

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1. Teknis Produksi

IV.1.1. Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahapan ide dan konsep yang dirancang untuk membuat perancangan dan keseluruhan prosesnya. Unsur-unsur tahapan yang diperlukan ada beberapa tahap mulai dari pengumpulan data dari fenomena dan urgensi terkait, pencarian referensi bacaan dan visual, dilanjutkan pada tahap eksekusi membuat sketsa dan digitalisasi. Kemudian tahap terakhir tahap *finishing* untuk keseluruhan media perancangan. Berikut tahapan yang dilakukan pada saat pra produksi:

- Pengumpulan data
- Pencarian referensi
- Sketsa
- Fotografi
- Digitalisasi

IV.1.2. Produksi

Tahapan produksi merupakan tahapan sebelum dibuat karya akhir berupa cetak maupun digital. Berikut tahapan produksi yang dirancang dalam tahap produksi:

- Pembuatan gambar digital dari sketsa kemudian mengambil foto menggunakan kamera digital Canon 100D. Pencahayaan menggunakan *Daylight White Balance* agar cahaya yang terlalu hangat menjadi lebih dingin. Penggambaran gambar dilakukan pada siang hari agar menggunakan cahaya matahari langsung.
- Tahapan selanjutnya adalah mengkombinasikan gambar-gambar lainnya serta mengubah warna objek.

IV.1.3. Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi adalah tahap proses pembuatan ilustrasi *digital imaging* yang berangkat dari sketsa sebagai acuan membuat media utama iklan kampanye ini. Berikut adalah tahapannya:

- Tahapan proses sketsa



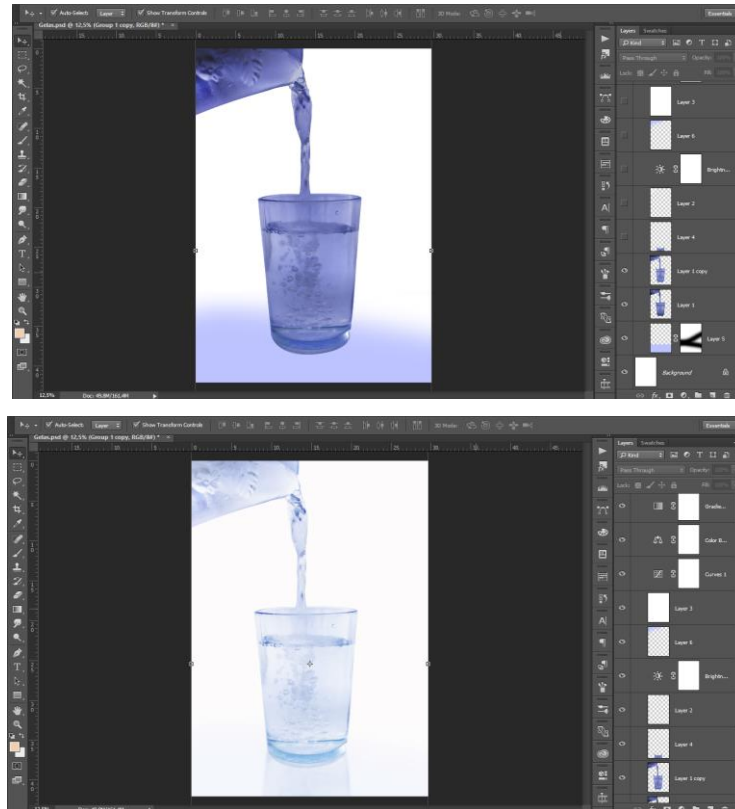
Gambar IV.1. Tahapan Sketsa
Sumber: Data Pribadi (2019)

- Tahapan fotografi.



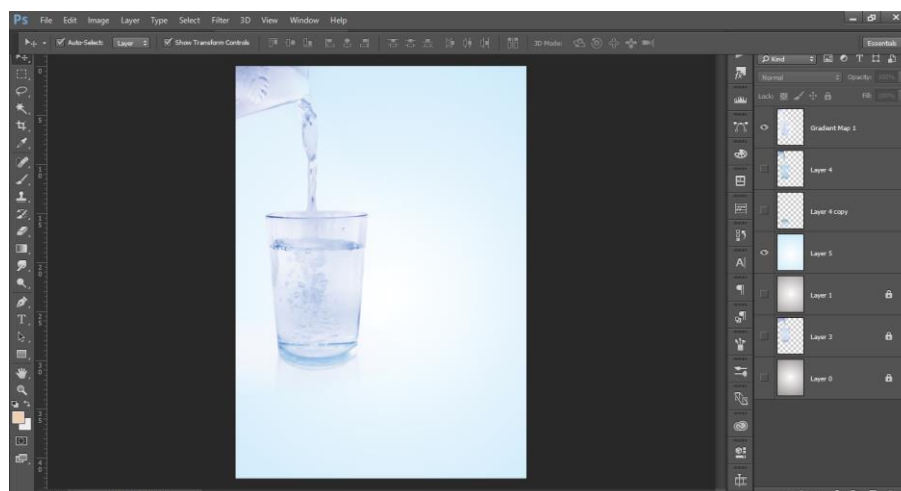
Gambar IV.2. Tahapan Fotografi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Tahapan membuat *digital imaging* menggunakan *software* Adobe Photoshop CC 2015.



Gambar IV.3. Tahapan *Digital Imaging*
 Sumber: Data Pribadi (2019)

Tahap pertama memasukkan gambar berformat jpeg ke atas *canvas* pada aplikasi Adobe Photosop dilanjutkan proses penggantian warna objek menggunakan *brush tool* dan penambahan kecerahan gambar.



Gambar IV.4. Tahapan Proses *Digital Imaging*
 Sumber: Data Pribadi (2019)

Tahapan selanjutnya mengubah warna *background* dengan menggunakan gradien warna putih ke biru terang.



Gambar IV.5. Tahapan Proses *Layout*
Sumber: Data Pribadi (2019)

Tahapan selanjutnya adalah tahap mengatur tata letak yang dilakukan pada di *software* Adobe Illustrator CC 2015. Pertama memasukan teks *headline* menggunakan jenis huruf yang telah dipilih.



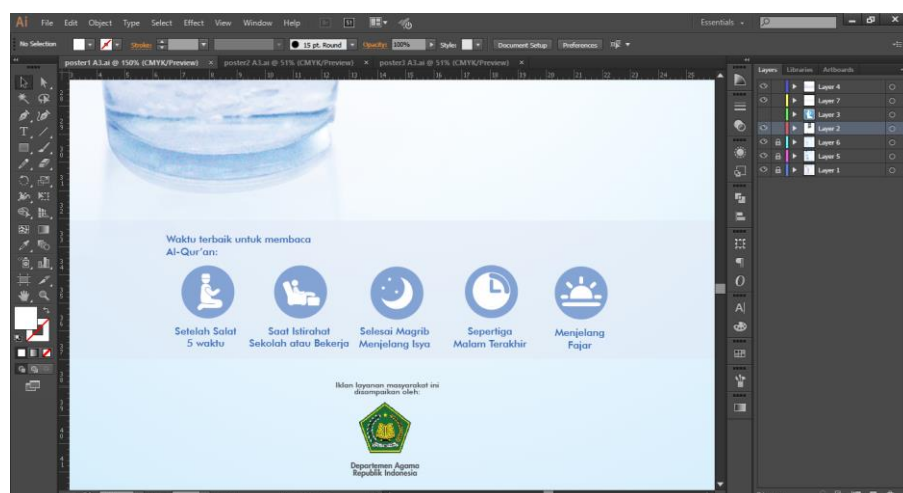
IV.6. Tahapan Proses Tipografi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Setelah memasukkan teks dengan *font* yang sudah ada, maka proses selanjutnya adalah memodifikasi *font* dengan melengkungkan salah satu sudut pada huruf dengan menggunakan *Direct Selection Tool*. Dilanjutkan dengan pemilihan agar terlihat berbeda.



Gambar IV.7. Tahapan Proses Tipografi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Penjelasan dalam *body text* menggunakan font Futura agar tingkat keterbacaan dan kejelasannya tinggi.



Gambar IV.8. Tahapan Penambahan Ikon
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Penambahan ikon yang mewakili waktu yang dianjurkan untuk mengaji menggunakan teknik *flat design* agar terlihat lebih simpel.



Gambar IV.9. Hasil Akhir Poster Seri 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.10. Hasil Akhir Poster Seri 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.11. Hasil Akhir Poster Seri 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

IV.2. Konsep Media dan Desain

IV.2.1. Media Utama

Media utama poster seri yang dibuat terbagi pada proses tahapan AISAS yang ditampilkan dalam beberapa ukuran yang berbeda. *Headline* yang digunakan pada tiap poster berbeda akan tetapi mengacu pada tema yang sama sehingga masih memiliki satu kesatuan. Masing-masing poster menggunakan visual dengan majas metafora menggunakan perumpamaan manusia dengan benda lainnya. Kemudian pada media ini ditambahkan dengan elemen-elemen desain seperti tipografi dan ikon. Tipografi pada poster menambahkan kesan keramahan akan tetapi tetap tegas dalam menyampaikan pesan. *Body text* yang digunakan sangat sederhana hanya menggunakan font teks dengan keterbacaan yang jelas, menampilkan potongan ayat Al-Qur'an atau hadits riwayat. Ikon dengan menggunakan teknik *flat design* mendukung media dalam menyampaikan informasi secara singkat namun dapat mewakili intinya. Berikut tampilan-tampilan media utama poster:

- Poster seri 1

Poster yang dipajang di beberapa lingkungan sekolah, pesantren, dan tempat kerja. Poster berukuran A3 portrait (29,7 cm x 42 cm) dengan bahan *artpaper* 260gr yang dicetak dengan teknik cetak *offset* separasi agar lebih ekonomis.



Gambar IV.12. Hasil Akhir Poster Seri 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Poster seri 2

Poster yang dipajang di beberapa lingkungan sekolah, pesantren, dan tempat kerja. Poster berukuran A3 *portrait* (29,7 cm x 42 cm) dengan bahan *artpaper* 260gr yang dicetak dengan teknik cetak offset separasi agar lebih ekonomis dan bisa dicetak dalam jumlah yang banyak.



Gambar IV.13. Hasil Akhir Poster Seri 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Poster seri 3

Poster yang dipajang di beberapa lingkungan sekolah, pesantren, dan tempat kerja. Poster berukuran A3 *portrait* (29,7 cm x 42 cm) dengan bahan *artpaper* 260gr yang dicetak dengan teknik cetak offset separasi agar lebih ekonomis dan bisa dicetak dalam jumlah yang banyak. Poster ini disebarluaskan lebih luas ke tempat-tempat umum lainnya.



Gambar IV.14. Hasil Akhir Poster Seri 3
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

IV.2.2. Media Pendukung

Berikut media pendukung yang membantu media utama poster dalam penyebaran iklan kampanye membaca Al-Qur'an yang terdiri dari media *merchandise*, media *gimmick*, dan media *online* yang ditampilkan sebagai berikut:

- Brosur

Brosur A4 yang dibagi menjadi 3 lipatan memuat informasi yang bertahap. Brosur akan dibagikan secara massal langsung kepada target khalayak di lingkungan sekolah, pesantren, maupun tempat kerja. Teknis percetakan yang digunakan menggunakan teknik cetak *offset* menggunakan bahan *art paper* 150gr agar lebih ekonomis untuk pendistribusian yang sangat banyak.



Gambar IV.15. Desain Brosur Bagian Luar dan Dalam
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Ukuran: A4 portrait (29,7 cm x 21 cm) (3lipatan)
- Material: Art paper 150gsm
- Teknis Produksi: Cetak *Offset* Reparasi

- *Flyer*

Flyer berukuran A5 didistribusikan secara masal kepada khalayak muslim anak muda khususnya untuk mencari tahu lebih dalam mengenai iklan kampanye. Teknik pengerjaan *flyer* ini menggunakan teknik cetak *offset* yang menggunakan material art paper 150gr untuk pendistribusian lebih banyak.



Gambar IV.16. Design *Flyer* dalam 3 Varian
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Ukuran: A5 lanskap (14,8 cm x 21 cm)
- Material: Art Paper 150gsm
- Teknis Produksi: Cetak *Offset* Separasi

- Stiker

Stiker sebagai media penyebaran iklan kampanye sosial dibuat menggunakan kertas stiker yang dapat tahan lama baik di *indoor* maupun *outdoor*. Stiker berukuran kecil dapat ditempel di kendaraan ataupun alat operasional yang membantu pekerjaan khalayak sasaran.



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

- Ukuran: Diameter 5 cm
- Material: Stiker *Vinyl Doff*
- Teknis Produksi: Cetak *Offset* Separasi

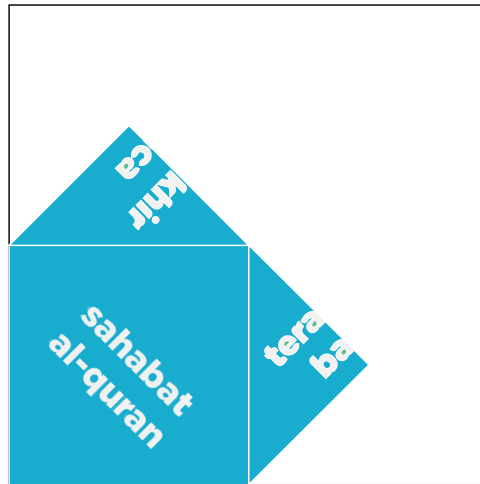


Gambar IV.18. Variasi Stiker
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

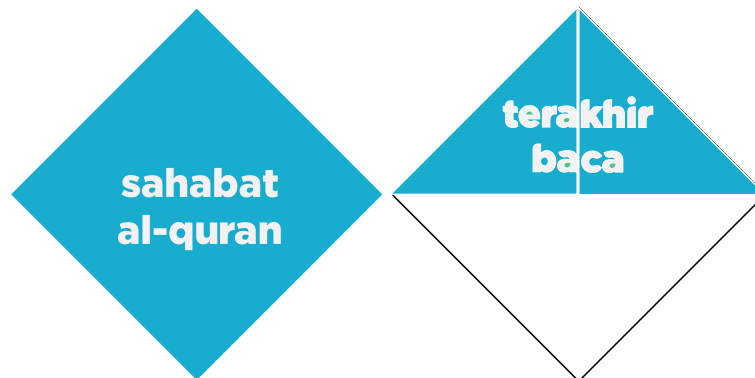
- Ukuran: Diameter 7 cm
- Material: Stiker *Vinyl Doff*
- Teknis Produksi: Cetak *Offset* Separasi

- Pembatas Al-Qur'an

Pembatas Al-Qur'an sebagai penanda halaman terakhir yang dibaca. Pembatas Al-Qur'an dibuat menggunakan kreasi origami sehingga membentuk persegi yang dapat dijadikan penanda dengan cara menyelipkan pada sudut kertas.



Gambar IV.19. Desain Pembatas Al-Qur'an
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.20. Pembatas Al-Qur'an Bagian Belakang dan Depan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Ukuran: 12 cm x 12 cm
- Material : *Artpaper* 150gram
- Teknis Produksi: Teknik *Offset* Separasi

- *Tote bag*

Tote bag sebagai alat untuk menyimpan barang yang dapat di-custom sesuai kebutuhan. Pemanfaatan media totebag sebagai iklan kampanye sehingga iklan dapat tersebar tidak hanya melalui media cetak yang tersebar secara langsung.



**Jernihkan
hati dan pikiran
Dengan
membaca Al-Qur'an**

@sahabatalquran_id

Gambar IV.21. Desain *Totebag*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Ukuran: 31 cm x 42 cm
- Material: Kain Kanvas
- Teknis Produksi: Cetak DTG (*Direct to Garment*)

- **Kaos**

Kaos dipilih menjadi media iklan karena pakaian tipe ini dapat dipakai dalam berbagai acara. Dengan ukuran *all size* berbahan kain *combed 30s* yang memuat pesan kampanye tidak terlalu rumit.



Gambar IV.22. Desain Kaos
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Ukuran: *All Size*
- Material: Kain *Combed 30s*
- Teknis Produksi: Cetak DTG (*Direct to Garment*)

- **Konten Media Sosial**

Penggunaan media *online* cukup efektif untuk menyebarkan iklan kampanye karena jaringannya sangat luas sehingga dapat dijangkau oleh siapa saja. Media ini terdiri dari Facebook, Instagram, dan Twitter yang umum digunakan oleh khalayak. Media berupa gambar dengan format *.jpeg* untuk diposting pada platform tersebut. Selain itu, media *online* memudahkan khalayak untuk berbagi informasi terkait iklan kampanye.

- 1) **Konten Facebook**

Pada platform Facebook, penyebaran iklan dilakukan dalam memposting berupa grafis. Dipilihnya media ini dikarenakan masih banyaknya pengguna yang menggunakan media sosial Facebook, adapula pengguna baru yang

semakin meningkat. Grafis yang terdapat pada foto profil, foto *cover*, dan postingan laman.



Gambar IV.23. Tampilan Laman Facebook
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

2) Konten *Feed Instagram*

Media sosial Instagram banyak penggunanya seiring fitur-fitur baru yang semakin unik. Fitur-fitur ini dapat digunakan sebagai media penyebaran iklan kampanye sosial.



Gambar IV.24. Tampilan *Feed Instagram*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

3) Konten Twitter

Media sosial ini membantu menyebarkan iklan kampanye membaca Al-Qur'an dalam postingan dengan batasan 160 karakter. Akan tetapi di media sosial Twitter juga dapat disebarakan postingan berupa gambar.



Gambar IV.25. Tampilan Profil Akun Twitter
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)