

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media

Dalam teknis produksi, tahapan awal yang dilakukan adalah dengan mempersiapkan data awal serta sarana penunjang seperti *software* dan *hardware* yang selanjutnya akan digunakan untuk memvisualisasi ide dan gagasan dari perancangan ini. Tahapan ini dianggap penting pada proses perancangan agar dapat berjalan dengan baik.

IV.1.1 Media utama

Dalam perancangan kampanye ini ditentukan media utama adalah *website*. *Website* dalam kampanye ini akan memberikan pemahaman serta partisipasi khalayak sasaran. *Website* akan disebarakan secara *online* melalui internet untuk selanjutnya khalayak mengetahuinya melalui media *attention* dan *interest* atau dapat juga diketahui dari media *action* dan *share*.

a. Sketsa

Pembuatan sketsa dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah dalam mendesain media utama yang akan dibuat. Agar terarah dengan baik sketsa dilakukan dengan melalui beberapa tahapan.

- *Sitemap*

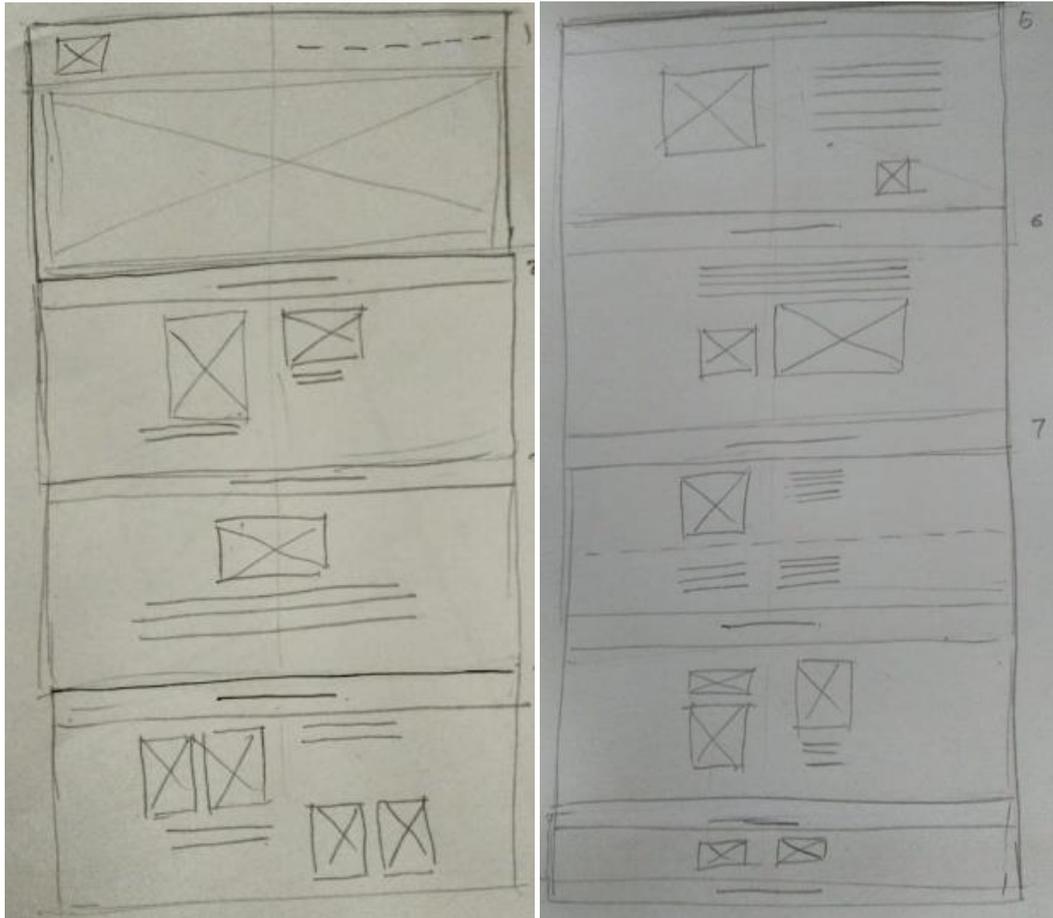
Pada tahapan awal pembuatan *website* dilakukan dengan menentukan *sitemap* atau sistem navigasi yang diperlukan. *Sitemap* akan mempermudah untuk melakukan tahapan-tahapan selanjutnya. Untuk menentukan berapa jumlah halaman *web* yang akan dibuat sesuai dengan kebutuhan sehingga laman *website* dapat dibuat dengan baik dan menghindarkan dari kebingungan desain yang akan membuang banyak waktu.



Gambar 4.1 Sistem Navigasi *Website*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- Wireframe

Pada tahapan ini dibuat sketsa sebagai penggambaran dari bentuk desain yang akan dibuat kedalam tahapan selanjutnya. Penggambaran dibuat secara manual dengan menggunakan media tulis. Tahapan ini akan mempermudah dalam pembuatan konsep visual.

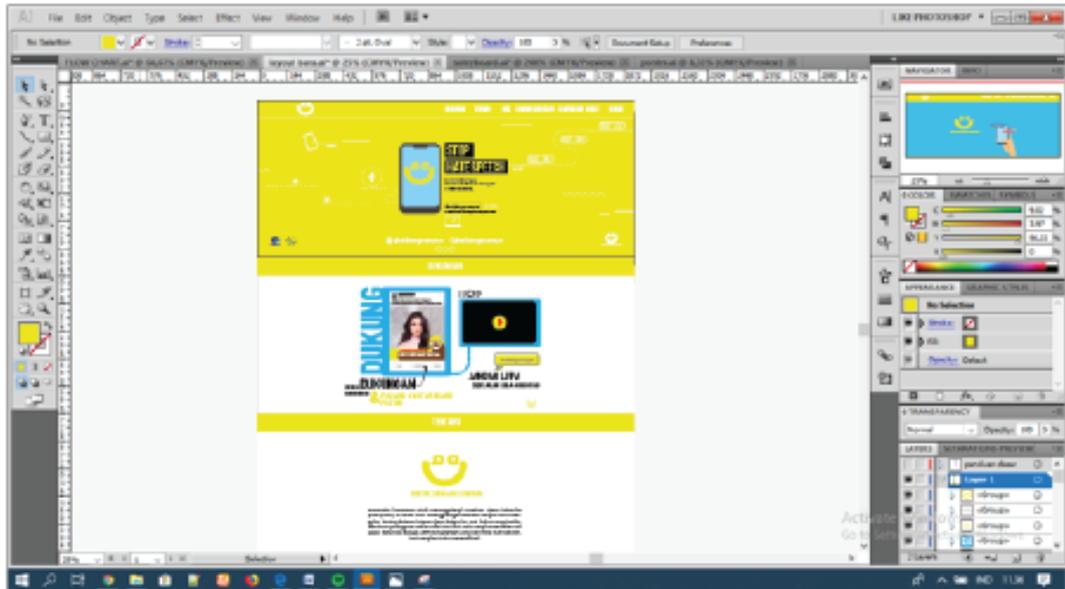


Gambar 4.2 Sketsa *wireframe*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

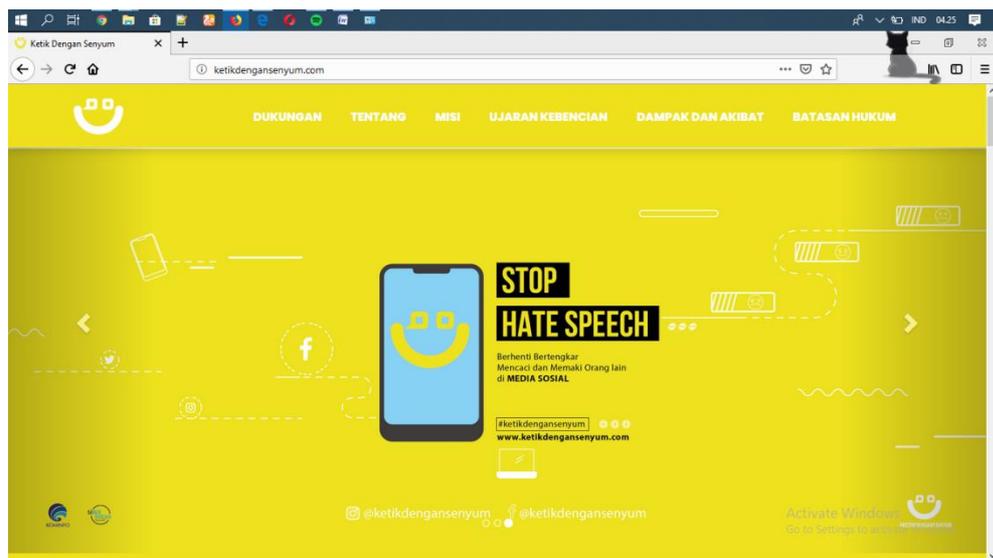
b. Tahap digital

- *Mock-Up*

Pada tahapan ini sketsa selanjutnya dibuat secara utuh dimana konsep awal dijabarkan kedalam media digital. *Mockup* dibuat dengan menggunakan Adobe Illustrator CS5 sesuai dengan *wireframe* yang telah dibuat sebelumnya, *mockup* dibuat sesuai dengan tampilan pada desktop. Warna serta susunan layout diukur agar mendapat keterbacaan yang baik. Font yang disajikan haruslah baik dan memiliki keterbacaan serta daya tarik yang sesuai dengan khalayak sasaran.



Gambar 4.3 Pembuatan *Mockup*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

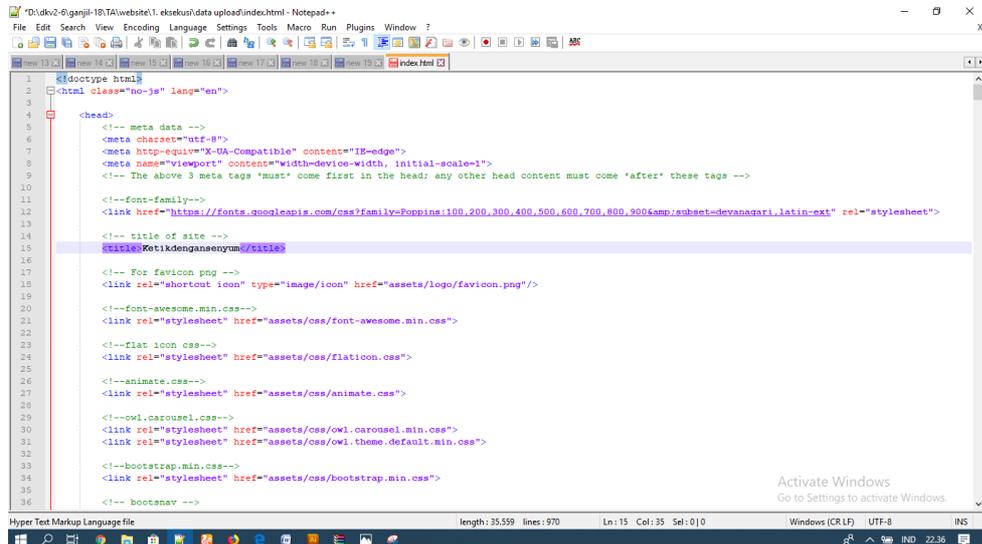


Gambar 4.4 *Mockup Website* Pada *Desktop* Tampil
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- Pemrograman *Website*

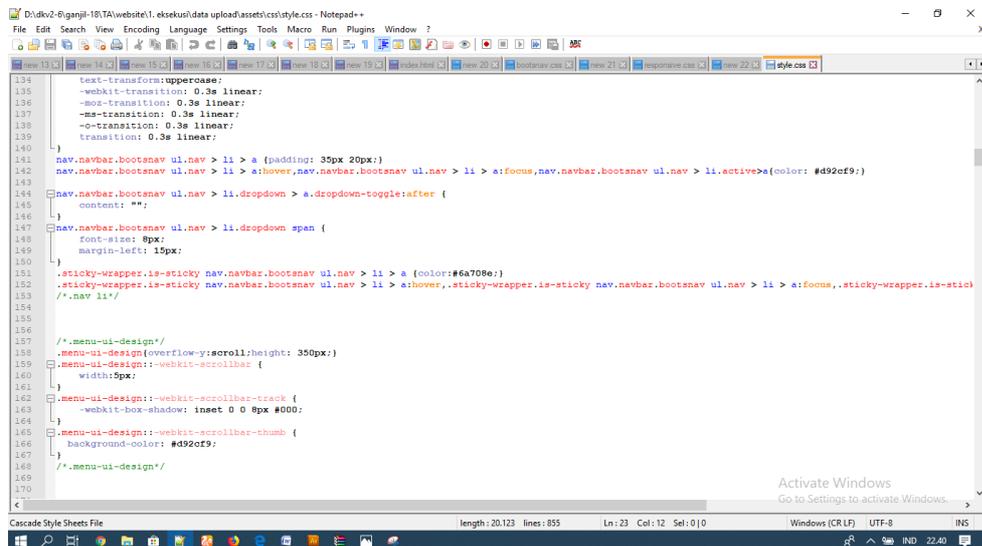
Website ini dibuat menggunakan *Bootstrap* yaitu *framework CSS* yang mempermudah memuat bahasa pemrograman HTML, CSS, dan JavaScript. Penggunaan *bootstrap* dimaksudkan untuk mempermudah dalam pengembangan tampilan *web* ke dalam banyak platform seperti komputer desktop, *smartphone*, *tablet*, dan platform lainnya yang memiliki resolusi

layar yang berbeda beda. Software yang digunakan dalam pemrograman ini menggunakan Notepad++.



```
1 <!doctype html>
2 <html class="no-js" lang="en">
3
4 <head>
5   <!-- meta data -->
6   <meta charset="utf-8">
7   <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
8   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
9   <!-- The above 3 meta tags *must* come first in the head; any other head content must come *after* these tags -->
10
11   <!-- font-family -->
12   <link href="https://fonts.googleapis.com/css?family=Poppins:100,200,300,400,500,600,700,800,900&subset=devanagari,latin-ext" rel="stylesheet">
13
14   <!-- title of site -->
15   <title>Ketikdengansenyum</title>
16
17   <!-- For favicon png -->
18   <link rel="shortcut icon" type="image/icon" href="assets/logo/favicon.png"/>
19
20   <!-- font-awesome.min.css -->
21   <link rel="stylesheet" href="assets/css/font-awesome.min.css">
22
23   <!-- flat icon css -->
24   <link rel="stylesheet" href="assets/css/flaticon.css">
25
26   <!-- animate.css -->
27   <link rel="stylesheet" href="assets/css/animate.css">
28
29   <!-- owl.carousel.css -->
30   <link rel="stylesheet" href="assets/css/owl.carousel.min.css">
31   <link rel="stylesheet" href="assets/css/owl.theme.default.min.css">
32
33   <!-- bootstrap.min.css -->
34   <link rel="stylesheet" href="assets/css/bootstrap.min.css">
35
36   <!-- bootsnav -->
```

Gambar 4.5 Tahap Coding HTML
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



```
134 text-transform:uppercase;
135 -webkit-transition: 0.3s linear;
136 -moz-transition: 0.3s linear;
137 -ms-transition: 0.3s linear;
138 o-transition: 0.3s linear;
139 transition: 0.3s linear;
140
141 nav.navbar.bootsnav ul.nav > li > a {padding: 35px 20px;}
142 nav.navbar.bootsnav ul.nav > li > a:hover,nav.navbar.bootsnav ul.nav > li > a:focus,nav.navbar.bootsnav ul.nav > li.active>a{color: #d92cf9;}
143
144 nav.navbar.bootsnav ul.nav > li.dropdown > a.dropdown-toggle:after {
145   content: "";
146 }
147 nav.navbar.bootsnav ul.nav > li.dropdown span {
148   font-size: 8px;
149   margin-left: 15px;
150 }
151 .sticky-wrapper.is-sticky nav.navbar.bootsnav ul.nav > li > a {color:#6a708e;}
152 .sticky-wrapper.is-sticky nav.navbar.bootsnav ul.nav > li > a:hover,.sticky-wrapper.is-sticky nav.navbar.bootsnav ul.nav > li > a:focus,.sticky-wrapper.is-sticli
153 /*.nav li*/
154
155
156
157 /*.menu-ui-design*/
158 .menu-ui-design{overflow-y:scroll;height: 350px;}
159 .menu-ui-design::-webkit-scrollbar {
160   width:5px;
161 }
162 .menu-ui-design::-webkit-scrollbar-track {
163   -webkit-box-shadow: inset 0 0 8px #000;
164 }
165 .menu-ui-design::-webkit-scrollbar-thumb {
166   background-color: #d92cf9;
167 }
168 /*.menu-ui-design*/
169
170
```

Gambar 4.6 Tahap Coding CSS
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada tahapan selanjutnya menu dan halaman dihubungkan satu sama lain. Dengan menghubungkan menu dan halaman hal ini akan mempermudah pengunjung untuk menuju langsung ke halaman yang ingin dilihat. Pembelian domain

dilakukan agar *website* dapat terhubung secara *online* sehingga dapat dikunjungi oleh siapa saja.

Dalam perancangan ini Website dibagi menjadi 4 bagian atau *section* antara lain :

a. Bagian Home

Merupakan halaman pertama atau halaman pembuka dari website *ketikdengansenyum.com*. Ditampilkan 3 buah slider yang akan secara otomatis bergantian tertampil pada layar utama. Pada halaman ini terdapat 6 menu untuk masuk ke halaman lainnya.



Gambar 4.7 Tahap *Coding CSS*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Banner Utama

Banner utama merupakan banner *slider* yang akan tampil pada saat pertama kali mengunjungi laman website *ketikdengansenyum.com*. Banner utama ini merupakan desain lanjutan dari desain poster utama. Memiliki warna dasar kuning yang menjadi identitas utama dari logo menjadikan banner ini perhatian yang harus dilihat oleh khalayak. Sama seperti halnya poster utama *point of interest pada banner slider* ini terdapat pada bagian tengah dengan *shape* berupa *smartphone* dan logo utama pada bagian tengah yang mengajak pengguna dan khalayak sasaran untuk tersenyum dan berbahagia dengan *smartphone* dan sosial media mereka. Menghindari perdebatan, pertengkaran dan caci maki di media sosial merupakan *copywriting* yang ditampilkan pada bagian sisi dari *smartphone*. Pada bagian background terdapat simbol media sosial seperti

instagram, twitter, dan facebook yang menjadi target khalayak dari kampanye sosial ini. Pengguna pada 3 media sosial ini merupakan penyumbang ujaran kebencian paling tinggi seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Simbol negatif pada sisi *copywriting* “STOP HATE SPEECH” merupakan simbol yang ditujukan untuk menunjukkan suatu hal yang negatif. Simbol ini diimbangi dengan simbol positif yang ditampilkan berdampingan dengan *tagline* #ketikdengansenyum sebagai kampanye yang mengajak khalayak ke arah kebaikan.



Gambar 4.8 Banner *slider* kedua
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Banner *slider* kedua

Banner kedua ini merupakan representasi dari fenomena yang terjadi seperti penyebutan “cebong” yang artinya anak katak dan “kampret” berarti kelelawar dalam penyebutan sekumpulan pendukung dari partai politik atau pendukung calon presiden. Julukan ini termasuk ke dalam kategori *hate speech* yang perlu untuk dipersuasikan. Penggambaran anak katak dan kelelawar yang muncul dari *smartphone* merupakan simbol dari chat atau komentar mengenai objek tersebut. Ditampilkan dengan gigi tajam dan berhadapan adalah simbol dari pertengkar. Lingkaran putih yang mengelilingi *smartphone* merupakan sesuatu yang harusnya menjadi perhatian kita semua. Pada bagian bawah terdapat *copywriting* yang memotong lingkaran dengan tujuan memberi tahu bahwa merupakan bagian yang harus disadari karena simbol-simbol yang berada di atasnya merupakan perwujudan *hate speech*.

Simbol negatif pada bagian kanan dan positif pada bagian kiri adalah pengguna media sosial sering kali lebih mementingkan ego daripada logika di media sosial. Berperang untuk saling menang bukan berfokus pada solusi dan perdamaian. Pada bagian *background* terdapat simbol media sosial dengan garis yang menghubungkan satu sama lain merupakan makna dari *share* atau konten dari media sosial yang dapat dibagikan dari media sosial satu ke lainnya. Pada bagian paling kanan garis saling terhubung terdapat simbol surat atau buku yang merupakan perumpamaan dari aturan atau undang-undang yang dapat mengikat pengguna media sosial sebagai warga negara dan batasan bersosialisasi.

Pada masing masing simbol media sosial terdapat *emtion* sedih, gelisah, dan ketidaknyamanan menunjukkan bahwa dengan media sosial pengguna dapat mengungkapkan rasa dan mendapatkan rasa dari apa yang dibagi maupun yang informasi yang dibaca. Emosi ini yang di dalam tindakan ujaran kebencian banyak menghasilkan simbol simbol negatif berupa sedih, amarah, kegelisahan dan ketidaknyamanan pengguna lain.



Gambar 4.9 Banner *slider* ketiga
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Banner *slider* ketiga

Banner *slider* ini merupakan bagian ajakan dimana khalayak sasaran diajak untuk ikut serta melakukan *action* berupa memasang avatar media sosial yang tersedia di dalam *website* untuk kemudian diarahkan ke media sosial *twibbon* sebagai

media sosial kampanye. Khalayak dapat menggunakan *profile picture* mereka untuk kemudian digabungkan dengan poster kampanye yang disediakan.

Copywriting yang berupa ajakan disematkan pada bagian kanan atas dengan huruf *sanns serif* berwarna merah dan hitam memberikan kesan perhatian untuk hal yang sebelumnya adalah formal dan dianggap kaku. Pada bagian bawah dari poster avatar terdapat alamat website ketikdengansenyu.com adalah berupa penggiringan khalayak untuk melakukan action dengan masuk ke dalam laman website. Untuk selanjutnya melakukan share avatar mereka di media sosial yang mereka miliki ditunjukkan dengan simbol media sosial dibawah dari alamat *website*.

b. Dukungan dan Visi Misi

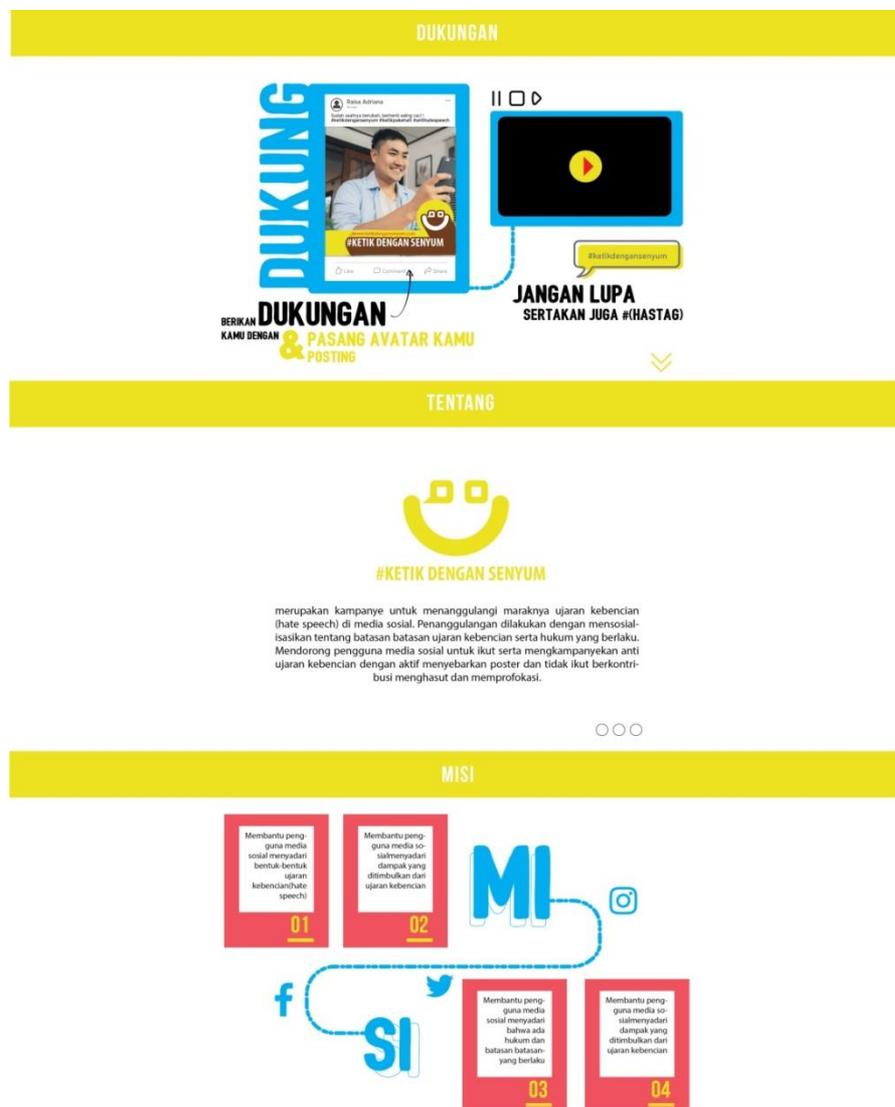
- Pada halaman “dukungan” merupakan bagian action untuk pengunjung melakukan tindakan berupa penggunaan avatar di media sosial mereka dengan mengklik bagian poster yang kemudian digiring ke dalam *link* media sosial *Twibbon* untuk mendapatkan avatar dengan bentuk dukungan. *Twibbon* sendiri merupakan media sosial dengan jenis *microsite* yang mendukung pengguna untuk membuat kampanyenya sendiri untuk selanjutnya avatar yang telah terpasang dapat dengan mudah di download dan diunggah ke media sosial lainnya.

- Halaman “tentang” menjelaskan maksud dari kampanye agar pengunjung dapat memahami. Pada halaman ini juga terdapat logo utama kampanye beserta tagline. Halaman tentang dibuat dengan desain yang sederhana dan *clean* memberikan kesan yang tidak kaku namun tetap formal sehingga diharapkan khalayak sasaran/pengunjung dapat memahami dengan baik maksud dan tujuan yang ingin disampaikan.

- “Misi” merupakan halaman yang menjelaskan misi yang ingin dicapai dari kampanye. Layout yang ditampilkan dibagi menjadi 2 bagian atas dan bawah dengan maksud untuk memudahkan pengunjung membaca misi dari kampanye.

Bagian atas menampilkan 2 *sticky notes* dengan penomoran 1 dan 2 agar khalayak sasaran dapat dengan mudah memahami serta mengingat bagian ini.

Bagian bawah bawah dari layout halaman ini merupakan bagian 3 dan 4 dari *sticky notes* yang berisi misi dari kampanye, namun pada bagian ini diletakkan rata kanan karena arah baca yang dikehendaki adalah *zig-zag* dari kiri atas dan arah kanan bawah. Tipografi judul “misi” dibagi menjadi 2 dengan tujuan menarik perhatian, disajikan dengan warna biru adalah penggambaran akan masa depan atau angan yang ingin dicapai.



Gambar 4.10 Halaman dukungan dan misi
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

c. Tentang Ujaran Kebencian (*hate speech*)

Pada *section* ini pengunjung diajak untuk memahami ujaran kebencian, bentuk-bentuk dari ujaran kebencian serta dampak yang ditimbulkan.

• Pada halaman “Ujaran Kebencian” dijelaskan pengertian ujaran kebencian menurut ahli sehingga pengunjung dapat memahami definisi dasar dari ujaran kebencian. Ditampilkan dengan menggambarkan *pop up* yang muncul dari *smartphone* menunjukkan bahwa ujaran kebencian yang ada di media social yang biasa dibuka melalui *smartphone*. *Pop up* berwarna biru memberikan kesan dingin, kebaruan dan ajakan. Warna biru dimaksudkan untuk menghilangkan kesan kaku terhadap topic yang disampaikan yang selama ini selalu disampaikan dengan formal. Huruf “U” dibuat besar dengan tujuan mencari perhatian, ditampilkan dengan warna kuning untuk memberikan kesan sesuatu yang perlu diperhatikan.



Gambar 4.11 halaman tentang ujaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- Halaman “Bentuk-Bentuk *Hate Speech*” merupakan penjelasan secara singkat mengenai bentuk *hate speech* menurut ahli. Desain yang disajikan tidak kaku atau bermain. Dimana pada kata “bentuk” dibuat dengan huruf *uppercase* untuk menandakan adanya penekanan pada hal tersebut, dalam hal ini yang dimaksud adalah bentuk dari ujaran kebencian. Pola bermain ditunjukkan dengan meletakkan masing-masing huruf tidak beraturan dengan tujuan memberikan kesan sesuatu yang belum diketahui dan jumlahnya lebih dari satu. Dalam desain ini pembaca digiring menggunakan titik-titik untuk bisa memahami maksud dari isi yang ingin disampaikan. Ditampilkan dengan symbol-simbol seperti symbol keagamaan, keberagaman suku pada bagian akhir dengan tujuan pembaca dapat memahami secara langsung dan mengingat dengan mudah pesan yang disampaikan.

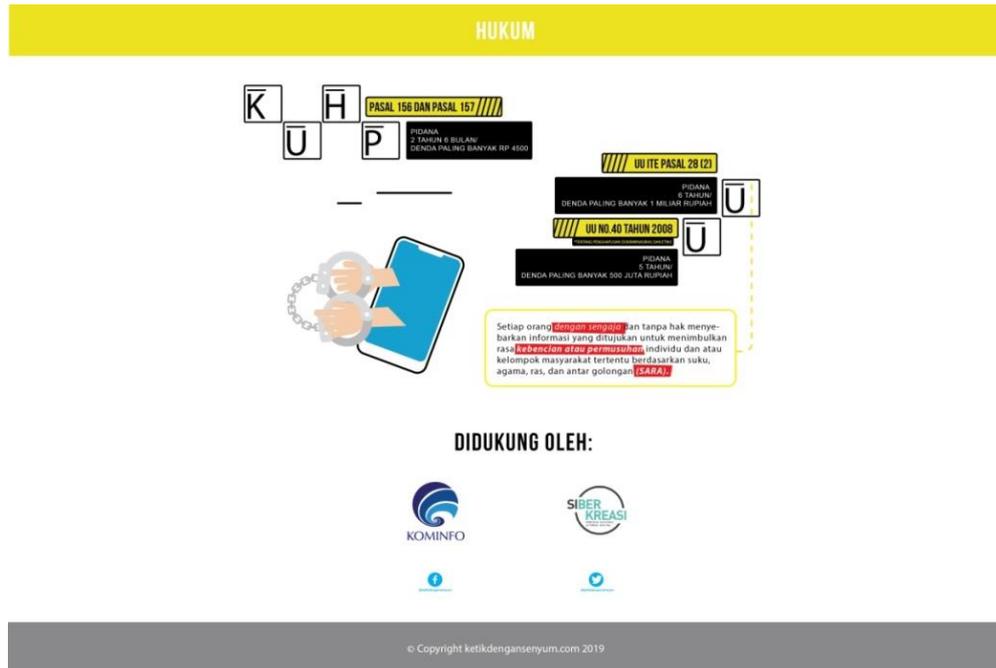
- Halaman “Dampak dan Akibat” menjelaskan mengenai dampak *hate speech* secara individu dan akibat yang timbul pada sekelompok orang atau kaum tertentu.

d. Hukum dan Mandatory

Pada section terakhir terdiri dari 3 bagian yaitu hukum, mandatory, dan media sosial.

- Halaman hukum menjelaskan mengenai aturan atau Undang-Undang yang berlaku mengenai tindakan ujaran kebencian. Pada halaman ini dijelaskan pula hukuman yang berlaku dan denda yang harus dibayar oleh setiap pelakunya.

- Halaman “didukung oleh” merupakan halaman dengan menjelaskan keterkaitan atau keterlibatan kampanye ketikdengansenyum dengan instansi terkait serta komunitas.



Gambar 4.12 halaman hukum dan *mandatory*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

IV.1.2 Teknis Perancangan Media Pendukung

Media Pendukung dibuat dengan maksud agar dapat membantu menunjang media utama dalam hal promosi yang akan berfungsi pada bagiannya masing-masing.

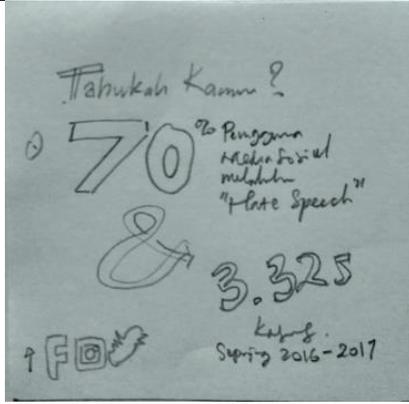
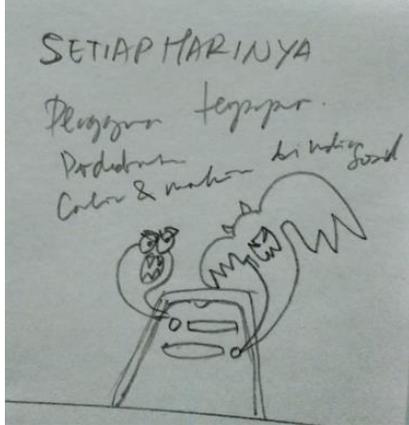
1. Video *Motion Graphic*

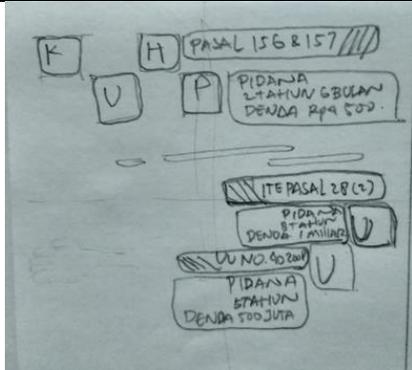
Video motion graphic memiliki resolusi 1:1 atau 500x500 px sesuai dengan ketentuan dari pengembang media sosial Instagram. Resolusi ini sendiri dipilih dengan tujuan agar semua bagian video dapat terlihat jelas saat ditampilkan di banyak *platform* media sosial sebagai media promosi.

a. Tahap *Storyboard*

Pada tahapan *storyboard* dibuat sketsa visual untuk menjelaskan setiap *scene*-nya. *Storyboard* juga menjelaskan layout serta pergerakan yang akan dilakukan. Ditentukan durasi setiap *scene* untuk membatasi lamanya durasi yang digunakan, hal ini akan berpengaruh pada tingkat efektif atau tidaknya video yang ditampilkan. Durasi maksimal yang ditentukan adalah 23 detik dengan jenis *video motion graphic*.

Tabel 4.1 Tabel *Storyboard*
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

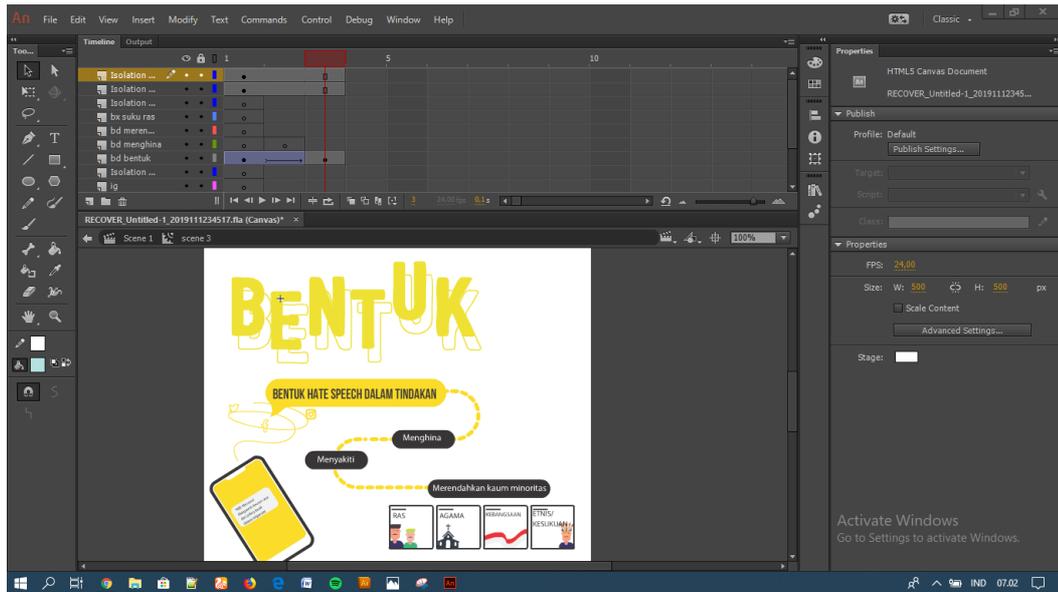
NO/SCN	VISUAL	NARASI/KET	WAKTU
1		<p>Tahukah kamu bahwa 70% pengguna media sosial melakukan <i>hate speech</i> ? dan terdapat 3.325 kasus sepanjang Tahun 2016 sampai dengan 2017.</p>	03
2		<p>Setiap harinya pengguna terpapar perdebatan dan cacian serta makian di media sosial</p>	02
3		<p>Yang perlu diketahui adalah bentuk-bentuk dari <i>hate speech</i> yaitu menghina, menyakiti, dan merendahkan kelompok minoritas maupun golongan tertentu seperti RAS,</p>	03

		Agama, Bangsa, dan Etnis tertentu	
4		Hate speech juga mengakibatkan rasa takut pada individu atau kelompok yang dituju, kegelisahan, serta ketidaknyamanan	02
5		Pelaku <i>hate speech</i> dapat dihukum dengan Pasal 156 dan 157 dengan pidana 6 bulan dan denda sebanyak Rp 4500. Undang-Undang ITE Pasal 28 (2) dengan pidana 5 Tahun dan denda 1 Miliar. Undang-Undang No.40 Tahun 2008 dengan penjara 5 Tahun dan denda 500 juta rupiah.	03

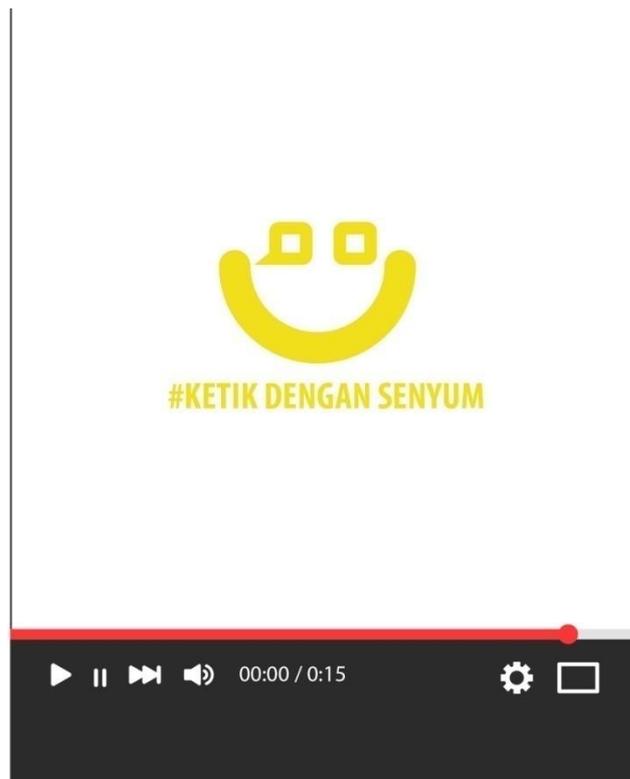
6		<p>Ayo dukung gerakan anti <i>hate speech</i> klik www.ketikedangsenyum.com ganti avatar kamu, dan posting juga ya di akun media sosial kamu. Jangan lupa sertakan hastag (#) ketikedangsenyum</p>	03
7		<p>Buat kembali media sosial menyenangkan</p>	02

b. Tahap Eksekusi

Tahapan eksekusi video dilakukan dengan menggunakan Adobe Animate CC dikarenakan video didominasi oleh vektor. Selain itu Adobe Animate CC dinilai lebih ringan dan lebih mudah digunakan untuk membuat video *motion graphic* meski memiliki beberapa keterbatasan.



Gambar 4.13 Proses produksi menggunakan Adobe Animate CC
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.14 Video Tertampil
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

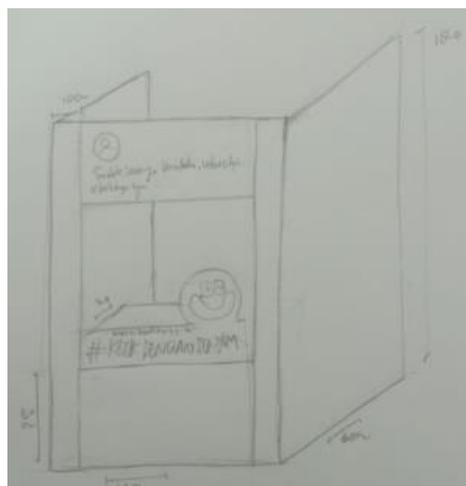
Setelah semua proses selesai, video akan disebarakan melalui media sosial Facebook dan Instagram dan ditampilkan di halaman website. Setiap tayangan

video ini akan disertai dengan *caption* atau tulisan berupa *link* untuk menuju ke website sebagai media utama.

2. Stand

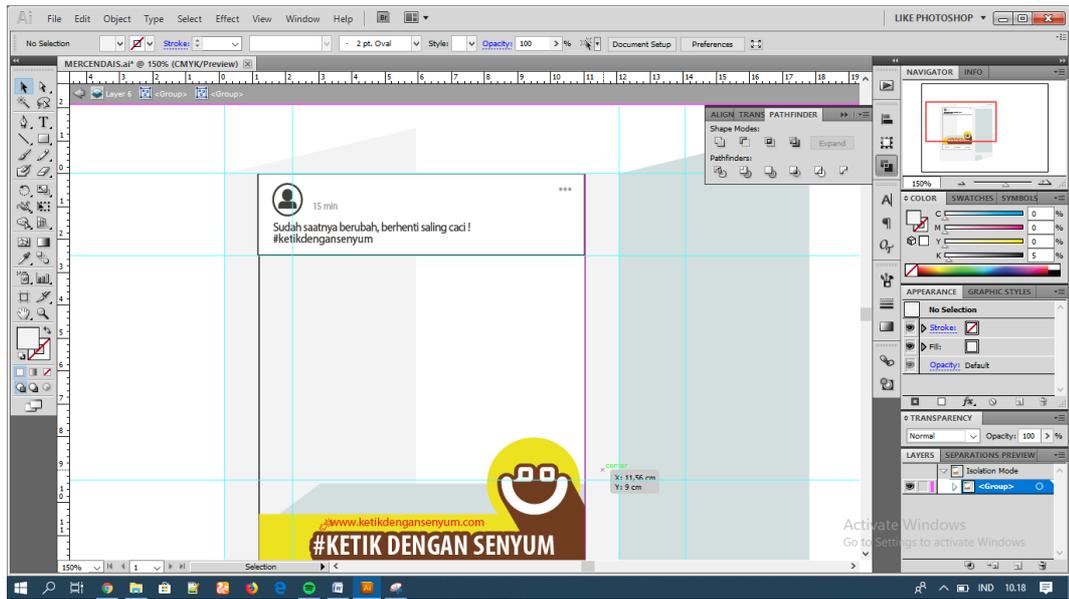
Stand digunakan pada saat *event* yang berkolaborasi baik dari Kementerian Komunikasi (Kominfo) maupun komunitas (Siberkreasi). Stand ini memiliki ukuran 120x160cm dengan ketinggian meja pada bagian dalam adalah 60cm dan lebar 30cm. Pada bagian depan ditampilkan poster avatar dengan logo dan tagline #ketikdengansenyum. Stand ini dapat berfungsi sebagai media informasi dan ruang berfoto. Stand ini dirancang untuk menarik perhatian khalayak yang datang. Desain yang ditampilkan adalah *boxy* dengan tujuan agar pada bagian dalam dapat dihadirkan perwakilan atau seseorang yang dapat menjelaskan mengenai kampanye #ketikdengansenyum. Stand ini dapat pula dipergunakan untuk berfoto dengan desain seperti desain poster pada bagian depan. Desain ini ditampilkan dengan tujuan agar khalayak sasaran dapat mengingat dengan mudah poster kampanye. Poster kampanye ini berusaha untuk mengajak khalayak sasaran untuk terlibat dan mengunjungi *website*, serta ikut memasang poster dan menjadikannya avatar di media social mereka. Stand ini akan hadir bersamaan dengan media lain seperti x-banner dan poster cetak.

a. Tahap sketsa



Gambar 4.15 Sketsa stand
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap digital



Gambar 4.16 Tahap digital stand
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

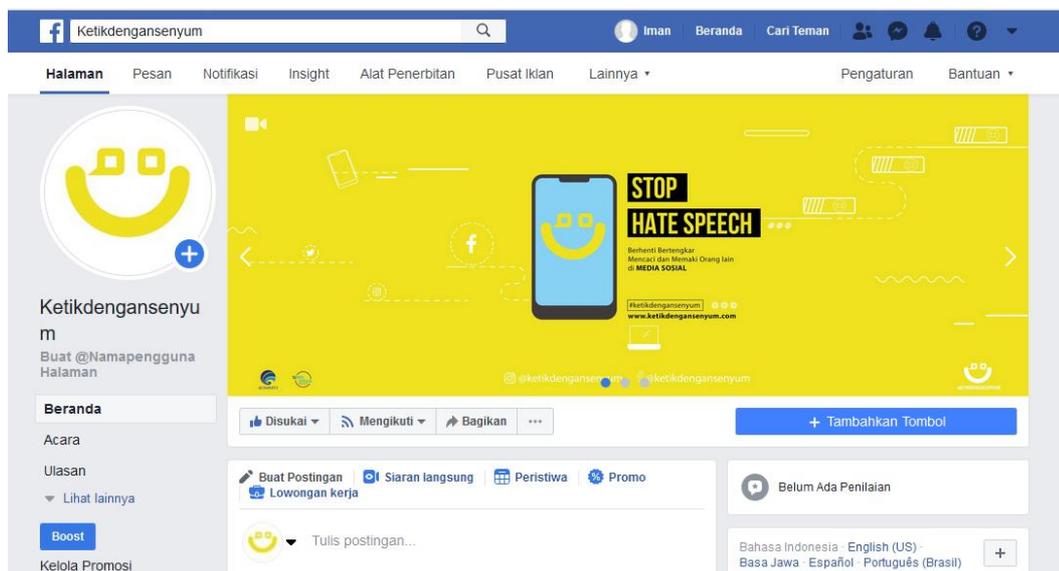


Gambar 4.17 Stand Tampak depan
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

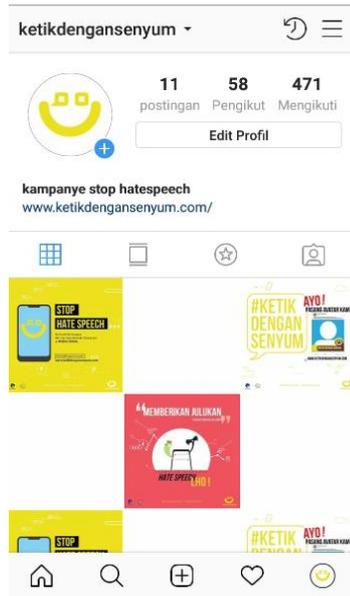
3. Media Sosial

Media sosial digunakan sebagai media promosi dari kampanye untuk selanjutnya khalayak sasaran digiring untuk mengunjungi *website*. Media sosial yang digunakan adalah Instagram dan Facebook. Dua media sosial ini dipilih karena berdasarkan data yang telah dibahas pada bab sebelumnya ditemukan bahwa media sosial Facebook dan Instagram merupakan media sosial dengan kasus ujaran kebencian terbanyak.

Pada media sosial Facebook digunakan halaman *fanpage* yang menginformasikan event yang akan berlangsung serta mengajak khalayak sasaran untuk terus mengkampanyekan larangan ujaran kebencian. Hastag (#) atau tanda pagar juga disematkan pada setiap *caption* ataupun *posting* di halaman media sosial Facebook dan Instagram dengan tujuan pengelompokkan dan mempermudah khalayak untuk menemukan kampanye #ketikdengansenyum ini.



Gambar 4.18 Tampilan Facebook
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.19 Tampilan Instagram pada *smartphone*

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

4. Poster Cetak

Media poster dibagi menjadi dua versi yaitu *attention* dan *action*. Media *attention* digunakan untuk menarik perhatian dari khalayak sasaran untuk selanjutnya muncul keinginan untuk mengunjungi *website* kemudian mencari tahu serta memahami bentuk dan dampak dari *hate speech*. Sedangkan *action* digunakan agar khalayak langsung bisa diajak untuk ikut mengkampanyekan anti *hatespeech*.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.14 Sketsa Poster
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap Digital

Pada tahap digital poster menggunakan *software* Adobe Illustrator CS5. Poster akan ditempatkan pada berbagai sudut Kota besar di Jawa Barat terutama di daerah yang sering dilalui oleh khalayak sasaran. Penempatan yang tepat akan mendapatkan perhatian yang baik terhadap khalayak sasaran yang dituju.

Pada tahapan produksi poster dicetak menggunakan kertas dengan material *Art Paper* 150gr. Pencetakan dilakukan dengan menggunakan ukuran 29,7 x 42cm atau A3.

Poster Utama

Memiliki warna dasar kuning yang menjadi identitas utama dari logo diterapkan pada poster ini untuk menarik perhatian khalayak. *Point of interest* dari poster ini berada di tengah yang mengajak pengguna media social untuk tersenyum dan berbahagia dengan media social. Mengajak pengguna untuk menghindari perdebatan, pertengkaran, dan caci maki di media social dengan saling bertoleransi dan menjaga setiap komentar maupun *posting* dari konten.



Gambar 4.16 Proses utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *background* terdapat simbol-simbol antara lain simbol media social yang merupakan media sosial dengan 3 besar penyumbang ujaran kebencian paling tinggi. Simbol positif dan negatif merupakan simbol kebaikan dan keburukan, simbol positif berdampingan dengan *tagline* #ketikdengansenyum sebagai kampanye yang diusung mengajak khalayak ke arah kebaikan dalam bermedia sosial.

Poster Kedua

Memiliki warna dasar merah pada *background* dengan tujuan memberikan kesan sesuatu yang dilarang dan penting untuk dipahami. Pada *foreground* ditampilkan bentuk dari anak katak atau sering disebut “cebong” dan kelelawar disebut juga “kampret” yang merupakan julukan untuk pendukung kubu partai politik atau calon presiden tertentu yang sedang marak. Julukan ini termasuk kedalam tindakan ujaran kebencian yang perlu untuk dikampanyekan. Kedua karakter dari simbol anak katak dan kelelawar yang digambarkan dengan gigi tajam adalah penggambaran dari perdebatan di media sosial. Lingkaran putih yang mengelilingi *smartphone* adalah hal yang perlu dicermati bersama. Pada bagian kanan lingkaran terdapat simbol negative yang diposisikan lebih tinggi dari simbol positif di sebelah kiri. Simbol ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung mementingkan ego daripada logika dan ingin menang sendiri atas argumen mereka.

Pada bagian *background* terdapat simbol media sosial yang saling terhubung dengan makna bahwa media sosial saling terhubung satu sama lain. Keterhubungan inilah yang membuat informasi sangat cepat tersebar, namun pada bagian kanan terdapat simbol buku atau kertas sebagai perumpamaan akan aturan atau undang-undang yang dapat mengikat pengguna media sosial sebagai warga Negara.

Pada masing-masing simbol media sosial terdapat *emoticon* yang memberikan pemahaman sebagai emosi manusia atas dampak yang ditimbulkan dari ujaran kebencian. Simbol ini berusaha memberikan pemahaman dan kesadaran atas

konten apa yang beredar di media sosial dan berdampak pada pengguna media sosial lainnya.



Gambar 4.17 Proses kedua
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.18 Proses ketiga
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Poster Ketiga

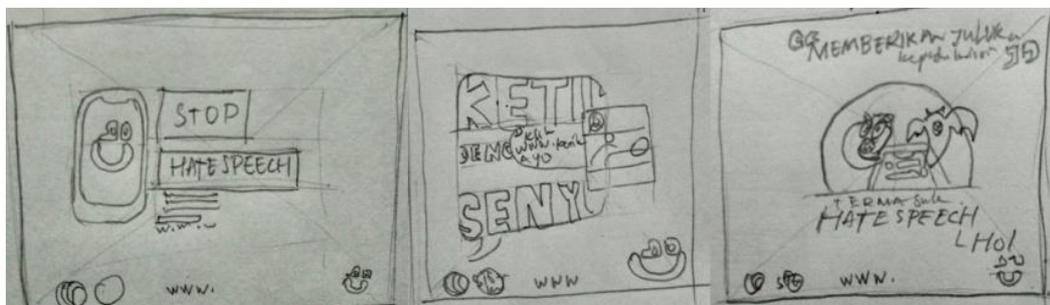
Pada poster ini khalayak diajak untuk melakukan tindakan dengan menggunakan avatar sebagai bentuk dukungan melawan ujaran kebencian yang beredar di media sosial. Pada *foreground* terdapat *pop up chat* atau balon kata yang berisikan *tagline* dari kampanye, berwarna kuning dengan tujuan memberikan *attention*

serta menarik perhatian dari khalayak. Terdapat pula contoh dari poster/avatar yang digunakan dalam kampanye ini. *Copywriting* yang berupa ajakan disematkan pada bagian kanan atas dengan huruf *sanns serif* berwarna merah dan hitam memberikan kesan perhatian untuk hal yang sebelumnya adalah formal dan dianggap kaku. Pada bagian bawah dari poster avatar terdapat alamat website ketikdengansenyu.com adalah berupa penggiringan khalayak untuk melakukan action dengan masuk ke dalam laman website. Untuk selanjutnya melakukan share avatar mereka di media sosial yang mereka miliki ditunjukkan dengan simbol media sosial dibawah dari alamat *website*.

5. Poster Digital

Poster digital dibuat dengan tujuan menjangkau khalayak sasaran di media sosial. Poster digital dibuat dengan resolusi 1:1 atau 500x500px untuk selanjutnya ditampilkan di media sosial Facebook dan Instagram. Dengan poster ini diharapkan khalayak dapat tertarik dan mengunjungi *website* serta ikut serta dalam mengkampanyean anti *hate speech*.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.19 Proses Sketsa Poster digital
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap digital

Tahap digital dilakukan dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator CS5. Penggunaan *software* ini dianggap paling sesuai karena poster yang dibuat dominan merupakan vektor.



Gambar 4.20 Poster Digital 1
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.21 Poster Digital 2
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.22 Poster Digital 3
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

6. X-Banner

X-banner digunakan untuk menjangkau khalayak sasaran secara *offline* atau *on the spot*. *X-banner* akan digunakan pada event-event tertentu yang diikuti dari kerjasama dengan kementerian terkait maupun komunitas.

X-banner dengan orientasi *portrait* memberikan kesan panjang dan banyak ruang sehingga dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dari desain poster utama dengan warna background kuning. Layout yang disajikan adalah logo kampanye pada bagian atas, *point of onterest* berupa *smartphone* dan *copywriting* pada bagian tengah, dan *mandatory* serta alamat media sosial disematkan pada bagian bawah dari keseluruhan desain *x-banner*. Terdapat pula balon kata yang berdampingan dengan *smartphone* agar memperkuat kesan kampanye yang ingin disampaikan berupa *tagline* dengan warna putih sebagai penyeimbang. Pada bagian bawah dari *point of interest* disematkan *qr code* dengan tujuan menggiring khalayak untuk masuk ke dalam *website* sebagai media utama dengan mudah.

a. Tahap Sketsa

Sketsa visual dibuat dengan sederhana sebagai panduan untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya. Sketsa visual dibuat dengan menggunakan media tulis menunjukkan gambaran kasar sesuai desain yang diinginkan.



Gambar 4.23 Proses Sketsa X-banner
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap Digital

Pada tahap digital digunakan software Adobe Illustrator CS5 sebagai software pembantu. Ukuran 160x60cm ditetapkan untuk menjaga keterbacaan dan kesesuaian dengan khalayak sasaran. Bahan yang digunakan adalah jenis bahan Luster.



Gambar 4.24 Proses Digital X-banner
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



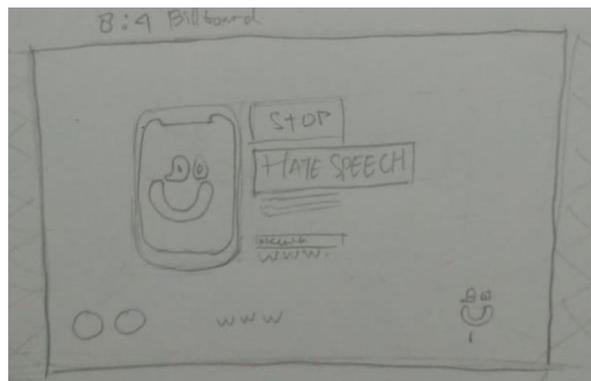
Gambar 4.25 X-banner tertampil
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

7. Billboard

Billboard akan diletakkan pada target keramaian yang seringkali dilalui oleh khalayak sasaran seperti jalan menuju tempat pendidikan dan perkantoran, serta tempat-tempat keramaian yang berhubungan dengan gaya hidup dan keseharian khalayak sasaran seperti Mall atau pusat perbelanjaan. Penempatan billboard di tempat yang tepat akan menjangkau lebih banyak khalayak sasaran. Billboard dibuat dengan ukuran 8x4 meter serta menggunakan bahan *flexy* korea.

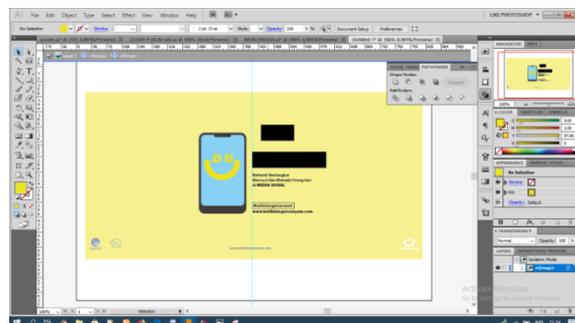
Desain *billboard* dengan orientasi *landscape* menggunakan desain dari poster utama yang mana *point of interest* berada di bagian tengah dari desain keseluruhan. Desain dengan background berwarna kuning dianggap dapat mencuri perhatian pengguna jalan atau khalayak sasaran yang sering melalui jalan dimana *billboard* ini dipasang. Pada desain ini disematkan alamat website ketikdengansenyum.com agar khalayak dapat dengan mudah mengunjungi dan mencari tau serta melakukan action yang menjadi tujuan akhir dari kampanye ini. Pada bagian bawah dari desain ini juga disematkan alamat media sosial, serta logo dari Kominfo dan Siberkreasi pada bagian sisi bawah untuk memberikan kesan dukungan dan kampanye ini tidak berdiri sendirian.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.26 Tahapan Sketsa Billboard
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap Digital



Gambar 4.27 Proses Digital Pada *Software*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.28 Hasil Digital
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

8. Kaos

Kaos menjadi media pendukung yang dapat digunakan pada event-event tertentu baik hasil kerjasama dengan kementerian maupun komunitas. Bahan kaos menggunakan *cotton combed 30s* serta menggunakan sablon jenis DTG. Sablon DTG digunakan selain karena tinta yang meresap pada pori pori kain juga tingkat ketahanan dari hasil desain yang ditampilkan.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.29 Tahapan Sketsa Desain pada Kaos
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada desain kaos ini ditampilkan dengan sederhana dengan hanya menyematkan logo serta *tagline* kampanye pada bagian depan. Namun pada bagian belakang

terdapat tagline, alamat website, serta *qr code* yang dapat di-*scan* untuk menuju ke laman *website* sebagai media utama.

Menggunakan kaos dengan warna putih agar memberikan kesan *clean* atau bersih serta tulus dimana dapat bermakna ketulusan hati atau kebersihan hati dalam bermedia sosial tanpa rasa dengki, amarah, dan kebencian.

Tahap Digital



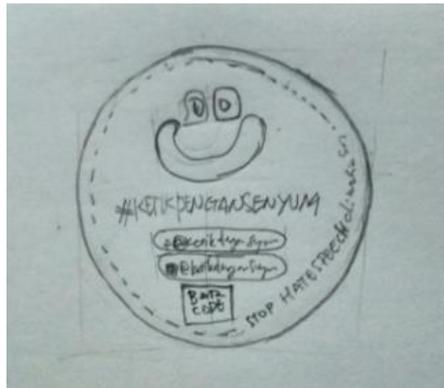
Gambar 4.30 Proses Digital
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

9. Pin

Media biasa digunakan pada tas dan jaket sehingga dinilai cocok untuk khalayak sasaran sebagai media pengingat. Pin berbentuk lingkaran dengan bagian belakang memiliki jarum pengait sehingga mudah untuk digunakan dimana saja. Umumnya pin berada sangat dengan dengan pengguna dan menempel dalam jangka waktu lama sehingga dapat mengingatkan terus menerus khalayak sasaran yang menggunakannya.

Pin memiliki ukuran 6cm dan berbahan pelastik pada bagian belakang serta seng pada bagian depan. Pada bagian depan setelah desain dicetak dilapisi dengan menggunakan laminasi glosi agar tingkat ketahanan warna serta desain yang dicetak tetap bisa bertahan lama. Laminasi glosi juga memberikan efek pantul saat tersorot cahaya sehingga dapat menarik perhatian khalayak sasaran lainnya.

Tahap Sketsa



Gambar 4.31 Proses Digital Pin
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

a. Tahap Digital



Gambar 4.32 Proses Digital Pin
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Warna putih menjadikan warna dasar dari desain pin ini, dengan tujuan memberikan kesan *clean* dan hati bersih pada pengguna media sosial dan menghindari perdebatan serta ujaran kebencian. Logo utama yang disematkan dengan ukuran paling besar bersanding dengan *tagline* dengan tujuan agar dapat mengingatkan pengguna pin ini serta orang-orang disekitarnya untuk terus mengingat kampanye ini serta menghindari ujaran kebencian di media sosial. Pada bagian bawah disematkan alamat media sosial dan *qr code* agar khalayak sasaran yang melihat dan tertarik dengan kampanye ini dapat langsung mencari tau dengan masuk ke halaman media sosial atau langsung menuju ke laman *website* dengan men-*scan qr code*. *Copywriting* disematkan pada bagian kanan dengan mengikuti garis putus-putus pada sisi kanan bawah dengan tujuan mencuri perhatian khalayak.

10. Gantungan Kunci

Gantungan Kunci dibuat dengan menggunakan bahan akrilik dengan ukuran 8x5,5cm. Bahan akrilik dipilih karena ringan dan dapat memberikan kesan seperti kaca yang tembus pandang pada bagian sisi-sisinya.

Gantungan kunci juga dinilai memiliki kedekatan dengan keseharian khalayak sehingga memungkinkan sebagai media pengingat yang efektif. Tagline serta logo utama dari kampanye diletakkan dengan ukuran paling besar dengan maksud selalu jadi perhatian dan mengingatkannya. Pada bagian bawah ditampilkan alamat *website* agar khalayak sasaran dapat dengan mudah mencari tahu serta mengunjungi *website*.

Desain yang ditampilkan cukup sederhana dengan logo utama sebagai fokus utama untuk menarik perhatian. Logo utama ini pula ditampilkan dengan tujuan agar dapat terus diingat oleh khalayak sasaran sebagai simbol utama dari kampanye sosial larangan ujaran kebencian ini. Pada bagian bawah disematkan *tagline* merupakan bentuk dari penegasan kampanye. Paling bawah merupakan

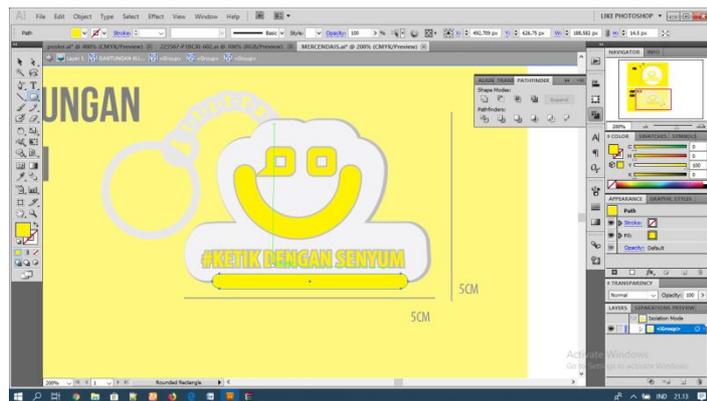
alamat website sebagai media utama dari kampanye sosial larangan ujaran kebencian di media sosial.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.33 Proses Sketsa
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap Digital



Gambar 4.34 Proses Digital dan Hasil Jadi
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

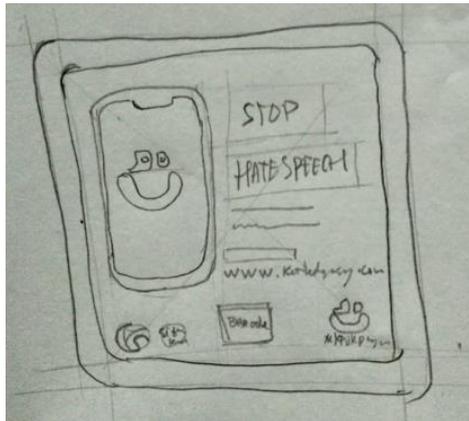
11. Stiker

Stiker memiliki ukuran 8x8cm yang dapat ditempel tanpa menggunakan lem dimanapun. Stiker menggunakan bahan berjenis *chrono* yang memiliki tingkat ketahanan air cukup sehingga stiker dapat ditempatkan baik di dalam dan diluar ruangan.

Desain yang ditampilkan merupakan desain utama dari kampanye sosial ini. *Smartphone* dan logo utama pada bagian tengah *smartphone* ditampilkan dengan besar bertujuan agar dapat menarik perhatian saat stiker ditempel pada kendaraan atau tempat tertentu untuk kemudian digiring memahami maksud dari simbol

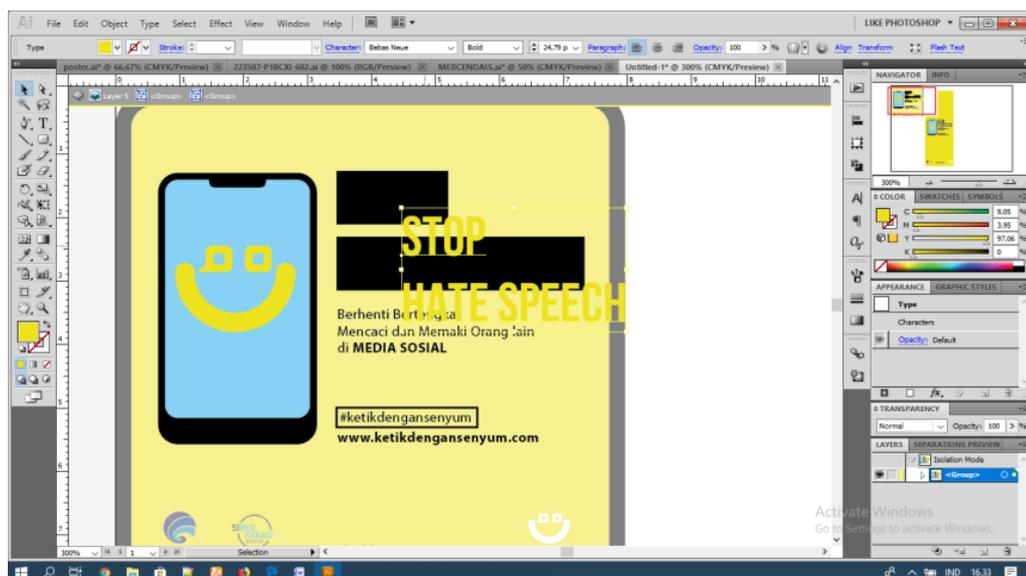
dengan membaca *copywriting* pada bagian kanan. Pada bagian bawah dari susunan *copywriting* disematkan alamat website sebagai media utama persuasi. Pada *layout* paling bawah terdapat logo Kominfo dan Siberkreasi sebagai partner dan *qr code* untuk memudahkan khalayak sasaran menuju ke laman *website*. Logo utama yang disertai tagline pada bagian kanan bawah untuk mempertegas dari kampanye yang disampaikan.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.35 Proses Digital
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap Digital



Gambar 4.36 Proses Digital Stiker
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

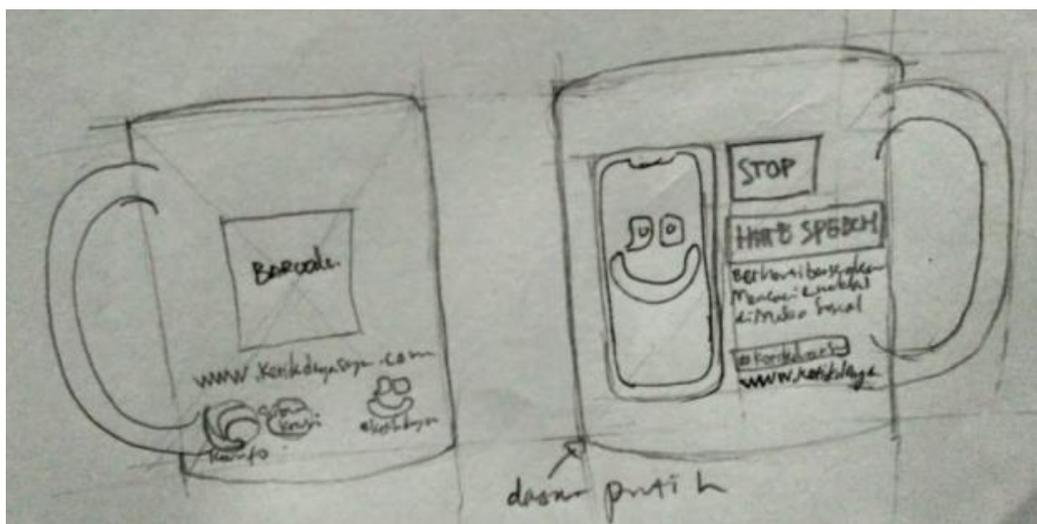


Gambar 4.37 Stiker
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

12. Mug

Mug merupakan media yang hadir dalam keseharian setiap orang termasuk khalayak sasaran. Mug akan selalu mengingatkan melalui desain yang ditampilkan pada bagian depan, dan barcode pada bagian belakang dapat di-*scan* menggunakan *smartphone* untuk langsung menuju ke halaman *website*. Mug ini memiliki material dari keramik dengan tinggi 10 cm meter dan diameter 8cm dilapisi dengan desain yang disablon mengikuti sketsa yang dibuat.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.38 Proses Sketsa Mug
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap Digital



Gambar 4.39 Proses Digital Mug dan Pengaplikasiannya
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)



Gambar 4.40 Digital Mug
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Warna dasar yang digunakan pada mug ini adalah putih. Simbol *smartphone* dengan logo utama pada bagian dalam memiliki makna ajakan untuk tersenyum atau bersenang hati dengan media sosial dan *smartphone* dan menghindari

perdebatan ataupun kebencian. *Copywriting* pada sisi smartphoone merupakan penegasan dari kampanye. Penjelasan langsung berupa larangan ujaran kebencian dengan bentuk yang sering dijumpai di media sosial kebanyakan.

Pada bagian belakang diletakkan alamat website serta *qrcode* untuk mempermudah khalayak sasaran menjangkau atau menuju ke media utama persuasi yaitu website. Disertakan pula logo dari Kominfo dan Siberkreasi sebagai *partner*.

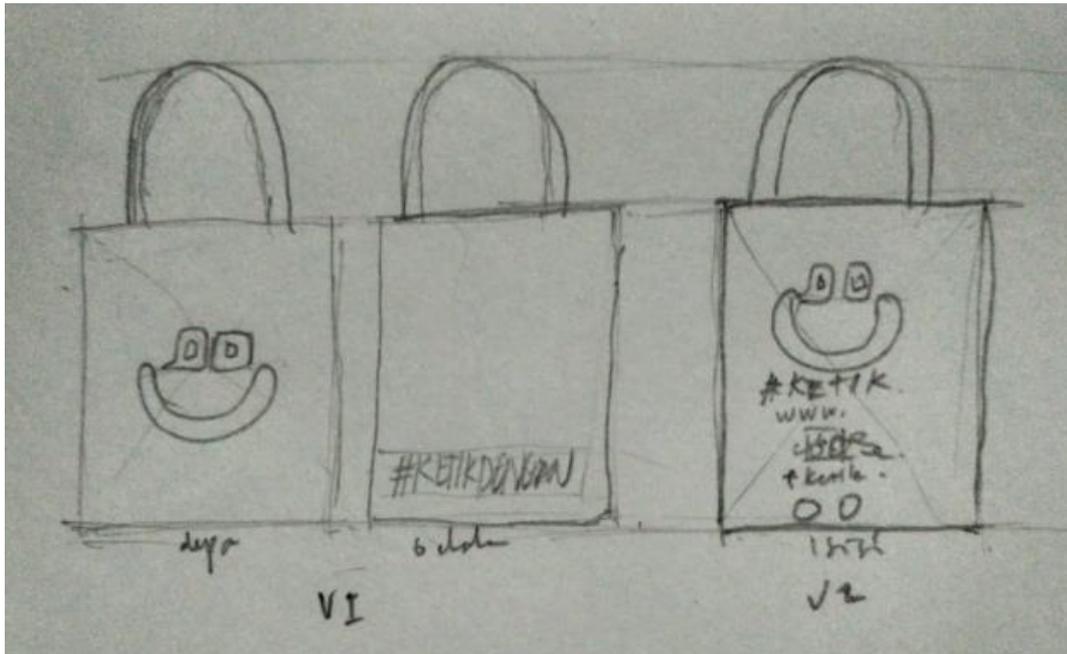
13. *Tote bag*

Tote bag digunakan untuk membawa barang sehingga dinilai memiliki nilai kedekatan yang baik dengan keseharian khalayak. Dengan ukuran 33cm x 32 cm menggunakan bahan canvas desain *tote bag* dicetak menggunakan teknik digital sablon. *Tote bag* dibuat dengan 2 desain yang berbeda dengan pertimbangan fungsi dan gaya.

Desain pertama merupakan desain dengan sablon bagian depan dan belakang dimana pada desain ini lebih menonjolkan desain yang lebih simpel dan elegan. Pada bagian depan terdapat logo utama berwarna kuning. Sedangkan pada bagian belakang terdapat *tagline* “#ketikdengansenyum”. Desain yang simpel diharapkan dapat menempatkan *tote bag* pada segala kondisi, dimana pengguna dapat menggunakannya pada situasi apapun dalam berbagai kegiatan keseharian mereka.

Desain kedua merupakan desain dengan kelengkapan. Desain ini dilengkapi dengan *qr code* agar khalayak sasaran dapat diajak masuk ke dalam *website* sebagai media persuasi utama. Logo Kominfo dan Siberkreasi juga disematkan pada bagian bawah *tote bag* dengan tujuan khalayak dapat mengerti bahwa kampanye ini tidak berdiri sendiri dan terhubung dengan lembaga dan organisasi tersebut.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.41 Sketsa tote bag
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap digital



Gambar 4.42 Tahap digital tote bag
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

14. *Hard case*

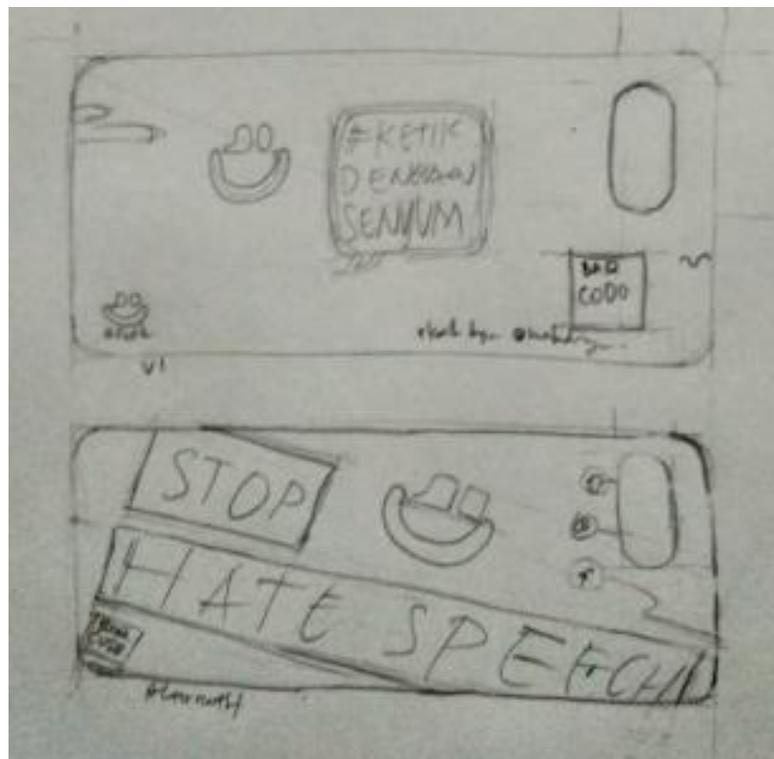
Hardcase I-Phone 6 berukuran 4,7 inch terbuat dari bahan plastik dan teknik desain digital print. *Hard case* ini akan dibagikan sebagai hadiah dalam event atau

lomba yang diadakan di dalam akun media sosial. *Hard case* dibuat dengan 2 desain yaitu :

Desain 1 dengan warna dasar kuning sebagai warna identitas, dan menggunakan logo utama pada desain 1 *hardcase*. #ketikdengansenyum dibuat dengan *pop up chat* berwarna putih dengan maksud agar memberikan efek kontras dan menjadi *center point* untuk dibaca dan dipahami maksud dari kampanye. Pada bagian kanan bawah disertakan *qr code* agar khalayak sasaran diarahkan menuju ke *website* sebagai media persuasi utama.

Desain 2 dibuat dengan cetak besar bertuliskan “STOP HATE SPEECH” dengan tetap disertakan *qr code* yang diletakkan pada bagian bawah dari *copywriting* dan logo utama diletakkan besar dan berdampingan dengan *copywriting*. Disertakan juga elemen pendukung seperti simbol media sosial untuk memperkuat makna yang ingin disampaikan yaitu *hate speech* yang dilakukan di media sosial.

a. Tahap Sketsa



Gambar 4.43 Sketsa *hard case*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

b. Tahap digital



Gambar 4.44 Digital *hard case*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)