

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media Utama merupakan sebuah wadah penyimpanan informasi yang nantinya akan disebarkan secara luas. Dalam menyebarkan informasinya media yang digunakan adalah film dokumenter. Jenis film dokumenter yang dibuat merupakan dokudrama yang menafsirkan ulang kejadian-kejadian nyata, termasuk tempat, tokoh yang direkonstruksi. (IDS, 2014). Pemaparan dampak penggunaan nama julukan dari segi negatif dan positif diambil berdasarkan kisah seseorang yang mengalami, lalu di rekonstruksi ulang dengan menggunakan pemeran yang memiliki ciri karakteristik yang mirip dengan tokoh aslinya.

Film dokudrama dipilih karena dinilai cukup tepat dalam menyampaikan informasi ini, menyesuaikan dengan khalayak sasaran. Film dokudrama menyesuaikan dengan inti bahasan dan khalayak sasaran, yaitu penggunaan nama panggilan dan julukan di kota Bandung, dimana persepsi sebuah nama julukan sendiri ada dalam konteks keakraban dan sebagian bisa tidak menganggap sebagai penyakit sosial, maka dari itu belum muncul keresahan akibat fenomena ini, maka film docudrama dibuat secara ringan berdasarkan opini-opini remaja kisaran umur 17-25 tahun tentang nama julukan dari perwakilan sebagian remaja di Kota Bandung yang sedang dalam tahap pembentukan konsep diri.

IV.II Teknis Produksi

Teknis produksi merupakan langkah-langkah serangkaian upaya dalam membuat sebuah media. Setelah dilakukan pencarian masalah, *research* atau pengumpulan data, maka dilakukanlah teknis produksi. Dalam teknis produksi terdapat langkahlangkah yang harus diperhatikan terlebih dahulu.

IV.II.1 Teknis Produksi Media Utama

Untuk membuat media utama perlu dilakukan serangkaian teknis produksi, berikut adalah tata cara teknis produksi menurut Irwan Tarmawan (2017):

A. Pra Produksi

1. Ide dasar

Pertama kali langkah yang dilakukan adalah menentukan tema permasalahan yang akan diangkat. Menentukan sebuah ide dasar dari sebuah permasalahan fenomena yang akan dibuat. Berikut fenomena yang diangkat merupakan bagaimana penggunaan nama panggilan dan julukan di Kota Bandung.

2. Riset dan Observasi

Setelah menentukan fenomena yang akan diangkat, dilakukanlah sebuah observasi dan riset untuk mengetahui permasalahan lebih dalam bagaimana fenomena yang terjadi di masyarakat.

3. Analisa Data Riset

Analisa data riset dibuat setelah dari hasil riset dan observasi. Pada tahap ini terjadi sebuah pemilahan data. Data-data dikategorikan dalam data primer, sekunder. Agar hasil analisa data riset efektif.

4. Membuat Premis

Hasil dari analisa data riset dibuat *mind mapping*, lalu ditentukan alur ceritanya. Inti dari alur cerita dibuat premis, dalam premis ini terdiri dari beberapa kalimat yang memaparkan kerangka intisari dari film yang akan dibuat. Premis yang telah ditentukan ini diantaranya adalah bagaimana bentuk penggunaan nama panggilan dan julukan di Kota Bandung dalam bentuk opini-opini masyarakat berumur 2125 tahun sebagai masyarakat yang sedang mengalami tahap konsep pembentukan konsep diri.

5. *Treament*

Treament merupakan penjabaran dari kerangka intisari film yang sudah dibuat secara mendetail, berfungsi sebagai skrip film dokudrama agar alur cerita bisa terbayang.

B. Produksi

Produksi dimulai pada tanggal 28 Juni sampai 8 July 2019 di sekitar Kota Bandung. Dalam produksinya, dibutuhkan beberapa alat untuk menunjang keperluan *shooting*. Alat yang paling vital adalah kamera, selain itu dibutuhkan mic, dan tripod. Berikut adalah penjelasan lebih detail spesifikasi alat yang digunakan.

1. Kamera Nikon 3100D & Canon EOS Kiss X7



Gambar IV.1 Kamera satu.

Sumber: <https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/8> (15 Juli 2019)



Gambar IV.2 Kamera dua.

Sumber : https://ecs7.tokopedia.net/img/cache/700/product-1/2017/3/27/166148016/166148016_0ee88555-b7dd-400e-bfec-245e1318d74a_700_700.jpg (15 Juli 2019)

Penggunaan dua kamera dilakukan agar saat kegiatan produksi efektif, untuk menghindari kamera low bat maka dibutuhkanlah kamera alternatif bila salah satu kamera mengalami kendala atau tidak bisa digunakan.

2. Tripod



Gambar IV.3 Tripod

Sumber : https://ae01.alicdn.com/kf/HTB1yLWdXI0051JjSZFDq6xnLpXan/Video-DSLR-Camera-Flexible-Tripod-Stand-for-Canon-7D-5D-Mark-II-5D-III-500D-550D.jpg_640x640.jpg (15 Juli 2019)

3. Mic

Untuk merekam suara, alat yang digunakan adalah *smartphone*. *Smartphone* yang digunakan untuk merekam suara adalah HTC Desire 816 Dualsim Core.



Gambar IV.4 *Smartphone* sebagai Mic
Sumber: <https://www.91-img.com/pictures/htc-desire-816-mobile-phonelarge-1.jpg> (15 Juli 2019)

Setelah persiapan diatas lengkap, *shooting* lakukan sesuai dengan jadwal shooting yang telah ditetapkan. Perencanaan *shooting* pertama dilakukan pada daerah-daerah Bandung yang dikenal adalah pusat orang-orang berkumpul. Berikut adalah lokasi-lokasi yang digunakan untuk *shooting*, diantaranya yaitu Alun-alun Bandung dan Gasibu. Selain itu memilih dan memilah narasumber mana yang akan diwawancarai. Sebelum wawancara dibuat beberapa list pertanyaan terlebih dahulu, sekitar 10 sampai 15 pertanyaan diujarkan kepada perwakilan narasumber remaja yang telah mengalami dampak positif dan negatif dari dampak penggunaan nama julukan ini. Berikut adalah list pertanyaan yang diajukan:

1. Siapa nama lengkap anda?
2. Apakah anda memiliki nama julukan?
3. Apa nama julukan anda?
4. Mengapa anda bisa mendapat nama julukan itu?
5. Bagaimana perasaan anda saat dipanggil?
6. Apa fungsi nama julukan bagi anda?
7. Apakah nama julukan itu baik?
8. Apakah anda pernah menolak dengan nama julukan yang diujarkan?
9. Mengapa anda ingin dipanggil seperti itu?
10. Apa arti dari nama asli anda?
11. Apakah nama julukan ini memiliki pengaruh dalam kehidupan anda?

Dalam pengambilan gambar pada saat wawancara, *angle* yang diambil adalah normal *angle*, serta *framing* yang digunakan berjenis *medium close up* dan *close up*. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan gerak-gerik tingkah laku dan karakter narasumber secara detail.

C. Pasca Produksi

Pada proses ini, segala bentuk data-data video yang sudah dibuat dan dikumpulkan akan diolah menggunakan *software*. *Software* yang digunakan adalah *Adobe Premiere* dan *Adobe After Effect*. Penting saat memilah dan mengolah video agar alur cerita film tersampaikan dengan baik.

Setelah video dipilah, video akan disunting untuk diolah lebih lanjut secara detail. Proses *cutting* video dilakukan untuk membuang adegan-adegan yang dirasa tidak perlu agar kelak film menjadi efektif, segala informasi dan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Dalam proses *editing*, teknik yang digunakan hanyalah penyatuan adegan tiap adegan yang sudah dipotong terlebih dahulu. Penyatuan tiap adegan merupakan bentuk hasil wawancara yang dipadukan hingga membentuk sebuah alur cerita dalam menyampaikan informasi. Aplikasi yang digunakan untuk mengolah video ini adalah *Adobe Premiere Pro CC 2015*.



Gambar IV.5 Aplikasi Adobe Premiere Pro CC 2015
Sumber: <https://assets.pcmag.com/media/images/479163-adobe-premierepro.png?width=333&height=245> (15 July 2019).

Berikut ini adalah proses pengolahan video, pada proses ini video dan suara dilakukan sortir untuk dilakukan pemilihan adegan-adegan yang akan digunakan.



Gambar IV 6. Proses Editing
Sumber: Data Pribadi (2019)

Setelah pengolahan video yang berupa pemilihan adegan, dilakukanlah sebuah *grading effect*. *Grading* bertujuan untuk menciptakan sebuah *ambience* untuk merayu *mood* para target khalayak. *Grading* dilakukan secara manual menggunakan *effect lumetri color*. Berikut adalah perbandingan video sebelum dan sesudah diberi *effect grading*.



Gambar IV.7 Sebelum *Grading*
Sumber: Data Pribadi (2019)



Gambar IV.8 Sesudah *Grading*
Sumber: Data Pribadi (2019)

Setelah proses *grading*, video kembali diolah menggunakan software yang berbeda. Disini aplikasi yang digunakan adalah *Adobe after effect CC 2017*. Aplikasi ini berfungsi untuk memberikan *effect*, seperti *motion graphic*, atau kebutuhan animasi. *Effect* yang diberikan dalam video diantaranya adalah *subtitle* sebagai *text* penjas kata, hal ini bertujuan agar segala informasi dapat lebih baik lagi tersampaikan. Karena setiap kejelasan artikulasi narasumber pada video berbeda-

beda, maka dari itu diberi *subtitle* untuk memperjelas informasi yang dimaksud. Warna *subtitle* yang digunakan adalah kuning menyesuaikan dengan *vibrance theme* dan fungsi keterbacaan *font*.

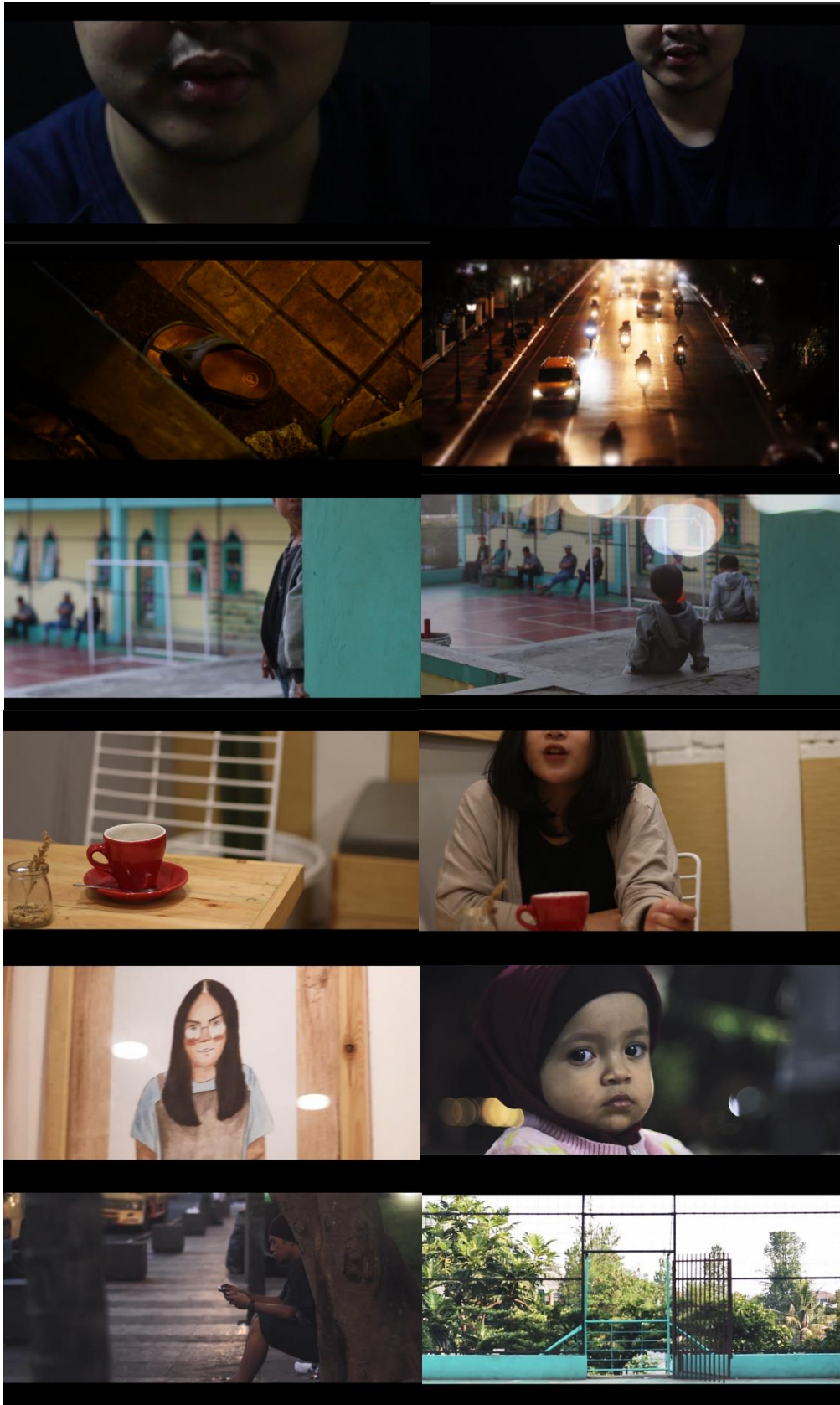


Gambar IV.9 *Adobe After Effect CC 2017*
Sumber: https://www.pngfind.com/pngs/m/335-3351188_adobe-after-effectsadobe-after-effect-cc-icon.png (15 July 2019)



Gambar IV.10 *Effect motion graphic*.
Sumber: Data Pribadi (2019)

Berikut ini adalah beberapa bentuk serangkaian *shoot* hasil dari film dokudrama yang telah disunting dan diberi *grading*.



Gambar IV.11 Hasil Jadi
Sumber: Data Pribadi (2019)

IV.II.2 Teknis Produksi Media Pendukung

Untuk menunjang media utama, diperlukan sebuah media pendukung agar informasi dan pesan akan tersampaikan dengan jelas dan fokus kepada target khalayak. Berikut adalah media pendukung yang digunakan:

A. *Teaser*

Teaser merupakan cuplikan dari film, biasanya *teaser* ini berdurasi tidak lebih dari 1 menit. Fungsi *teaser* sendiri adalah untuk menarik perhatian khalayak sasaran, yang kemudian tumbuhlah sebuah rasa penasaran sehingga menarik minat *interest*. *Teaser* akan disebarluaskan melalui sosial media, melalui *platform* Youtube dan Instagram. *Teaser* dibuat dalam durasi 18 detik, dibuat dengan menggunakan aplikasi Adobe premiere dan After effect.



Gambar IV.12 *Teaser*.
Sumber: Data Pribadi (2019)

B. Poster

Poster merupakan media informasi untuk mempromosikan media utama. Fungsi poster ini untuk menarik perhatian target khalayak. Poster akan diproduksi dalam bentuk cetak dan digital. Poster ditempel di dinding sekolah-sekolah hingga kampus sedangkan untuk digital poster akan disebarluaskan dengan menggunakan sosial media di Instagram.



Gambar IV.13 Poster *Interest*.
 Sumber: Data Pribadi (2019)

Material yang digunakan dalam mencetak poster adalah artpaper tebal (210gr). Pemilihan material artpaper agar warna yang dihasilkan menarik, cerah, dan tahan lama jika dibandingkan dengan kertas biasa berbahan HVS. Ukuran poster yang digunakan adalah A3 (29,7 x 42 cm). Media platform yang akan ditemplei poster nantinya adalah mading-mading sekolah serta kampus.



Gambar IV.14 Poster *Attention*.
 Sumber: Data Pribadi (2019)

C. Flyer

Flyer merupakan media informasi yang isinya lebih mendetail. Pada *flyer* akan ditampilkan sebuah informasi berupa sinopsis dari film dokudrama tersebut. Material yang akan digunakan berupa artpaper, hal ini bertujuan agar ramah di kantong, namun memiliki kualitas yang bagus. Ukuran A5 14 x 21 cm. Pada distribusi *action*, *flyer* dibagikan sebagai *gimmick*.



Gambar IV.15 Flyer.
Sumber: Data Pribadi (2019)

D. X-banner

X-banner berfungsi sebagai media informasi, berupa informasi yang divisualisasikan. Dalam x-banner terdapat sinopsis dan memiliki cangkupan penyimpanan informasi yang lebih luas dan juga mendetail. Ukuran media x- banner adalah 60 x 160 cm, jenis ukuran ini adalah ukuran standar yang digunakan dalam pembuatan x-banner. Material yang digunakan adalah flexi korea, karena material ini ramah budget selain itu memiliki teksture kilap, lebih cocok digunakan dalam *indoor*. Teknik produksi x banner ini adalah *digital printing*.



Gambar IV.16 X Banner.
Sumber: Data Pribadi (2019)

E. Topi

Topi digunakan sebagai salah satu *merchandise*. Topi yang digunakan merupakan topi jenis *baseball* dan terdapat nama seseorang di bagian depannya, pemilihan nama sendiri dapat di *custom*. Dalam topi ini mengandung sebuah pesan bahwa sebaiknya menghargai nama. Nama yang diujarkan sebagai nama asli maupun julukan, alangkah baiknya jika menghargai seseorang lewat sebuah nama. Pemilihan media topi sebagai *merchandise* menyesuaikan dengan target khalayak remaja awal-akhir di Kota Bandung yang umumnya senang berpakaian modis. Bahan topi yang digunakan adalah bahan rafel dengan pengait ring/besi, alasan pemilihan bahan rafel sendiri karena bahannya tebal sehingga bisa tahan lama.



Gambar IV.17 Topi.
Sumber: Data Pribadi (2019)

F. Anting

Anting merupakan sebuah merchandise sebagai salah satu teknik penyebarannya informasinya. Menyesuaikan dengan target khalayak remaja awal-akhir di Kota Bandung yang umumnya senang berpakaian modis. Kalung dibuat dari bahan *stainless steel* dan memiliki desain ukuran nama seseorang, jenis *font* yang dibuat pun *custom* dan beragam.



Gambar IV.18 Anting.
Sumber: Data Pribadi (2019)

G. DVD

Dalam strategi penyebaran medianya, selain dalam bentuk *online* dalam sosial media, akan dilakukan juga penyebaran secara *offline* melalui DVD. Pemilihan DVD ini dikarenakan harganya yang ekonomis selain juga praktis dan efektif digunakan.



Gambar IV.19 DVD.
Sumber: Data Pribadi (2019)

H. Tempat DVD

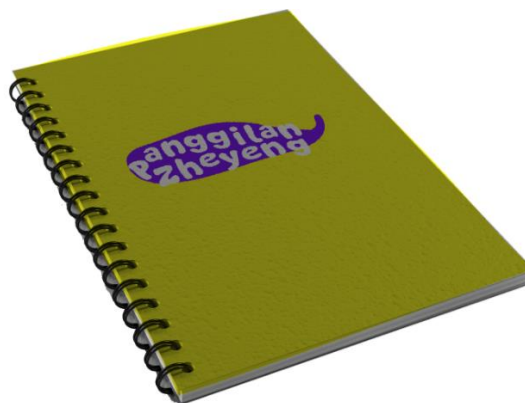
DVD memiliki dua jenis alternative tempat dengan bahan masing-masing yang berbeda. Dua jenis tempat ini dibuat guna agar ada dua versi diantaranya adalah *limited version* dan versi yang biasa saja. Bahan yang *limited version* merupakan *box* kotak yang di dalamnya berupa berisikan macam-macam *merchandise*.



Gambar IV.20 Tempat DVD.
Sumber: Data Pribadi (2019)

I. Notebook

Penggunaan *notebook* menjadi bagian dari penyebaran informasi dari pesan yang akan disampaikan dari film dokudrama ini. Bahan yang digunakan merupakan artpaper tebal yang dilapisi *doff*, sedangkan pada isinya terdapat artpaper tipis yang berisikan informasi-informasi mengenai nama julukan.



Gambar IV.21 Notebook.
Sumber: Data Pribadi (2019)

J. Sticker

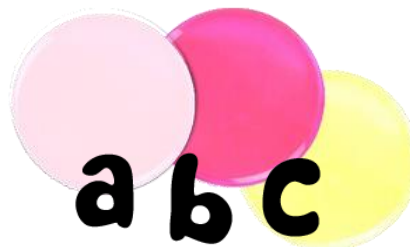
Sticker merupakan salah satu *merchandise* digunakan sebagai penyebaran informasi yang terdapat pada film dokudrama ini berupa nama-nama seseorang yang dapat di *custom*. Dapat pula dikolaborasikan dengan *notebook*. Jenis *sticker* yang digunakan adalah *sticker* jenis vinyl.



Gambar IV.22 *Sticker*.
Sumber: Data Pribadi (2019)

K. Pin

Pin merupakan salah satu *merchandise* yang digunakan pada saat tahap *action* dalam proses strategi distribusi AISAS. Pin dibagikan sebagai *gimmick* pada saat acara *event* sekolah atau kampus. Pin yang dibagikan memiliki 3 warna, yaitu berwarna pink, putih dan ungu. Pin nantinya akan di *custom* dengan menggunakan huruf *sticker*, sesuai dengan inisial nama orang tersebut. Bahan *sticker* masih sama digunakan, yaitu bahan *sticker* vinyl.



Gambar IV.23 *Pin & sticker*.
Sumber: Data Pribadi (2019)

L. Kaos

Kaos merupakan salah satu *merchandise* yang digunakan dalam penyebaran informasi mengenai nama panggilan dan julukan. Kaos berisikan *quotes* tentang informasi nama julukan. Kaos yang digunakan berbahan katun. Teknik cetak yang digunakan merupakan *press* sablon.



Gambar IV.24 Kaos.
Sumber: Data Pribadi (2019)

M. Totebag

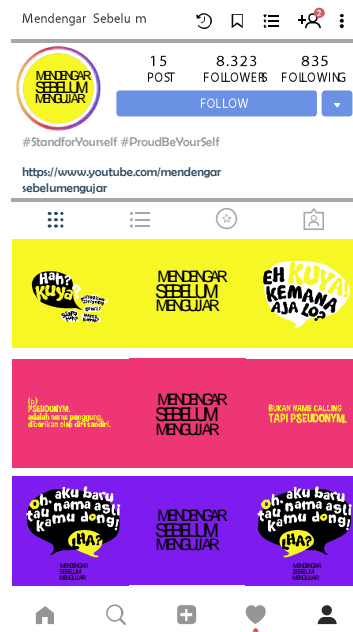
Totebag merupakan salah satu media penyebaran informasi yang dijadikan *merchandise*, bahan yang digunakan adalah kanvas. Jenis *totebag* yang digunakan merupakan *portrait totebag* yang berisikan *quotes* mengenai informasi nama panggilan dan julukan, media akan dicetak menggunakan sablon *digital printing*.



Gambar IV.25 Tote bag
Sumber: Data Pribadi (2019)

N. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari strategi penyebaran distribusi pada AISAS, lebih tepatnya adalah *Search*. Diharapkan dari dibuatnya media sosial ini akan mendorong target khalayak agar bertindak lebih lanjut, mencari tahu lebih dalam informasi penggunaan nama panggilan dan julukan di Kota Bandung.



Gambar IV.26 Media Sosial.
Sumber: Data Pribadi (2019)