

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Dalam menetapkan media utama ada hal yang harus diperhatikan ketika menentukannya, oleh karena itu media utama ini dibuat berdasarkan dari proses riset yang sudah dilakukan sebelumnya seperti observasi atau mengamati langsung pada objek untuk mengetahui fenomena, aktivitas atau kebiasaan apa yang terjadi pada objek. Oleh karena itu dalam perancangan ini media yang sesuai adalah melalui media audio visual berupa video atau film, dalam hal perancangan promosi ini termasuk kedalam kategori atau jenis film dokumenter. Menurut Pratista (2008) “Film dokumenter berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa, dan lokasi yang nyata.” (h.4). Oleh karena dengan menggunakan video aktivitas dan kegiatan yang terjadi pada objek tersebut dapat menggambarkan dengan jelas dan penyampaian pesannya dapat dilakukan secara baik. Berikut format media utama berupa video promosi ini.

- *Custom video for windows*
- *Frame size: 1280 x 720 px*
- *Frame rate: 59,59 fps*
- *Aspect ratio: PAL widescreen square pixel 16 : 9*
- *Channel: RGB*
- *Color: Millions of Colors+*
- *Format video: MPEG-4 (.MP4)*
- *Duration: 2 menit 40 detik*
- *Audio sample rate: 48 kHz*
- *Audio channels: Stereo*
- *Format audio: mp3*

IV.1.1 Teknis Produksi

Dalam pembuatan sebuah video ada dua unsur pembentuk yaitu, unsur naratif dan unsur sinematik. Menurut Pratista (2008) “Unsur naratif adalah bahan (materi) yang akan diolah, sementara unsur sinematik adalah cara (gaya) untuk mengolahnya”

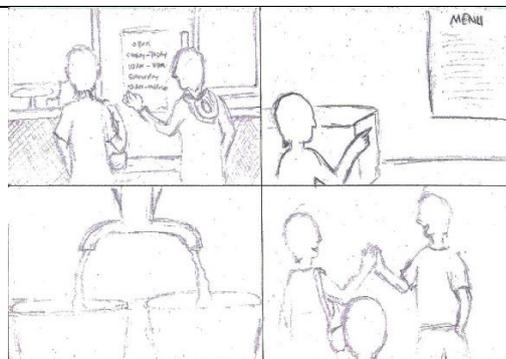
(h.1). Dalam perancangan pembuatan video promosi ini terdiri dari beberapa tahap, tahap pertama adalah tahap pra-produksi yang didalamnya terdapat unsur naratif, kemudian tahap produksi, dan yang terakhir adalah tahap pasca produksi yang di dalamnya terdapat unsur seinematik seperti *mise en sense*, sinematografi, *editing*, dan suara.

Setelah itu tahap selanjutnya adalah tahap produksi dimana proses pengambilan gambar dilakukan yang akhirnya setelah semua proses itu selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang mengolah data-data atau file (*editing*) yang sudah ada untuk dijadikan satu kesatuan sebuah video yang utuh yang kemudian dapat dipublikasikan.

IV.1.1.1 Pra Produksi

Tahap Pra produksi merupakan tahap yang harus dilakukan sebelum memasuki proses produksi dari pembuatan *storyline* kemudian dikembangkan menjadi *storyboard*. Dalam tahap pra produksi ini melakukan pemilihan ide atau jalan cerita (*storyline*) melalui riset yang sudah dilakukan yang kemudian dijadikan *storyboard* untuk bahan acuan nanti dalam tahap produksi dengan menggunakan unsur naratif realistik. Menurut Pratista (2008) “naratif realistik menyajikan sebuah cerita apa adanya layaknya kehidupan itu sendiri” (h.48).

Scene 1	Menjelaskan keberadaan dari kedai kopi SWG Coffee
Scene 2	Menunjukkan tempat dan kegiatan dari SWG Coffee untuk memberikan kesan bahwa kedai sudah siap melayani



Gambar IV.1 Contoh *Storyline & Storyboard*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah gambar proses pembuatan *storyboard* menggunakan sketsa manual yang nanti akan dijadikan panduan dalam pengambilan gambar pada tahap produksi.

IV.1.1.2 Produksi

Setelah pembuatan *storyline* dan *storyboard* selanjutnya adalah tahap produksi atau pengambilan gambar. Dalam tahap pengambilan gambar ini konsep yang akan ditampilkan adalah konsep bahwa dengan secangkir kopi di kedai SWG Coffee dapat memberikan banyak rasa disetiap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan. Namun dalam pembuatannya sebelum proses pengambilan gambar atau *shooting* dilakukan agar tahap produksi ini berjalan sesuai dengan apa yang ingin dicapai, yaitu penyampaian pesan dapat diterima dan dimengerti, maka perlu adanya unsur sinematik yaitu *mise en sense* dan sinematografi. Berikut penjelasannya:

- *Mise-en-sense*

Menurut Pratista (2008) “*mise-en-sense* adalah segala hal yang terletak didepan kamera yang akan diambil gambarnya” (h.61). Dalam hal ini *mise-en-sense* terdiri dari empat aspek utama yaitu setting, kostum & tata rias wajah, pencahayaan, dan *acting*, agar proses produksi berjalan dengan baik, dan dapat mencapai hasil yang memuaskan sesuai target yang ingin dicapai, maka aspek-aspek tersebut harus ada dalam proses pembuatannya. Berikut adalah penjelasannya:

- *Setting*

Dalam tahap ini jenis *setting* yang digunakan adalah *setting shot on location*, *setting* ini memberikan kelebihan dapat memberikan kesan yang realisme, karena diambil di lokasi yang sesungguhnya yaitu SWG Coffee. Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya dalam konsep setting ini adalah dengan memberikan gambaran secara langsung kegiatan atau aktivitas yang terjadi di SWG Coffee, seperti pengunjung datang, kemudian bertemu dengan melakukan aktivitas diskusi dan lainnya dengan ditemani secangkir kopi.



Gambar IV.2 *Setting* lokasi pengambilan gambar

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- Kostum dan Tata Rias Wajah

Kostum dan tata rias wajah merupakan aspek penting dalam proses produksi, kostum dan tata rias wajah berfungsi sebagai gambaran tentang karakter atau kepribadian dari pelaku cerita, dalam perancangan video promosi ini kostum dan tata rias dengan menunjukkan anak muda yang dengan pakaian kesehariannya. Dalam konstum ini menggunakan konsep kegiatan seorang mahasiswa yang sedang menghabiskan waktu luang dengan membawa tas dan kamera untuk membuat suatu karya,



Gambar IV.3 Kostum & tata rias wajah

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Pencahayaan**
 Dalam proses produksi ini pencahayaan yang digunakan dengan menggunakan cahaya alami atau yang biasa disebut *available light* karena pengambilan gambar dilakukan pada saat siang hari dengan cahaya yang masuk ke dalam kedai cukup terang. Dengan konsep yang ingin dibangun adalah mood yang dapat memberikan gambaran nyata suasana di kedai SWG Coffee itu sendiri.
- **Akting**
 Akting pemain dalam proses produksi ini dengan menggunakan akting yang natural sebagai seorang pengunjung biasa yang kemudian melakukan berbagai aktivitas dengan memanfaatkan fasilitas dari kedai agar dapat memotivati target audien yang melihatnya untuk datang berkunjung. Dengan konsep acting sesuai dengan perannya yaitu seorang mahasiswa yang berkunjung kemudian memesan kopi yang akan dinikmati sendiri maupun Bersama dengan teman-teman untuk pelengkap dalam diskusi.
- **Sinematografi**
 Pada tahap ini setelah persiapan pada aspek *mise-en-scene* sudah tersedia dan sebuah adegan siap diambil gambarnya selanjutnya fungsi sinematografi mulai berperan, aspek sinematografi diantaranya adalah kamera dan framing, berikut penjelasannya:
 - **Kamera**
 Kamera yang digunakan dalam pengambilan gambar ini menggunakan dua buah kamera Canon 70D, dengan penggunaan lensa 18-55mm untuk pengambilan gambar *wide-angle*, dan lensa 50mm untuk digunakan dalam pengambilan gambar normal, sehingga ukuran, jarak, dan bentuk sebuah objek terlihat sama persis. Selain itu ada juga tripod yang digunakan untuk pengambilan gambar agar hasil gambar yang didapatkan dalam proses shooting dapat menghasilkan video atau gambar yang bagus, sehingga akan memudahkan dalam proses *editing*, karena tidak perlu menambahkan efek *stabilizer* pada video tersebut.



Gambar IV.4 Proses pengambilan gambar

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah gambar dari proses pengambilan gambar yang dilakukan di lokasi kedai SWG Coffee.

- *Framing*

Framing dalam produksi pengambilan gambar ini dengan banyak menggunakan konsep yang memperlihatkan situasi atau suasana yang nyata dari aktivitas dalam kedai seperti aktivitas konsumen dan barista agar berasa nyata. Oleh karena itu dalam framing ini menggunakan beberapa jarak atau dimensi terhadap objek yang akan masuk dalam sebuah frame, diantaranya adalah *long shot*, *medium long shot*, *medium close up*, *close up*, *extreme close up*, dan *high-angle* atau biasa disebut *bird eye*, berikut contohnya:



Gambar IV.5 *long shot*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh dari pengambilan gambar menggunakan teknik *long shot* untuk menunjukkan suasana kedai serta pengunjungnya.



Gambar IV.6 *Medium long shot*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh dari teknik pengambilan gambar *medium long shot*, yang memperlihatkan bagian lutut sampai atas dengan menunjukkan sedikit dari lingkungan sekitar.



Gambar IV.7 *Medium close up*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh dari pengambilan gambar menggunakan teknik *medium close up* untuk menunjukkan bagian dada sampai atas untuk bagian seperti diskusi untuk menunjukkan interaksi agar lebih jelas. Teknik ini digunakan untuk menunjukkan interaksi yang cukup dekat dari seorang konsumen dengan seorang barista kedai.



Gambar IV.8 *Close up*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh dari pengambilan gambar menggunakan teknik *close up* untuk menunjukkan atau memperlihatkan ekspresi atau bentuk dengan jelas.



Gambar IV.9 *Extreme close up*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh dari pengambilan gambar menggunakan teknik *extreme close up* untuk menunjukkan atau memperlihatkan ekspresi yang lebih jelas dan detail dari sebuah objek. Teknik ini digunakan untuk menunjukkan ekspresi dari konsumen yang merasa senang karena dapat menikmati sajian kopi yang disuguhkan oleh kedai SWG Coffee kepada seorang konsumen yang datang tersebut.



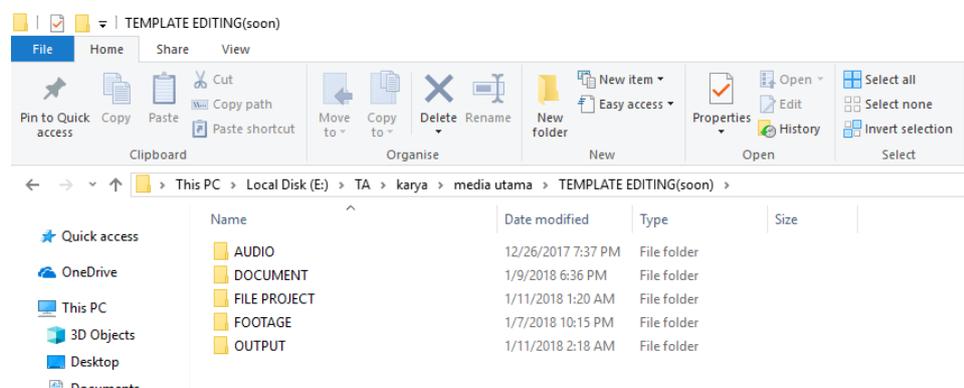
Gambar IV.10 *High-angle*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh dari pengambilan gambar menggunakan teknik *high-angle* untuk menunjukkan atau memperlihatkan suatu panorama yang luas atau lansekap.

IV.1.1.3 *Pasca Produksi*

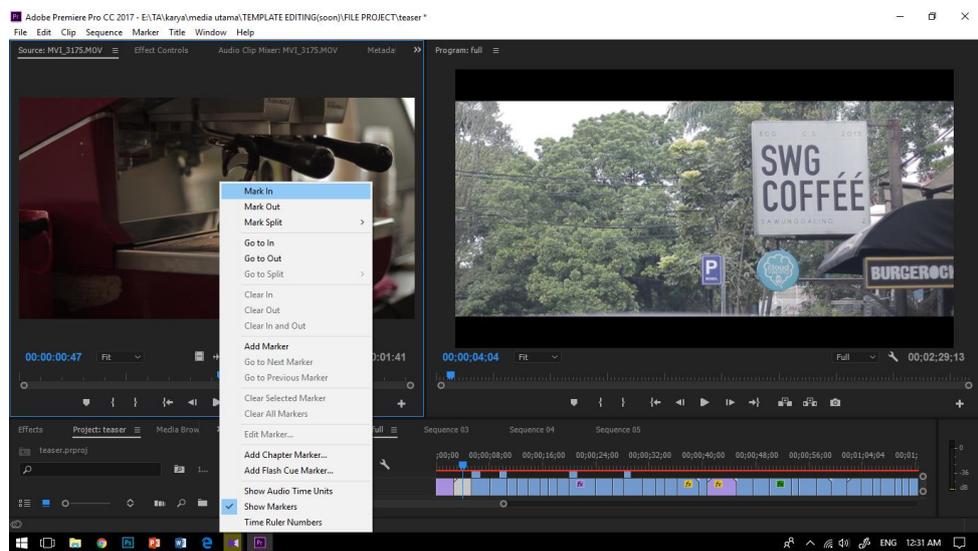
Setelah tahap pra produksi dan produksi selanjutnya yang dilakukan adalah tahap pasca produksi, dalam tahap ini untuk membetuk satu kesatuan video utuh yang baik perlu juga penambahan unsur sinematik yaitu tahap *editing* dan suara. Kemudian video-video yang sudah diambil akan melalui tahap cutting untuk menjadikannya sebuah satu kesatuan dengan penambahan audio atau efek visual, dalam tahap editing ini menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2017, berikut tahap-tahapannya:



Gambar IV.11 Pembuatan *Template Editing*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

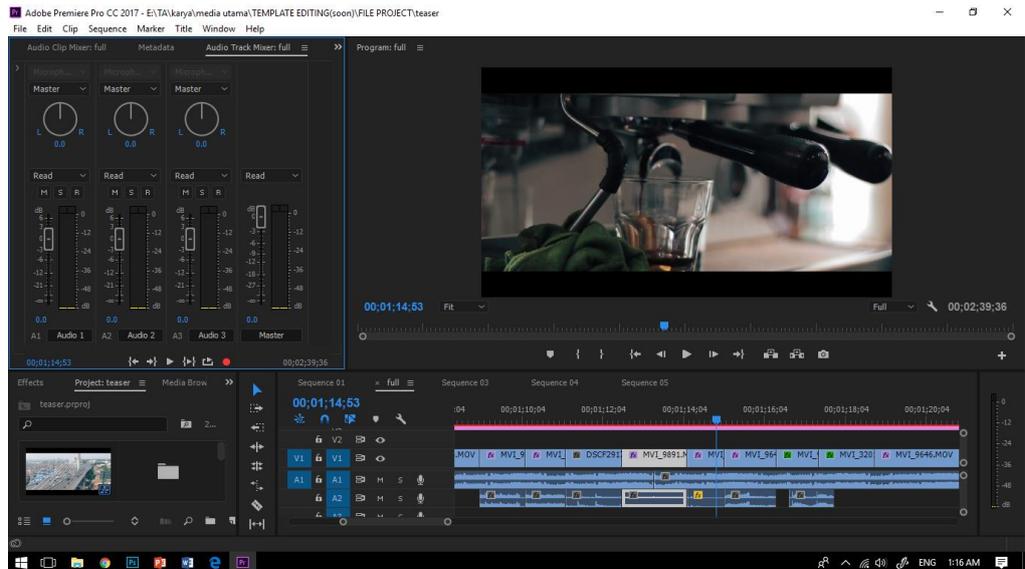
Gambar diatas adalah tahap pembuatan *template editing* yang berfungsi agar *file* atau data-data yang akan dipakai dalam tahap *editing* tersusun dengan rapih, Seperti folder audio untuk menyimpan *file* musik yang akan digunakan dalam *editing* video, atau folder *footage* yang digunakan sebagai penyimpanan file-file video yang sudah diambil dalam tahap *shooting* atau pengambilan gambar. Teknik ini digunakan untuk memudahkan seorang *editor* agar tidak kesulitan dalam mencari sebuah data yang akan digunakan dalam editing tersebut.



Gambar IV.12 Proses *cutting* video

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

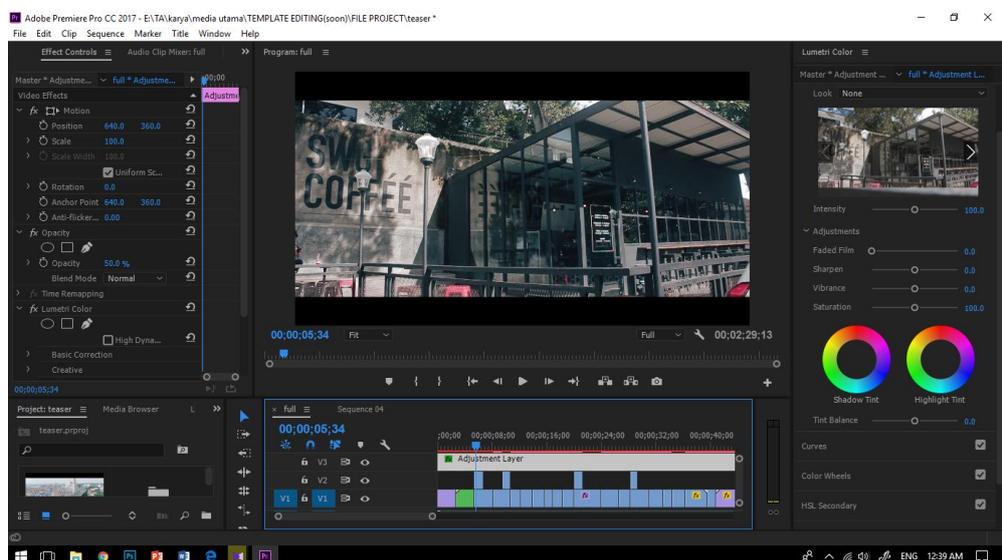
Gambar diatas adalah tahap pemotonga atau *cutting footage-footage* yang sudah dipilih terlebih dahulu, dengan menggunakan konsep yang berkesinambungan. Dalam hal ini urutan yang ingin disampaikan pertamak kali dalam video tersebut adalah sebuah profil kedai itu sendiri, kemudian pengunjung datang, sampai aktivitas dari pengunjung yang diedit secara berurutan atau berkesinambungan. Dalam tahap *cutting* ini sangat penting untuk memilah dan memilih bagian mana yang bagus untuk dimasukan kedalam *sequence* agar dari *shot A* ke *shot B* menciptakan *continuity* atau kesinambungan, sehingga pesan yang ingin disampaikan pada target audiens dapat diterima dan dipahami dengan mudah.



Gambar IV.13 Proses pemberian musik dan efek suara

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Gambar diatas adalah tahap pemberian musik pada video yang sudah di *cutting*, dalam tahap ini pemberian musik sangat berguna agar dapat membentuk dan mendukung serta memperkuat *mood* dan cerita pada video.

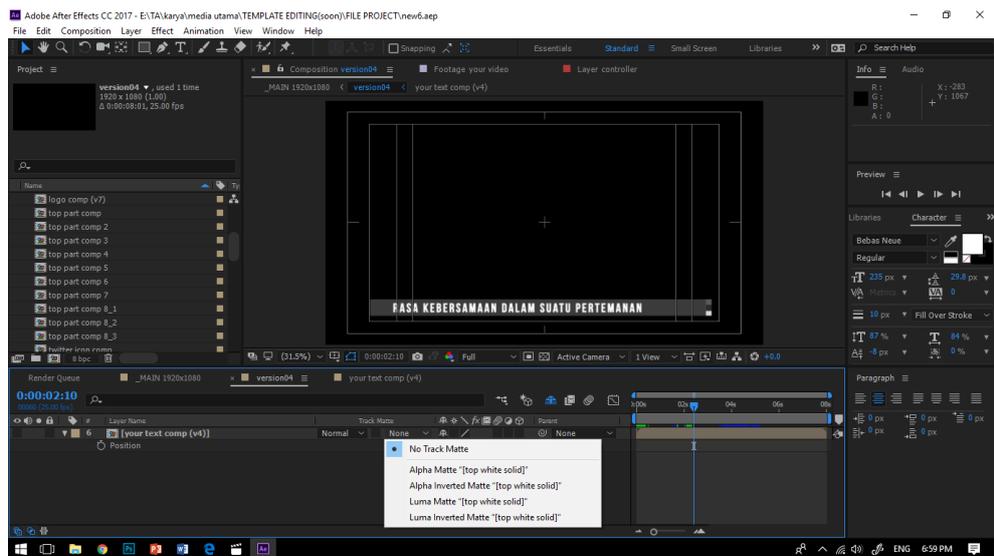


Gambar IV.14 Proses *toning*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Setelah proses *cutting* selanjutnya ditunjukkan oleh gambar diatas adalah proses *toning* pada video yang sudah tersusun menjadi suatu kesatuan,

proses ini sebelumnya dilakuakn dengan membuat suatu item berupa *adjustment layer* untuk lebih memudahkan pewarnaan ke semua video yang sudah melalui tahap *cutting*. Selanjutnya untuk memberikan suatu *mood* pada video agar terasa lebih nyata, maka dalam video ini *toning* yang digunakan yaitu menekankan warna gelap sesuai dengan konsep kedai agar terlihat lebih dingin, dramatis, nemun elegan.

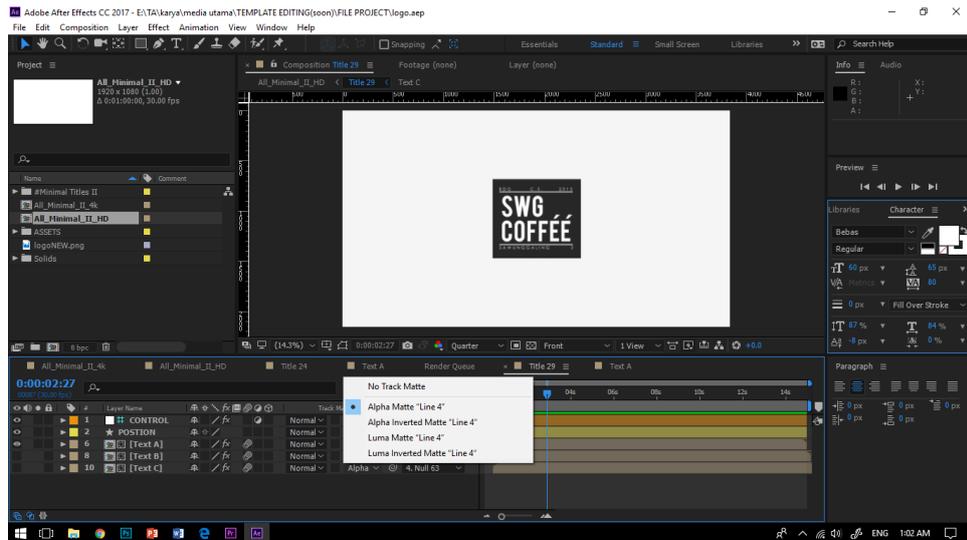


Gambar IV.15 Proses pembuatan *motion* teks

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Setelah proses toning selanjutnya adalah penambahan teks super dalam video agar dapat memberikan pesan dengan jelas. Dalam tahap ini *software* yang digunakan adalah *software After Effect*, dengan menggunakan efek *masking* pada teks pesan yang akan dipakai dalam video.

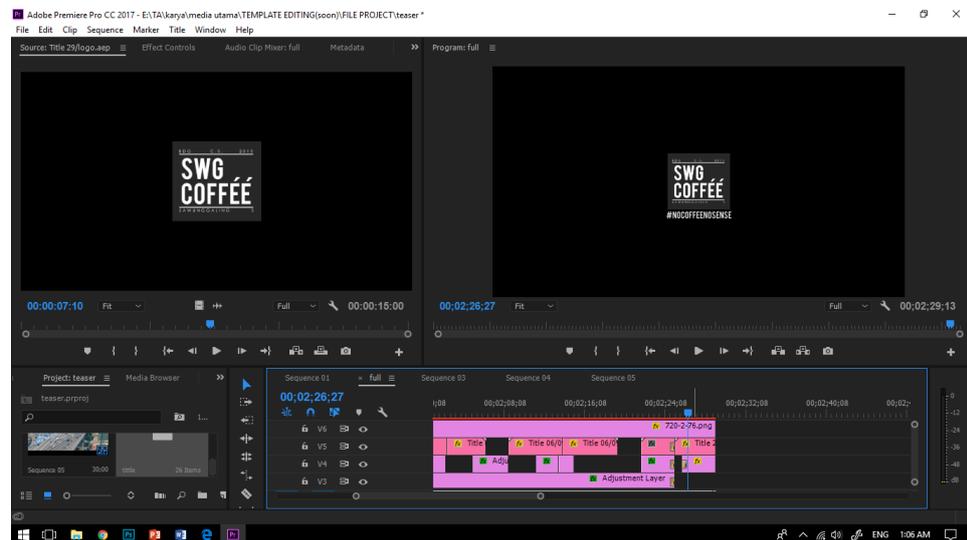
Dalam pembuatannya konsep yang dibuat adalah dengan menggunakan *motion graphic*, karena ingin memunculkan kesan yang aktif dan dinamis pada video, agar penonton yang melihat video tersebut tidak merasa cepat bosan, sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih mudah ditemima dan dimengerti oleh para penonton yang merupakan calon konsumen kedai SWG Coffee.



Gambar IV.16 Proses pembuatan *bumper* logo

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Selanjutnya sama seperti pembuatan teks super, pembuatan logo untuk *ending* dalam video untuk video ini software yang digunakan juga adalah *software After Effect*, dengan menggunakan efek *masking* pada logo pesan yang nanti akan dipakai dalam *ending* video.

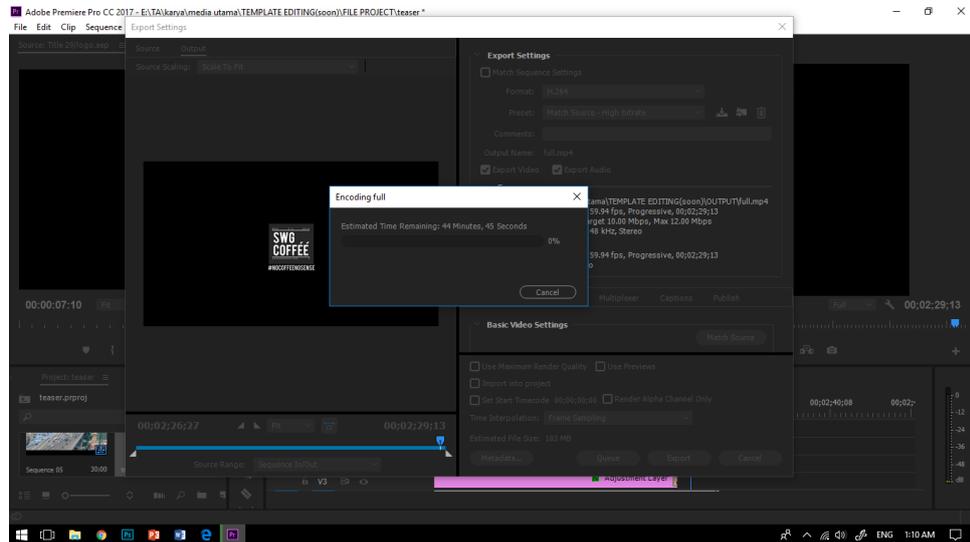


Gambar IV.17 Proses pemberian *bumper* logo

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Setelah pembuatan teks dan logo, selanjutnya adalah tahap untuk memasukan *file after effect* yang tadi kedalam *sequence Premiere Pro* untuk

digunakan sebagai bagian dari kesatuan video yang utuh sebelum masuk ke proses terakhir yaitu proses *render*.



Gambar IV.18 Proses *rendering*

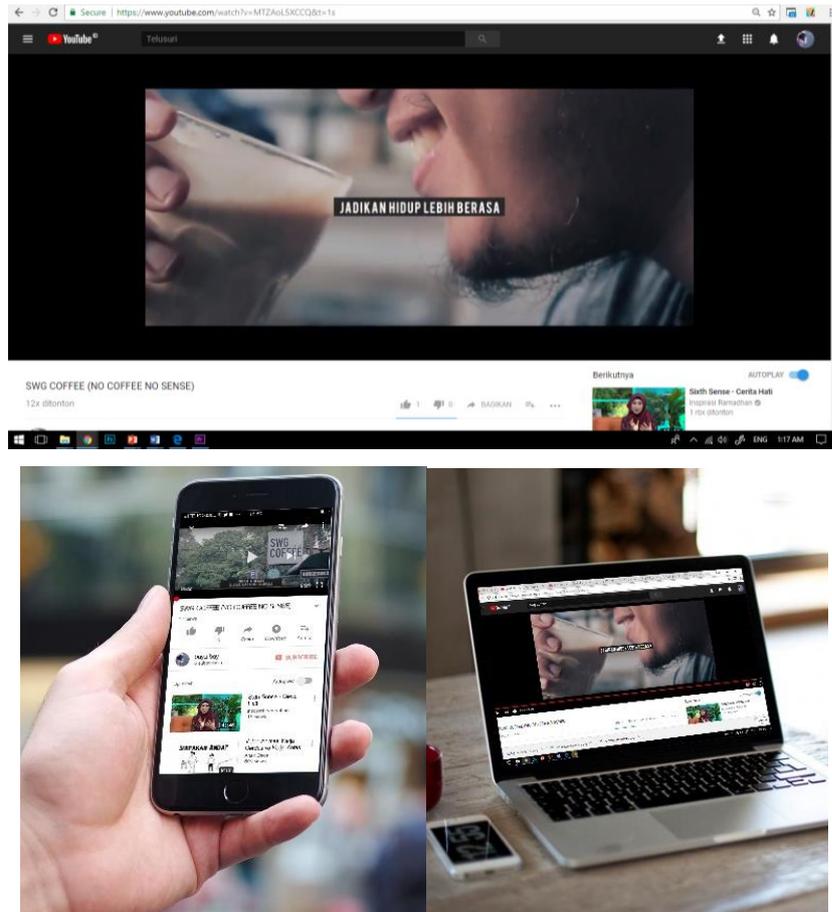
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Setelah semua proses sudah dilakukan maka selanjutnya adalah tahap atau proses terakhir yaitu proses *render sequence*. Dalam tahap ini ketika semua proses dalam pembuatan video selesai seperti pra produksi, kemudian produksi sampai tahap terakhir yaitu pasca produksi editing dan rendering.

IV.1.2 Aplikasi Desain Media Utama

Setelah video utama sudah berhasil melalui tahap *rendering* dan menjadi satu video yang utuh yang siap dipublikasi, maka selanjutnya dalam tahap ini adalah mempublikasikannya yang di unggah pada *platform youtube*, karena *youtube* adalah salah satu platform yang dapat digunakan untuk mengupload video berdurasi panjang yang sampai saat ini sering digunakan oleh khalayak umum.

Selain itu *youtube* sendiri sudah menjadi bagian dari keseharian para target audiens untuk mencari suatu informasi yang dibutuhkan maupun untuk sekedar mencari hiburan dengan menggunakan platform *youtube* ini. Berikut adalah pengaplikasian dan beberapa cuplikan video utama yang dipublikasikan pada *youtube*.



Gambar IV.19 Aplikasi media utama
 Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah contoh pengaplikasian media utama pada **platform youtube**, dan beberapa cuplikan dari adegan-adegan yang ada dalam video tersebut.

IV.2 Media Pendukung

Dalam sebuah perancangan media utama dibutuhkan media pendukung sebagai media pelengkap dan sarana untuk membawa atau menginformasikan mengenai media utama yang dibuat atau sebagai sarana promosi pengingat terhadap SWG COFFEE dan pesan yang ingin disampaikan. Beberapa contoh media pendukung dalam perancangan promosi ini diantaranya seperti poster, *x-banner*, stiker dan lain-lain. Dalam pembuatan media pendukung ini juga sangat memperhatikan target audien agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik, dalam hal ini media pendukung dibagi menjadi dua yaitu media publikasi dan promosi sebagai media pengingat.

- Poster Cetak & Digital (*Attention*)

Dalam poster digital dan cetak ini akan difungsikan sebagai *attention* memakai konsep foto yang minimalis, dengan meunjukkan aktivitas seseorang sedang santai minum kopi sambil membaca majalah dengan ditemani beberapa item, seperti kamera, laptop, dan *handphone* ditambah dengan *headline* “no coffee no sense”.

Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian target audiens agar dapat menimbulkan rasa penasaran maksud dari *headline* dan hal apa yang dapat dilakukan dengan item pada visual tersebut. Setelah itu poster ini akan dipublikasikan melalui akun Instagram SWG Coffee, karena target audiens lebih banyak mendapatkan atau mencari informasi melalui *handphone* atau internet, terutama sosial media, kemudian poster cetak akan dipasang pada kedai SWG Coffee itu sendiri.



Gambar IV.20 Poster digital & pengaplikasiannya

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah visual dari desain poster yang digunakan dalam perancangan ini, yang difungsikan sebagai *attention* atau untuk menarik perhatian dari target audiens, dan sebuah gambar pengaplikasiannya yang menggunakan Instagram pada sebuah *handphone*. Berikut spesifikasi yang dipakai dalam pembuatan poster digital tersebut, diantaranya adalah:

Dimensi : 3508PX x 3508PX
Teknis Produksi : Digital
Aplikasi Media : Instagram
Type File : JPG



Gambar IV.21 Poster digital & pengaplikasiannya

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah visual dari desain poster cetak yang digunakan dalam perancangan ini, yang difungsikan sebagai *attention* atau untuk menarik perhatian dari target audiens, dan sebuah gambar pengaplikasiannya yang menggunakan *frame*. Berikut spesifikasinya adalah:

Dimensi : 42cm x 29,7cm (A3)

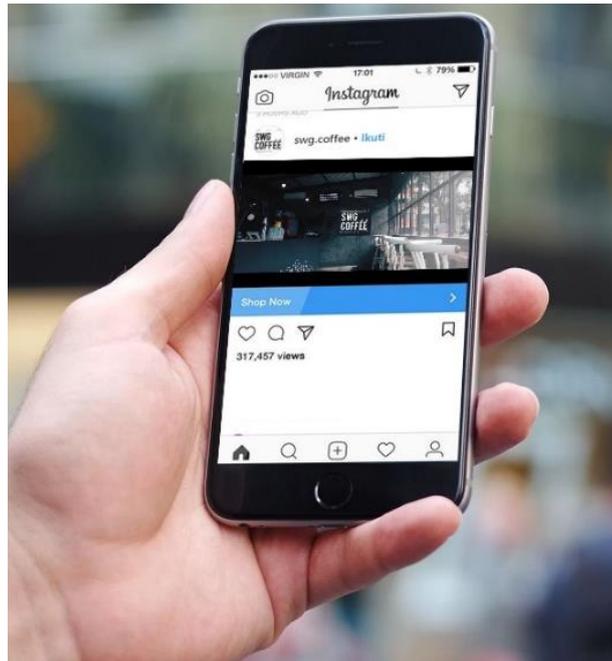
Material : *Art Paper 150gr*

Teknis Produksi : *Digital Printing*

Aplikasi Media : *Kedai SWG Coffee*

- **Video Teaser (*Attention*)**

Sama dengan konsep pada media poster *attention*, dalam video ini juga menggunakan konsep yang sama dengan sedikit menunjukkan aktivitas dari seorang pengunjung yang datang untuk melakukan suatu hal dengan kamera laptop, dan majalah dengan ditemani secangkir kopi, dengan maksud agar target audiens merasa penasaran maksud yang sebenarnya dari visual-visual tersebut. Berikut cuplikan dan pengaplikasiannya:



Gambar IV.22 Aplikasi video *teaser* & beberapa cuplikannya
 Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- *Custom video for windows*
- Frame size: 1280 x 720 px
- Frame rate: 59,59 fps
- *Aspect ratio: PAL widescreen square pixel 16 : 9*
- *Channel: RGB*
- *Color: Millions of Colors+*
- *Format video: MPEG-4 (.MP4)*
- *Duration: 30 detik*
- *Audio sample rate: 48 kHz*
- *Audio channels: Stereo*
- *Format audio: mp3*

- **Poster Cetak & Digital (Interest)**

Dalam poster digital dan cetak ini akan difungsikan sebagai *interest* atau untuk menarik minat target audiens dengan konsep foto yang menunjukkan seseorang yang sedang minum kopi dan seperti sedang menunjukkan hasil pekerjaan atau karya yang membuat orang disampingnya merasa senang dan puas.

Seperti pada media *attention*, dalam media ini juga menggunakan item seperti kamera dan laptop, ini karena aktivitas di SWG Coffee lebih dominan yang melakukan aktivitas berfoto dan menggunakan laptop. Karena SWG Coffee sendiri menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan tersebut.

Kemudian media poster yang cetak ini akan ditempatkan pada bagian kedai SWG Coffee itu sendiri, dan poster digital akan dipublikasikan melalui akun Instagram SWG Coffee, karena target audiens lebih banyak mendapatkan atau mencari informasi melalui *handphone* atau internet, terutama sosial media.



Gambar IV.23 Poster digital & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Dimensi	: 3508PX x 3508PX
Teknis Produksi	: Digital
Aplikasi Media	: Instagram
Type File	: JPG



Gambar IV.24 Poster cetak & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Dimensi	: 42cm x 29,7cm (A3)
Material	: <i>Art Paper</i> 150gr
Teknis Produksi	: <i>Digital Printing</i>
Aplikasi Media	: Kedai SWG Coffee

- ***Flyer (Interest)***

Berbeda dengan konsep pada media-media diatas, media *flyer* ini akan dipublikasikan melalui media *Instagram Ads*, dan akan dibagikan dikampus. *Flyer* ini berisikan konten fasilitas dan keuntungan apa saja yang akan didapat ketika berkunjung ke kedai SWG Coffee, dengan menunjukkan visual ruangan yang berkonsep unik dan penjelasan mengenai fasilitas yang didapat akan menarik minat dari target audiens yang ditambah dengan *qr-code* yang akan membawa konsumen pada media utama untuk melihat lebih jelas fasilitas yang ditawarkan. Berikut media *flyer* dan pengaplikasiannya:



Gambar IV.25 Flyer

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Dimensi : 42cm x 29,7cm (A3)

Material : Art Paper 150gr

Teknis Produksi : Cetak Offset



Gambar IV.26 flyer digital & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Dimensi : 1080PX x 1920X

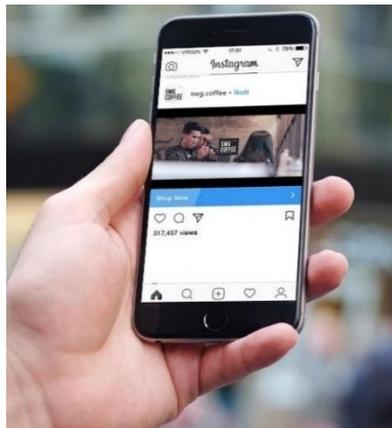
Teknis Produksi : Digital

Aplikasi Media : Instagram

Type File : JPG

- **Video Teaser (Interest)**

Konsep pada media ini adalah memberikan sedikit gambaran aktivitas yang ada di SWG Coffee, pada media ini akan menunjukkan sedikit maksud dari media yang sebelumnya yaitu media attention dan interest, dengan menunjukkan aktivitas atau kegiatan para konsumen yang datang. Berikut beberapa cuplikan dan pengaplikasiannya:



Gambar IV.27 Video teaser & contoh aplikasinya

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- *Custom video for windows*
- Frame size: 1280 x 720 px
- Frame rate: 59,59 fps
- *Aspect ratio: PAL widescreen square pixel 16 : 9*
- *Channel: RGB*
- *Color: Millions of Colors+*
- *Format video: MPEG-4 (.MP4)*
- *Duration: 30 detik*
- *Audio sample rate: 48 kHz*

- *Audio channels: Stereo*
- *Format audio: mp3*

- **Poster Cetak & Digital (Action)**

Dalam poster digital dan cetak ini akan difungsikan sebagai *action* untuk menarik target audiens agar berkunjung ke kedai SWG Coffee, media ini menggunakan konsep foto dengan menunjukkan sosok seorang yang sedang minum kopi dan terlihat senang, ditambah beberapa *icon* tambahan seperti kamera, laptop, seseorang yang diskusi dan sebuah tanda tanya, ini dimaksudkan bahwa aktivitas apapun jika dengan ditemani secangkir kopi akan menghasilkan perasaan senang.

Photo challenge ini dipilih karena aktivitas yang sering terjadi di SWG Coffee ini adalah kegiatan berfoto, selain itu kegiatan berfoto ini juga dapat dilakukan oleh siapa saja bahkan tidak harus dengan memakai kamera profesional namun dengan *handphone* pun bisa. Ditambah kegiatan ini akan berdampak positif dan menjadi sarana promosi yang efektif karena akan disebar luaskan oleh para peserta Challenge tersebut melalui *mention* dan *hashtag*.



Gambar IV.28 Poster digital & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Dimensi	: 3508PX x 3508PX
Teknis Produksi	: Digital
Aplikasi Media	: Instagram
Type File	: JPG



Gambar IV.29 Poster digital & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- Dimensi : 42cm x 29,7cm (A3)
- Material : Art Paper 150gr
- Teknis Produksi : Cetak *Offset*
- Aplikasi Media : Mading kampus & Kedai SWG Coffee

Media poster cetak diatas akan disebarakan ke setiap kampus yang ada di kota Bandung dan kedai SWG Coffee, dan untuk poster digital akan dipublikasikan melauai akun Instagram SWG Coffee, karena target audiens lebih banyak mendapatkan atau mencari informasi melalui handphone atau internet, terutama sosial media.

- **Stiker**

Stiker ini digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis pada saat acara *photo challenge* karena media ini mudah dan dapat langsung dipakai pada media-media seperti helm, *body laptop* dan lain-lain sehingga sangat efektif dalam menjadi media pengingat.

- Dimensi : 9,5cm x 8cm
- Material : *Sticker* vinil dop
- Teknis Produksi : *Digital printing + die cut*



Gambar IV.30 Stiker & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah visual dari desain stiker yang digunakan dalam perancangan ini, yang difungsikan sebagai media *share* atau untuk menyebarkan informasi mengenai kedai SWG Coffee, dan sebuah gambar pengaplikasiannya yang dapat ditempelkan pada sebuah laptop.

Konsep pada media stiker ini dengan menunjukkan kemasan *cup* dari SWG Coffee yang ditambah dengan pemberian *headline* agar profil dari SWG Coffee dan pesan dapat diingat oleh konsumen.

- **Patch/Emblem**

Patch atau emblem ini digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis pada saat acara *photo challenge* dengan konsep visual yang sama seperti stiker. Untuk mendapatkannya cukup dengan membeli salah satu produk SWG Coffee dengan harga khusus.

Dimensi : 8cm x 6.5cm

Material : Kain & benang jahit

Teknis Produksi : Bordir



Gambar IV.31 Patch & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Penggunaan media ini cukup mudah dan dapat langsung dipakai pada media-media seperti tas, dan berbagai jenis jaket, sehingga efektif untuk menjadi media pengingat.

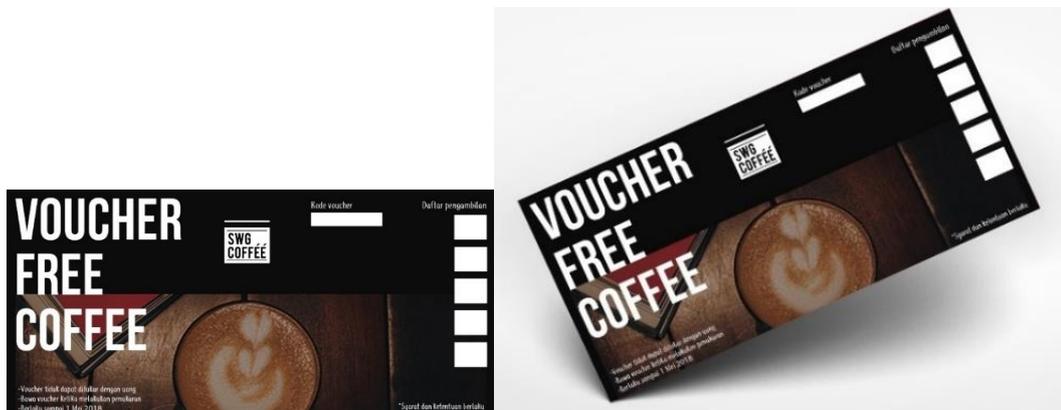
- **Voucher**

Voucher ini hanya selembaran kertas untuk syarat penukaran hadiah berupa kopi gratis, oleh karena itu konsep visual yang ditujukan adalah sebuah visual salah satu sajian kopi dari SWG Coffee dengan konten syarat dan ketentuan.

Dimensi : 15cm x 6.5cm

Material : *Art Papper*

Teknis Produksi : *Digital Printing*



Gambar IV.32 Voucher & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Pin**

Dengan konsep yang sama seperti stiker dan emblem, pin ini digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis pada saat acara *photo challenge*, karena dengan penggunaan media ini yang cukup mudah dan dapat langsung dipakai pada media-media seperti tas, dan berbagai jenis jaket, sehingga efektif untuk menjadi media pengingat.

Dimensi : 4,5cm x 3,7cm

Material : akrilik

Teknis Produksi : Cetak *press*



Gambar IV.33 pin & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Gantungan**

Seperti stiker dan pin, gantungan ini juga memiliki konsep desain yang sama, media gantungan ini digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis pada saat acara *photo challenge*, karena dengan penggunaan media ini yang cukup mudah dan dapat langsung dipakai pada media-media seperti tas, kunci, sehingga efektif untuk menjadi media pengingat.

imensi : 5,5cm x 7cm

Material : akrilik

Teknis Produksi : Cetak *press*



Gambar IV.34 Stiker & contoh aplikasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Mousepad**

Mousepad ini digunakan sebagai media promosi yang difungsikan sebagai fasilitas di dalam kedai SWG Coffee, dengan konsep desain yang tidak hanya menunjukkan *headline* dari pesan media utama tetapi juga mengajak konsumen untuk mencari tahu media utama pada *qr-code* yang tersedia pada *mouse pad*. Karena dengan penggunaan media ini yang cukup mudah dan dapat langsung dipakai sehingga efektif untuk menjadi media promosi.

Dimensi : 29cm x 25cm
Material : PVC dan rubber
Teknis produksi : Sablon sublim



Gambar IV.35 *Mousepad*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Soft Case Handphone**

Dengan konsep desain yang simpel dengan hanya menunjukkan *headline* akan mudah diingat oleh konsumen, karena *handphone* sendiri merupakan barang yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari. Soft case handphone akan digunakan sebagai hadiah bagi pemenang *photo challenge*, Oleh karena itu media pengingat berupa *soft case handphone* ini sangat baik karena dapat terus menjadi pengingat terhadap pesan utama dan SWG Coffee itu sendiri.

tipe handphone : iphone & oppo

Material : *Hi tech skin*



Gambar IV.36 Soft case handphone

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Strap Bag**

Strap bag ini digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan diberikan secara gratis pada saat acara “*photo challenge*” bagi yang memenangkan *challenge* tersebut, kemudian *strap bag* digunakan untuk memenuhi kebutuhan target audiens agar tampil bergaya, ini juga menjadi media yang cukup efektif dengan konsep desain pesan atau *headline* dari perancangan promosi ini.

Dimensi : 4cm x 82cm

Material : kulit sintetik

Teknis Produksi : Sablon



Gambar IV.37 *Strap bag*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- ***Snapback***

Snapback ini digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis kepada pemenang saat acara “*photo challenge*” tersebut, kemudian *snapback* digunakan untuk memenuhi kebutuhan target audiens sebagai item untuk berpakaian agar tampil bergaya, ini juga menjadi media yang cukup efektif dengan konsep desain logo pada bagian depan dan *headline* dari perancangan promosi ini terdapat dibagian samping.

Dimensi : S, M, L, XL
Material : Drill
Teknis produksi : Sablon sublim



Gambar IV.38 *Snapback*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Tote Bag**

Tote bag ini juga digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis kepada pemenang acara “*photo challenge*” tersebut, kemudian *Tote bag* digunakan untuk memenuhi kebutuhan target audiens untuk membawa barang yang dibutuhkan dalam beraktivitas, selain itu juga digunakan sebagai item untuk berpakaian agar tampil bergaya, ini juga menjadi media yang cukup efektif untuk promosi dan pengingat dengan konsep desain yang sama dengan *soft case handphone*.

Dimensi : 40cm x 31cm
Material : Canvas
Teknis produksi : Sablon sublim



Gambar IV.39 *Tote bag*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **Notebook**

Notebook ini juga digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis kepada pemenang saat acara “*photo challenge*” tersebut, kemudian *Notebook* digunakan untuk memenuhi kebutuhan target audiens untuk mencatat sesuatu, media ini digunakan karena target audiens cukup dekat dengan media tersebut maka dapat menjadi media yang cukup efektif untuk promosi dan pengingat.

Dimensi : 14,8cm x 21cm
Material : HVS & *hard cover*
Teknis produksi : *digital printing*



Gambar IV.40 Notebook

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- **T-shirt**

T-shirt ini juga digunakan sebagai media promosi untuk pengingat yang akan dibagikan secara gratis kepada pemenang saat acara “*photo challenge*” tersebut, kemudian *T-shirt* digunakan untuk memenuhi kebutuhan target audiens dalam berpakaian, media ini menggunakan konsep desain yang sama dengan *tote bag*. Karena target audiens sangat dekat dengan media tersebut maka dapat menjadi media yang sangat efektif untuk promosi dan pengingat.

Dimensi : S, L, M, XL

Material : Combed 30s

Teknis produksi : *Print DTG (Direct To Garment)*



Gambar IV.41 T-shirt

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

- ***X-Banner***

X-banner digunakan sebagai media interest dengan konsep desain sama seperti poster interest, *x-banner* akan diaplikasikan atau dipublikasikan dan diletakan pada kedai SWG Coffee sebagai media yang akan mengantarkan konsumen pada media utama karena dalam *x-banner* ini terdapat qr-code untuk menuju pada media utama.

- Dimensi : 160cm x 60cm (A3)
- Material : Polyskin
- Teknis Produksi : Digital printing
- Aplikasi Media : Kedai SWG Coffee



Gambar IV.42 *X-banner*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Diatas adalah visual dari desain *x-banner* cetak yang digunakan dalam perancangan ini, yang difungsikan sebagai *interest* atau untuk menarik minat dari target audiens, dalam media tersebut juga terdapat sebuah *qr-code* yang digunakan untuk mengajak para konsumen yang datang untuk mengunjungi dan melihat media utama.

- **Apron**

Yang terakhir media promosi yang difungsikan se bagai media promosi ini ada berupa apron yang digunakan sebagai seagam dari SWG COFFEE

Dimensi : tinggi 76cm, dada 28cm, pinggang 67cm

Material : Denim



Gambar IV.43Apron

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)