

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

BAB IV.1 Media Utama

Media utama yang digunakan pada perancangan ini adalah *video* promosi yang akan dimuat pada saluran *online* seperti Instagram dan Youtube. Adapun pesan yang terkandung dalam *video* tersebut adalah ajakan atau persuasi bagi orang-orang yang menontonnya supaya mengunjungi Obyek Wisata Gunung Galunggung, penyampaian pesan tersebut diperlihatkan dengan menceritakan seorang remaja yang sedang berkunjung ke Obyek Wisata Galunggung tersebut dan disana remaja tersebut melakukan segala hal seperti menikmati pemandangan, berlari, mendirikan *camping*, berfoto dekat air terjun dan berenang di pemandian air panas. Semua hal tersebut bertujuan memberikan kesan betapa banyaknya hal yang bisa dilakukan dan betapa menyenangkanya jika seseorang berkunjung ke Obyek Wisata Galunggung ini.

Sebelum pengambilan gambar alangkah baiknya jika menentukan alat terlebih dahulu, untuk menentukan alat apa saja yang akan dibutuhkan bisa melihat dari *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya. Dalam perancangan *video* promosi ini alat-alat yang digunakan adalah Sony A6000, Sony A6300, *drone* DJI Phantom 3 Pro, Zhiyun Crane M, Gopro Hero 4 Silver, lensa Sony 16-50mm, lensa Sony 16mm, lensa Sony 35mm.



Gambar IV.1 Sony A6000 dan Sony A6300

Sumber : <http://www.mirrorlessdeal.com/2016-black-friday-cyber-monday-sony-a6000-a6300-a6500-deals/> (5 Juli 2018)

Menggunakan kedua kamera tersebut karena ukurannya yang kecil sehingga mudah dibawa dan sudah mendukung 60fps dan 120fps sehingga memungkinkan untuk membuat efek *slow motion*.



Gambar IV.2 Drone DJI Phantom 3 Pro

Sumber : <https://www.dji.com/phantom-3-pro> (5 Juli 2018)

Penggunaan *drone* tersebut berguna untuk merekam pengambilan gambar *bird view* dan sudah mendukung 60fps yang memungkinkan membuat efek *slow motion*.



Gambar IV.3 Gopro Hero 4 Silver

Sumber : <http://shop.reddotphoto.com.sg/en/GoPro-Hero-4-Silver> (5 Juli 2018)

Menggunakan kamera (*actioncam*) tersebut untuk merekam pada wilayah yang memungkinkan kamera akan terkena air atau memungkinkan untuk merekam dalam air.



Gambar IV.4 Zhiyun Crane M

Sumber : <https://www.groupon.com/deals/gs-zhiyun-crane-m-3-axis-handheld-gimbal-stabilizer> (5 Juli 2018)

Penggunaan Zhiyun Crane ini berguna untuk membuat *footage* yang direkam menjadi lebih stabil dan tidak bergetar.



Gambar IV.5 Lensa Sony 16mm, 16-50mm, dan 35mm

Sumber : https://bccamera.com/search.php?search_query=s§ion=product (5 Juli 2018)

Menggunakan beberapa lensa tersebut untuk menyesuaikan sudut pandang yang akan diambil, seperti *wide* atau *close up* dan untuk menghasilkan *dept of field* pada *video*.

Setelah menentukan alat selanjutnya adalah menentukan seseorang untuk menjadi *talent* atau aktor dalam *video* yang akan dibuat, pada perancangan ini, aktor yang akan bermain adalah seorang pria remaja dengan usia 23 tahun menggunakan pakaian layaknya seseorang yang ingin melakukan camping atau jalan-jalan di

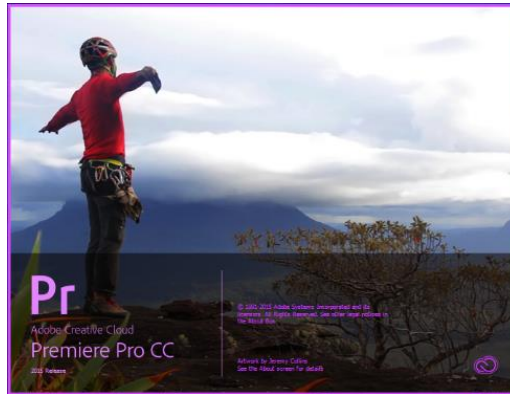
wilayah alam. Penentuan pakaian dan aktor tersebut didasari oleh segmentasi dari perancangan ini merupakan remaja, maka aktor yang bermain dalam *video* ini pun adalah remaja, dan pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas seperti camping pada area Obyek Wisata Galunggung ini.



Gambar IV.6 Tokoh remaja sebagai aktor dalam *video*

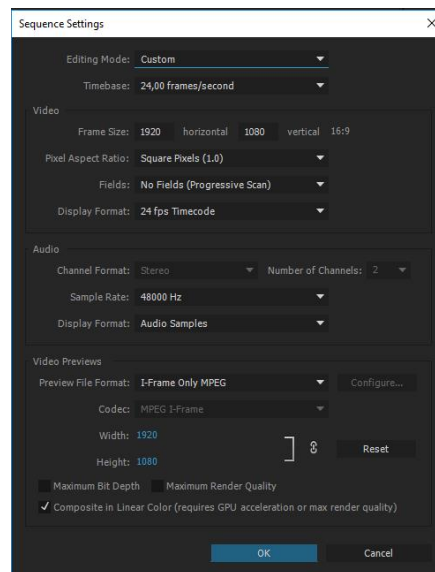
Sumber : Dokumentasi pribadi (3 Maret 2018)

Lalu setelah itu adalah proses pengambilan gambar di tempat yang telah ditentukan, pada perancangan pembuatan *video* ini, tempat yang digunakan tentu adalah Obyek Wisata Gunung Galunggung itu sendiri, dan pengambilan gambar memakan waktu dua hari. Sesudah pengambilan gambar, tahap selanjutnya adalah *editing*, dimana semua *footage* yang telah diambil akan dikomposisikan menjadi sebuah *video* yang utuh dan sesuai dengan *storyline* dan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya. Adapun langkah-langkah editing *video* dalam perancangan ini adalah sebagai berikut. Pertama adalah membuka aplikasi untuk editing *video* itu sendiri, aplikasi yang digunakan pada perancangan *video* ini adalah Adobe Premiere Pro CC 2015, karena dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere CC 2015 ini lebih memudahkan dalam proses *editing* khususnya jika ingin menambahkan *visual effects* dapat langsung memindahkan *project files* ke aplikasi Adobe After Effects tanpa melalui proses *render* terlebih dahulu, dan pada aplikasi Adobe Premiere 2015 ini lebih banyak terdapat varian efek-efek baru seperti *lumetry color* untuk tahap *color grading* dibandingkan dengan Adobe Premiere versi CS6 kebawah.



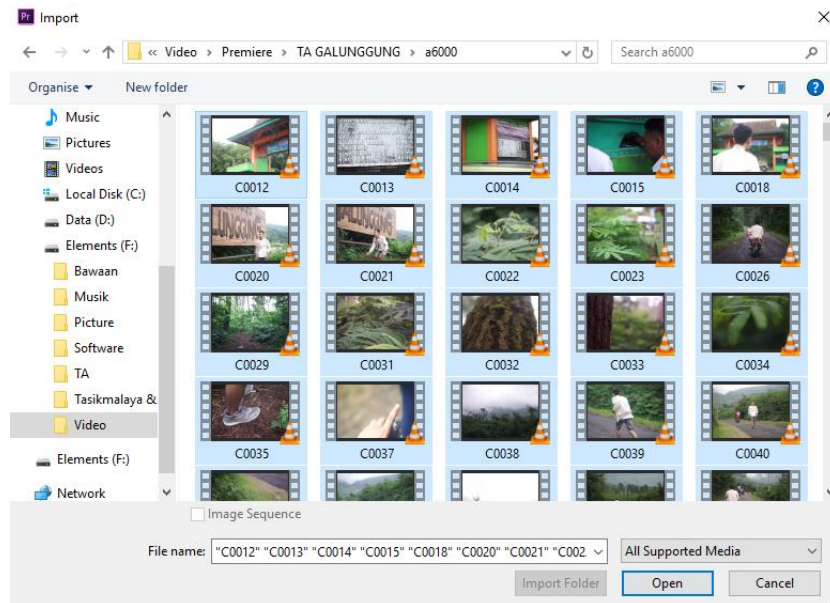
Gambar IV.7 Adobe Premiere Pro
Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Membuat *new project* dengan *setting mode* “Full HD” 1920 x 1080 *pixel* dengan *framerate* 24 fps. Alasan menggunakan resolusi tersebut guna menghasilkan dimensi *video* yang besar dan menghasilkan detail yang lebih baik, lalu supaya mendukung layar-layar *smartphone* dan laptop yang sudah memiliki layar *Full HD*, karena jika dimensi *video* hanya *HD* (1280 x 720 *pixel*) maka kualitas akan menurun jika diputar dengan full pada layar yang memiliki dimensi *Full HD*. Lalu alasan menggunakan *framerate* 24 fps adalah karena saat mengambil gambar, *framerate* yang digunakan adalah 60 fps, saat diubah menjadi 24 fps akan menghasilkan efek *slow motion* yang lembut.



Gambar IV.8 Membuat “*new project*”
Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

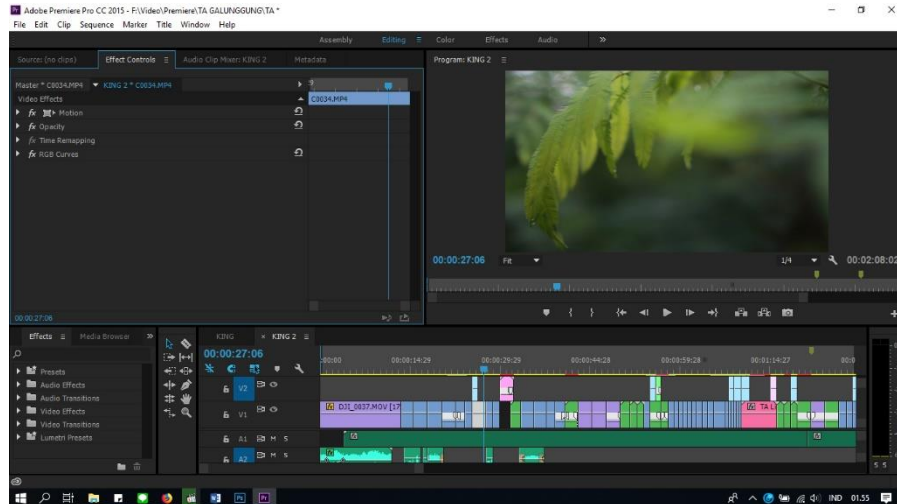
Selanjutnya memindahkan semua *video* dan file *background* yang akan digunakan kedalam aplikasi Premiere tersebut. Untuk *background* yang akan digunakan pada perancangan *video* ini adalah “Alessia Cara - Scars To Your Beautiful (Joe Mason Remix)” alasannya adalah karena lagu tersebut memiliki irama yang bisa menaikkan mood pendengarnya dibagian *reff*, dan irama tersebut dapat diselaraskan dengan menampilkan adegan klimaks pada *video*.



Gambar IV.9 Import file video dan audio

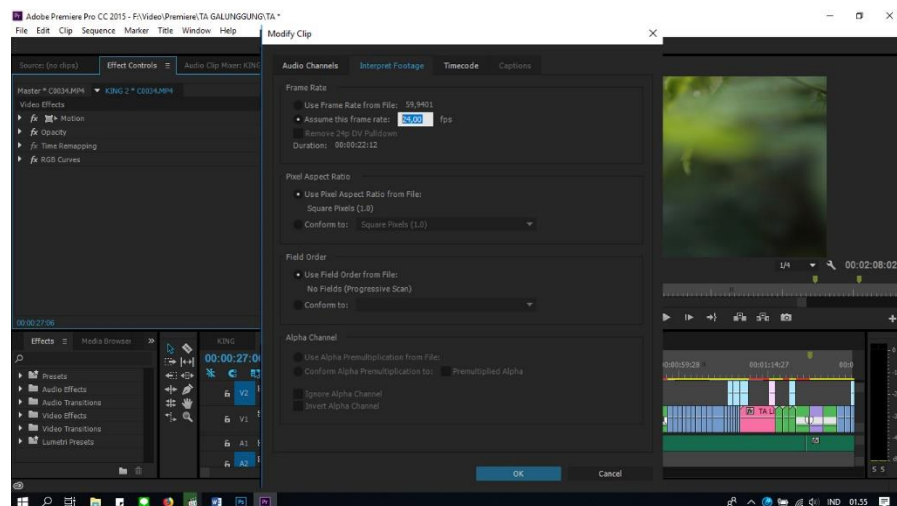
Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Untuk menyesuaikan urutan semua *footage* berdasarkan *storyboard*, diperlukan langkah *triming* dan *organizing* semua *footage* tersebut sesuai dengan urutan yang telah ditentukan pada konsep awal pembuatan *video*. Lalu masukan juga *background* utama dan efek suara seperti suara burung, angin, air terjun dan lain sebagainya, alasan penggunaan sound efek ini supaya lebih membangun kesan alam dalam *video* ini. Untuk pemotongan dan penyusunan *video-video* ini disesuaikan dengan *background* utama, jadi disaat nada musik naik atau terdapat beat didalam *background*, *video* akan menyesuaikan seperti memberi transisi pada saat nada tinggi dan menempatkan *scene* yang cepat disaat nada *background* tinggi, hal ini bisa membuat *video* dan musik menjadi sinkron atau sesuai.



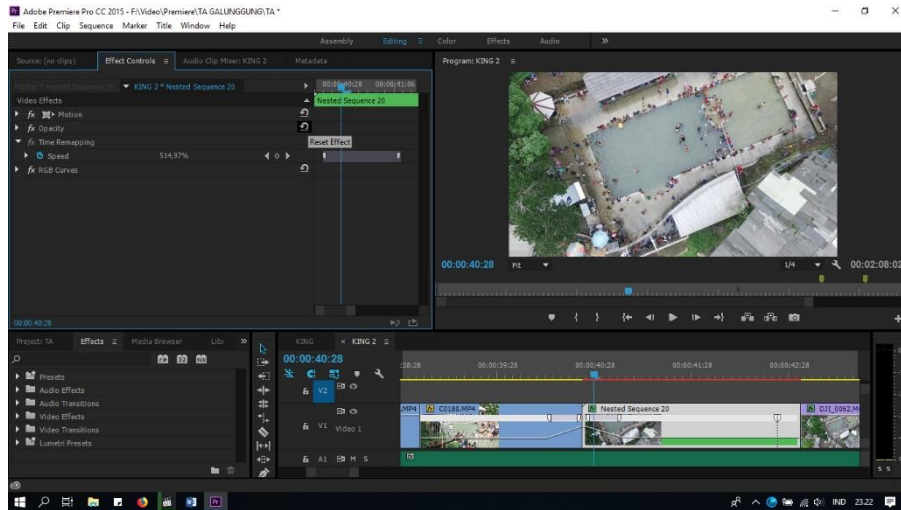
Gambar IV.10 Menyusun *video*
 Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Mengatur *video-video* yang akan dijadikan *slow motion* dengan mengubah *video* 60fps tersebut menjadi 24fps, dengan meng-klik kanan pada *video* dan memilih menu “*invert footage*” dan menulis “24,00” pada kolom “*assume this framerate*”. Lalu FPS (*frame per second*) yang akan dipakai adalah 24fps, karena pada saat pengambilan gambar akan mengambil dengan 60fps sehingga saat dalam tahap editing, hasil gambar dapat diubah menjadi 24fps dan akan menghasilkan efek *slow motion*.



Gambar IV.11 Membuat *Slow Motion*
 Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Supaya transisi antar *video* tidak kaku dan menyerupai satu dengan yang lainnya, diperlukan membuat transisi antar *video*, pada perancangan ini transisi yang dibuat adalah dengan cara mengatur kecepatan pada akhir dan pada awal *video*, misalnya pada akhir *video* satu kecepatan dinaikan menjadi 500% dan pada awal *video* kedua kecepataannya dinaikan menjadi 500%, yang menghasilkan efek transisi.



Gambar IV.12 Membuat Transisi

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

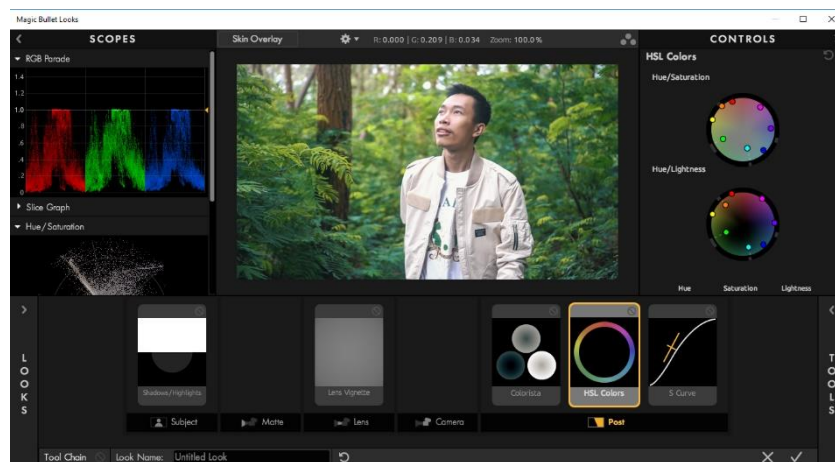
Memberikan teks pada *video* untuk memberikan keterangan judul, *tagline*, dan info-info lainnya. Untuk memasukan teks terdapat pada menu dan “*New Titles*”, meruju pada penjelasan sebelumnya, jenis huruf yang digunakan adalah “*Century Gothic*”.



Gambar IV.13 Membuat Teks

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

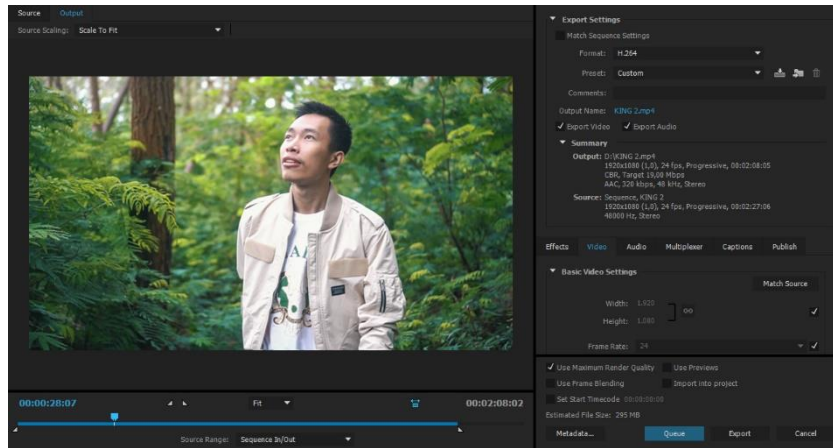
Tahapan selanjutnya adalah mengatur warna atau *tone* dengan aplikasi yang bernama “Magic Bullet Looks”, warna akan diatur dengan meningkatkan saturasi pada warna hijau dan biru, alasannya adalah karena perancangan *video* ini adalah bernuansa alam dan scene pada dalam *video* ini lebih banyak menggambarkan warna hijau seperti pohon dan daun, juga warna biru seperti air. Menurut Nathalia (2018: h.38) warna hijau merupakan warna sekunder dan melambangkan kehidupan, alam, sehat, dan natural. Lalu Warna biru merupakan warna Primer dan melambangkan air, langit, udara, dan berasosiasi dengan alam, dan dapat juga berkesan harmonis.



Gambar IV.14 Mengatur Warna

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

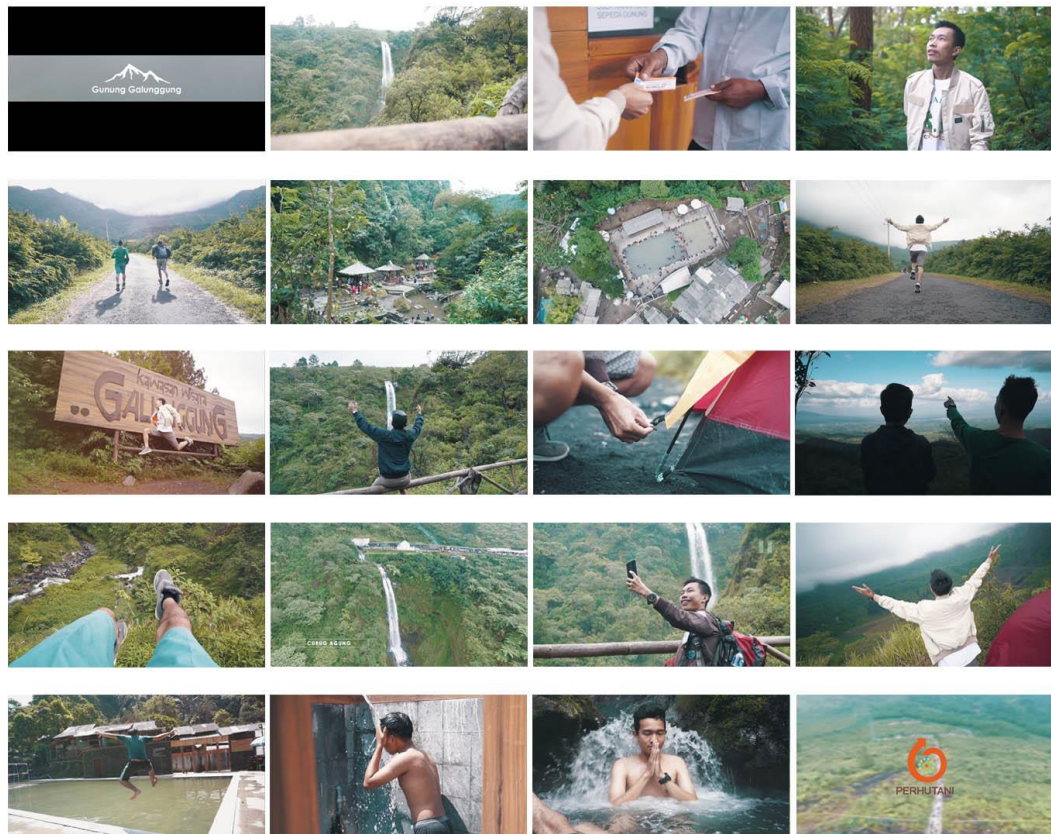
Tahapan terakhir dari *editing* ini adalah proses *render*, dimana *video* yang telah diedit sebelumnya akan disatukan dan menjadi satu *video*, dengan memili “*Export*” pada menu “*File*”, adapun untuk pengaturan *render*-nya adalah dengan format “H.264” yang berarti “mp4” supaya dapat diputar pada berbagai jenis *smartphone* dan komputer, lalu dengan dimensi “*Full HD*” (1920 x 1080 *pixel*). Untuk memaksimalkan kualitas *video* saat dalam proses *rendering*, maka diperlukan mencentang menu “*Render at maximum quality depth*”.



Gambar IV.15 Render

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Berikut adalah beberapa tampilan screenshoot dari video promosi Obyek Wisata Gunung Galunggung yang telah dibuat sesuai teknis produksi yang telah dijelaskan sebelumnya.



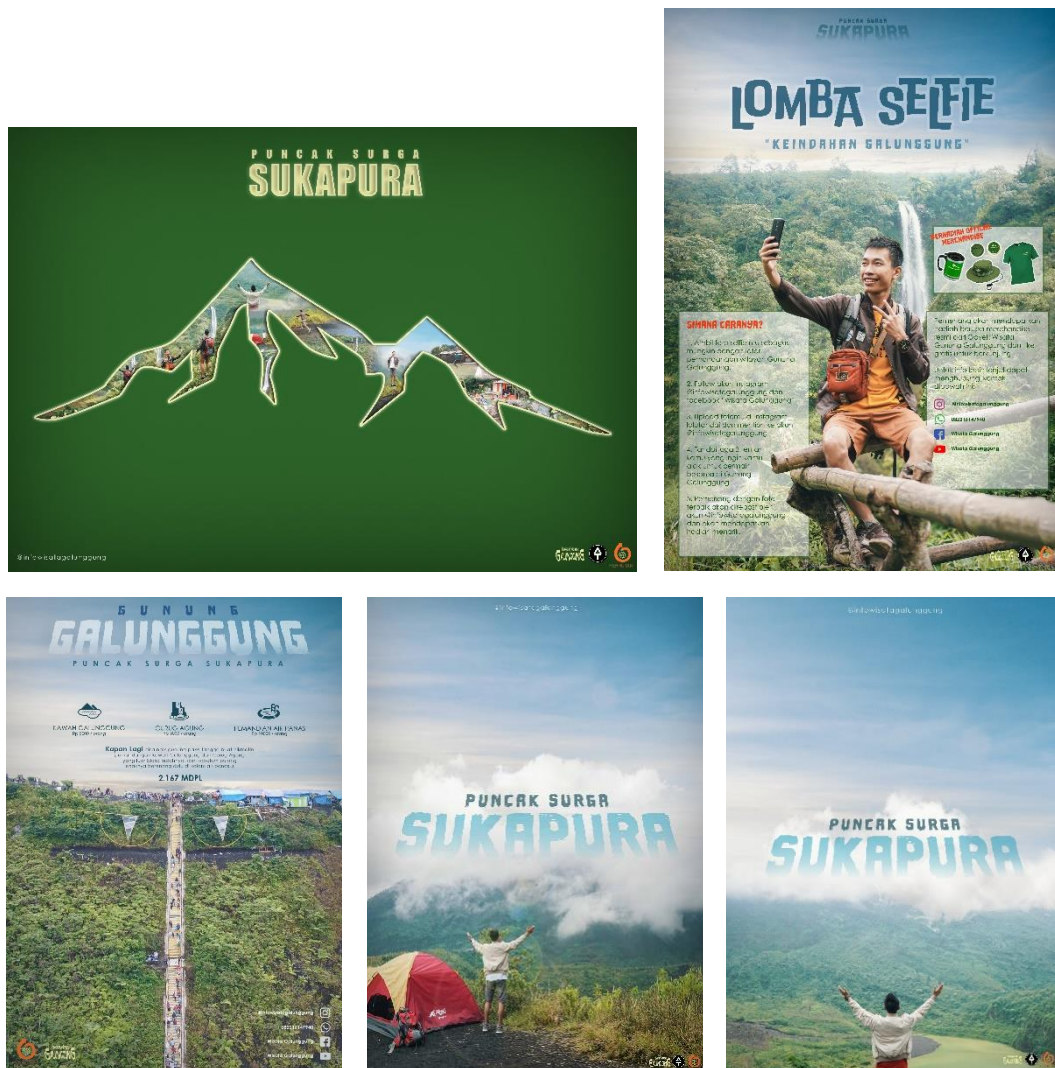
Gambar IV.16 Screenshoot Video

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

IV.2 Media Pendukung

1. Poster

Menurut Hasnun (2006:253) menyatakan bahwa poster adalah pemberitahuan yang berupa tulisan dan gambar dalam sebuah kertas atau kain, dan ditempatkan pada tempat umum. Menggunakan media poster sebagai pemberitahuan bahwa telah adanya *video* promosi Obyek Wisata Gunung galunggung ataupun sebagai pemberitahuan tentang beberapa informasi terkait obyek wisata tersebut. Poster ini akan ditempatkan di wilayah dimana masyarakat yang menjadi segmentasi perancangan ini biasa berdiam, seperti wilayah sekolah dan kampus, lalu wilayah perkotaan.



Gambar IV.17 Poster

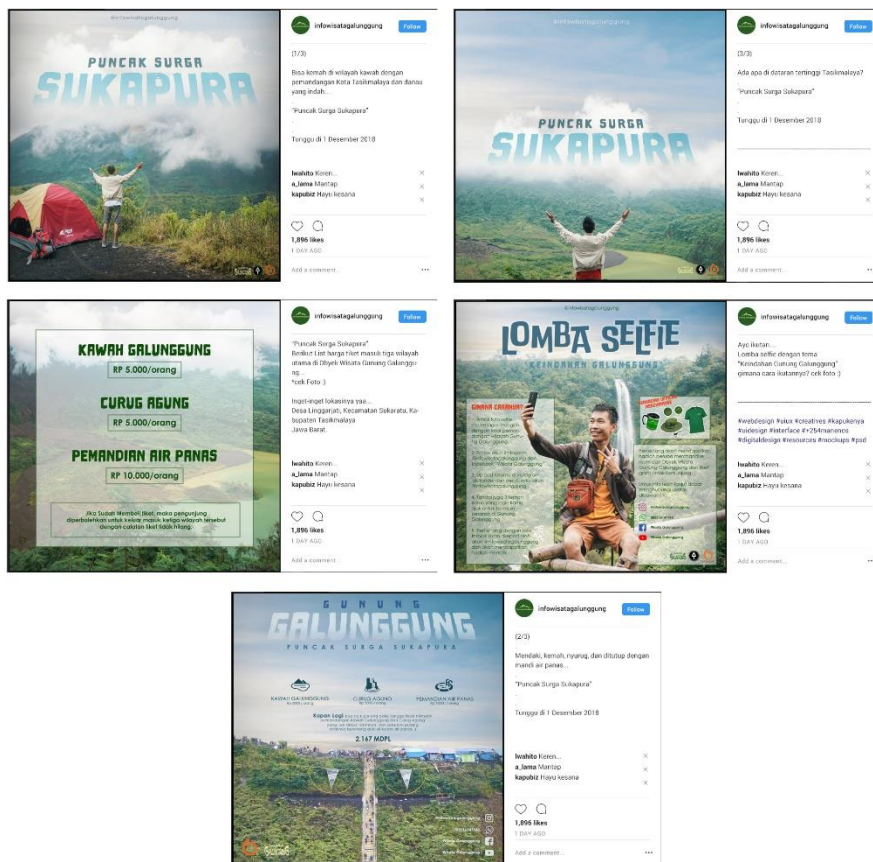
Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Poster ini akan dicetak pada ukuran 29,7cm x 42cm (A3) dengan menggunakan teknik cetak *offset* karena akan diproduksi secara massal, Menurut Kusrianto (2007: h 131) Teknik cetak offset merupakan teknik cetak dengan proses tinta yang dipindahkan ke balok (karet) dari plat, setelah itu dipindahkan pada kertas yang akan digunakan, dengan tinta yang berbasis minyak tidak bercampur dengan air. Lalu teknik cetak offset ini kerap digunakan untuk produksi massal karena lebih cepat dan murah, dan menggunakan kertas *art paper* 260gsm, karena kertas berbahan *art paper* memiliki karakteristik seperti hasil cetak lebih cerah, memberikan hasil yang “*lux*”, lebih tahan lama, dan mendukung berbagai jenis printer, adapun untuk konten dalam poster Sebagai tahapan “*Attention, Interest, dan Action*” pada metode AISAS dalam perancangan ini, pesan yang terdapat dalam poster secara garis besar adalah mengajak pengunjung untuk datang ke Obyek Wisata Gunung Galunggung.

2. Poster (*Instagram*)

Pada poster ini sama halnya dengan poster sebelumnya, namun penyebaran poster ini melalui sosial media berupa *Instagram*, dan dibagikan oleh akun resmi Obyek Wisata Gunung Galunggung secara berkala dan dengan waktu penyebaran yang telah ditentukan.

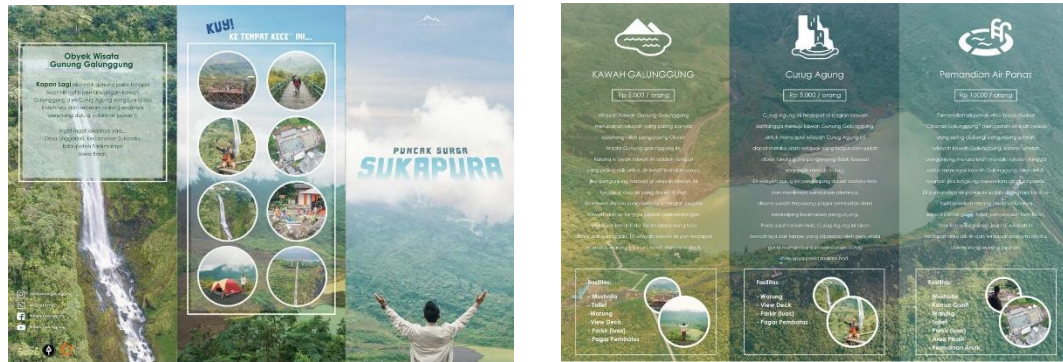
Poster ini akan dibuat pada resolusi 4000px x 4000px karena akan diunggah pada sosial media berupa *Instagram* dimana jika dilihat pada feednya berukuran persegi, dengan konten didalamnya sebagai tahapan “*Attention, Interest, dan Action*” pada metode AISAS dalam perancangan ini, pesan yang terdapat dalam poster secara garis besar adalah mengajak pengunjung untuk datang ke Obyek Wisata Gunung Galunggung. Lalu terdapat info seperti daftar harga masuk obyek wisata, *event* yang diadakan oleh pengelola, dan informasi lainnya.



Gambar IV.18 Poster (*Instagram*)
 Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

3. Brosur

Brosur merupakan salah satu alat promosi yang biasanya terbuat dari kertas dan memuat gambar atau informasi, hampir sama dengan hal nya poster pada umumnya namun dalam brosur ini biasanya memuat informasi lebih lengkap tentang barang atau jasa yang dipromosikan.



Gambar IV.19 Brosur

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Brosur ini akan dicetak pada ukuran 21cm x 29,7cm (A4) dengan menggunakan kertas *art paper* 150gr dan dicetak menggunakan teknik cetak *offset* karena akan diproduksi secara masal. Untuk konten yang terdapat dalam brosur ini sebagai tahapan “*Interest*” pada metode AISAS dalam perancangan ini, pesan yang terdapat dalam brosur ini adalah tiga wilayah utama yang berada di Obyek Wisata Gunung Galunggung dan berikut penjelasannya.

4. X-Banner

X-Banner merupakan salah satu media yang dapat memuat informasi layaknya banner namun memiliki penyangga dibagian belakang berbentuk “X”. Media ini dapat berfungsi menarik perhatian orang-orang untuk melihat media utama dan juga menyampaikan beberapa informasi terkait Obyek Wisata Gunung galunggung.

X-Banner ini akan dicetak pada ukuran 160cm x 60cm dengan menggunakan bahan “*Laster*” dan diproduksi dengan *digital printing* karena hanya akan diproduksi dengan jumlah yang sedikit. Konten dalam *X-Banner* ini adalah berbagai informasi khususnya menjelaskan tentang tiga wilayah utama di Obyek Wisata Gunung Galunggung ini yaitu Kawah Galunggung, Air terjun Agung, dan pemandian air panas.



Gambar IV.20 X-Banner

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

5. Kaos

Kaos merupakan jenis pakaian yang menutupi area badan hingga bawah pinggang hingga bahu tangan, pada perancangan ini kain kaos yang akan digunakan adalah kain bercorak titik putih atau biasa disebut kain atau kaos *galaxy*, memakai kain

berjenis ini karena berhubungan dengan kebiasaan para pendaki gunung jika menginap di malam hari kerap melihat pemandangan *galaxy* atau *milkyway*, lalu untuk grafisnya akan menggunakan icon Gunung galunggung dengan bahan yang dapat menyala dalam gelap.

Untuk pembuatan kaos tersebut bahan yang akan digunakan adalah kain katun combed 30s bercorak *galaxy*, dan disablon *polyflex* karena pada grafis yang terdapat di baju ini hanya terdapat satu warna saja, sehingga dengan teknik *polyflex* ini warna yang dihasilkan lebih cerah dan tebal dari teknik print “DTG”. Lalu pada bahan sablon inipun dapat menyala dalam gelap, karena ditambah dengan bahan “*forfor*”.



Gambar IV.21 kaos

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

6. Gelang

Gelang merupakan salah satu jenis aksesoris atau perhiasan dengan bentuk melingkar yang biasanya dikaitkan atau diselipkan pada pergelangan tangan. Pada perancangan ini bahan yang akan digunakan merupakan bahan kulit dan terdapat tulisan di atasnya, pemilihan gelang ini karena melihat dari rata-rata seseorang yang memiliki hobi mendaki selalu memakai gelang bertuliskan nama gunung yang telah ia naiki sebelumnya.

Dalam pembuatan gelang ini bahan yang digunakan adalah bahan berjenis kulit supaya material yang tampak terlihat lebih elegan, dengan ukuran 16cm x 20cm

dengan dua kuncian, supaya seseorang dengan pergelangan tangan yang kecil maupun besar dapat memakainya. Adapun teknik cetak yang digunakan adalah menggunakan laser.



Gambar IV.22 Gelang Kulit

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

7. Topi *Bucket*

Topi merupakan salah satu aksesoris yang berguna melindungi kepala dan rambut dari panas matahari atau kerap digunakan untuk fashion juga. Jenis topi yang akan digunakan adalah jenis “topi *bucket*”, karena jenis topi ini bisa melindungi kepala dari sinar matahari lebih baik, memiliki bagian lebar yang melingkari bagian topi, sangat cocok bagi mereka orang-orang yang memiliki hobi mendaki, grafis pada topinya adalah icon Gunung galunggung.

Bahan yang digunakan untuk pembuatan topi ini adalah kain “*cotton twill*” berwarna hijau dengan gambar icon Gunung Galunggung beserta alamat Instagram resmi Gunung Galunggung yang dibordir pada bagian depan dan belakang topi. Adapun untuk ukuran topi tersebut berdiameter 19cm untuk bagian kepala.



Gambar IV.23 Topi *Bucket*

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

8. Mug *Stainless*

Mug merupakan alat minum yang digunakan untuk meminum minuman panas karena memiliki pengangan pada bagian sampingnya, dan bedanya dengan mug *stainless* adalah dari bahan pembuatannya, mug *stainless* terbuat dari bahan aluminium atau besi, dan kerap memiliki tutup hingga dapat dibawa kemana saja, dan itu menjadi alasan mengapa memilih media mug *stainless* ini, agar dapat membawanya untuk perlengkapan *camping*. Untuk grafis terdapat gambar icon Gunung Galunggung dan alamat *Instagram* Gunung galunggung.



Gambar IV.24 Mug *Stainless*

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Dalam pembuatan mug ini bahan yang akan digunakan adalah bahan “*stainless steel*” atau besi untuk bagian dalam dan berbahan plastik berwarna hijau untuk bagian luar, dan grafis yang terdapat pada mug stainless ini berupa icon Gunung galunggung beserta alamat Instagram resmi Obyek Wisata Gunung Galunggung dengan teknik print *coating*. Ukuran mug tersebut berdiameter 8cm dan tinggi 10,7cm.

9. Termos *Stainless*

Termos merupakan sejenis botol minuman yang lebih berguna untuk menahan suhu air didalamnya, termos stainless merupakan termos yang terbuat dari bahan aluminium atau besi, karena itu sangatlah cocok dibawa untuk camping atau keperluan outdoor lainnya, biasanya termos dipakai untuk menyimpan air panas.



Gambar IV.25 Termos *Stainless*

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Dalam pembuatan termos ini berbahan “*stainless steel*” berwarna abu dengan grafis ini berupa icon Gunung galunggung beserta alamat Instagram resmi Obyek Wisata Gunung Galunggung dengan teknik *print coating*, dan termos tersebut berdiameter 6,7cm dan tinggi 24,5cm.

10. Tas Selempang

Tas selempang merupakan jenis tas yang berukuran lebih kecil dan cara membawa tas tersebut dengan menggantungkannya pada bahu, alasan menggunakan tas tersebut karena para pendaki gunung kerap memerlukan tas kecil untuk menyimpan beberapa barang dan tidak ingin susah payah untuk mengeluarkannya dari tas saat pendakian



Gambar IV.26 Tas Selempang

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Pembuatan tas ini bahan yang akan digunakan adalah kain kanvas sehingga memiliki serat yang tebal dan sangat kuat, dan kanvas pun memiliki sifat cepat kering. Ukuran yang dimiliki tas tersebut adalah 15cm x 27cm dengan grafis ini berupa icon Gunung galunggung beserta alamat Instagram resmi Obyek Wisata Gunung Galunggung yang dibordir.

11. Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan sebuah aksesoris kecil yang umumnya selalu menggantung pada bagian lubang kunci, gantungan kunci yang akan dibuat untuk perancangan ini adalah gantungan kunci yang terbuat dari bahan plastik berbentuk bulat. Pembuatan gantungan kunci ini terbagi dua ukuran, yaitu ukuran yang berdiameter 4,3cm dan 5,7cm dengan grafis icon Gunung Galunggung dan icon

beberapa wahana di Obyek Wisata Gunung Galunggung, gantungan kunci ini berbahan plastik dan dicetak dengan teknik *digital printing*.



Gambar 7. Gantungan Kunci

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

12. Pin

Pin merupakan salah satu jenis aksesoris kecil yang dapat ditempelkan pada kain menggunakan jarum (peniti) yang terdapat pada bagian belakang pin, pin yang akan dibuat dalam perancangan ini berbahan dan berbentuk sama dengan gantungan kunci sebelumnya. Pembuatan pin ini terbagi dua ukuran, yaitu ukuran yang berdiameter 4,3cm dan 5,7cm dengan grafis icon Gunung Galunggung dan icon beberapa wahana di Obyek Wisata Gunung Galunggung, pin ini berbahan plastik dan dicetak dengan teknik *digital printing*.



Gambar 7. Pin

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

13. Stiker

Menurut Kusrianto A. (2007: 334) Stiker merupakan salah satu bahan promosi yang berfungsi untuk mempromosikan produk dan paling sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan karena sifat fleksibelnya yang bisa ditempel dibanyak tempat, dan sering para pemasang stiker memiliki nilai kebanggaan sendiri. Stiker pada perancangan ini berfungsi sebagai pengingat, stiker ditempatkan misalnya pada bagian kaca belakang mobil sebagai tanda bahwa seseorang pernah mengunjungi Gunung Galunggung.

Bahan yang digunakan adalah kertas “*vinyl*” karena kertas tersebut memiliki sifat tahan air dan cocok jika stiker ditempatkan pada bagaian belakang kaca mobil. Adapun untuk ukurannya adalah 10cm x 3,5cm dan dicetak dengan teknik *cetak offset* karena akan diproduksi secara masal.



Gambar 9. Stiker

Sumber : Dokumen pribadi (5 Juli 2018)

Media-media merchandise yang dipilih merupakan hasil dari data-data yang telah dibahas sebelumnya, dan selain itu pemilihan media-media diatas juga disesuaikan dengan segmentasi yang telah ditentukan dengan tujuan merchandise ini akan digunakan dan bermanfaat bagi yang memilikinya. Semua media-media diatas merupakan media-media yang berhubungan bagi orang-orang yang menyukai kegiatan-kegiatan outdoor atau alam, dan memiliki hobi seperti camping, menjelajah hutan/alam, mendaki dan lain sebagainya. Maka dari itu dipilihlah media-media tersebut. Lalu selain sebagai sebatas kenang-kenangan media-media tersebut juga memiliki fungsi lain selain fungsi utamanya, yaitu sebagai media

promosi, contohnya disaat seseorang memakai salah satu media tersebut di tempat lain, maka tidak menutup kemungkinan orang-orang didekatnya akan melihat media tersebut dan membacanya. Selain itu hal tersebut juga bisa menjadi *branding* bagi Obyek Wisata Gunung Galunggung ini supaya lebih dikenal khususnya di luar Tasikmalaya.