

## BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

### IV.1. Media Utama

Media utama yang dipilih dalam perancangan dan konsep desain wisata Danau Toba adalah video iklan yang akan di sebarakan melalui iklan Youtube dan Instagram. Pesan yang terkandung dalam video tersebut adalah informasi bersifat persuasi yang mengenalkan wisata-wisata Danau Toba yang ada di kabupaten Tobasa dengan visual suasana tempat wisata dan budaya yang ada disekitar wisata Danau Toba.

#### IV.1.1. Perangkat Produksi

Dalam pembuatan media utama promosi Danau Toba, perangkat yang digunakan yaitu kamera DSLR, lensa kit, lensa fix, lensa wide, gopro untuk mengambil gambar dari wahana permainan air, dan drone untuk mengambil gambar hari *high angel shoot* serta laptop yang digunakan untuk proses editing dan *rendering*.

Adapun *software* yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah *Adobe Premier* yang berfungsi untuk melakukan proses editing dan *rendering*. Berikut perangkat yang digunakan :



Gambar IV.1. Kamera DSLR Canon 700D

Sumber: <https://www.amazon.com/Canon-700D-EF-S-18-55mm-3-5-5-6/dp/B00BYPW00I>



Gambar IV.2. Kamera Gopro

Sumber: <https://www.bestbuy.com/site/gopro-hero5-black-4k-action-camera-black/5579154.p?skuId=5579154>



Gambar IV.3. Drone

Sumber: <https://www.bestbuy.com/site/gopro-hero5-black-4k-action-camera-black/5579154.p?skuId=5579154>

## IV.2. Teknis Produksi

### IV.2.1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, ada proses pembuatan media utama, diantaranya adalah:

- *Storyline*, tahap ini membuat konsep alur cerita yang akan digunakan sebagai acuan pengambilan *scene*.
- *Storyboard*, tahap ini membuat sketsa dari setiap *scene* yang menjadi referensi untuk pengambilan gambar.

- Visual, pada tahap pembuatan visual dilakukan pengambilan gambar di wisata Danau Toba sesuai dengan acuan yang ada pada *storyboard* dan *storyline*.

#### IV.2.2. Tahap Produksi

Tahap pertama dalam produksi adalah tahap editing, pada tahap ini dilakukan pemilihan data video yang akan di edit dan di satukan, termasuk *color grading*, *instrument*, dan memasukkan teks dalam video.

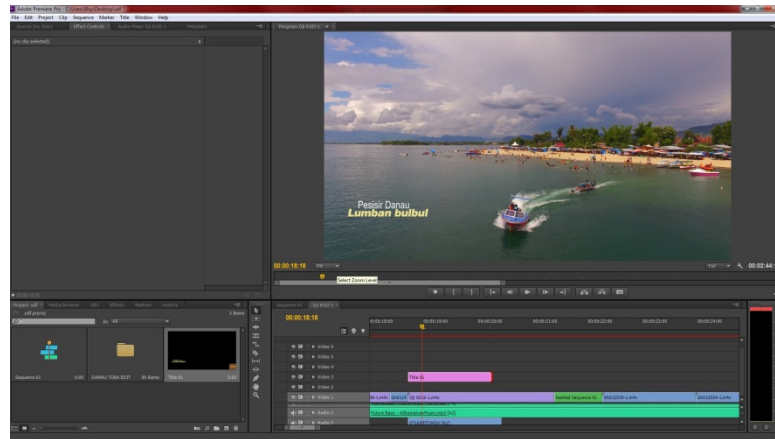


Gambar IV.4. Tahap menyatukan video  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)



Gambar IV.5. Tahap color grading  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

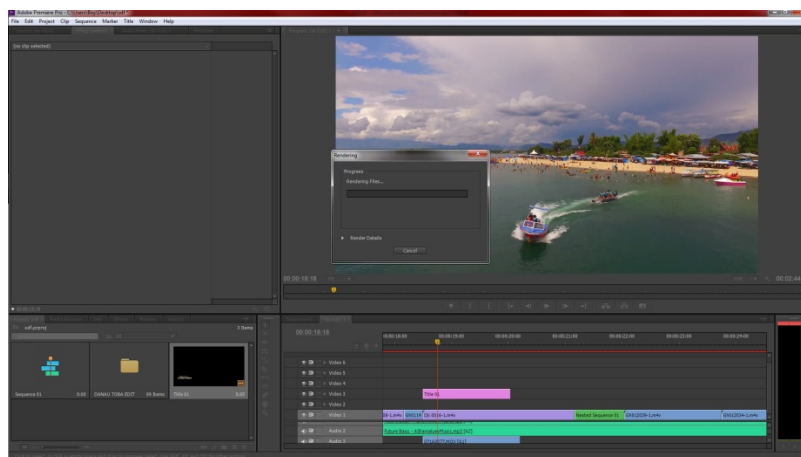
Setelah menyatukan dan memberi *color grading* pada video, selanjutnya adalah tahap memasukkan teks untuk menjelaskan informasi mengenai potensi-potensi wisata Danau Toba.



Gambar IV.6. Tahap pembuatan teks  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

#### IV.2.3. Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi dilakukan tahap *rendering* untuk menyatukan video, teks, audio, *color grading*, dan efek dieksport menjadi file video dengan format mp4 H.264 dengan ukuran frame 1920 px x 1080 px.



Gambar IV.7. Tahap *rendering*  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Dalam tahap proses *rendering*, dilakukan dengan software Adobe Premier dengan render setting sebagai berikut :

- Frame size: 1920 px x 1080 px
- Frame rate: 24 fps
- Aspec ratio: 16:9
- Format video: mp4
- Audio sample rate: 48kHz

- Audio channels: Stereo
- Format audio: mp3

Setelah proses pasca produksi selesai, video iklan promosi wisata Danau Toba sudah siap untuk dipublikasikan di media sosial Youtube dan instagram.



Menampilkan suasana penerbangan yang diambil dari dalam pesawat yang dikomunikasikan sebagai awal perjalanan menuju wisata Danau Toba



Menampilkan pusat kota Balige yang menjadi ibu kota kabupaten Tobasa, diambil dari sudut eagle aye, untuk mengkomunikasikan kota Balige yang menjadi ibu kota kabupaten Tobasa sebagai kota yang berada di pinggir Danau Toba.



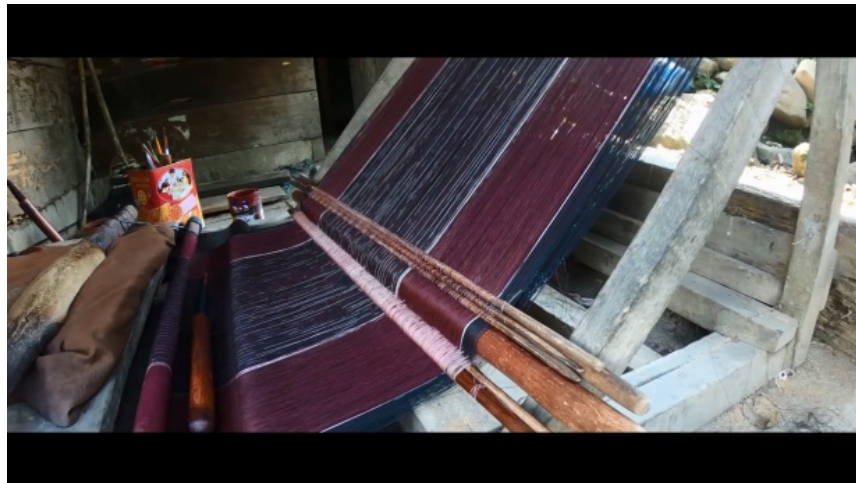
Menampilkan keseluruhan suasana dan kegiatan di Danau dan pesisir danau Toba, untuk menampilkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para wisatawan di garis pesisir Danau Toba yang berada di Tobasa.



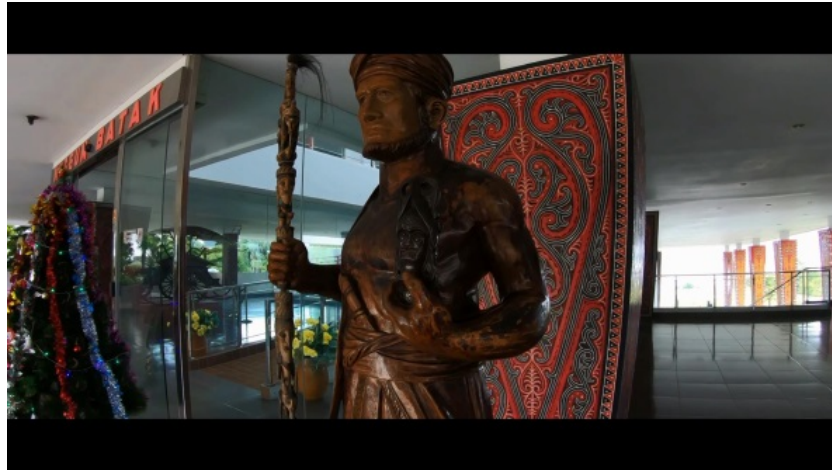
Menampilkan ornamen rumah adat batak dan benda-benda sejarah adat batak yang berada di museum batak, untuk mengkomunikasikan kebudayaan dan adat yang ada di sekitar kawasan pariwisata Danau Toba di kabupaten Tobasa.



Menampilkan suasana dan kegiatan yang dilakukan oleh para pengunjung di pesisir Danau Toba, untuk menampilkan kegiatan para wisatawan.



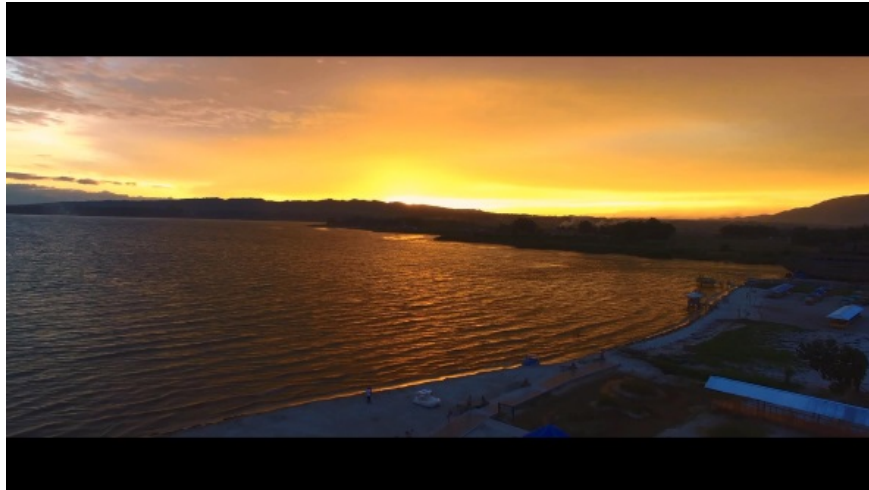
Menampilkan budaya Batak bertenun ulos yang ada di kabupaten Tobasa, untuk mengkomunikasikan budaya turun-temurun yang dilakukan oleh masyarakat suku Batak di kawasan wisata Danau Toba.



Menampilkan sejarah dan peninggalan sejarah budaya batak di museum Batak yang berada di kabupaten Tobasa, untuk menunjukkan wisata Museum Batak sebagai salah satu destinasi wisata di kawasan wisata Danau Toba.



Menampilkan kegiatan bermain wahana arung jeram yang berada di sekitar wisata Danau Toba, untuk mengkomunikasikan adanya wahana bermain air di kawasan wisata Danau Toba di kabupaten Tobasa.



Menampilkan sunset di Danau Toba yang dikomunikasikan sebagai akhir perjalanan mengelilingi wisata Danau Toba yang berada di kabupaten Tobasa.

Gambar IV.8. Tahap akhir video iklan  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

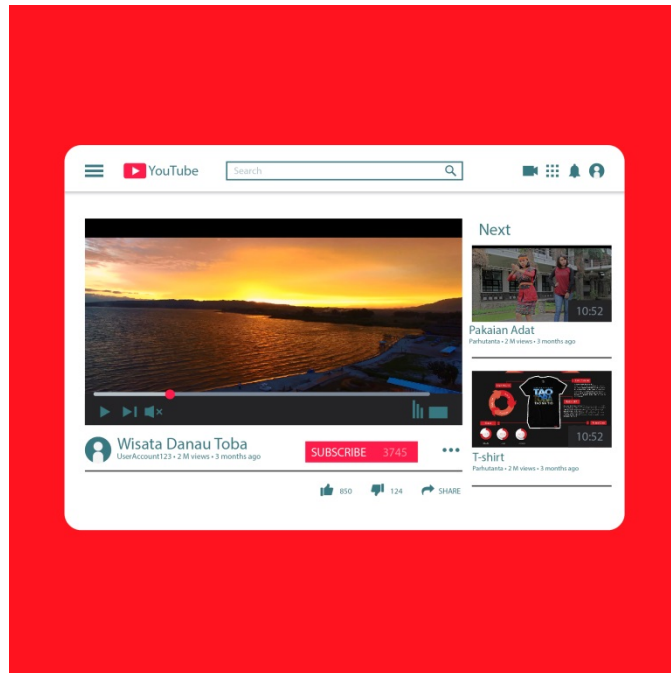
### **IV.3. Tampilan Media**

#### **IV.3.1. Media Utama**

##### **1. Iklan Youtube**

Iklan Youtube akan menampilkan video keseluruhan mengenai potensi wisata Danau Toba agar membuat khalayak sasaran berminat untuk datang berkunjung ke Danau Toba, berdasarkan khalayak sasaran yang mempunyai kebiasaan membawa *handphone* dan memnuka sosial media.

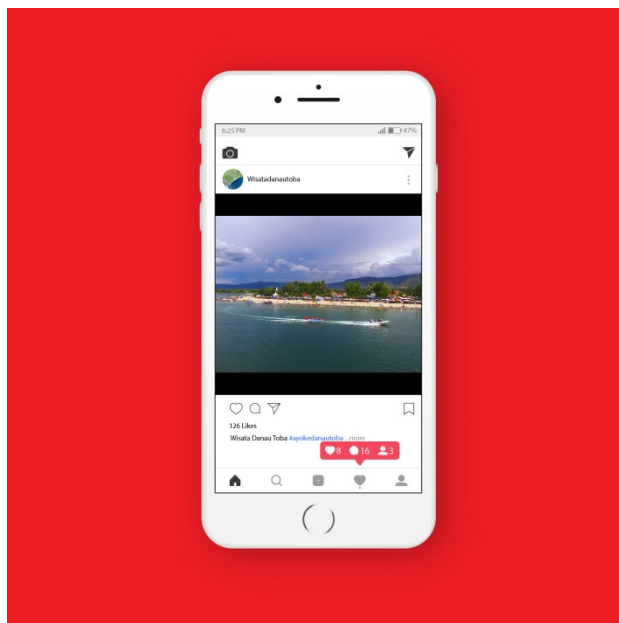
Maka dari itu, dengan menampilkan video mengenai wisata Danau Toba dengan durasi waktu 2 menit diharapkan khalayak sasaran tertarik dan berminat untuk berkunjung ke wisata Danau Toba.



Gambar IV.9. Tampilan iklan Youtube  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

## 2. Instagram

Iklan di Instagram akan menampilkan video singkat mengenai potensi-potensi wisata Danau Toba yang menghubungkan ke video iklan Youtube untuk video selengkapannya.



Gambar IV.10. Tampilan iklan instagram  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

#### IV.3.2. Media Pendukung

##### 1. Poster

Desain yang digunakan pada poster adalah visual dari wisata Danau Toba dengan *tagline* kalimat ajakan #ayokedanautoba yang ditujukan untuk mengajak wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. Pada poster terdapat pula *barcode* yang dapat menghubungkan ke media utama. Poster disini akan di tempatkan di bandara seperti ruang tunggu yang menampilkan visual Danau Toba yang mengajak khalayak sasaran untuk datang berkunjung ke Danau Toba.



Gambar IV.11. Tampilan Poster  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : Flexi Backlite  
Ukuran : A3 (420 x 549 mm)  
Teknik : Digital printing, karena memberikan hasil gambar dan warna yang tajam dan jernih

##### 2. X-Banner

Desain yang digunakan adalah visual wisata Danau Toba untuk menunjukkan wisata Danau Toba dengan *tagline* #ayokedanautoba untuk mengajak wisatawan datang berkunjung ke Danau Toba. X-banner ini

digunakan untuk menarik perhatian khalayak sasaran untuk mencari tahu tentang potensi-potensi Danau Toba dan berminat untuk datang berkunjung ke Danau Toba.



Gambar IV.12. Tampilan X-Banner  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

|        |                    |
|--------|--------------------|
| Bahan  | : Fleksi Korea     |
| Ukuran | : 160 cm x 60 cm   |
| Teknik | : Digital printing |

### 3. *Billboard*

Desain yang digunakan pada *billboard* juga menggunakan visual dari wisata Danau Toba dengan *tagline* kalimat ajakan #ayokedanautoba yang ditujukan untuk mengajak wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. *Billboard* pada perancangan promosi wisata Danau Toba adalah sebagai media pendukung yang berguna untuk memperkuat, memperkenalkan serta mengajak khalayak sasaran untuk datang berkunjung

ke Danau Toba. Billboard ini akan di tempatkan pada persimpangan jalan raya yang ada di daerah perkantoran.



Gambar IV.13. Tampilan *Billboard*  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : Flexi Backlite  
Ukuran : Lebar 8 meter x Panjang 4 meter  
Teknik : Digital printing

#### IV.3.3. Media Pengingat/ *Marchandise*

*Marchandise* pada perancangan promosi wisata Danau Toba adalah sebagai media pengingat agar wisatawan yang berkunjung ke Danau toba tidak lupa dengan wisata Danau Toba dan berkunjung kembali. *Marchandise* bisa didapatkan oleh para wisatawan di toko-toko souvenir yang ada di wisata Danau Toba. Berikut *marchandise* yang akan digunakan :

##### 1. Topi

Desain yang digunakan adalah *tagline* #ayokedanautoba sebagai kalimat ajakan untuk wisatawan agar datang berkunjung ke Danau Toba. Topi ini dipilih karena akan menyesuaikan suasana di pesisir Danau Toba yang silau dan panas, maka dari itu wisatawan akan membutuhkan topi pada saat berkeliling Danau Toba.



Gambar IV.14. Tampilan Topi  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

|        |                                 |
|--------|---------------------------------|
| Bahan  | : Hijet dan bahan jaring korea  |
| Ukuran | : Diameter 17 cm, Panjang 25 cm |
| Teknik | : Sablon <i>polyflex</i>        |
| Harga  | : Rp. 30.000                    |

## 2. T-shirt

Desain yang digunakan adalah visual wisata Danau Toba beserta kalimat ajakan #ayokedanautoaba sebagai ajakan kepada wisatawan agar datang berkunjung ke danau Toba. T-Shirts ini juga akan dijual sebagai pengingat wisata Danau Toba yang menunjukkan gambar dari wisata Danau Toba



Gambar IV.15. Tampilan *T-shirt*  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

|        |                          |
|--------|--------------------------|
| Bahan  | : Cotton Combed 30s      |
| Ukuran | : S, M, L, dan XL        |
| Teknik | : Sablon <i>polyflex</i> |
| Harga  | : Rp. 75.000             |

## 3. Bantal

Desain yang digunakan pada bantal juga menggunakan visual dari wisata Danau Toba beserta kalimat ajakan #ayokedanautoaba sebagai ajakan kepada wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. Bantal ini juga dibutuhkan para wisatawan untuk bersantai di pendopo yang berada di pesisir Danau Toba, dan juga bisa dipakai tidur ketika pulang dari Danau Toba agar sebagai pengingat untuk berkunjung kembali



Gambar IV.16. Tampilan Bantal  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : *Toyobo*  
Ukuran : Panjang 40 cm, Lebar 40 cm  
Teknik : Sablon *polyflex*  
Harga : Rp. 55.000

#### 4. *Tote bag*

Desain pada *totebag* juga menggunakan visual dari wisata Danau Toba berserta kalimat ajakan *#ayokedanautoba* sebagai ajakan kepada wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. *Tote Bag* juga penting untuk wisatawan menyimpan barang bawaannya, seperti handuk, celana ganti maupun baju ganti.



Gambar IV.17. Tampilan *Tote Bag*  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : Kanvas  
Ukuran : Panjang 35 cm, Lebar 32 cm  
Teknik : Sablon *polyflex*  
Harga : Rp. 55.000

##### 5. *Pouch Bag*

Desain *pouch bag* juga menggunakan visual dari wisata Danau Toba berserta kalimat ajakan #ayokedanautoba sebagai ajakan kepada wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. *Pouch Bag* juga

penting untuk wisatawan menyimpan barang-barang mereka seperti kamera, handphone, charger, dompet, dll.



Gambar IV.17. Tampilan *Pouch Bag*  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : Kanvas  
Ukuran : Panjang 18 cm, Lebar 22 cm  
Teknik : Sablon *polyflex*  
Harga : Rp. 45.000

#### 6. Gelas

Desain pada gelas menggunakan visual wisata Danau Toba beserta *tagline* #ayokedanautoaba sebagai kalimat ajakan bagi para wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. Gelas juga penting untuk wisatawan untuk minum dan bisa sebagai pengingat ketika digunakan di rumah



Gambar IV.18. Gelas  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : Keramik  
Ukuran : Tinggi 10 cm, diameter 8 cm  
Teknik : Digital printing  
Harga : Rp. 45.000

#### 7. *Tumbler*

Desain pada *tumbler* juga menggunakan visual wisata Danau Toba beserta *tagline* #ayokedanautoba sebagai kalimat ajakan bagi para wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. *Tumbler* digunakan sebagai alat minum yang bisa dibawa kemana-mana. Dapat digunakan ketika berwisata atau berpergian atau bisa juga dipakai di rumah atau di tempat kerja.



Gambar IV.19. *Tumbler*  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

Bahan : Luminarc Glass  
Ukuran : Tinggi 19 cm dan diameter 8 cm  
Teknik : Digital printing  
Harga : Rp. 30.000

#### 8. Gantungan kunci

Desain pada gantungan kunci menggunakan kalimat ajakan “jarak bukan halangan #ayokedanautoba” sebagai ajakan bagi wisatawan untuk datang berkunjung ke Danau Toba. Gantungan kunci disini digunakan sebagai media pengingat untuk datang berkunjung kembali ke Danau Toba dan dapat digunakan sebagai gantungan kunci.



Gambar IV.19. Gantungan kunci  
Sumber: Data Pribadi (Januari 2019)

|        |                                           |
|--------|-------------------------------------------|
| Bahan  | : <i>Acrylic</i>                          |
| Ukuran | : Panjang 8 cm, lebar 2 cm dan tebal 3 mm |
| Teknik | : Digital printing                        |
| Harga  | : Rp. 6.400                               |