahwa ABM memiliki desain kemasan baru yang lebih inovatif dan informatif, serta informasi mengenai tempat dan waktu pendistribusian produk yang dimana didistribusikan pada event GoFood Festival, dalam media poster juga terdapat poster untuk menawarkan paket pembelian, dalam poster tersebut terdapat *merchandise* serta *gift* yang ABM tawarkan kepada khalayak sasaran. Media poster ini dibagi menjadi dua yakni poster cetak serta poster digital.

Untuk penempatan poster cetak ini akan di distribusikan pada daerah yang sering dilewati oleh khalayak sasaran seperti halte bus serta taman, hal tersebut bertujuan agar khalayak sasaran tertarik dan berminat untuk membeli produk ABM serta datang ke acara yang tersedia.

Untuk pendistribusian poster digital yang dimana berdasarkan *point of contact* dari *consumer journey* didapatkan bahwa khalayak sasaran yang dituju lebih sering menggunakan ponsel, maka pemilihan poster digital yang didistribusikan pada media sosial akan sesuai untuk menginformasikan kepada khalayak sasaran.



Gambar IV.19 Poster Cetak Informasi Event ABM
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.19 merupakan tampilan poster yang ABM gunakan untuk memberitahu khalayak mengenai kemasan baru yang dimiliki, dimana bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk datang ke acara yang telah ABM ikuti, serta agar konsumen yang melihatnya merasa penasaran dan mau datang ke tempat event tersebut berlangsung



Gambar IV.20 Poster Cetak Informasi Hadiah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.20 merupakan tampilan visual poster untuk menawarkan sebuah paket, dimana khalayak akan mendapatkan *merchandise* secara gratis serta *gift* dengan harga tertentu, hal tersebut bertujuan agar khalayak yang melihatnya tertarik dan mau datang ke cara yang ABM ikuti.

Poster cetak ini menggunakan format dengan orientasi *portrait* dalam tampilannya, di mana berukuran 29,7 x 42 cm atau ukuran kertas A3. Warna yang terdapat pada poster ini menggunakan format CMYK dengan resolusi 300 ppi. Material yang digunakan dalam media poster cetak ini antara lain menggunakan material kertas *art paper* 150 gram, di mana material ini memiliki hasil cetak yang lebih cerah, dapat digunakan di berbagai printer, serta kualitasnya dapat bertahan lebih lama, untuk teknik cetak yang akan digunakan antara lain adalah metode cetak *offset*, hal tersebut dikarenakan media poster ini akan diproduksi secara massal.



Gambar IV.21 Poster Digital Informasi *Event* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.21 merupakan tampilan poster digital yang digunakan untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang upaya yang ABM lakukan yakni membuat tampilan kemasan yang baru, serta informasi mengenai acara yang ABM ikuti. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat yang sering menggunakan media sosial melihat dan tertarik untuk datang ke tempat *event* berlangsung.



Gambar IV.22 Poster Gigital Informasi Hadiah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.22 merupakan tampilan dari poster digital yang menginformasikan mengenai tawaran paket pembelian yang di tujukan untuk menarik minat khalayak sasaran, sama halnya dengan poster digital informasi *event* sebelumnya poster digital ini terdapat paket yang ABM tawarkan kepada khalayak sasaran untuk mendapatkan *gift* yang ABM buat, diaman bertujuan agar khalayak sasaran mau datang dan membeli produk yang ABM miliki.

Poster digital ini berukuran 1080 x 1080 pixel, dimana menggunakan format warna RGB yang merupakan format warna yang sesuai untuk ditampilkan di layar ponsel atau computer. Poster digital ini menggunakan resolusi 300 ppi, serta untuk pendistribusiannya akan di distribusikan pada sosial media seperti Facebook, dan Instagram, dimana sosial media tersebut merupakan social media yang banyak penggunanya.

2. *X-banner*

Pemilihan media *X-banner* antara lain untuk menginformasikan mengenai adanya kemasan baru yang dimiliki oleh ABM, sesuai dengan fungsi dari *x-banner* itu sendiri yang merupakan perpaduan dari tulisan serta gambar yang terdapat

informasi didalamnya, hal tersebut yang menjadikan media *x-banner* ini di gunakan. Media *x-banner* ini akan berguna dimana dalam pendistribusiannya media ini akan berbarengan dengan stan yang akan dibuat, serta untuk menarik minat khalayak sasaran yang ABM targetkan jika datang ke *event* yang ABM ikuti.



Gambar IV.23 *X-banner* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.23 merupakan tampilan dari media *x-banner* dimana dalam tampilannya terdapat informasi mengenai upaya yang perusahaan lakukan, serta informasi mengenai keterangan kemasan yang merupakan media utama dalam perancangan promosi perusahaan ABM.

Untuk format yang digunakan pada media *x-banner* ini akan menggunakan orientasi *portrait* dalam tampilannya, dengan ukuran 60 x 160 cm. Untuk warna yang digunakan pada *x-banner* akan menggunakan format CMYK dengan resolusi 300 ppi, dimana *x-banner* ini akan di cetak dengan metode cetak *offset*. Untuk material yang digunakan pada *x-banner* yakni menggunakan materual *laster*, diaman material tersebut memiliki keunggulan dari segi tekstur permukaannya yang halus, sehingga gambar yang dihasilkan akan terlihat lebih bagus dan jelas.

3. Mini *X-banner*

Pemilihan media mini *X-banner* antara lain sama hal nya dengan *x-banner* ukuran besar yakni untuk menginformasikan mengenai adanya kemasan baru yang dimiliki oleh ABM, dimana mini *x-banner* ini memiliki fungsi yang sama dengan *x-banner* yang berukuran besar yakni untuk menyampaikan suatu informasi.



Gambar IV.24 Mini *X-banner* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambat IV.24 merupakan tampilan media mini *x-banner* yang dimana dalam tampilannya terdapat informasi mengenai media utama perancangan promosi ini yakni kemasan produk yang dimiliki oleh ABM.

Berbeda dengan x-banner, mini x-banner ini menggunakan format desain dengan ukuran 25 x 40 cm, dimana untuk orientasi akan menggunakan *portrait* dalam tampilannya. Penggunaan warna yang digunakan dalam mini *x-banner* ini akan menggunakan format CMYK dengan resolusi 300 ppi, dimana mini *x-banner* ini akan di cetak menggunakan metode cetak *offset*. Untuk pemilihan material media mini *x-banner* ini menggunakan material yang sama dengan *x-banner* ukuran besar yakni *laster*.

4. Flyer

Pemilihan media *flyer* ini sebagai media informasi, sama halnya dengan poster, media *flyer* ini terdapat informasi mengenai upaya yang dilakukan perusahaan ABM, serta *event* yang perusahaan ABM ikuti. Dengan penyebarannya yang mudah di distribusi di mana saja, media ini cocok sebagai media pemberi informasi mengenai upaya yang dilakukan perusahaan. Untuk pendistribusian media *flyer* ini akan di lakukan pada waktu sebulan sebelum pelaksanaan acara GoFood Festival dimulai, dimana bermaksud untuk menginformasikan dan menarik minat khalayak sasaran untuk mau hadir dalam *event* yang terdapat di dalam flyer.



Gambar IV.25 Flyer ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.24 merupakan tampilan dari *flyer*, dimana dalam tampilannya terdapat informasi mengenai upaya yang dilakukan oleh ABM, serta informasi mengenai *event* yang dipilih perusahaan untuk mendistribusikan tampilan baru kemasan produk ABM.

Format yang digunakan dalam media *flyer* ini akan menggunakan orientasi *portrait* dalam tampilannya, untuk ukuran yang digunakan antara lain 14,8 x 21 cm, dengan format warna CMYK. Resolusi yang terdapat pada format desain *flyer* ini yakni 300 ppi, dan di cetak menggunakan teknik cetak *offset*. Sama halnya poster untuk material yang digunakan dalam memproduksi *flyer* antara lain menggunakan kertas art paper 150.

5. *Shelf Talker*

Alasan menggunakan media *shelf talker* dalam perancangan promosi ABM antara lain untuk menyampaikan informasi mengenai produk, tidak hanya itu *shelf talker* juga dapat berperan sebagai media yang digunakan untuk menarik perhatian khalayak sasaran dimana *shelf talker* ini diletakan di tiang-tiang stan agar terlihat lebih menarik.



Gambar IV.26 *Shelf Talker* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.26 adalah tampilan dari *shelf talker* yang digunakan dalam perancangan ABM, dimana terdapat informasi mengenai produk di tampilannya serta sebagai media yang menarik perhatian khalayak sasaran ketika datang ke stand yang ABM miliki.

Format yang digunakan untuk media *shelf talker* antara lain akan menggunakan orientasi *portrait* dengan ukuran 21 x 42 cm. dalam tampilannya *shelf talker* ini menggunakan format warna CMYK dengan resolusi 300 ppi, dimana *shelf talker* akan dicetak menggunakan teknik cetak *offset*. Untuk material yang digunakan dalam memproduksi media *shelf talker* ini antara lain menggunakan media yang sama seperti poster dan *flyer* yakni *art paper*, tetapi *art paper* yang digunakan untuk *shelf talker* akan menggunakan *art paper* 300 gram dimana *art paper* 300 gram memiliki ketebalan yang lebih dibandingkan *art paper* 150 gram yang digunakan poster dan *flyer*.

6. *Flag Chain*

Flag chain merupakan media yang digunakan dalam perancangan promosi ABM dimana *flag chain* bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai upaya yang dilakukan oleh perusahaan serta *flag chain* juga berfungsi untuk memperindah stan yang akan dibuat, dimana stan yang dihiasi dengan berbagai macam media akan terlihat penuh dan ramai sehingga akan menjadi pusat perhatian, tidak hanya itu penggunaan media ini juga bermaksud agar khalayak sasaran mau datang ke stan yang tersedia karena suasananya yang ramai dan menimbulkan ketertarikan.



Gambar IV.27 *Flag Chain* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.27 adalah tampilan dari media *flag chain*, dimana terdapat tagline yang merupakan kalimat yang menjadi upaya yang dilakukan oleh perusahaan PD. Agus Baso Maruyung.

Format yang digunakan untuk media *flag chain* ini akan menggunakan orientasi *portrait* dengan ukuran 14,8 x 21 cm, dimana untuk tampilan warna yang digunakan dalam *flag chain* ini akan menggunakan format warna CMYK dengan resolusi 300 ppi. Dalam memproduksi media ini akan menggunakan teknik cetak *offset*, hal tersebut di karena media ini akan diproduksi secara masal, untuk material yang digunakan dalam pembuatan *flag chain* ini akan menggunakan material kertas yang sama dengan *flyer* dan poster yakni *art paper* 150 gram.

7. Booth Pameran / Stan

Booth pameran atau stan merupakan media yang dipilih karena berdasarkan fungsinya yakni sebagai tempai atau lokasi pada suatu *event* yang dimana booth pameran ini merupakan wilayah yang digunakan perusahaan untuk mendistribusikan produk pada *event* yang perusahaan ABM ikuti yakni event GoFood Festival.



Gambar IV.28 Tampilan *Booth* Pameran ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.28 merupakan tampilan yang terdapat dari visual booth pameran. Dalam tampilannya terdapat logo perusahaan serta kemasan produk yang baru dimana kemasan tersebut merupakan media utama dalam perancangan promosi ABM ini.

Format yang digunakan dalam tampilan *booth* pameran ini antara lain akan menggunakan material yang sama dengan material yang *x-banner* gunakan yakni *luster*, dimana untuk ukuran dalam pembuatannya akan menggunakan ukuran 122 x 78 cm untuk bagian depan tampilan *booth* pameran, untuk bagian samping memiliki ukuran 60 x 78 cm, serta untuk bagian atas *booth* pameran memiliki ukuran 122 x 41 cm. Untuk warna yang digunakan dalam pembuatan tampilan *booth* pameran ini akan menggunakan format warna CMYK dengan resolusi 300 ppi, dimana akan dicetak menggunakan teknik cetak *offset*.

Berbeda dengan *x-banner*, *mini x-banner* ini menggunakan format desain dengan ukuran 25 x 40 cm, dimana untuk orientasi akan menggunakan *portrait* dalam tampilannya. Penggunaan warna yang digunakan dalam *mini x-banner* ini akan menggunakan format CMYK dengan resolusi 300 ppi, dimana *mini x-banner* ini akan di cetak menggunakan metode cetak *offset*. Untuk pemilihan material media *mini x-banner* ini menggunakan material yang sama dengan *x-banner* ukuran besar yakni *laster*.

8. Kaos

Pemilihan media kaos merupakan untuk mempromosikan produk ABM, dimana kaos ini merupakan kebutuhan primer manusia. Media kaos ini dibagi menjadi dua yakni kaso *mercahandise* dan kaos uniform. Dalam pendistribusian kaos, konsumen harus membeli produk beserta paket yang di tawarkan, maka dalam paket tersebut terdapat kaos yang diharapkan digunakan oleh konsumen, dan secara tidak langsung menimbulkan promosi karena dalam kaos tersebut terdapat logo perusahaan. sedangkan kaos uniform akan distribusikan atau digunakan pada saat event berlangsung, dimana perbedaan dari media kaos gift, kaos uniform ini menggunakan kaos berwarna merah.



Gambar IV.29 Kaos *Mercahndise* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambat IV.29 merupakan tampilan *mercahndise* yang berupa kaos, dimana untuk mendapat kan baju tersebut konsumen harus membayar nominal yang telah di tentukan, maka konsumen akan mendapat kaos beserta *merchandise* lain.



Gambar IV.30 Kaos Uniform ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.30 merupakan tampilan dari kaos uniform, dimana pendistribusian media ini akan digunakan oleh pegawai pada saat *event* GoFood Festival berlangsung.

Untuk material yang digunakan kaso ini antara lain berbahan material cotton combad 30s, dimana material tersebut merupakan material yang banyak digunakan untuk membuat kaos. Ukuran yang digunakan di Indonesia diwakili dengan kode S, M, L, XL, dalam perancangan promosi ABM ini hanya menggunakan kode ukuran yakni M dan L dimana untuk M memiliki ukuran kaos 48 x 67 cm, dan L memiliki ukuran 50 x 69 cm. Untuk teknik cetak tampilan media akan menggunakan sablon polyflex, teknik ini memiliki keunggulan dari segi warna, dimana warna yang dihasilkan dengan sablon polyflex ini akan lebih cerah dibandingkan teknik print DTG, dimana dengan ukuran tampilan desain 29,7 x 42 cm (A3).

9. Mangkok

Mangkok merupakan salah satu alat makan, dimana digunakan untuk menyimpan makanan yang terdapat air. Pemilihan media mangkok ini sesuai dengan produk yang ABM jual yakni bakso, dimana untuk mengkonsumsi bakso maka akan terdapat kuah yang merupakan bagian dari masakan bakso itu sendiri, hal tersebut dirasa sesuai karena akan bermanfaat bagi konsumen dan secara tidak langsung jika digunakan konsumen akan teringat kepada perusahaan ABM.



Gambar IV.31 Mangkok ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.31 merupakan tampilan *merchandise* berupa mangkok, dimana sama halnya kaos, mangkok ini juga bisa didapatkan dengan cara konsumen harus membayar senilai nominal yang telah ditentukan.

Untuk material yang digunakan dalam media mangkok ini antara lain menggunakan material melamin yang dimana memiliki keunggulan yakni tidak mudah pecar serta dapat bertahan lebih lama. Ukuran tampilan desain antara lain 46 x 3 cm dengan menggunakan stiker yang melalui proses cetak transfer *paper*.

10. Talenan

Pemilihan media talenan bermaksud untuk dapat digunakan oleh konsumen serta dapat mengingatkan konsumen kepada perusahaan ABM, dimana talenan merupakan salah satu alat masak yang sering digunakan, sehingga. Untuk pendistribusian media talenan ini sama halnya dengan baju dan mangkok, konsumen harus membayar dengan jumlah nominal tertentu, maka konsumen akan mendapatkan media talenan ini.



Gambar IV.32 Talenan ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambat IV.32 merupakan tampilan *merchandise* yang berupa talenan, dimana untuk mendapat kan talenan tersebut maka sama halnya dengan mangkok dan baju, konsumen harus membayar dengan nominal tertentu.

Untuk material yang digunakan pada media talenan ini antara lain material kayu, dimana untuk ukuran tampilan desan antara lain 12 x 5,5 cm. untuk tekni cetaknya sama halnya dengan mangkok yakni dengan teknik transfer *paper*.

11. Mug

Mug merupakan alat membantu manusia untuk minum, dimana mug ini merupakan kebutuhan manusia. Pemilihan media mug bertujuan agar konsumen mau memakainya, serta konsumen akan mengingat kepada perusahaan karena pada mug ini terdapat logo perusahaan ABM.



Gambar IV.33 Mug ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambat IV.33 merupakan tampilan *merchandise* yang berupa mug, dimana untuk mendapatkan mug ini sama halnya baju dan mangkok, mug ini bisa didapatkan dengan cara konsumen harus membayar senilai nominal yang telah ditentukan.

Dalam pembuatan mug ini menggunakan material keramik yang dimana material tersebut banyak digunakan dalam pembuatan mug. Untuk ukuran tampilan desain pada mug ini atara lain memiliki ukuran 20 x 2.5 cm, dimana tampilan tersebut dicetak menggunakan teknik cetak yang sama seperti mangkok dan talenan yakni transfer *paper*.

12. Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan media promosi yang dapat mengingatkan konsumen kepada suatu perusahaan, dimana dalam gantungan kunci itu sendiri bermanfaat untuk kehidupan manusia. Dalam perancangan promosi ABM ini gantungan kunci merupakan salah satu *merchandise*.,



Gambar IV.34 Gantungan Kunci ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambat IV.34 merupakan tampilan *merchandise* yang berupa gantungan kunci, dimana untuk mendapatkan gantungan kunci ini harus khalayak sasaran hanya perlu datang dan membeli produk, maka khalayak sasaran akan mendapatkan media gantungan kunci ini.

Untuk material yang digunakan dalam media gantungan kunci ini antara lain material akrilik, dimana material ini memiliki keunggulan dapat bertahan lebih lama dibandingkan material lain. Untuk ukuran dari gantungan kunci ini ada dua yakni 5 x 4 cm dan 5 x 2 cm. dalam proses produksi media ini menggunakan teknik cetak cut ant heating, dimana tekni ini merupakan teknik yang digunakan untuk mengukir akrilik agar sesuai dengan apa yang diinginkan.

13. Tote Bag

Tote bag adalah media yang merupakan alat untuk mempermudah membawa sesuatu, dimana dalam perancangan promosi ABM bertujuan untuk digunakan oleh khalayak sasaran, sehingga perusahaan akan mendapatkan promosi secara gratis dari khalayak sasaran dimana dalam tampilan tote bag terdapat logo perusahaan ABM.



Gambar IV.35 *Tote Bag* ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.35 merupakan tampilan dari merchandise tote bag, dimana untuk mendapatkan media ini hanya perlu datang dan membeli produk, maka khalayak sasaran akan mendapatkan media ini secara gratis.

Untuk material yang digunakan dalam media tote bag ini antara lain menggunakan material blacu, dimana material ini banyak digunakan untuk membuat tote bag. Untuk ukuran tampilan desain yang terdapat pada media tote bag ini antara lain berukuran 21 x 14,8 cm, serta untuk teknik cetak yang digunakan dalam membuat tampilan desain pada media tote bag ini sama dengan teknik cetak yang digunakan untuk membuat kaos yakni teknik sablon polyflex.

14. Celemek

Celemek merupakan media yang digunakan oleh pegawai sebagai uniform atau seragam, dimana dalam pendistribusiannya celemek ini akan digunakan pada saat event yang perusahaan ABM ikuti berlangsung, dimana pemilihan media ini bertujuan untuk menarik perhatian dari khalayak sasaran serta media ini berfungsi untuk melindungi pakaian agar tetap bersih ketika memasan, media ini juga berfungsi untuk menyimpan alat tulis, hal tersebut untuk memudahkan pegawai mencatat pesanan khalayak sasaran.



Gambar IV.36 Celemek ABM
Sumber: Dokumentasi Pribadi (11/07/2018)

Gambar IV.36 merupakan tampilan dari celemek, dimana media ini digunakan sebagai uniform pegawai pada saat event GoFood Festival berlangsung.

Untuk material yang digunakan dalam celemek ini antara lain menggunakan material polyester dimana material tersebut tahan air, serta tidak mudah kusut, sehingga celemek yang digunakan akan terlihat selalu rapih. Untuk ukuran tampilan desain yang terdapat pada celemek ini antara lain memiliki ukuran 18,5 x 12,5 cm, dimana teknik cetak yang digunakan untuk membuat tampilan desain tersebut sama halnya dengan kaos dan tote bag yakni dengan teknik sablon polyflex.