

## **BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI**

### **IV.1 Media Utama**

Menurut Deni Albar (2011) “Media merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari umat manusia. Interaksi yang terjadi antara manusia dengan media hampir terjadi setiap hari. Interaksi antara manusia sebagai pengguna (*user*) atau penyimak (*viewer*) dari suatu objek media dapat dilihat sebagai suatu bentuk komunikasi”. Maka media utama yang dibuat merupakan media yang sering mendapat kontak dengan audiens, pada perancangan penjualan langsung Saung Si Kucrit melalui media video ini berdurasi 1 menit 57 detik, dengan konten yang berisi informasi sekaligus promosi kepada audiens untuk berkunjung ke Saung Si Kucrit, dengan menampilkan pengunjung yang sedang berinteraksi akan ditampilkan untuk memunculkan nuansa kebersamaan atau keakraban. Alur video dibuat maju dengan narasi yang berisi informasi dan penjelasan dari visual yang sedang ditampilkan.

#### **IV.1.1 Pra Produksi**

Pra produksi merupakan tahapan awal sebelum memulai tahap produksi video promosi Saung Si Kucrit, dalam mencapai tahap produksi berjalan sesuai rencana. Tahapan-tahapan dalam proses pra produksi yang dilakukan antara lain yaitu riset, penyusunan kerangka film, penentuan lokasi, penyesuaian jadwal dan pemilihan peralatan untuk mengambil gambar.

- **Riset**

Riset dilakukan untuk memahami permasalahan yang terjadi dilapangan. Riset yang telah dilakukan adalah mencari informasi dengan melakukan riset lapangan yang dilengkapi dengan data kuesioner dan wawancara kepada pengunjung, masyarakat, hingga pengelola Saung Si Kucrit. Tidak hanya itu, riset juga dilakukan dengan mencari data dan permasalahan melalui studi literatur seperti buku dan artikel internet.

- Penyusunan Kerangka Film

Setelah hasil riset didapatkan maka tahap berikutnya adalah menyusun kerangka film, dengan dibuatnya *storyline* dan *storyboard*. Dengan dibuatnya *storyline* dan *storyboard* akan lebih mudah melihat sesuai atau tidaknya *scene* yang akan diproduksi. *Storyline* merupakan naskah yang dibuat kedalam bentuk serangkaian kata yang memberikan gambaran nyata dan digunakan sebagai panduan untuk membuat film.

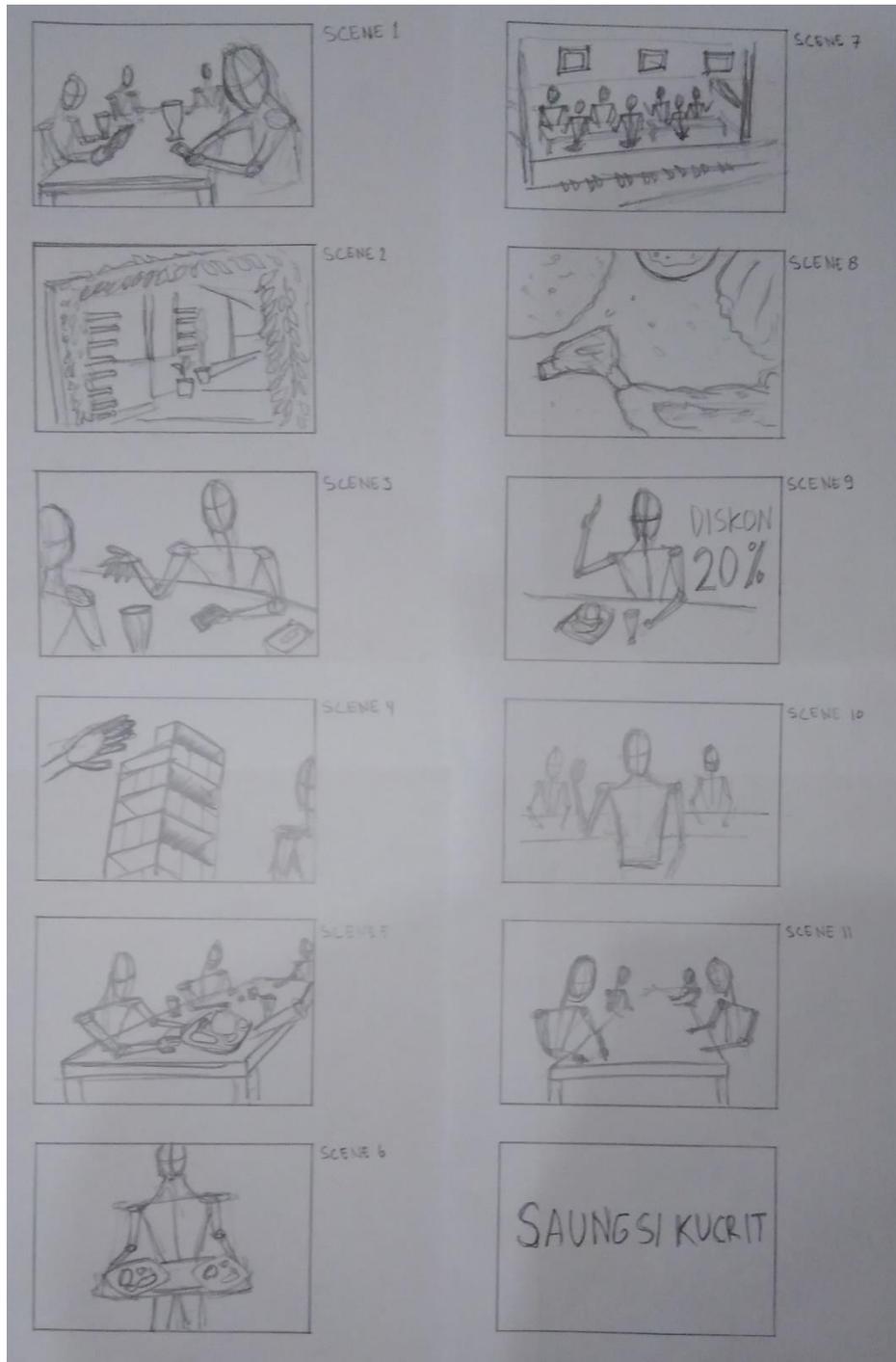
Storyline Video Promosi Saung Si Kucrit

SCENE	VIDEO
SCENE 1	OPENING DIBUKA OLEH SAPAAN SEORANG PEREMPUAN YANG SEDANG BERADA DI SAUNG SI KUCRIT
SCENE 2	MENAMPILKAN SAUNG SI KUCRIT DARI TAMPILAN DEPAN KEDALAM
SCENE 3	MENAMPILKAN PEREMPUAN DAN LAKI-LAKI YANG MENYAMPAIKAN KEUNGGULAN SAUNG SI KUCRIT
SCENE 4	MENAMPILKAN UNO STACKO YANG SEDNAG DIMAINKAN PENGUNJUNG SAUNG SI KUCRIT
SCENE 5	MAKANAN DATANG DIBERIKAN PELAYAN
SCENE 6	MENAMPILKAN PELAYAN MENGANTARKAN MAKANAN KE PENGUNJUNG
SCENE 7	MENAMPILKAN TEMPAT SAUNG SI KUCRIT YANG DIPAKAI OLEH KOMUNITAS DAN KELUARGA
SCENE 8	ZOOM MASAKAN ANDALAN SAUNG SI KUCRIT
SCENE 9	MENAMPILKAN PEREMPUAN DAN LAKI-LAKI YANG MENG-INFORMASIKAN PROMOSI SAUNG SI KUCRIT
SCENE 10	MENAMPILKAN PEREMPUAN YANG MENGAJAK AUDIENS UNTUK KOPDAR DI SAUNG SI KUCRIT
SCENE 11	CLOSING VIDEO DENGAN MENAMPILKAN PEREMPUAN DAN LAKI-LAKI YANG BERSAMAAN MENGUCAPKAN "AKU MAH KOPDAR ATUH" DISUSUL LOGO SAUNG SI KUCRIT

Gambar IV.1 *Storyline* Video Promosi Saung Si Kucrit

Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2019)

Selain *storyline*, *storyboard* juga harus dibuat dalam tahap pra produksi karena mampu memudahkan dalam proses produksi pengambilan gambar. Serta berfungsi sebagai acuan bagi sutradara, cameramen, *editor* dan kru lainnya dalam merancang film.



Gambar IV.2 *Storyboard* Video Promosi Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2019)

- Penentuan Lokasi *Shooting*

Lokasi *shooting* video promosi ini bertempat di Saung Si Kucrit yang berlokasi di jalan Raden Demang Hardjakusumah, posisinya dekat dengan jembatan kantor Pemkot Cimahi.



Gambar IV.3 Lokasi *Shooting*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (16/11/2018)

- Penentuan Peralatan *Shooting*

Dalam membuat sebuah video dibutuhkan perlengkapan *shooting* untuk merekam adegan-adegan yang diperlukan dalam promosi Saung Si Kucrit. Diantaranya yaitu kameran, lensa, dan *stabilizer*. Kamera sangat dibutuhkan untuk mengambil gambar, kamera yang digunakan yaitu Sony Alpha 6000, dengan resolusi 24 Megapixel.



Gambar IV.4 Kamera

Sumber: Dokumentasi Pribadi (16/11/2018)

Lensa yang digunakan untuk mengambil gambar yang luas adalah lensa 16:50mm Sony. Berdasarkan ulasan dari infofotografi.com, lensa ini cocok digunakan untuk pengambilan video.



Gambar IV.5 Lensa 16:50mm Sony

Sumber: <https://www.tokocamzone.com/image/cache/Lensa/Sony/Sony%2016-50mm%20f3.5-5.6%20OSS%20E-mount%20Lens-600x315.jpg>  
(Diakses pada 10/1/2019)

Sedangkan untuk mengambil gambar objek jarak dekat guna mendapatkan detail yang baik, digunakan lensa Helios 48mm. Makanan akan di *zoom* untuk menghasilkan kesan yang akan membuat audiens tergiur untuk memakannya.



Gambar IV.6 Lensa Helios 48mm  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (16/11/2018)

- Penentuan *Talent*

Dengan target audiens berusia remaja yang tinggal di Kota Cimahi dan sekitarnya, maka *talent* yang akan digunakan adalah *talent* usia remaja yang berasal dari suku Sunda, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penyesuaian logat bahasa yang digunakan dalam penyampaian promosi. Selain itu, *talent* juga dipilih dengan dua gender yaitu laki-laki dan perempuan, hal ini dimaksudkan untuk menyeimbangkan penyampaian pesan yang ditujukan untuk semua gender. Dalam menampilkan sosok pelajar atau mahasiswa, maka *talent* ada yang memakai kaca mata sebagai tanda bahwa dia seorang pelajar atau mahasiswa.

- Penentuan *Wardrobe*

Untuk menyesuaikan dengan konsep promosi Saung Si Kucrit, maka pemilihan pakaian menjadi salah satu hal penting dalam memunculkan kesan yang dituju. Untuk memunculkan kesan santai, *talent* laki-laki menggunakan kaos dengan warna gelap karena posisi dari *talent* laki-laki berada dibalik yang berwarna terang sehingga akan membuat penglihatan audiens mudah tertuju kepada *talent* laki-laki yang sedang menyampaikan promosi. Sedangkan untuk menunjukkan bahwa makanan di Saung Si Kucrit merupakan makanan yang halal, maka *talent* perempuan dipilih menggunakan kerudung sebagai pesan tersirat yang menandakan bahwa makanan Saung Si Kucrit merupakan makanan yang halal.

#### **IV.1.2 Produksi**

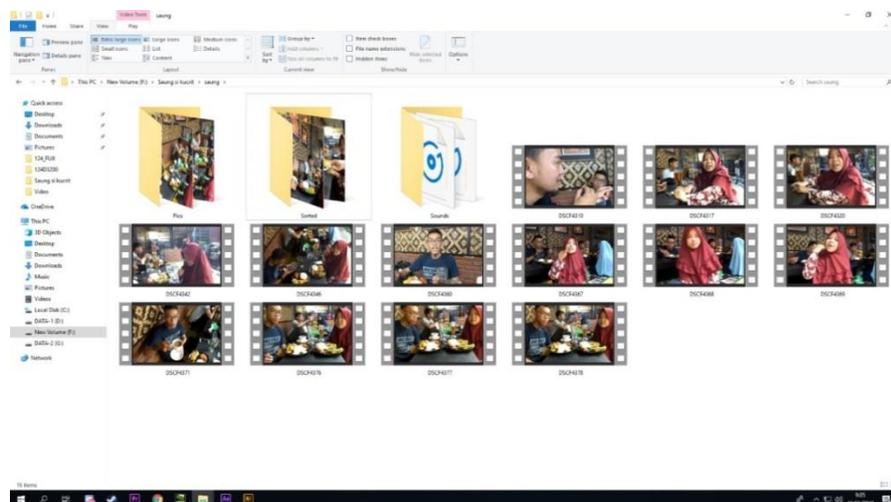
Proses produksi disesuaikan dengan *storyline*, *storyboard* dan konsep yang telah dibuat pada pra produksi. Dalam tahapan ini akan dilakukan *shooting* terhadap Saung Si Kucrit mulai dari tempatnya, aktivitasnya dan promosi yang sedang berlaku di Saung Si Kucrit. Dalam teknisnya akan menggunakan beberapa sudut pengambilan gambar yaitu *low angle*, *eye level* dan *high angle*. *Low angle* akan digunakan untuk memberikan kesan luas dalam *scene* yang menampilkan Saung Si Kucrit. *eye level* digunakan pada *scene* yang memberikan kesan bahwa audiens sedang berada langsung di Saung Si Kucrit, seperti pada saat *talent* seperti mengajak bicara kepada audiens. *High angle* digunakan untuk memberikan kesan

kecil pada saat *talent* memberitahukan bahwa harga makanan di Saung Si Kucrit pas untuk pelajar dan mahasiswa.



Gambar IV.7 Pengambilan Gambar  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (24/12/2018)

Setelah selesai pengambilan video sesuai dengan *storyline* dan *storyboard*, maka video-video tersebut disortir dari beberapa kali *take* untuk memilih video dengan visual yang sesuai konsep. Video-video disortir kedalam folder yang berbeda untuk memudahkan pencarian video dalam proses edit.



Gambar IV.8 Sortir Video  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Setelah selesai mensortir video, maka selanjutnya dilakukan proses edit video untuk menghasilkan video promosi sesuai konsep yang telah dibuat. Pada proses

editing menggunakan *software* edit video Adobe Premiere Pro yang dapat mengedit dan menghasilkan video berkualitas.



Gambar IV.9 *Editing Video*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Setelah audio dan visual tergabung menjadi satu bagian, selanjutnya memasuki tahap *rendering* dengan format *output* video H.264, dengan *file extention* .mp4, dan mempunyai dimensi 1280x720 (HD) untuk pemutaran video di Youtube.

### IV.1.3 Pasca Produksi

Pada tahap ini adalah tahap terakhir dari pembuatan media video promosi Saung Si Kucrit, pada tahap ini semua materi yang telah masuk tahap produksi dan telah selesai *rendering* dan siap disebarakan ke media sosial. Berikut ini *screenshot* dari video promosi yang telah selesai dibuat, dan saat telah diposting di Youtube.



Gambar IV.10 Youtube  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)



Gambar IV.11 *Screenshot Video 1*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Pada video bagian paling awal akan menampilkan seorang perempuan pengunjung Saung Si Kucrit yang sedang berada di salah satu saung bersama teman-temannya. Perempuan tersebut menoleh ke arah kamera dan bertanya kepada audiens dengan logat suara dan gestur tubuh yang seakan sudah akrab dengan audiens. Kemudian video menampilkan suasana Saung Si Kucrit dengan tujuan menampilkan kesan tempat yang luas dan nyaman yang menjadi keunggulan dari Saung Si Kucrit



Gambar IV.12 *Screenshot Video 2*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Tampilan video berikutnya menampilkan pengunjung laki-laki yang memberitahukan kepada audiens bahwa pengunjung Saung Si Kucrit bisa bermain Uno Stacko selagi menunggu pesanan datang.



Gambar IV.13 *Screenshot Video 3*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Pada tampilan berikutnya pengunjung perempuan memberitahu audiens tentang enaknyanya makanan dan baiknya pelayanan Saung Si Kucrit.



Gambar IV.14 *Screenshot Video 4*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Selanjutnya ditampilkan makanan andalan dari Saung Si Kucrit, kemudian giliran pengunjung laki-laki yang memberitahukan tentang cocoknya Saung Si Kucrit sebagai tempat kumpul bareng teman dan keluarga, dengan menampilkan sekelompok pengunjung yang sedang kumpul di Saung Si Kucrit.



Gambar IV.15 *Screenshot Video 5*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Setelah semua keunggulan yang dimiliki Saung Si Kucrit telah tersampaikan, selanjutnya pengunjung laki-laki memberitahukan kepada audiens bahwa Saung Si Kucrit sedang mengadakan promosi dan disambung oleh pengunjung perempuan yang mengajak audiens untuk berkunjung ke Saung Si Kucrit.



Gambar IV.16 *Screenshot Video 6*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Akhir video ditutup oleh kedua talent yang secara bersamaan mengucapkan *tagline* promosi dan kamera menjauh diakhiri dengan munculnya logo Saung Si Kucrit berlatar belakang hitam.

## IV.2 Media Pendukung

Media pendukung sebagai pengingat promosi Saung Si Kucrit, sehingga visual yang terdapat pada media pendukung bisa memunculkan identitas dari Saung Si Kucrit. Dengan memunculkan identitas Saung Si Kucrit pada media pendukung yang sering mendapatkan kontak dengan audiens, akan membuat audiens mudah untuk mengingat promosi yang dilakukan Saung Si Kucrit.

### IV.2.1 Tahap Informasi

#### 1. Poster

Poster cetak yang dibuat merupakan media yang berisi promosi yang akan memuat promosi dari Saung Si Kucrit.



Gambar IV.17 Poster Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Poster ini dicetak pada media *Artpaper* A3 agar poster mudah terlihat dan masih mudah dipasang didinding atau papan pengumuman umum. Dengan memasukkan foto aktifitas dan menu andalan untuk memerikan gambaran bahwa di Saung Si Kucrit tempat yang asik untuk kumpul dan makan.

## 2. Poster Instagram

Berdasarkan kebiasaan khalayak sasaran yang sering mengakses sosial media menggunakan *smartphone*, media sosial memiliki kemampuan menyampaikan informasi dan promosi dengan cepat.



Gambar IV.18 Poster Instagram Saung Si Kucrit

Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Desain yang tidak jauh berbeda dengan poster cetak, dengan memunculkan kesan bahwa Saung Si Kucrit merupakan tempat yang asik untuk kumpul dan makan. Hanya saja pada poster Instagram ini tidak ada barcode karena barcode lebih ditujukan untuk media-media cetak.

### 3. X-Banner

X-Banner akan memuat informasi mengenai promosi Saung Si Kucrit yang sedang berlangsung. Bahan yang digunakan adalah luster, dimana bahan ini adalah bahan yang tahan lama disimpan diluar ruangan, sesuai dengan kebutuhan promosi Saung Si Kucrit.



Gambar IV.19 X-Banner Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Dengan ukuran 60 cm x 160 cm berbahan Luster, *x-banner* menampilkan makanan andalan dan aktifitas kopdar di Saung Si Kucrit. Dengan tulisan diskon yang dibuat besar akan membuat tatapan audiens mudah tertuju pada diskon.

## IV.2.2 Tahap Peningkat

### 1. Kaos

Media kaos merupakan media yang bisa digunakan oleh orang untuk aktifitas sehari-hari. Dengan menggunakan bahan katun combed 30s karena bahan yang halus dan lembut, serta cocok digunakan didaerah beriklim tropis seperti di Indonesia, karena sifatnya yang menyerap keringat.



Gambar IV.20 Kaos Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Media kaos dibuat dengan bahan katun combed dan bisa dibuat dalam berbagai macam ukuran. Dengan dibuat dua desain menjadikan media pendukung kaos ini lebih variatif, desain pertama sebelah kiri menampilkan *tagline* promosi yang sedang berlangsung dengan logo Saung Si Kucrit dibagian belakangnya. Sedangkan desain kedua sebelah kanan menampilkan logo Saung Si Kucrit yang dibuat dengan sablon polyflex warna hijau terang, dengan tujuan membuat kaos ini lebih *eye catching*.

### 2. Mug

Mug digunakan sebagai media pengingat yang dapat digunakan setiap hari oleh audiens, dengan menampilkan identitas Saung Si Kucrit pada mug. Mug berwarna dasar putih dicetak dengan menggunakan teknik *digital printing*.



Gambar IV.21 Mug Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/1/2019)

Dengan ukuran 9,5 cm x 8 cm berbahan dasar keramik yang jika digunakan maka bagian yang menghadap pengguna akan menampilkan logo Saung Si Kucrit. Sedangkan bagian yang akan terlihat oleh orang lain adalah *tagline* promosi, dengan tujuan untuk membuat orang yang melihatnya merasa penasaran dan ingin mencari tahu tentang maksud dari tulisan tersebut.

### 3. Gantungan Kunci

Media gantungan kunci digunakan karena merupakan media yang tahan lama dan mudah dibawa. Serta dapat ditempatkan di kunci rumah, kendaraan, tas dan sebagainya.



Gambar IV.22 Gantungan Kunci Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2019)

Gantungan kunci ini akan memunculkan logo dari Saung Si Kucrit dan Instagram Saung Si Kucrit. Dibuat dengan akrilik dan plastic sehingga media ini lebih variatif. Dengan ukuran mulai dari 4,5 cm sampai 5 cm.

#### 4. Sticker

*Sticker* dipilih karena media ini dapat menjangkau wilayah yang cukup luas dengan menempelkannya di kendaraan, helm dan sebagainya. Dengan menggunakan teknik cetak *offset* berbahan *vinyl*.



Gambar IV.23 *Sticker* Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Dibuat dalam ukuran 6 cm x 10 cm dengan bahan *vinyl* membuat sticker ini mudah ditempel dan awet. Desain pertama langsung menyampaikan promosi yang sedang berlangsung agar audiens langsung mengerti. Sedangkan desain kedua hanya menampilkan *barcode* dengan tulisan ‘jangan di scan nanti seneng’ dengan tujuan untuk membuat target audiens penasaran dengan apa yang akan terjadi jika audiens menscan *barcode* tersebut.

#### 5. Pin

Media gantungan pin digunakan karena merupakan media yang tahan lama dan mudah dibawa. Serta dapat ditempatkan di pakaian, tas, jaket, topi dan sebagainya.



Gambar IV.24 Pin Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2019)

Pin ini berukuran 5,5 cm akan memunculkan logo dari Saung Si Kucrit dan dibuat dengan bahan *artpaper* pada plastic, dengan desain dalam berbagai warna menjadikan media ini lebih variatif.

## 6. Topi

Topi dipilih sebagai media pengingat karena media ini dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari oleh audiens. Media ini juga terlihat jelas karena dipakai dikepala, bentuknya yang tren bermodel *snapback* cocok digunakan remaja.



Gambar IV.25 Topi Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2019)

Dengan bahan denim dan dibuat dua desain menjadikan media pendukung topi ini lebih variatif, desain pertama sebelah kiri menampilkan *tagline* promosi yang sedang berlangsung dengan logo Saung Si Kucrit dibagian sampingnya. Sedangkan desain kedua sebelah kanan menampilkan logo Saung Si Kucrit yang dibuat dengan sablon polyflex warna hijau terang, dengan tujuan membuat topi ini lebih *eye catching*.

## 7. Pulpen

Media pulpen dipilih karena khalayak sasaran yang berusia remaja dan kebanyakan adalah pelajar dan mahasiswa, maka media pulpen dapat digunakan setiap hari oleh audiens. Dengan berbahan dasar bambu akan memberikan kesan saung yang juga berbahan dasar bambu.



Gambar IV.26 Pulpen Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (10/1/2019)

Media pendukung pulpen berbahan bambu yang dibakar dengan bara api. Pada bagian belakang pulpen terdapat tulisan Saung Si Kucrit, karena pada bagian tersebut tulisan Saung Si Kucrit tidak akan tertutup tangan meskipun sedang digunakan.

#### 8. *Totebag*

*Totebag* dipilih sebagai media karena media ini awet dan dapat digunakan sehari-hari oleh audiens. Dengan berbahan *canvas blacu* media ini disablon dengan sablon digital polyflex.



Gambar IV.27 *Totebag* Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (9/1/2019)

*Totebag* berukuran 30 cm x 40 cm berbahan kanvas dengan logo Saung Si Kucrit yang disablon digital polyflex hijau terang menjadikan *totebag* ini lebih *eye catching* saat disimpan ataupun dibawa.

#### 9. Bantal

Pemilihan bantal sebagai media pendukung karena tidur merupakan kebutuhan tubuh manusia, dan bantal akan menjadi media yang mudah terlihat saat audiens

akan tidur. Dengan menggunakan bahan kain BSY (*Bi Shrinkage Yarn*) terbuat dari 100% polyester, bahan kain ini memiliki tekstur yang halus sehingga cocok untuk digunakan sebagai bahan sarung bantal.



Gambar IV.28 Bantal Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/1/2019)

Bantal dibuat dalam ukuran 50 cm x 40 cm dengan bahan kain BSY (*Bi Shrinkage Yarn*) yang diprint logo Saung Si Kucrit pada bagian tengah berwarna hijau dan latar belakang warna hitam agar lebih *eye catching*.

#### 10. Alat Makan

Makan merupakan kebutuhan semua manusia, maka demikian alat makan akan menjadi media yang sering mendapatkan kontak dengan audiens.



Gambar IV.29 Alat Makan Saung Si Kucrit  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (31/1/2019)

Dengan menggunakan bahan bambu dan kayu yang di *grafier* logo Saung Si Kucrit. Media ini akan memberikan kesan Saung Si Kucrit dimana struktur bangunan Saung Si Kucrit didominasi oleh bahan alami seperti kayu dan bambu.