

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI

IV.1 Proses Perancangan

Proses perancangan iklan poster terdiri dari 3 tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pascaproduksi.

IV.1.1 *Pra Produksi*

Pada tahapan pra produksi adalah tahapan pembuatan sketsa untuk memnentukan ide visual, setelah ide di dapat maka proses selanjutnya adalah pemilihan properti, lokasi dan persiapan alat berupa kamera.



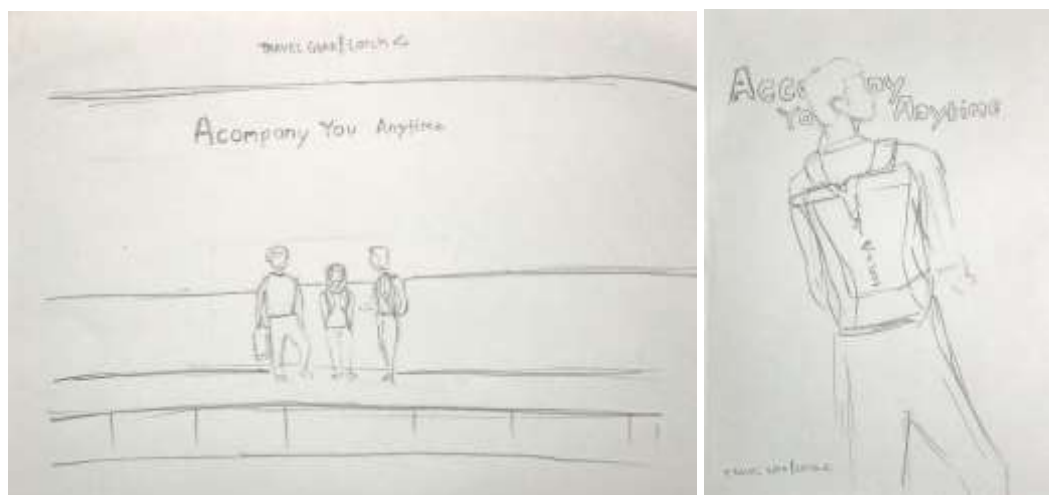
Gambar IV.1 Sketsa 1
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Gambar diatas merupakan sketsa untuk perencanaan pemotretan, menggambarkan seseorang yang sedang duduk di suatu tempat luar ruangan mencari inspirasi sambil menggunakan produk TORCH. Pemilihan lokasi di luar ruangan bertujuan agar kesan *traveling* bisa lebih terasa, dan produk TORCH ada saat melakukan aktivitas tersebut.



Gambar IV.2 Sketsa 2
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Gambar diatas merupakan sketsa untuk perencanaan pemotretan, menggambarkan seseorang memakai produk TORCH yang sedang berinteraksi dengan penduduk lokal, suasana *traveling* bisa dilihat dari lokasi yang ada di gambar. Diikuti dengan logo TORCH yang ada di pojok kanan bawah.



Gambar IV.3 Sketsa Kasar Poster
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Gambar diatas merupakan sketsa kasar dari poster yang akan dibuat, di dalamnya sudah ada ilustrasi gambar dengan lokasi di perkotaan, headline dan logo perusahaan.

IV.1.2 Produksi

Produksi yang dilakukan untuk merancang iklan poster dilakukan diluar ruangan, khususnya di tempat-tempat yang menunjukkan model sedang melakukan aktivitas *traveling*. Pemotretan dilakukan dengan kamera mirrorless sony alpha a6300 dan lensa sigma 35mm f/1,4



Gambar IV.4 Kamera Sony Alpha a6300

Sumber: https://d1ea30db117d8.cloudfront.net/12/1/images/catalog/i/xl_111686-P6272099.jpg
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.5 Lensa Sigma 30mm

Sumber: <https://www.plazakamera.com/wp-content/uploads/2017/12/Jual-Sigma-30mm-F1.4-DC-DN-AF-for-Sony-E-Mount-Harga-Terbaik-a.jpg>
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.6 Pemotretan Lokasi 1
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.7 Pemotretan Lokasi 2
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.8 Pemotretan Lokasi 3
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Pada sesi pemotretan mencari lokasi yang memiliki suasana yang tenang menyesuaikan dengan konsep yang mencari suasana tenang untuk mencari inspirasi. Waktu pemotretan dilaksanakan pada siang menuju sore hari sekitar pukul 14.20 WIB untuk mendapatkan cahaya yang lembut dan suasana sedikit jingga untuk menguatkan pesan yang ingin disampaikan. Berikut adalah hasil yang didapatkan setelah memotret:



Gambar IV.9 Hasil Pemotretan 1
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.10 Hasil Pemotretan 2
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.11 Hasil Pemotretan 3
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.12 Hasil Pemotretan 4
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.13 Hasil Pemotretan 5
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.14 Hasil Pemotretan 6
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.15 Hasil Pemotretan 7
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

IV.1.3 Pascaproduksi

Setelah pemotretan, foto diolah dalam aplikasi komputer, pertama untuk mengkoreksi cahaya, warna dan beberapa penyesuaian lainnya, foto di olah di adobe photoshop lightroom. Pada proses ini dilakukan penyesuaian dasar seperti mengatur *highlight*, *shadow*, *curve*.



Gambar IV.16 Proses Edit Foto 1
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.17 Proses Edit Foto 2
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.18 Proses Edit Foto 3
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.19 Proses Edit Foto 4
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.20 Proses Edit Foto 5
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

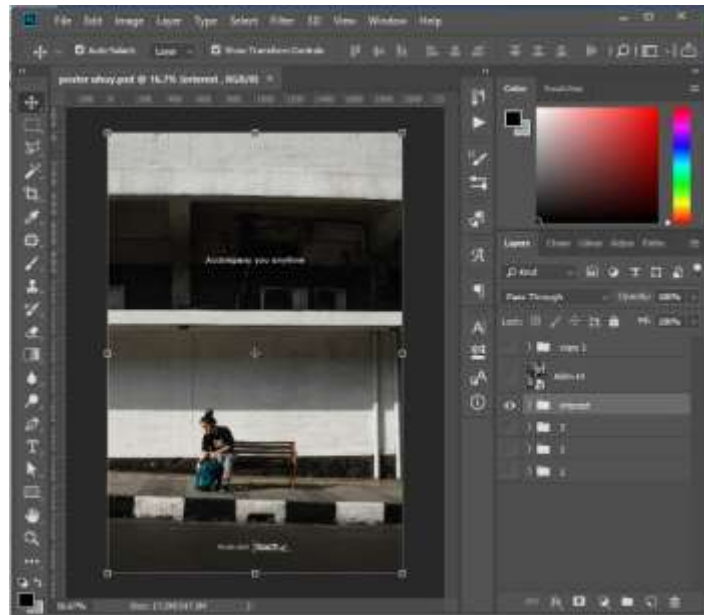


Gambar IV.21 Proses Edit Foto 6
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.22 Proses Edit Foto 7
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

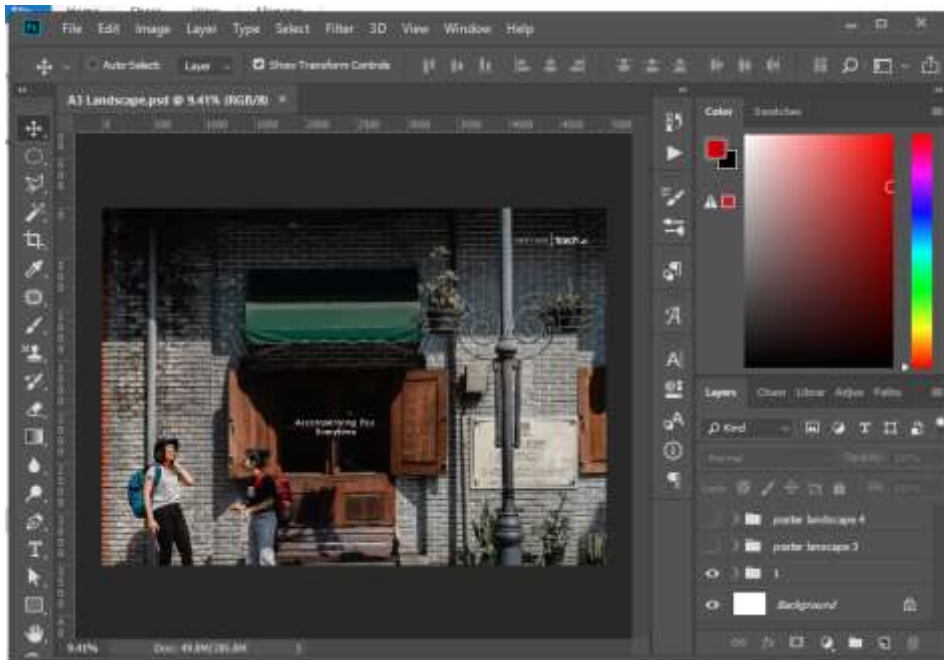
Setelah melakukan beberapa penyesuaian dasar dan kondisi *highlight* dan *shadow* seimbang, foto kemudian di edit kembali di adobe Photoshop untuk memasukan *headline* dan *logo*.



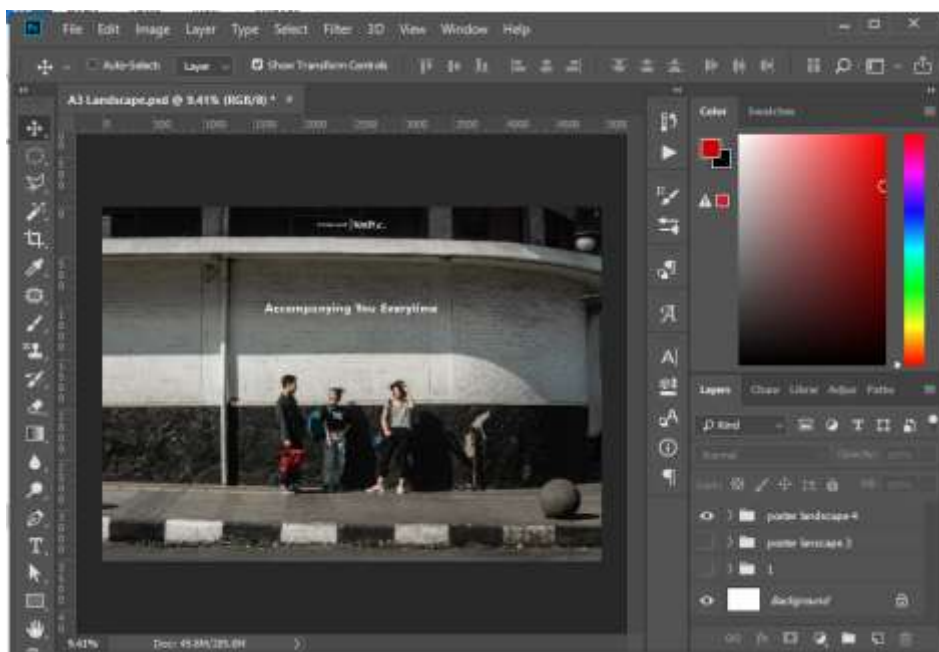
Gambar IV.23 Proses Edit Foto 9
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



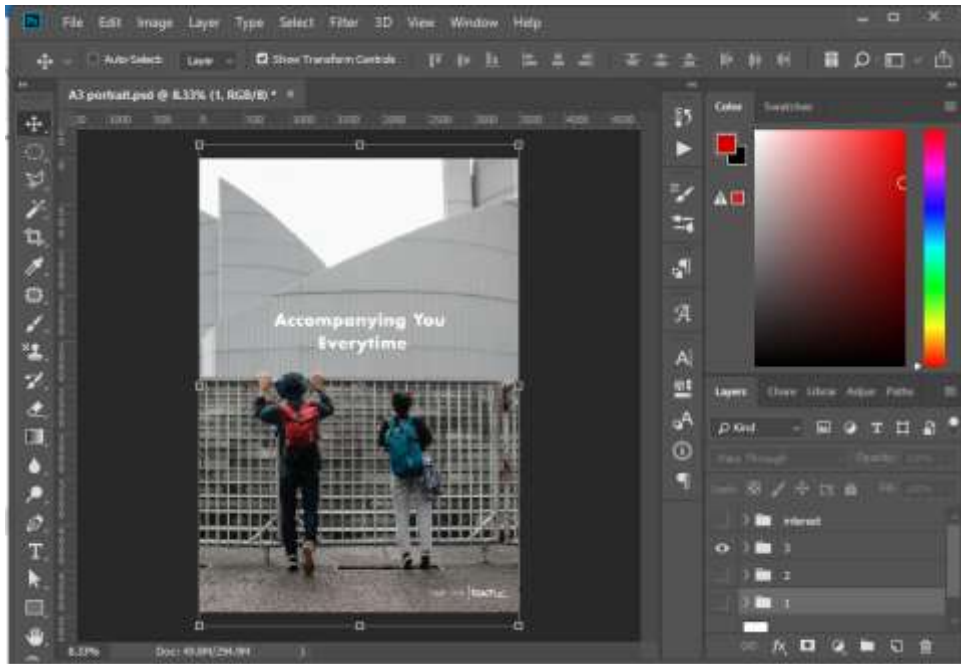
Gambar IV.24 Proses Edit Foto 10
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



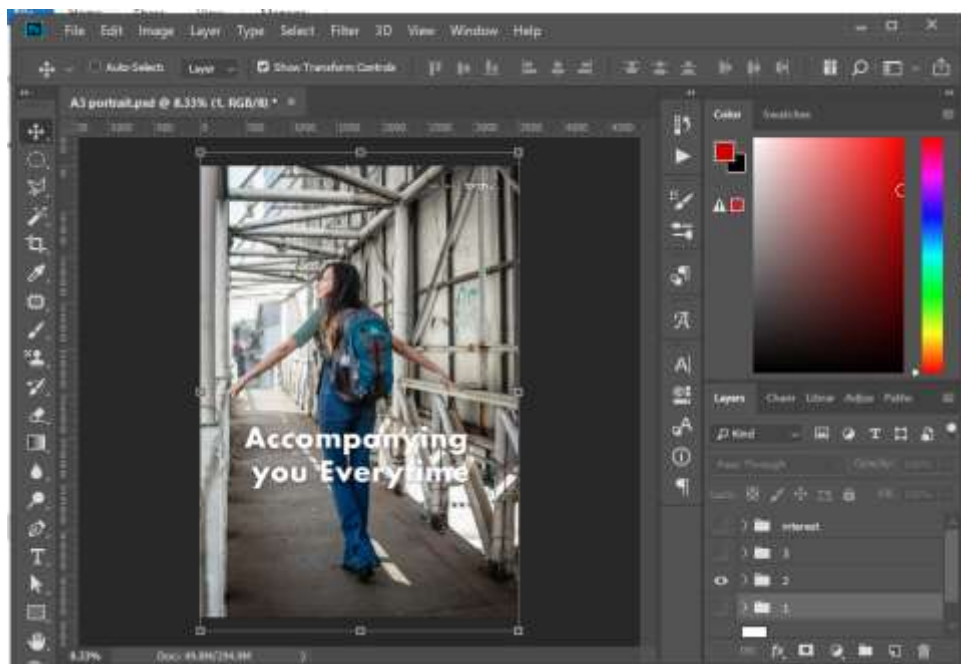
Gambar IV.25 Proses Edit Foto 11
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



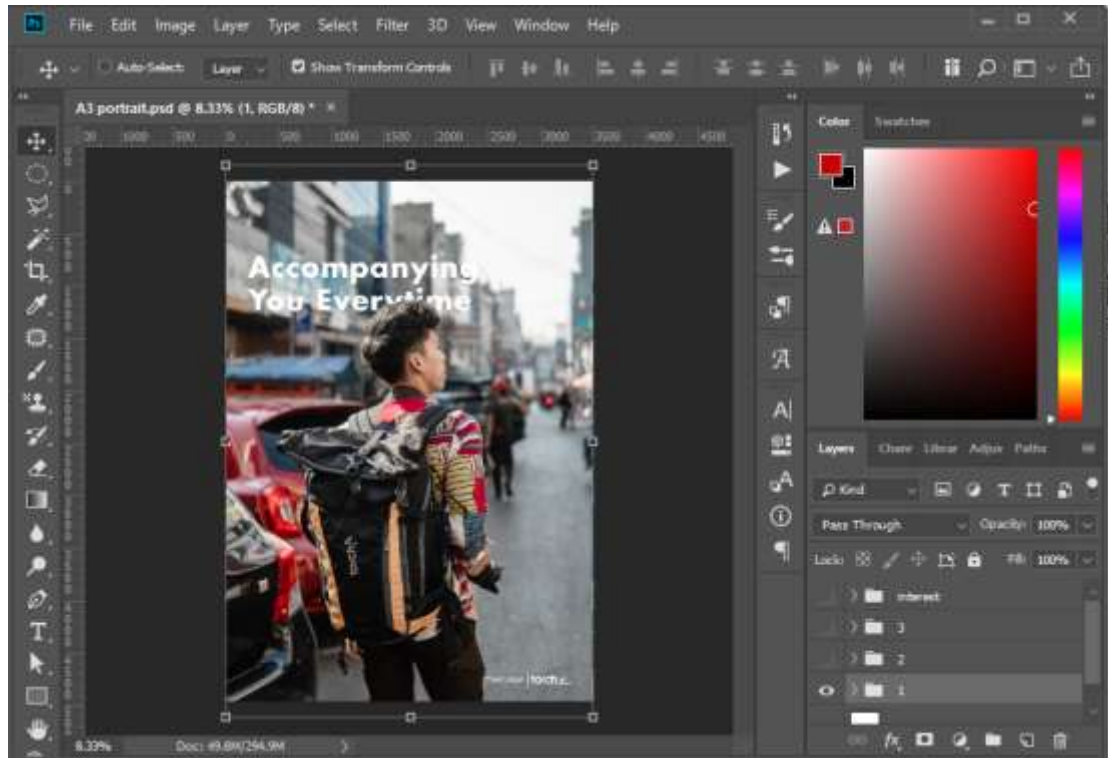
Gambar IV.26 Proses Edit Foto 12
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.27 Proses Edit Foto 13
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.28 Proses Edit Foto 14
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)



Gambar IV.29 Proses Edit Foto 15
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Setelah melakukan proses *editing*, *retouching* serta dimasukkannya *Headline* dan logo, poster sudah siap untuk di publikasikan. Poster ini dirancang dengan konsep yang menggambarkan interaksi saat melakukan kegiatan *travelling*.



Gambar IV.30 Final Artwork 1
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Poster ini dirancang dengan konsep *traveller* yang hendak mengambil barang dari tas *travelling* yang dibawanya.



Gambar IV.31 *Final Artwork 2*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Poster ini dirancang dengan sama dengan beberapa konsep poster lainnya yang menggambarkan interaksi antara 3 orang saat melakukan kegiatan *travelling*.



Gambar IV.32 *Final Artwork 3*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Poster ini dirancang dengan konsep yang menggambarkan interaksi saat melakukan kegiatan *travelling*.



Gambar IV.33 *Final Artwork 4*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Poster ini dirancang dengan konsep yang menggambarkan seorang *traveller* sedang melakukan eksplorasi ke tempat yang dikunjunginya.



Gambar IV.34 *Final Artwork 5*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Poster ini dirancang sama dengan konsep poster lainnya yang menggambarkan seorang *traveller* sedang melakukan eksplorasi ke tempat yang dikunjunginya.



Gambar IV.35 *Final Artwork 6*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Poster ini dirancang dengan konsep yang menggambarkan 2 orang *traveller* sedang melakukan eksplorasi ditempat yang sedang mereka kunjungi



Gambar IV.36 *Final Artwork 7*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Spesifikasi Teknis :

Ukuran Media :

- Instagram *Feed* 1080x1080 px
- *Instastory* 1920x1080 px
- *Facebook* 1200x444 px

Penempatan : Instagram, facebook

Teknis produksi : *Digital*

IV.2 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 target audiens untuk akhirnya melihat ke media utama. Dalam kampanye ini media pendukung juga dibagi menjadi dua berikut penjabarannya:

- Media Pendukung Promosi Jenis media pendukung ini berfungsi untuk mengarahkan atau memperkuat pesan persuasi media utama dan penyebaran media utama.

a. *X-Banner*

Digunakan sebagai pengantar menuju media utama dengan berisi pesan *copywriting* yang bisa memancing penasaran target saat melihat kemudian membuatnya mencari tahu lebih jauh menuju media utama. *X-banner* ini dirancang dengan mengaplikasikan poster serta menempatkan headline pada bagian teratas desainnya dan tagline ditempatkan pada bagian paling bawah.



Gambar IV.37 Media *Pendukung X-Banner*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Spesifikasi Teknis :

Ukuran Media : Flexy Jerman
Ukuran : 60 cm x 160 cm
Teknis produksi : *Print Digital*

Untuk menarik perhatian khalayak, *X-Banner* diletakan di depan semua *outlet* TORCH, berisikan *awareness* agar khalayak yang melewati *outlet* baik pejalan kaki maupun pengendara kendaraan bermotor bisa melihatnya.

b. *Flyer*

Media ini berfungsi sebagai media yang murah untuk publisitas suatu produk yang biasanya disebarkan dengan membagikan langsung ke pejalan kaki, diselipkan di pagar, diselipkan di antara halaman surat kabar, ditempel ke dinding dan tiang. *Flyer* ini berisi informasi *headline* yang dipakai dan visual-visual yang menggambarkan aktifitas *travelling* menggunakan produk-produk TORCH



Gambar IV.38 Media Pendukung *Flyer*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Spesifikasi Teknis :

- Bahan : *Artpaper*
Ukuran : A5 148 x 210 milimeter.
Teknis produksi : *Print Offset*

c. Katalog

Media ini berfungsi untuk menarik minat khalayak sasaran dalam strategi AISAS, media ini diberikan saat pembeli ada di toko atau di bagikan kepada pejalan kaki atau orang-orang yang sedang ada di keramaian. Katalog ini berisi produk-produk yang dijual TORCH dan informasi seputar kegiatan *travelling*, menggunakan warna biru dan putih agar mudah dibaca oleh audiens.



Gambar IV.39 Media Pendukung Katalog
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Spesifikasi Teknis :

Bahan : *Artpaper*
Ukuran : A5 148 x 210 milimeter.
Teknis produksi : *Print Offset*

d. *Banner website* dan media sosial

Media ini sebagai pendukung untuk strategi share dalam action karena media sosial terdapat kegiatan interaksi dengan khalayak sasaran dan testimoni. *Web banner* menggunakan warna yang kontras antara biru dan hijau dengan warna *font* putih agar mudah dibaca oleh pengunjung website, dengan penempatan ilustrasi foto di sebelah kiri agar *web banner* lebih menarik.



Gambar IV.40 Media *Web Banner*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Ukuran Media : 1500x600 px
Penempatan : *Website*
Teknis Produksi : *Digital*

Web Banner ditempatkan di *website* resmi TORCH agar pengunjung *website* bisa langsung melihat produk-produk yang ditawarkan dan melakukan pembelian di *website* TORCH tersebut.

e. Konten Instagram

Media ini berfungsi untuk menarik khalayak yang sering menggunakan media sosial instagram, dengan target kaum milenial yang sudah melek teknologi dan sering eksis di dunia maya.



Gambar IV.41 Media Pendukung Konten Instagram
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Ukuran Media : *Instastory* (1080x1920 px),
Square (1080x1080 px)
Penempatan : Instagram
Teknis Produksi : *Digital*

- Media Pendukung *Merchandise* Fungsi dari media pendukung jenis ini adalah di mana ketika kampanye sedang atau telah berlangsung target audiens akan mengingat bahwa kampanye ini pernah ada, di samping itu media pendukung jenis ini juga tetap bisa sebagai pengarah kepada media utama tau menjadi sarana persuasi kecil sebelum target menuju media utama, penyebarannya dengan cara mengadakan give away di Instagram dengan ketentuan khalayak *memposting* foto menggunakan produk TORCH dengan *hashtag* “TORCH *Traveling Gear*”

a. Tumbler

Tumbler sangat cocok untuk target audiens yang senang melakukan *traveling*, karena saat *traveling* pasti membutuhkan benda yang bisa membawa air minum. Visual berisi ilustrasi kegiatan *travelling* yang dimasukan dalam *headline* agar visual menjadi lebih menarik tapi tetap mudah dibaca oleh audiens.



Gambar IV.42 Media Pendukung Tumbler
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Ukuran Media : 20x8 cm

Teknis Produksi : *Print Digital*

b. *Notebook*

Karena promosi ini adalah untuk membuat audiens tertarik dengan kegiatan traveling dan menggunakan produk TORCH, jadi notebook bisa menjadi pelengkap antara kegiatan traveling, beda dengan alat elektroonik yang selalu membutuhkan daya listrik, *notebook* bisa dipakai dimanapun dan kapanpun. Visual berisi ilustrasi kegiatan *travelling* yang dimasukan dalam *headline* agar visual menjadi lebih menarik tapi tetap mudah dibaca oleh audiens.



Gambar IV.43 Media Pendukung *Notebook*
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Spesifikasi Teknis :

Bahan : *Concord* tipis

Ukuran : 14,8x20 cm

Teknis produksi cetak : *Print Offset*

c. Stiker

Pada umumnya stiker berfungsi dalam meningkatkan nilai jual suatu produk dan sebagai media informasi produk kepada pelanggan atau konsumen. Pada stiker terdapat ilustrasi fotografi kegiatan *travelling* yang dimasukkan di dalam *headline* agar lebih menarik dan tetap dapat dibaca oleh audiens.



Gambar IV.44 Media Pendukung Stiker
Sumber: Pribadi
(Diakses pada 13/07/2019)

Spesifikasi Teknis :

- Bahan : Kertas Stiker
- Ukuran : 3x6 cm
- Teknis produksi cetak : *Print Offset*