

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Perancangan iklan Grofwood ini akan memakai media youtube sebagai bentuk penyebaran utamanya, karena target sasaran yang dituju ialah pekerja-pekerja kantoran yang setiap harinya tidak lepas dari penggunaan leptop dan *smartphone*. Maka demikian iklan youtube dirasa cocok untuk memperkenalkan *brand image* Grofwood pada target audiens yang dituju dari pesan iklan yang disampaikan, karena harus menampilkan beberapa jenis produk Grofwood dalam alur cerita pada video iklan tersebut, dengan durasi 1 menit.



Gambar IV.31 Iklan Youtube
Sumber: Data Pribadi (2019)

Demikian format video iklan Grofwood sebagai berikut :

- *Frame size: 1.920 x 1.080 px*
- *Frame rate: 25 fps*
- *Aspec ratio: 16:9*
- *Channel: RGB*
- *Format video: (.mp4)*

- *Video code: Audio Visual*
- *Duration: 00:01:00*
- *Audio sample rate: 48 kHz*
- *Audio channels: Stereo*
- *Format Audio: mp3*

IV.1.1 Teknis Produksi

Perancangan pada video iklan Grofwood melalui beberapa proses teknis produksi, seperti kesiapan alat untuk menunjang keberlangsungan produksi, pengambilan gambar pada lokasi yang sudah ditentukan, dan terakhir memasuki proses editing untuk dimatangkan menjadi video yang siap diedarkan. Berikut adalah kebutuhan yang digunakan dalam proses produksi:

- **Alat – alat Produksi**
 - *Blackmagic Camera*

Perancangan video iklan Grofwood memakai kamera Blackmagic yang dikhususkan hanya dapat digunakan untuk membuat video saja, dan sudah dianggap menjadi kamera video professional dalam dunia perfilman. Digunakan karena kamera Blackmagic memiliki kualitas tinggi untuk mengambil gambar video dengan kebutuhan untuk iklan.



Gambar IV.32 *Blackmagic Pocket Cinema Camera 4k*

Sumber: <https://www.digitaltrends.com/digital-camera-reviews/blackmagic-design-pocket-cinema-camera-4k-review/>

Diakses pada (15 Juli 2019)

- Lensa Olympus

Lensa *Olympus 45mm f1.2* dan *7-14mm f2.8* digunakan karena kebutuhan untuk mengambil gambar angle wide dan angle zoom, dengan kualitas kebutuhan sinematik.



Gambar IV.33 *Olympus 45mm f1.2* dan *7-14mm f2.8*

Sumber: https://www.olympus.co.uk/site/en/c/lenses/om_d_pen_/index.html

Diakses pada (15 Juli 2019)

- Drone

Drone *DJI Phantom 4 Pro* mempunyai kualitas dari segi pengambilan gambar karena mempunyai kamera resolusi 20 MP yang dapat menangkap gambar dari jarak jauh dengan detail.



Gambar IV.34 *DJI Phantom 4 Pro*

Sumber: https://www.olympus.co.uk/site/en/c/lenses/om_d_pen_/index.html

Diakses pada (15 Juli 2019)

- Lighting

Memakai lighting *Aputure LS120D Mark II* karena mempunyai sorotan cahaya yang maksimal dan dapat diatur secara manual untuk berbagai seting tempat pengambilan gambar.



Gambar IV.35 *Aputure LS120D Mark II*

Sumber: https://www.olympus.co.uk/site/en/c/lenses/om_d_pen_/index.html
Diakses pada (15 Juli 2019)

- Stabilizer

Memakai *Ronin-S Gimbal Stabilizer* karena mempunyai berbagai macam fitur canggih dengan sistem otomatis, memudahkan dalam membantu pengambilan gambar dari sudut manapun, dengan membuat kestabilan kamera dan meminimalisir guncangan.



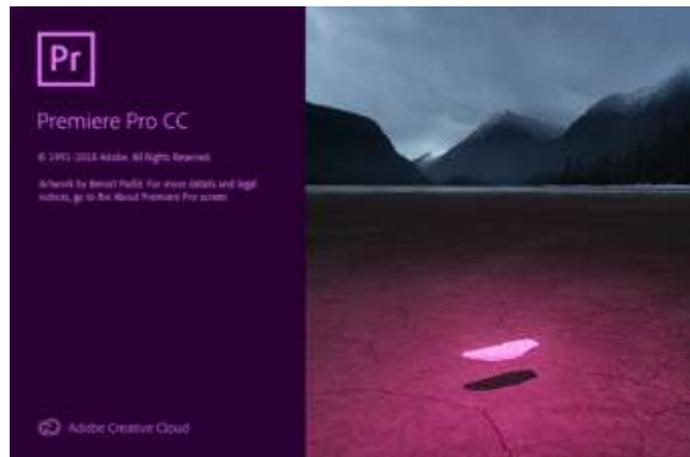
- Gambar IV.36 *DJI Ronin-S Gimbal Stabilizer*

Sumber: <https://store.dji.com/product/ronin-s?vid=43801>
Diakses pada (15 Juli 2019)

- Software Produksi

- Adobe Premiere Pro CC 2019

Adobe Premiere Pro CC dipakai untuk mengolah dan mengedit semua bahan mentah yang sudah terkumpul menjadi satu kesatuan. Dalam prosesnya mengatur durasi waktu, mengatur warna, mengatur latar suara, lalu digabungkan menjadi sebuah video yang siap untuk diedarkan.



Gambar IV.37 Adobe Premiere Pro CC 2019

Sumber: <https://www.filmandfashionacademy.com/courses/adobe-premiere-pro/>
Diakses pada (15 Juli 2019)

IV.1.2 Pra Produksi

Merencanakan dahulu sesuatu yang akan direalisasikan nantinya, hingga mendapati konsep perencanaan yang matang, agar dapat membuat dan memudahkan pada saat produksi dilakukan. Berikut adalah tahapan proses dari pembuatan video iklan Grofwood:

- Pembuatan konsep

Membangun konsep menjadi salah satu point yang utama dalam pembuatan video iklan Grofwood, karena dari konsep perancangan akan menghadirkan perencanaan gambaran garis besar mengenai pembuatan sebuah video iklan, dengan menyatukan elemen-elemen yang terpisah menjadi satu kesatuan. Berikut adalah tahapan-tahapan konsep pembuatan video iklan Grofwood:

- *Statemen Positioning*
Tahap *Statemen Positioning* ialah membuat pernyataan posisi Grofwood dalam menyampaikan pesan iklan pada target audiens yang dituju, agar menjadi satu patokan benang merah dari pesan yang disampaikan.
- *Key word*
Tahap pencarian *Key word* atau kata kunci untuk menetapkan kata kunci utama dari konsep video iklan Grofwood yang telah ditetapkan, maka diambil satu kata kunci utama untuk mewakili keseluruhan konsep.
- *Key visual*
Tahap *Key visual* atau kunci visual untuk menetapkan motif gambar dari penggunaannya dalam meningkatkan pengakuan merek, serta dapat mempengaruhi dan memperkuat pesan yang disampaikan pada target audiens.
- *What to say* dan *How to say*
Tahap *What to say* dan *How to say* untuk menentukan pesan seperti apa dan bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut pada target audiens yang dituju dengan tepat.
- *Storytelling*
Tahap ini adalah tahap bercerita secara detil, menuliskan alur cerita dari awal hingga akhir dengan menyangkut pesan yang akan ditujukan kepada target audiens, seperti suasana, kondisi, pemeran, properti, dan tempat kejadian.
- *Storyline*
Pada tahap ini membagi cerita secara garis besar, dimana setiap garis besar cerita terdapat *scene-scene* yang berbeda, yang nantinya dapat mempermudah dalam pembuatan *Storyboard*.
- *Storyboard*
Tahap *Storyboard* membuat sketsa gambaran visual pada seting lokasi untuk mempermudah dan menjadi acuan pengambilan gambar pada saat *Shooting* produksi video.

IV.1.3 Produksi

Memulai eksekusi untuk merealisasikan konsep yang sudah dibuat sebelumnya dengan melakukan *shooting* hingga pada proses *editing*. Berikut adalah tahapan proses produksi:

- *Shooting*

Tahap produksi yang pertama yaitu *shooting*, dimana dilakukan pengambilan gambar pada 2 lokasi, dengan penyetingan tempat yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan iklan Grofwood.



Gambar IV.38 *Behind the scene.*

Sumber: Data Pribadi (2019)

- *Editing*

Tahap produksi yang kedua yaitu editing, dimana bahan mentah pengambilan gambar hasil *shooting* akan di proses dengan melewati beberapa tahap seperti *trim & cut*, *colour grading*, *music mixing*, dan *exporting*. Berikut adalah tahapan proses *editing*:

- *Trim & cut*

Trim & cut merupakan tahap menentukan titik awalan hingga pada akhir video iklan Grofwood dengan cara menggabungkan atau memotong video pada bagian-bagian tertentu yang diperlukan.



Gambar IV.39 Proses *Trim & Cut*
 Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

- *Colour grading*

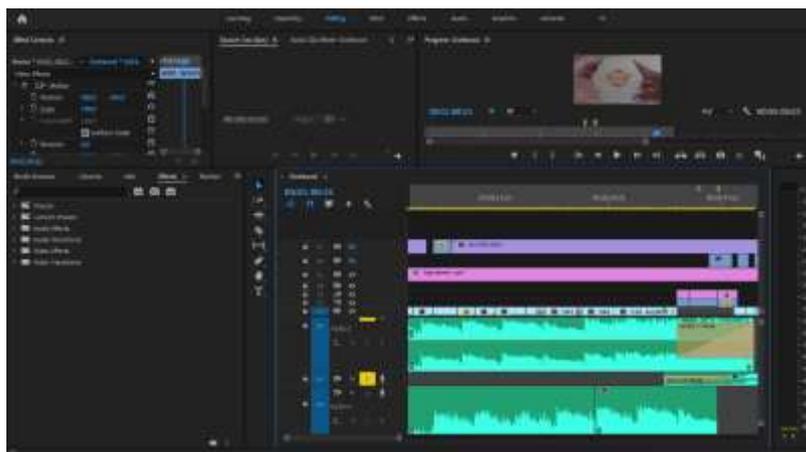
Tahap ini merupakan proses penentuan warna yang akan dipakai pada video iklan Grofwood, untuk dapat menyesuaikan suasana pada alur cerita dengan pesan yang disampaikan.



Gambar IV.40 Proses *Colour Grading*
 Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

- *Music Mixing*

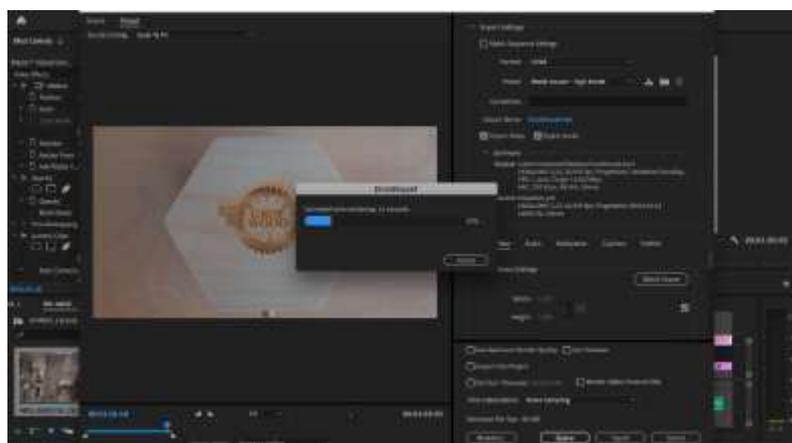
Selanjutnya pada tahap ini merupakan pemilihan dan pengolahan musik untuk dapat di masukan ke dalam video iklan Grofwood, karena dengan musik yang tepat dapat mempengaruhi target audiens masuk kedalam suasana alur cerita yang disampaikan.



Gambar IV.41 Proses *Music Mixing*
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

- *Exporting*

Exporting merupakan tahap terakhir dari proses *editing* video iklan Grofwood, pada tahap ini semua bahan mentah video dirender agar menjadi satu kesatuan.



Gambar IV.42 Proses *Exporting*
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

IV.1.4 Pasca Produksi

Setelah dilakukan beberapa tahapan dari mulai pra produksi sampai dengan produksi, maka memasuki tahapan terakhir yaitu pasca produksi dengan menampilkan hasil akhir video iklan Grofwood yang sudah melewati berbagai proses sebelumnya, dan siap untuk ditampilkan melalui iklan video youtube, berikut adalah hasil akhir dari perancangan video iklan Grofwood:

- Screenshot hasil akhir



Gambar IV.43 *Screenshot* hasil akhir video iklan Grofwood
 Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

IV.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media-media untuk mendukung penyampaian pesan video iklan Grofwood pada target audiens yang dituju, Berikut beberapa media pendukung yang digunakan:

- *Flyer*

Flyer akan disebar di pusat keramaian kota seperti mall tempat perbelanjaan masyarakat menengah atas kepada konsumen-konsumen untuk media promosi. *Flyer* bertujuan agar target audiens mengetahui produk-produk serta harga dari Grofwood.



Gambar IV.44 *Flyer*
 Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Art Paper 120 gsm
 Ukuran : Lebar 14.8 cm x Panjang 21 cm
 Teknik : Digital Printing

- *X-banner*

X-banner akan dijadikan sebagai perangkat pendukung media pemasaran yang ditempatkan di toko Grofwood. *X-banner* bertujuan agar target audiens yang mengunjungi *workshop* Grofwood dapat melihat promo menarik produk Grofwood.



Gambar IV.45 *X-banner*
 Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Polyskin
Ukuran : Lebar 60 cm x Panjang 160 cm
Teknik : Digital Printing

- Poster

Poster merupakan salah satu media promosi yang efektif, dengan demikian poster yang akan disebar terbagi menjadi dua jenis yaitu poster cetak *attention* dan poster *interest*. Poster cetak akan dipasang di tempat keramaian kota, salah satunya di mall dan poster digital akan ditempatkan pada sosial media.



Gambar IV.46 Poster
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Art Paper 120 gsm
Ukuran : Lebar 29,7 cm x Panjang 42 cm
Teknik : Digital Printing

- Insatram Feed dan Stories (sponsor)

Instagram merupakan media sosial yang paling efektif saat ini untuk melakukan promosi suatu jasa atau produk tertentu. Maka dari itu iklan video Grofwood

memanfaatkan fitur Instagram stories dan feeds sponsor untuk memancing audiens yang dituju dengan menampilkan cuplikan singkat video iklan Grofwood, untuk menarik perhatian.



Gambar IV.47 Instagram *feeds* dan *Stories*
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

- *Billboard*

Billboard dapat membantu dalam mempromosikan suatu produk dengan dalam durasi 5 detik saja. Media promosi ini berguna untuk memberi informasi kepada target audiens untuk menerima informasi promosi lebih baik secara singkat dan jelas. *Billboard* akan di pasang ditempat keramaian kota.



Gambar IV.48 *Billboard*
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Flexy Backlite
Ukuran : Lebar 800 cm x Panjang 420 cm
Teknik : Digital Printing

- Katalog

Katalog membantu dalam mempromosikan suatu produk karena isi dalam katalog terdapat informasi mengenai produk. Media promosi ini dapat menarik minat konsumen, dengan memudahkan konsumen mengetahui produk yang tersedia pada Grofwood.



Gambar IV.49 Katalog
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Art Paper 120 gsm
Ukuran : Lebar 20 cm x Panjang 20 cm
Teknik : Digital Printing

IV.2.1 Media Pengingat / Merchandise

- Tempat *stationary*

Tempat *stationery* merupakan penyimpanan berbagai macam alat tulis mulai dari pensil, pulpen, penghapus, penggaris dan lain-lain. Barang ini akan

dibagikan sebagai *Merchandise* untuk ditempatkan di meja-meja kantor sebagai pengingat.



Gambar IV.50 Tempat *stationary*
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Kayu pinus
Ukuran : Lebar 10 cm x Panjang 15 cm
Teknik : Grafir

- Buku catatan

Buku catatan sebagai media pengingat untuk dipakai oleh para pekerja kantoran untuk menulis catatan penting. Media ini aan diberikan dengan cara jika membeli produk meja kantor Grofwood, dengan syarat dan ketentuan berlaku.



Gambar IV.51 Buku catatan
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Kayu pinus
Ukuran : Lebar 17.6 cm x Panjang 25 cm
Teknik : Grafir

- Tumbler

Dengan menggunakan tumbler dapat memulai peduli terhadap lingkungan hidup dengan mengurangi penggunaan botol plastik minuman kemasan yang sulit terurai. Maka Grofwood akan membagikan tumbler dengan mengkampanyekan mengenai filosofi pemanfaatan kayu pinus bekas.



Gambar IV.52 Tumbler
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Alummunium
Ukuran : Diameter 6 cm x Panjang 15 cm
Teknik : Sablon

- *Flashdisc*

Flashdisc menjadi media yang mudah tersebar kepada banyak khalayak sasaran. Pemilihan *Flashdisc* ialah untuk disebarikan atau diberikan kepada konsumen jika membeli produk Growood.



Gambar IV.53 *Flashdisc*
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Kayu pinus
Ukuran : Lebar 2 cm x Panjang 5 cm
Teknik : Grafir

- Gantungan kunci

Gantungan kunci menjadi media yang mudah tersebar kepada banyak khalayak sasaran. Pemilihan gantungan kunci ialah untuk disebar atau diberikan kepada konsumen jika membeli produk Growood.



Gambar IV.54 Gantungan kunci kayu
Sumber: Data Pribadi (Juli 2019)

Bahan : Kayu pinus
Ukuran : Lebar 5 cm x Panjang 5 cm
Teknik : Grafir