

## BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

### IV.1 Media Utama

Media utama yang dibuat pada kampanye ini adalah video *motion graphic* yang nantinya menampilkan dampak dan penyebabnya kenapa bisa terjadi. Video disampaikan dengan ilustrasi yang sederhana dan disampaikan dengan narasi yang menarik untuk membuat khalayak tidak bosan menontonnya, berikut tampilan media utamanya:



Gambar IV.1 Tampilan Media Utama  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Video pada media utama ini juga akan dibuat pada standar format video Blu-Ray HD yaitu dengan keterangan sebagai berikut:

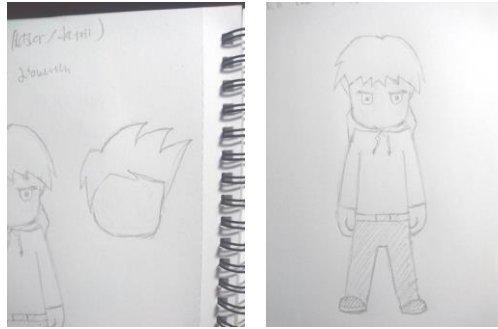
Format	: <i>Widescreen 16:9</i>
Resolusi	: 1920x1080 / 1080p
Kecepatan Frame	: 30 fps ( <i>Frame per Second</i> )
Tipe Video	: Mp4

#### IV.1.1 Sketsa

Pembuatan sketsa sebagai sarana yang mempermudah untuk membuat video kampanye ini, sketsa dibuat manual di buku sketsa yang nantinya kemudian memasuki tahapan *tracing* atau penjiplakan gambar dari manual ke digital pada perangkat lunak Adobe Illustrator CC2018. Berikut adalah sketsanya tersebut:

- **Sketsa Karakter**

Karakter dibuat berdasarkan penampilan mahasiswa pada umumnya agar audiens merasa sedekat mungkin dengan karakter.



Gambar IV.2 Tampilan Sketsa Karakter  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- **Sketsa Latar**

Salah satu sketsa latar yang merupakan bentuk metafora dari daerah sekitar alat kelamin manusia dengan bahasa yang diperhalus yaitu ilustrasi sebuah alam hijau yang asri dan sehat dengan satu pohon besar.



Gambar IV.3 Tampilan Sketsa Latar  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

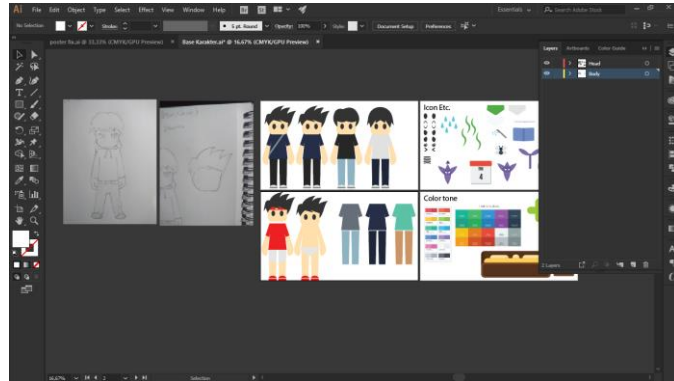
#### IV.1.2 Tahap Digital

Pada tahap ini semua elemen mulai masuk ke tahap digital dan digabungkan sebelum akhirnya digerakan menjadi video *motion graphic*.

- **Adobe Illustrator CC 2018**

Pada tahap ini sketsa mulai dibuat digital nya dan sekaligus membuat asset asset pendukung untuk elemen pada *motion graphic*. Beberapa elemen tidak disketsa dahulu untuk mempersingkat waktu dan elemen tersebut adalah

penambahan yang dirasa perlu ditambahkan. Pemilihan Adobe Illustrator agar memudahkan konversi file karena akan banyak berpindah dari satu software ke software Adobe lain.



Gambar IV.4 Proses Pada Adobe Illustrator  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

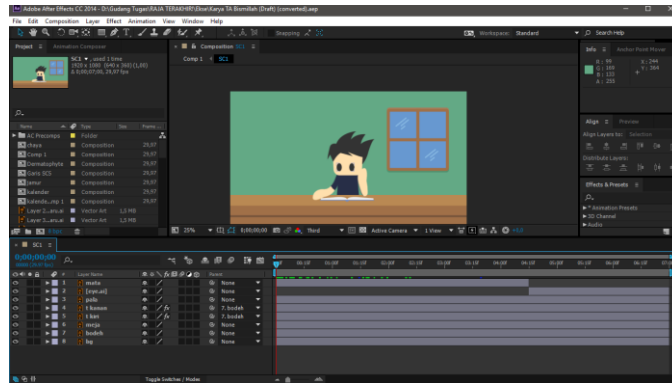
Asset desain yang sudah jadi kemudian disusun ke dalam sebuah komposisi dan dipisahkan tiap elemennya masing-masing di layer yang berbeda untuk memudahkan saat akan digerakan di Adobe After Effect.



Gambar IV.5 Proses Komposisi dan Pemisahan Layer Adobe Illustrator  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- **Adobe After Effect CC 2014**

Pengolahan animasi masih menggunakan software adobe untuk memudahkan saat konversi file juga perangkat lunak ini dirasa paling lengkap untuk mengakomodir pembuatan *motion graphic* ini. Pergerakan yang dilakukan adalah berupa gerakan karakter menggunakan salah satu alat pada Adobe After Effect yaitu *Pin up Puppet Tool*.



Gambar IV.6 Proses Penggerakan Elemen Pada Adobe Efer Effect  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

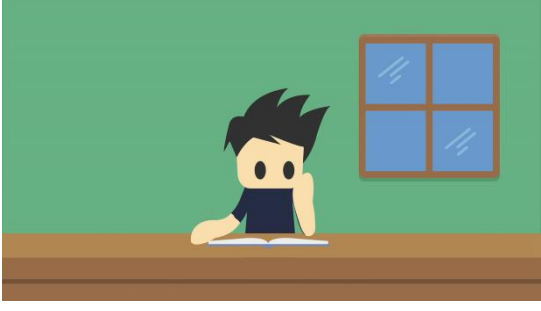
Setelah selesai semua scene atau adegan digabungkan dan dirender dengan format Mp4 melalui plugin Adobe Media Encoder karena Adobe After Effect mulai dari seri CC tidak menyediakan render langsung untuk format Mp4.

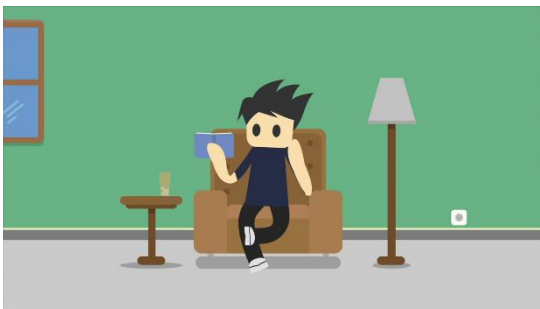
### IV.1.3 Tampilan Hasil Akhir




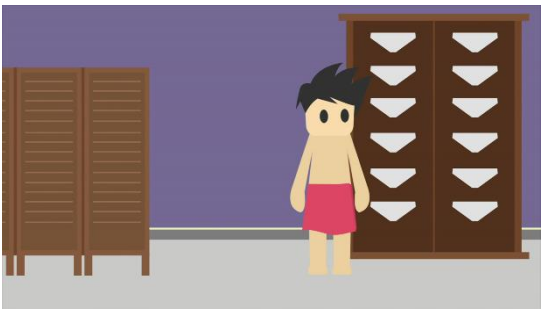
Tahapan yang sudah dilakukan di atas dilakukan berulang-ulang pada semua *scene* yang akan ditampilkan, pada akhirnya video *motion graphic* siap digabungkan menjadi satu keutuhan video karena dalam perancangan ini perancang membuat semua masing-masing *scene* ke dalam satu *Composition* yang berbeda pada perangkat lunak Adobe After Effect CC.

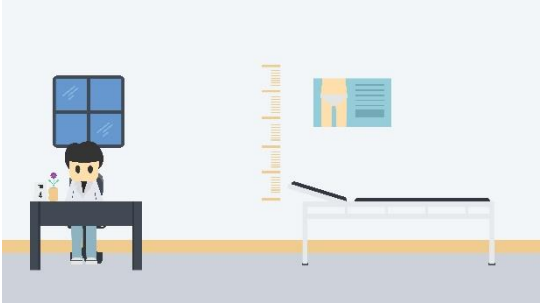
Hingga setelah semuanya selesai disatukan menjadi satu keutuhan video maka selanjutnya adalah tinggal menambahkan suara efek dan musik untuk sentuhan terakhir agar video *motion graphic* menjadi lebih menarik untuk dinikmati. Setelah semuanya selesai maka jadilah satu video *motion graphic* dengan tampilan tangkapan layar sebagai berikut:

Tabel IV.1 Tampilan Hasil Jadi Masing-Masing Shot  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

No	Keterangan	Gambar
1	Karakter sedang belajar dan melambaikan tangan ke arah kamera sebagai tanda menyapa.	
2	Menampilkan karakter sedang berjalan menuju ke kampus.	
3	Menampilkan karakter bersama teman-temannya sedang berkumpul dan bercengkrama selayaknya mahasiswa setelah pergi ke kampus.	
4	Menampilkan karakter yang sedang braktifitas yaitu berolahraga.	
5	Menampilkan karakter sedang berjalan-jalan padahal cuaca sedang panas.	

6	Setelah melakukan banyak aktifitas tadi karakter jadi berkeringat dan harus mengganti pakaiannya setelah beraktifitas.	
7	Karakter sedang membaca buku yang merepresentasikan sedang beraktifitas dan tiba-tiba mencium aroma tidak sedap dari area sekitar alat kelamin nya.	
8	Menampilkan karakter yang menyingkirkan tanggal seolah-olah tidak mau mengganti celana dalamnya secara rutin.	
9	Menjelaskan bakteri jamur yang ditimbulkan akibat dari tidak rutin mengganti celana dalam yang dilakukan karakter barusan.	
10	Menampilkan ilustrasi bentuk daerah sekitar alat kelamin laki-laki hasil dari gaya bahasa metafora yang mengibaratkan bahwa daerah sekitar alat kelamin	

	laki-laki adalah alam subur nun hijau.	
11	Menampilkan ilustrasi dari kondisi bentuk metaphor daerah sekitar alat kelamin laki-laki tadi jika dalam keadaan yang tidak sehat akibat dari kondisi lembab dan bakteri jamur yang mulai tumbuh di sekitarnya.	
12	Menampilkan karakter yang bingung apa yang harus dilakukan ketika sudah terjangkit dari kondisi tersebut.	
13	Mengilustrasikan bahwa karakter harus mandi dan mulai membersihkan diri.	
14	Mengilustrasikan bahwa karakter harus punya persediaan celana dalam yang cukup agar bisa menjalankan kebiasaan mengganti celana dalam secara rutin.	

15	<p>Menampilkan ruang dokter sebagai representasi kalau karakter tidak rutin mengganti maka gejala yang dirasakan akan semakin parah dan mau tidak mau harus pergi ke dokter untuk pengobatan lebih lanjut.</p>	
16	<p>Mengilustrasikan karakter yang sadar dan mau mengganti karena kebiasaan mengganti beres dari diri sendiri yang sadar untuk memulai sesuatu yang baik.</p>	
17	<p>Mengilustrasikan karakter seperti mengangkat celana dalam sebagai representasi dari menganggap celana dalam penting diperhatikan demi keberlangsungan hidup yang sehat bagi umat manusia.</p>	

#### IV.1.3 Media Pendukung

- **Media Pendukung**

Sebuah media utama yang dirancang sedemikian rupa tidak akan bisa berfungsi dengan maksimal tanpa adanya media penunjang yang berguna untuk memperkuat baik pesan persuasi ataupun agar bisa lebih menyentuh



banyak khalayak sasaran untuk akhirnya melihat ke media utama. Dalam kampanye ini media pendukung juga dibagi menjadi dua berikut penjelasannya:

- **Media Pendukung Promosi**

Jenis media pendukung ini berfungsi untuk mengarahkan atau memperkuat pesan persuasi media utama dan penyebaran media utama. Berikut adalah penjelasan masing-masing media nya:

**a. X-Banner**

X-Banner nantinya akan dipajang pada saat acara peringatan Hari Kesehatan Nasional maka akan dibuat X-Banner dengan bahan flexi korea yang cocok untuk luar dan dalam ruangan dan dibuat pada ukuran 60x160cm.

Visual dari x-banner ini berfokus menampilkan kondisi keadaan daerah sekitar alat kelamin laki-laki yang dalam keadaan sehat dan sudah diilustrasikan dengan gaya bahasa metafora, kemudian ditambahkan logo kampanye beserta *tagline* kampanye yaitu “Ayo Ganti Sebelum Keduluan Bakteri”



Gambar IV.7 XBanner  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

## b. Poster

Poster dipilih sebagai tahapan *Attention* dicetak pada kertas *art paper* tebal karena tidak mudah rusak. Poster berukuran A3 dan akan disebarakan pada beberapa rumah sakit dan klinik.

Visual pada poster menampilkan kondisi daerah sekitar alat kelamin yang dalam kondisi tidak sehat atau sudah ditumbuhkan jamur dan dalam keadaan lembab, hal ini diharapkan bisa menjadi *stopping point* yang menarik perhatian khalayak sasaran saat melihatnya. Kemudian untuk mempertegas pesan yang akan disampaikan

ditambahkan dengan *headline* yang berbunyi “Yakin Area Sensitif Milikmu Tidak Seperti Ini.”



Gambar IV.8 Poster  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

### c. Flyer

Dibuat pada kertas *artpaper* ukuran 8x10cm dan berfungsi sebagai *gimmick* saat acara berlangsung. Visualnya sengaja dibuat mirip dengan poster karena flyer juga dibuat untuk memiliki *stopping point* yang membuat khalayak akhirnya tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang isi kampanye.

Yang membedakan pada flyer ini adalah ditambahkannya sedikit detail atau keterangan tentang pesan yang ingin disampaikan pada kampanye ini kemudian ditambahkan dengan sebuah *QR Code* yang akan mengarahkan langsung ke sumber informasi atau dalam hal ini media online yang dipakai pada kampanye ini.

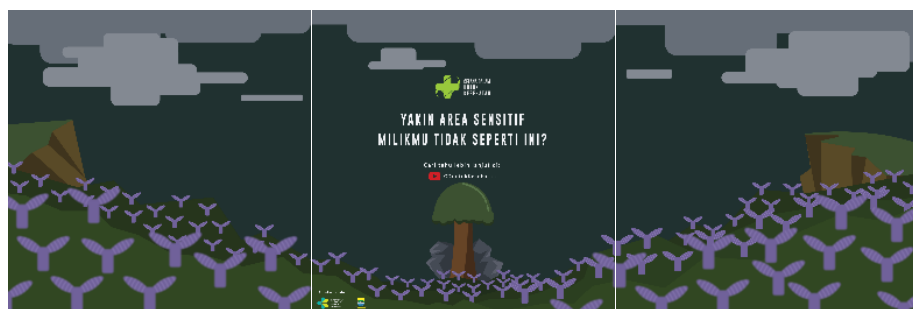


Gambar IV.9 Flyer  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

**d. Feed Instagram**

*Feed* Instagram yang akan diunggah ke akun media sosial kampanye sebagai pembantu poster yang cetak untuk mengarahkan khalayak ke media utama, dibuat menggunakan Adobe Illustrator CC dengan ukuran 1000x1000 pixel.

Visual dan maksud yang ingin ditampilkan sama dengan poster dan juga flyer hanya saja pada *feed* Instagram ini dibuat lebih melebar atau menyesuaikan dengan tata letak tampilan unggahan sebuah foto di Instagram yang dibagi menjadi 3 kotak menyamping.



Gambar IV.10 *Feed* Instagram  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

### e. Konten Video Promosi

Video yang berisi informasi atau fakta penting yang juga akan diunggah ke akun media sosial kampanye sebagai tahapan *Interest* karena kegiatan khalayak yang banyak di dunia digital dan dibuat pada format 1000x1000 pixel menyesuaikan bentuk umum format unggahan di Instagram.

Visual mengambil latar sebuah taman karena merepresentasikan tempat kehidupan keseharian kemudian ada karakter yang sedang dikejar oleh bakteri jamur yang merepresentasikan bahwa kemanapun dan dimana pun bakteri jamur ini bisa mengancam. Kemudian ditambah dengan *headline* dan sedikit deskripsi untuk penjelasan karena memang dibuatnya media ini berfungsi menambahkan informasi pada khalayak sasaran saat melihat akun media sosial kampanye ini.



Gambar IV.11 Konten Video Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

### - Media Pendukung *Merchandise*

Fungsi dari media pendukung jenis ini adalah di mana ketika kampanye sedang atau telah berlangsung khalayak sasaran akan mengingat bahwa kampanye ini pernah ada, di samping itu pada media pendukung jenis ini juga tetap bisa sebagai pengarah kepada media utama tau menjadi sarana persuasi kecil sebelum target menuju media utama

**a. Mug**

Mug dibuat sebagai media pengingat saat acara peringatan Hari Besar Kesehatan Nasional, dibuat berdasarkan kebiasaan khalayak sasaran yang banyak menghabiskan waktu di depan komputer sebagai sarana untuk minum dan dicetak pada bahan *porcelain* dengan biaya pembuatan mug ini adalah sebesar Rp.17.500,-

Visual dari mug yaitu mengambil asset desain dari kondisi daerah sekitar alat kelamin yang sehat untuk dipadukan dengan *tagline* dan *mandatory* hal ini bertujuan untuk ketika khalayak sasaran menggunakan mug nya dan bisa membaca pesan kampanye yang dibawa.



Gambar IV.12 Mug  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

**b. Tas Serut**

Dibuat berdasarkan kebiasaan dan kebutuhan khalayak sasaran yang pergi ke kampus bawa barang dan akan dicetak full print dengan bahan yang anti air pada dimensi 32x42cm.

Visualnya menampilkan kondisi daerah sekitar alat kelamin yang dalam keadaan sehat dengan ditambah logo berserta *tagline*

kampanye jadi ketika khalayak sasaran beraktifitas akan tetap mengingat pesan kampanye yang disampaikan.



Gambar IV.13 Tas Serut  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

### c. Kalender Meja

Kalender meja dibuat sebagai media pengingat yang berhubungan dengan waktu yang mengingatkan khalayak tentang rutinitas mengganti celana dalam. Dibuat pada *art paper* 260gr dan kaki untuk berdiri dengan bahan kayu papan tipis.

Visualnya dibuat dengan *asset* desain dari ilustrasi daerah sekitar alat kelamin yang dalam keadaan sehat kemudian dipadukan dengan ilustrasi berupa kondisi musim di Indonesia yaitu musim kemarau dan musim hujan kemudia diselipkan satu kalimat pada tiap lembarnya untuk mengingatkan mengganti celana dalam dan kondisinya bagaimana jika pada saat musim panas ataupun musim hujan.



Gambar IV.14 Kalender Meja  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

#### d. Jam Dinding

Kampanye yang berhubungan dengan waktu cocok dengan media pengingat yang ada hubungannya dengan waktu kemudian dicetak dengan bahan kayu MDF (*Medium Density Board*) pada ukuran 20x20 dan dicetak dengan full print kualitas tinggi. Visual jam juga sama dengan visual yang ditampilkan media *merchandise* lain nya hanya diaplikasikan pada media yang berbeda



Gambar IV.15 Jam Dinding  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



**e. Kaos**

Kaos dibuat sebagai bahan pengingat dan dipakai saat acara peringatan Hari Kesehatan Nasional. Dibuat pada bahan Katun dan print *Cutting Laser* dengan area desain seukuran dengan A3.

Visualnya dibuat lebih sederhana dengan hanya menampilkan ilustrasi dan *tagline* di depan baju dan dibuat pada baju warna putih karena tema dari kampanye ini adalah kesehatan untuk menampilkan kesan sehat, bersih, dan higienis maka dipilih warna kaos putih.



Gambar IV.16 Kaos  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

**f. Stiker**

Stiker dibuat menggunakan bahan *vinyl* karena tidak mudah luntur dan warna yang dikeluarkan tajam. Stiker di buat masing-masing pada ukuran 5x8,5cm dan 4x10cm.

Desain stiker dibuat dengan ilustrasi yang dipadukan dengan *tagline* dan lebih ke menunjukkan langsung pesan kampanye beserta logo kampanye karena stiker dibuat sebagai media peningat pernah berlangsungnya kampanye ini.



Gambar IV.17 Stiker  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

**g. Gantungan Kunci**

Dibuat menggunakan bahan akrilik berwarna putih dengan ketebalan 2mm dan ukuran desain 7x4 cm. Fungsi dan desainnya sama dengan stiker hanya media pengaplikasiannya saja yang berbeda, gantungan kunci ini juga bisa didapatkan secara gratis saat acara peringatan Hari Kesehatan Nasional nantinya.



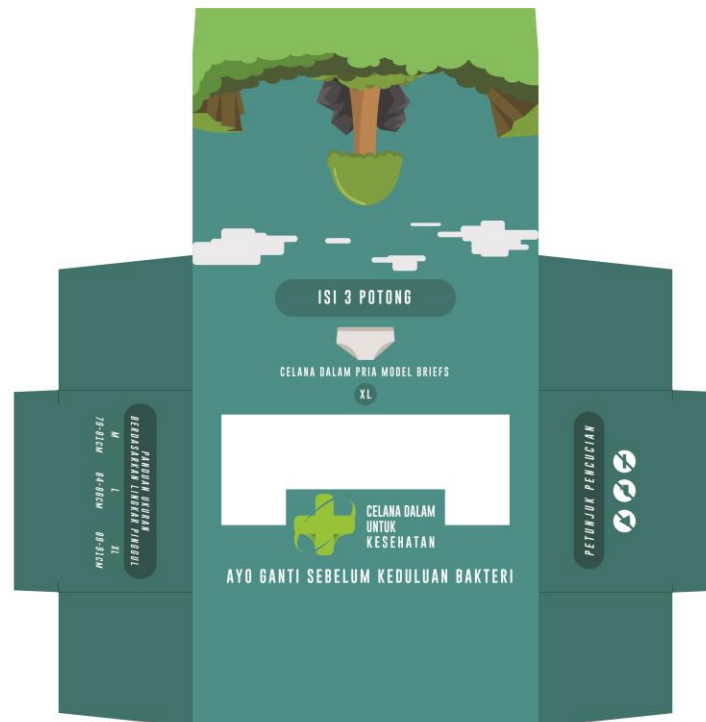
Gambar IV.18 Gantungan Kunci  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

**h. Celana Dalam**

*Packaging* dibuat dengan bahan artpaper 310gr agar tebal dan kuat sedangkan celana dalam nya sendiri terbuat dari bahan katun yang nyaman digunakan.

Celana dalam yang digunakan sendiri adalah hasil membeli yang sudah ada lalu kemudian membuat ulang *packaging* dari celana

dalam tersebut untuk digunakan sebagai *merchandise* pada saat kampanye berlangsung. Visual yang ditampilkan mengambil *asset* desain dari media pendukung *merchandise* yang lain dengan ditambahkan *tagline* dan juga keterangan-keterangan yang biasa ada pada bungkus celana dalam.



Gambar IV.19 *Packaging* Celana Dalam  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

#### i. **Celana Boxer**

Dibuat pada kain katun sakura dengan print laser berkekuatan tinggi yang membuat desain tidak mudah luntur, celana *boxer* ini dibuat dengan ukuran *All Size* karena karet pad pinggang dibuat cukup melar jadi digunakan dibanyak ukuran tubuh.

Visual yang ditampilkan adalah menggunakan *asset* desain dari ilustrasi daerah sekitar alat kelamin yang dipadukan dengan *tagline* lalu dibuat berulang-ulang sehingga membentuk suatu pola yang simetris.



Gambar IV.20 Celana Boxer  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)