

## **BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI**

Dalam tahap ini akan membahas mengenai teknis produksi perancangan media utama dan pendukung, media utama dari perancangan kampanye pentingnya komunikasi antara orangtua dan anak terhadap *speech delay* yakni berupa video *motion graphic*, dalam perancangan *motion graphic* ini maka dibutuhkan *Hardware* dan *Software* agar pelaksanaannya berjalan dengan lancar

### **IV.1.1 Perangkat Keras (Hardware)**

Menurut Kurniawan (2014) menjelaskan “*hardware* adalah perangkat computer yang terdiri dari susunan komponen-komponen elektronik berupa fisik (berupa benda)”. dalam pembuatan *motion graphic* ini menggunakan sebuah PC (*Personal Computer*) dengan spesifikasi yang digunakan yaitu:

*Processor* : Intel Core i3  
*RAM* : 6 GB of RAM  
*System Type* : 64-bit Operating system  
*HDD* : 1 Terabyte

### **IV. 1.2 Perangkat Lunak (Software)**

Menurut Sinaga, (2014) menjelaskan perangkat lunak adalah istilah khusus untuk data yang disimpan dan di format, termasuk program komputer, dan informasi yang bisa dibaca. Dalam perancangan ini menggunakan beberapa *software* yaitu *Adobe Illustrator CS6* untuk mendigitalisasi dari sketsa, *Adobe After Effect CS6* untuk pengolahan dari digitalisasi ke animasi dan menghasilkan *motion graphi*, selanjutnya *Adobe Auditions CS6* untuk merekam suara narasi, dan *Adobe Premier Pro CS6* untuk penggabungan animasi, suara dan effect lain.

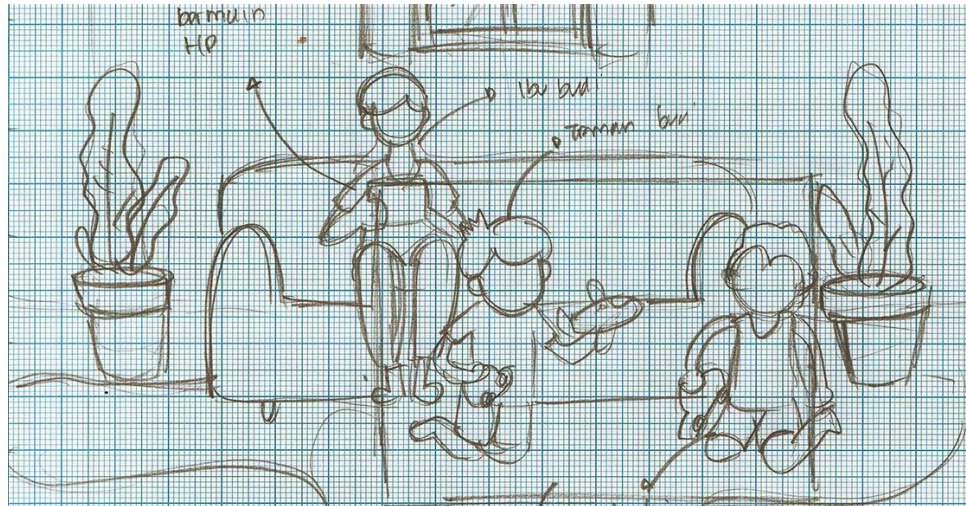
## **IV.2 Media Utama**

### **IV.2.1 Tahap Produksi Media Utama**

Pada perancangan kampanye ini untuk media utama diperlukan sebuah perancangan berupa tata letak secara manual yang nantinya akan masuk ke proses digital menggunakan *software* berikut adalah tahapan dari proses perancangan ini:

- Proses Sketsa

Berikut tahap sketsa yang dibuat di millimeter block hal ini untuk memudahkan saat penggambaran manual.

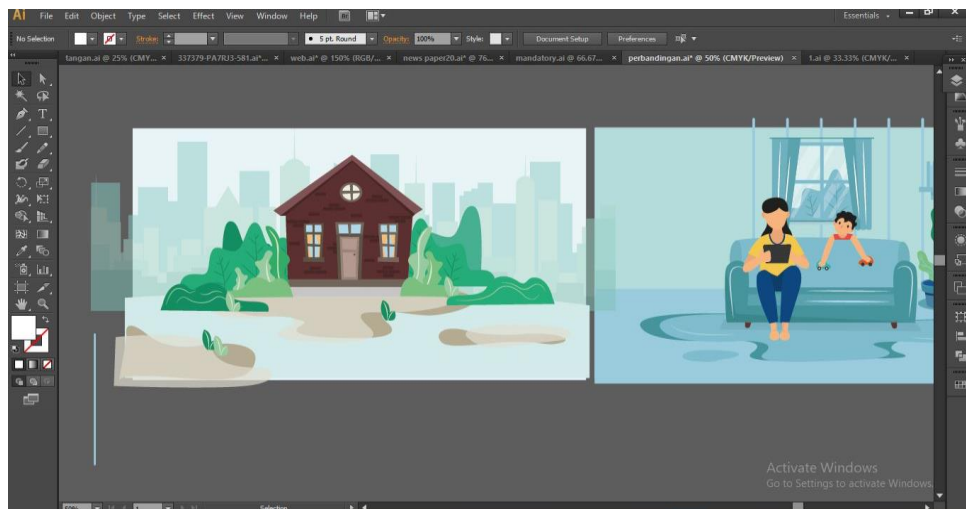


Gambar IV.1 Proses Sketsa

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Proses *Digitalisasi Motion*

Pada perancangan ini proses digitalisasi menggunakan *software Adobe Illustrator*



Gambar IV.2 Proses Digitalisasi

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Proses *Animasi Motion*

Selanjutnya adalah proses animasi menggunakan *Software Adobe After Effect*.



Gambar IV.3 Proses Animasi

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Proses *Rendering Motion*

Selanjutnya masuk ke proses *rendering* untuk menjadi sebuah video

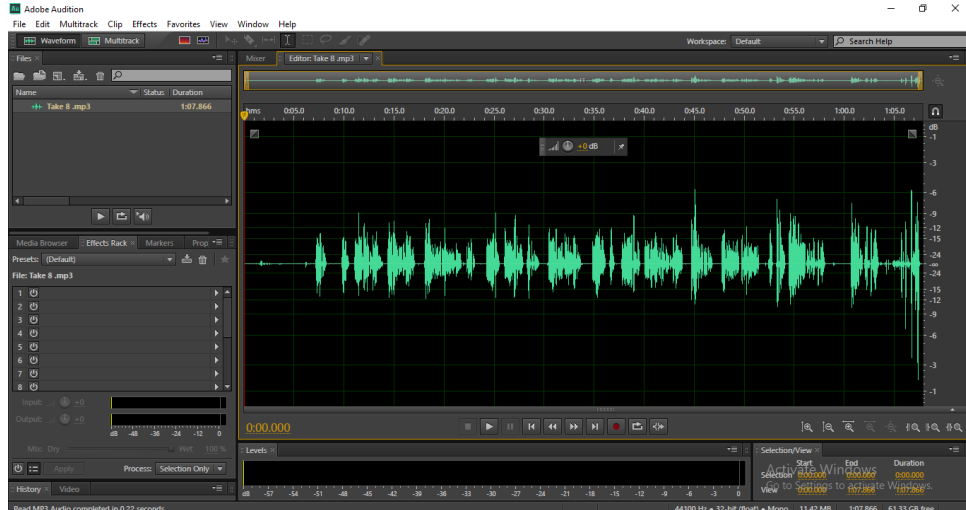


Gambar IV.4 Proses *Rendering*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Proses *rekaman narasi*

Proses rekaman narasi menggunakan *software Adobe Auditions* agar suara yang dihasilkan lebih baik.

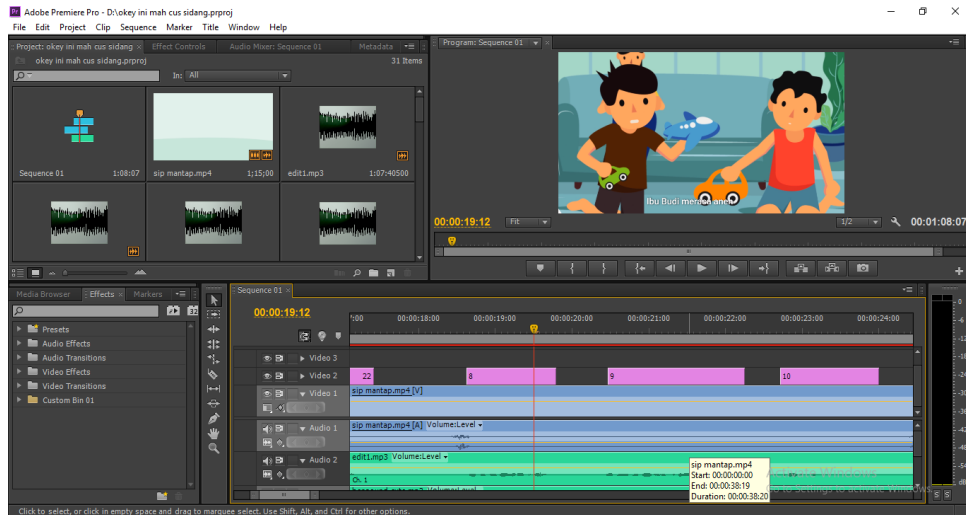


Gambar IV.5 Proses Rekaman Narasi

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Proses *penggabungan*

Terakhir adalah melakukan proses penggabungan animasi, suara dan pemberian *effect* lainnya, menggunakan *software Adobe Premier Pro*



Gambar IV.6 Proses Penggabungan

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

- Hasil Akhir

Berikut adalah screen capture tampilan scene dari awal sampai akhir pada video *motion graphic* “Kenali Speech Delay” yang berdurasi 1.09 menit



Gambar IV.7 Hasil Akhir *Scene* 1

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Pada *scene* 1 menampilkan *establishing shoot* suasana depan rumah tujuan pada *scene* ini adalah memperlihatkan suasana rumah sebuah keluarga di pesisir kota besar.



Gambar IV.8 Hasil Akhir *Scene* 2

Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Pada *scene 2* memperlihatkan kebiasaan Budi (anak yang mengalami *speech delay*) sehari hari tujuan pada *scene* ini adalah menjelaskan ciri-ciri *anak speech delay* yang tidak diketahui lebih oleh orangtua.



Gambar IV.9 Hasil Akhir *Scene 3*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

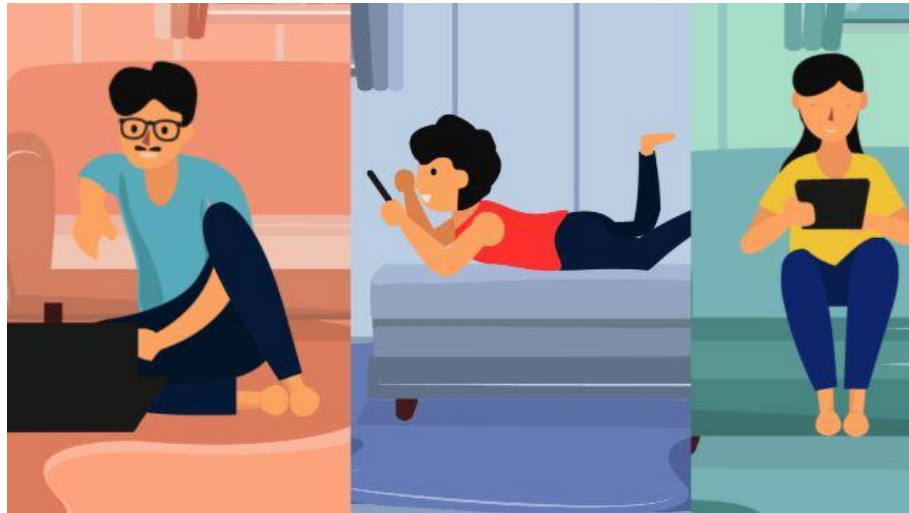
*Scene 3* menampilkan Ibu Budi yang melihat Budi bermain dengan teman sebayanya dan mulai merasa aneh dikarenakan Budi tidak berbicara selancar temannya saat berbicara, tujuan pada *scene* ini adalah ingin memberikan bagaimana saat ibu harus lebih khawatir dengan anaknya dimana usia yang sama belum bisa berbicara dengan lancar .



Gambar IV.10 Hasil Akhir *Scene 4*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

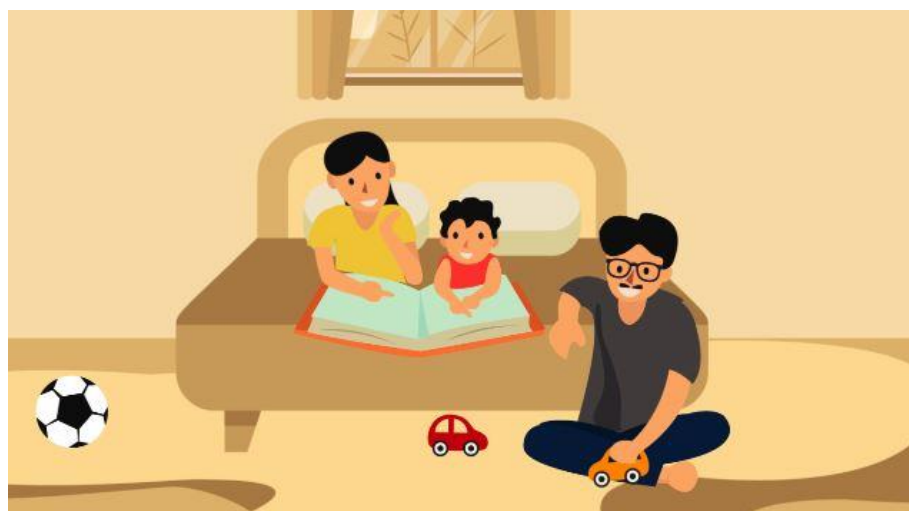
*Scene 4* menampilkan Ibu Budi yang mencari tahu mengenai kondisi Budi, tujuan pada *scene* ini adalah memberi tahu pada orangtua untuk lebih peka terhadap *speech delay*.



Gambar IV.11 Hasil Akhir *Scene 5*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

*Scene 5* dimana Ibu Budi mengetahui penyebab Budi dan mengingat kembali kebiasaan Ayah, Ibu dan Budi yang jarang berkomunikasi, pada *scene* ini tujuannya adalah untuk lebih sadar akibat sibuk sendiri dan jarang berkomunikasi akan menyebabkan anak mengalami *Speech Delay*.



Gambar IV.12 Hasil Akhir *Scene 6*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Pada *scene* ini menampilkan Ibu Budi yang sedang membacakan buku cerita dan ayah Budi yang sedang menemani keduanya, tujuannya adalah mengajak para khalayak sasaran untuk lebih sering meluangkan waktu dan sering berkomunikasi dengan anak.



Gambar IV.13 Hasil Akhir *Scene 7 Shoot 1*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Pada *scene* ini menampilkan tulisan tagline dari kampanye ini, tujuannya agar orangtua selalu mengingat pentingnya komunikasi untuk mencegah *speech delay*.

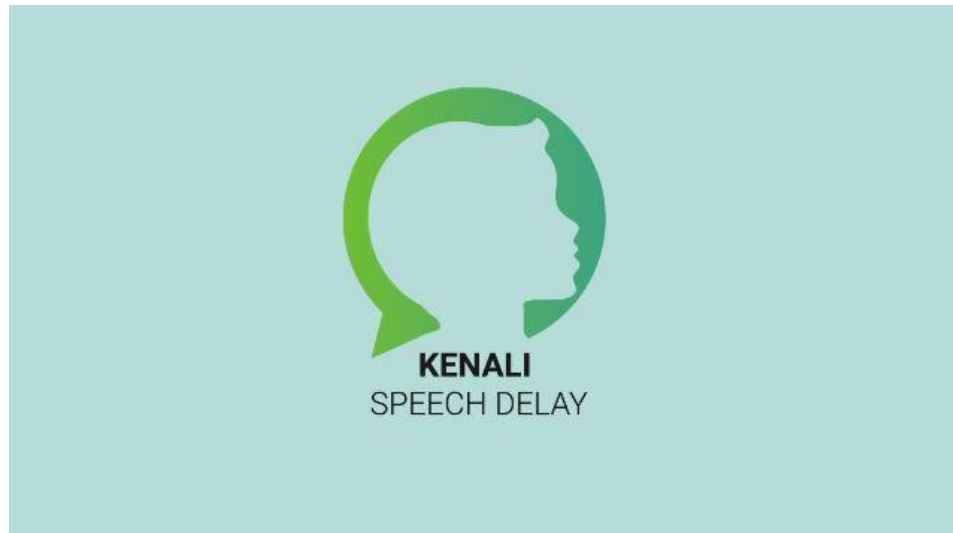


Gambar IV.14 Hasil Akhir *Scene 7 Shoot 2*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Selanjutnya pada *scene 7 shoot 2* menampilkan alamat *web* pada kampanye ini tujuannya adalah memberi tahu orangtua untuk informasi lebih lanjut bisa mengunjungi halaman *web* resmi dari kampanye ini .



Gambar IV.15 Hasil Akhir *Scene 8 Shoot 1*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Pada *scene* ini menampilkan logo pada kampanye sebagai identitas pada video ini



Gambar IV.16 Hasil Akhir *Scene 8 Shoot 2*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Pada *scene* ini menampilkan *mandatory* dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dan berkerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Bandung dan Yayasan Surya Kanti Bandung.

## IV.2 Media Pendukung

- Dalam bentuk cetak
- Poster



Gambar IV.17 Poster

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Jenis	: Poster Layanan Masyarakat
Ukuran	: A3 dan A2
Bahan	: Kertas <i>Art Paper</i> 120 gr
Teknik Produksi	: Print

Pada poster ini mengajak orangtua untuk sering berkomunikasi agar mencegah terjadinya *speech delay*, dan juga sebagai media pengingat, di bawah poster terdapat *qr code* yang bisa di *scan*, nantinya *qr code* akan langsung terhubung menuju media utama.

- Iklan *Billboard*



Gambar IV.18 Billboard

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : 2m x 5m

Bahan : *Flexi Jerman*

Teknik Produksi : print

Terbuat dari bahan *flexi jerman*, dengan ukuran 2m x 5m, dicetak menggunakan mesin laser, pada *billboard* ini akan di tempatkan di tempat strategis di Kota Bandung, adanya billboard ini sebagai pengingat kepada orangtua dan masyarakat lainnya mengenai pentingnya komunikasi dengan anak

- *X banner*



Gambar IV.19 *X banner*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Bahan : *Flexi Jerman*

Teknik Produksi : print

Teknis produksi pada *x banner* ini adalah terbuat dari bahan *flexi jerman* memiliki ketebalan yang baik, bisa di gunakan di *outdoor* dan juga *indoor*, *x banner* ini untuk menginformasikan dan sebagai pengingat bagi orangtua, dan juga sebagai identitas saat penyuluhan dilaksanakan, pada *x banner* ini menjelaskan mengenai dampak dari jarang nya komunikasi, dilihat dari gambar atas yang ingin menjelaskan anak tidak bisa mengungkapkan apa yang diinginkan, oleh karena itu bangun komunikasi cegah *speech delay* yang tertulis di atas.

- Mini x banner



Gambar IV.20 Mini X banner

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran	: 26cm x 38cm
Bahan	: <i>Albatros</i>
Teknik Produksi	: Print

Pada mini x banner ini terbuat dari bahan *albatros*, fungsi dari mini x banner ini adalah sebagai media promosi pada kampanye ini, karena *flexible* maka bisa disimpan diatas meja, nantinya mini x banner ini akan disimpan di loket rumah sakit khusus bagian tumbuh kembang anak, dan loket-loket di tempat terapi wicara.

- Brosur



Gambar IV.21 Brosur

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

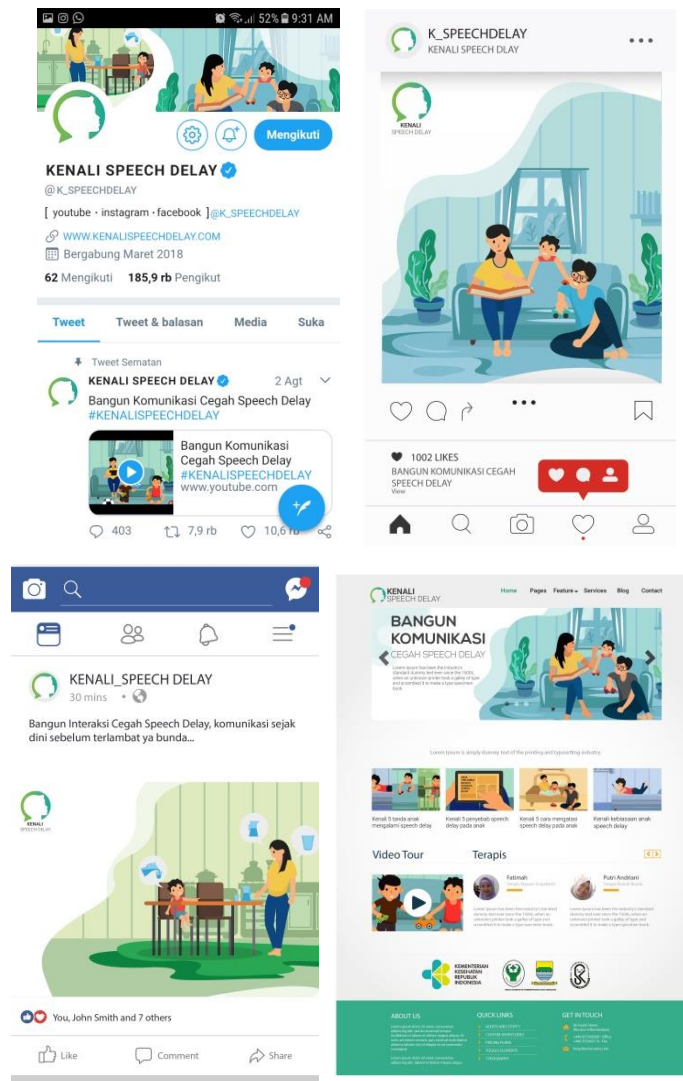
Ukuran : A4

Bahan : art paper 100 gr

Brosur akan di cetak di bahan *art paper* 100 gr ukuran A4, brosur ini akan dilipat menjadi tiga bagian, fungsi dari brosur ini adalah untuk menyampaikan informasi lebih mengenai kampanye, ini akan dibagikan saat penyuluhan, sehingga orangtua bisa lebih memahami mengenai *speech delay* melalui brosur.



- *Sosial Media*



Gambar IV.22 Sosial Media

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Sosial media yang akan mengiklankan pada kampanye ini, sosial media yang digunakan, adalah *youtube*, *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan juga terdapat *website* untuk informasi lebih.

- *T-Shirt*



Gambar IV.23 T-Shirt

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Jenis	: <i>O-Neck</i>
Ukuran	: M (48cm x 67 cm)
Bahan	: <i>Cotton Combed 30s</i>
Teknik Produksi	: DTG ( <i>Direct To Garment</i> )

*T-shirt* dengan teknik produksi DTG (*Direct to Garment*) pada bagian depan dan belakang *t-shirt*, menggunakan bahan *cotton combed 30s* yang dapat menyerap keringat dan tidak panas, print bagian depan terdapat gambar dan slogan “Bangun komunikasi cegah *speech delay*”, yang berfungsi mengajak para orangtua dan sebagai pengingat, sedangkan di belakang terdapat logo kenali *speech delay* dan *mandatory* dari Kementerian Kesehatan dan pihak kerjasama yaitu Dinas Kesehatan Kota Bandung dan Yayasan Suryakanti Bandung.

- Pin



Gambar IV.24 Pin

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : 5cm x 4cm  
Bahan : Akrilik

Dibuat dengan bahan akrilik dengan teknik print yang dilapisi akrilik di atasnya dan di beri pengait, bahan ini tidak mudah rusak, pin ini adalah logo dari kenali *speech delay*, pin ini sebagai identitas untuk relawan atau kader PKK saat penyuluhan dilaksanakan, dan sebagai media pengingat yang diberikan kepada orangtua.

- Gantungan Kunci



Gambar IV.25 Gantungan Kunci

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : 9cm x 6 cm

Bahan : Akrilik

Dibuat dengan bahan yang sama dengan pin, yaitu dengan teknik print dan dilapisi akrilik di atasnya, gantungan kunci ini sebagai media pengingat, dengan ukuran yang tidak terlalu besar bisa digunakan untuk gantungan kunci rumah, motor, atau di gantungkan di tas. Dengan memiliki 3 macam design yang berbeda agar khalayak saran tidak merasa bosan saat melihatnya akan tetapi tetap memiliki ciri khas sebagai identitas pada kampanye ini.

- Stiker



Gambar IV.26 Stiker

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran	: 12cm x 8cm dan 6cm x 8cm
Bahan	: Vynil
Teknik Produksi	: Print

stiker ini diprint dengan bahan *vynil*, dalam kampanye ini stiker akan menjadi pengingat bagi khalayak sasaran, stiker dapat ditempelkan di tempat-tempat yang sering di jumpai seperti di pintu angkutan umum, kaca belakang mobil, jendela dan lain sebagainya, stiker ini akan diberikan saat penyuluhan di posyandu.

- *Tote bag*



Gambar IV.27 Totebag

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : 40cm x 32cm  
Bahan : Balacu  
Teknik Produksi : DTG (*Direct to Garment*)

*Totebag* dengan bahan balacu, bahan ini tidak terlalu tipis sehingga memiliki ketahanan yang cukup, *tote bag* akan dibagikan kepada Kader PKK saat diberikan pelatihan, selain sebagai media promosi kampanye *totebag* ini digunakan untuk menyimpan peralatan tulis, atau bekal makanan yang bisa digunakan saat kader PKK melakukan penyuluhan.



- *Notebook*



Gambar IV.28 Notebook

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : A6  
Bahan : *Cover Art paper* 150 gr, isi HVS 70 gr  
Teknik Produksi : Print

*Notebook* dengan ukuran A6 terdapat dua bahan dalam *notebook* ini yaitu untuk cover menggunakan bahan *art paper* 150 gr hal itu agar tidak mudah rusak saat dipakai, dan untuk isi dari *notebook* ini menggunakan bahan HVS 70 gr, *notebook* ini sebagai media pengingat dan juga untuk menulis catatan, *notebook* ini akan diberikan kepada kader PKK saat diberikan pelatihan untuk penyuluhan, sehingga bisa digunakan untuk mencatat saat diberi pelatihan.

- Pulpen



Gambar IV.29 Pulpen

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran : 10.3 cm

Bahan : plastik

Pulpen dengan ukuran yang *standard*, sehingga dengan mudah dibawa, pada tengah pulpen ini terdapat gambar kampanye ini, sehingga secara tidak langsung saat dipakai bisa mengingatkan pentingnya komunikasi, pulpen ini akan diberikan kepada kader PKK saat pelatihan untuk penyuluhan.

- Balon



Gambar IV.30 Balon

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Bahan : Karet elastis

Balon ini akan diberikan kepada anak-anak saat penyuluhan, sehingga ketika penyuluhan anak tidak rewel, balon ini ada dua, yang satu warna biru *tosca*, dan satu lagi hijau, warna ini mengikuti warna pada logo, di tengah balon terdapat logo sebagai promosi dari kampanye ini.

- Cup



Gambar IV.31 *Paper cup*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Bahan : *Paper cup*

Ukuran : kecil

*Cup* ini akan digunakan saat penyuluhan, dikarenakan setiap posyandu ketika anak sudah melakukan pengecekan kesehatan maka akan diberi makanan gratis, makanan gratis ini berupa bubur kacang, maka dalam kampanye ini agar lebih menarik oleh orangtua dan selalu diingat adalah dengan memberikan bubur kacang dengan tempat *paper cup*, yang nantinya di *paper cup* itu terdapat logo kampanye.

- *Booth*



Gambar IV.32 *Stand booth*

Sumber: Dokumen pribadi (2018)

Ukuran	: 2.5 m x 1m
Bahan	: Kayu, <i>sterofoam</i> dan stiker <i>vinly</i>
Teknik Produksi	: Print dan potong

Teknis produksi pada *booth* ini untuk tampilan depan terbuat dari *sterofoam* yang ditempel dengan stiker, dan di potong sesuai gambar, selanjutnya adalah terdapat dua buah kayu untuk menyangga tampilan atas, tampilan atas tidak jauh berbeda teknisnya dengan tampilan bawah, selanjutnya terdapat balon sebagai upaya menarik perhatian orangtua dan sebagai *marchandise* untuk anak-anak.