BAB IV
TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA

Dalam tahapan ini adalah tahapan akhir dari semua proses yang telah disusun sebelumnya. Materi yang telah dikumpulkansebelumnya akan di proses untuk menjadi sebuah tampilan yang telah direncanakan dengan hasil yang diharapkan.

IV.1 Teknis Produksi

Media utama dalam kampanye ini adalah video pendek berdurasi 1 menit 45 detik ini mempunyai jalan cerita dimana aktifitas dalam kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan kebahagiaan dalam diri seseorang. Dalam pembuatannya melalui berbagai proses diantaranya proses pra produksi, produksi, dan paska produksi.

IV.1.1 Pra Produksi

Pada tahap inilah perancangan iklan kampanye "Happy Project" dibuat. Dalam kegiatan pra produksi ini dilakukan pencarian dan pengumpulan data. Tahapan selanjutnya adalah mencari ide cerita yang mudah dipahami masyarakat. Dalam iklan ini sebagai media utaman memiliki dua pesan utama yang akan disampaikan kepada audiens. Setelah itu untuk memudahkan proses pengambilan gambar dan editing dibuatlah *storyboard*, pemilihan model, pemilihan lokasi *shooting*, pengambilan gambar, dan pemilihan musik.

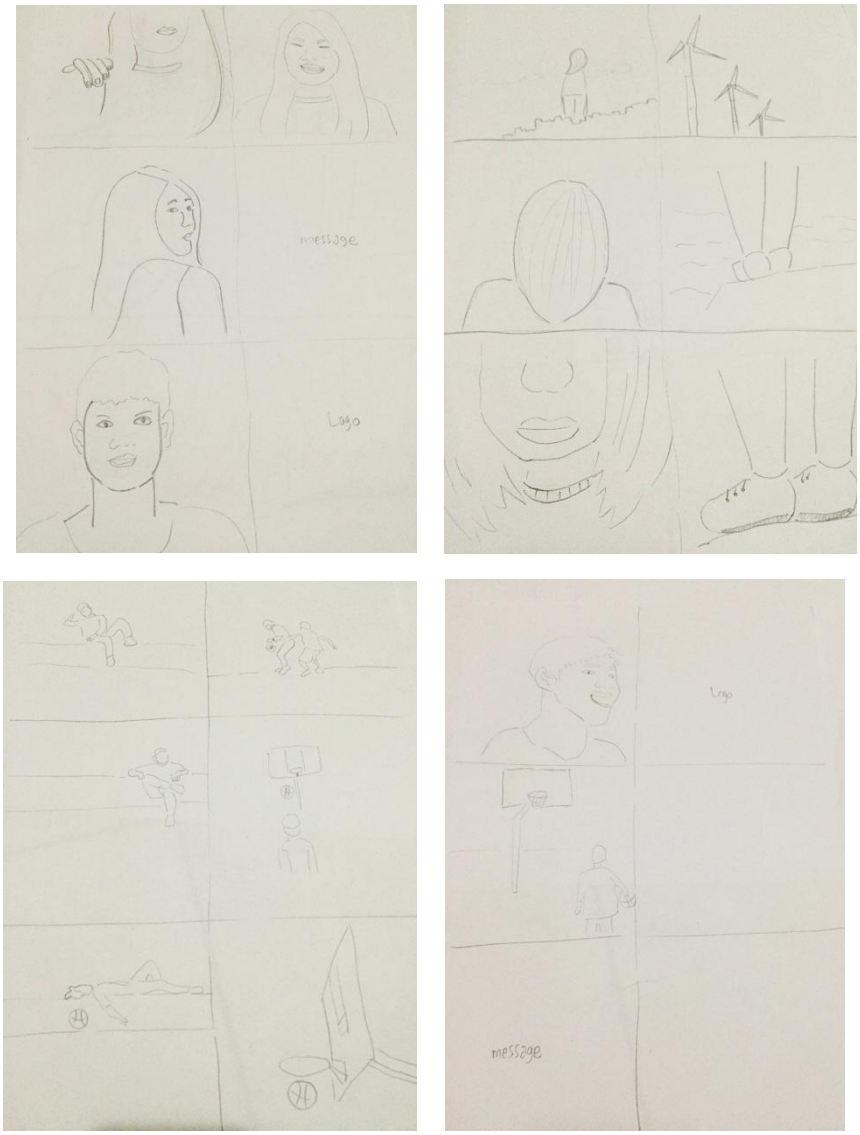
IV.1.1.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data harus dilakukan untuk mengetahui solusi permasalahan dan keputusan dalam pembuatan media. Dalam kegiatan pra produksi ini dilakukan pencarian dan pengumpulan data melalui berbagai sumber seperti artikel, internet, dan sebagainya.

IV.1.1.2 Pembuatan *Storyboard*

Storyboard merupakan naskah pembuatan video yang dibuat menggunakan serangkaian gambabr untuk memudahkan dalam proses pengambilan gambar dan

memberikan gambaran nyata video yang akan dibuat. Pada tahapan ini gambaran sudah terencana secara nyata.



Gambar IV.1 *Storyboard*
sumber: pribadi

IV.1.1.3 Pemilihan Lokasi *Shooting*

Pemilihan lokasi *shooting* untuk kampanye ini dibagi ke dalam dua lokasi yang berbeda karena adanya perbedan tema yang diangkat dari kedua video tersebut. Penentuan lokasi *shooting* dibedakan menjadi:

- Video yang berjudul "*Smile"*

  Pemilihan lokasi dalam video ini di pinggir pantai Haeundae, Busan, Korea Selatan tepatnya di Dongbaeksom dianggap cocok karena menunjukan betapa luasnya alam semesta. Tidak menampilkan sosok manusia yang banyak untuk memberikan kesan kesendirian dalam luasnya alam semesta.

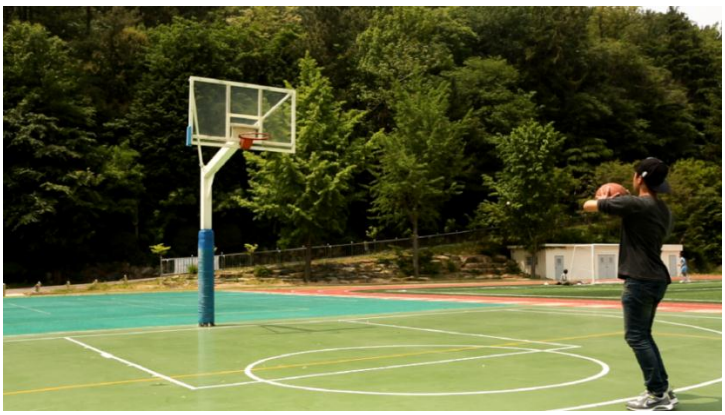


Gambar IV.2 Dongbaeksom

sumber: www.ljg18th.tistory.com

- Video yang berjudul *"Exercise"*

  Pemilihan lokasi dalam video ini di lapangan basket Universitas Youngsan, Busan, Korea Selatan. Tempat ini dianggap cocok sesua dengan tema yang diambil.



Gambar IV.3 Lapangan basket Universitas Youngsan, Korea

sumber: pribadi

IV.1.1.4 Pemilihan Model

Konsep dalam pembuatan video ini adalah menyampaikan dua pesan utama dengan alur cerita yang berbeda. Video yang berjudul *'smile'* menggunakan model orang Korea karena dimaksudkan penyampaian pesan kepada target audiens primer yaitu orang Korea sedangkan video yang berjudul *'exercise'* menggunakan orang Indonesia yang mewakili orang Asia secara keseluruhan sebagai target audiens sekunder.

Model pertama dalam video yang berjudul *'Smile'* adalah orang Korea yang bemata sipit dan berkulit putih. Dipilih karena mewakili orang Korea yang memiliki ciri khas seperti itu.



Gambar IV.4 Model 1 video 'Smile'
sumber: pribadi

Model kedua adalah orang Asia berkulit sawo matang dan berwajah sedikit sangar untuk memberikan kesan bahwa orang sangar juga dapat memberikan kebahagiaan dengan mengajak tersenyum.



Gambar IV.5 Model 2 video ‘Smile’

sumber: pribadi

Model yang dipilih dalam video yang berjudul *‘Exercise’* adalah orang Indonesia unruk mewakili keseluruhan orang Asia yang berkulit sawo matang dan bermata besar sesuai dengan konsep kampanye. Dalam video ini dipilih dua orang laki-laki karena karakter wajah dan tubuhnya dianggap cocok sebagai laki-laki yang suka berolahraga.



Gambar IV.6 Model 1 video ‘Exercise’

sumber: pribadi



Gambar IV.7 Model 2 video ‘Exercise’

sumber: pribadi

Pemilihan model untuk iklan juga diperlukan, untuk menunjang perasaan yang akan dimunculkan dalam iklan karakter wajah pemeran dalam iklan dipilih agar sesuai dengan pesan yang akan disampaikan.

IV.1.1.5 Pemilihan Musik

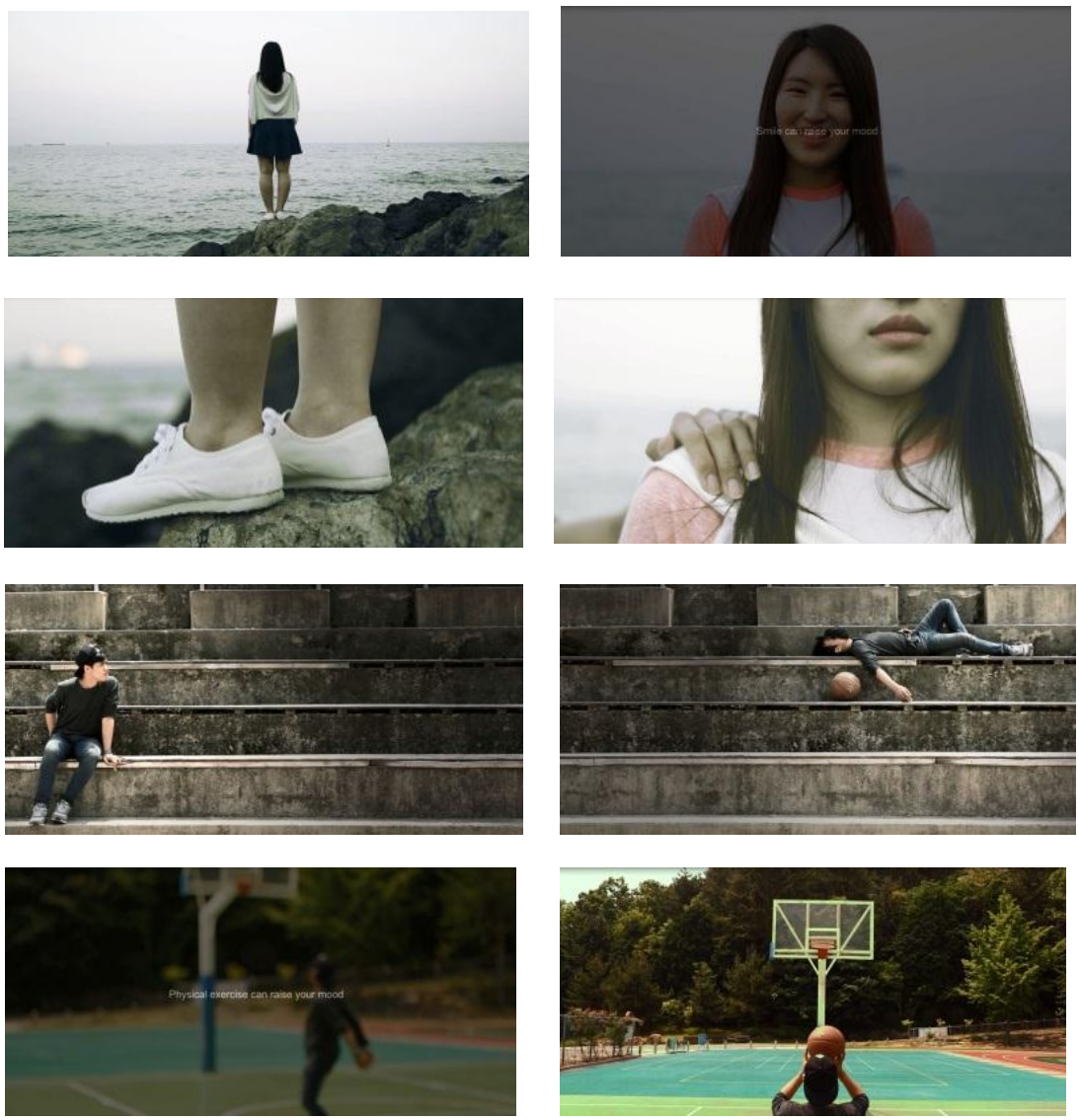
Musik adalah elemen penting dalam video ini karena dapat menimbulkan kesan dramatis dalam setia adegan yang ditampilkan. Musik yang digunakan dalam setiap video *‘Smile’* dan *‘Exercise’* menggunakan musik yang bekesan menegangkan dan diakhir adegan menggunakan musik dengan kesan ceria. Sesuai dengan konsepnya video ini memiliki pembukaan di awal adegan dengan *scene* dan musik yang menegangkan dan memiliki pesan atau isi dan bagian akhir yang ceria dengan menggunakan musik yang memiliki kesan bersemangat unutk menunjang pesan yang akan disampaikan kepada target audies.

IV.1.2 Produksi

Setelah proses pra produksi selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah memproduksi iklan kampanye sebagai media utama. Dalam tahap ini adalah proses pengambilan gambar sesuai dengan storyboard yang telah dirancang sebelumnya.

IV.1.2.1 Proses Pengambilan Gambar

Proses pengambilan gambar menggunakan Canon Eos 5D Mark II dengan sensor *Full Frame Digital SLR*, 21.1 *Megapixel*, *Full High Definition* 1080 sehingga pengambilan gambar memiliki kualitas yang baik.



Gambar IV.8 “Happy Project” Video

sumber: pribadi

Judul : “Happy Project” *Smile and Exercise*

Ukuran : 1920x1080 pixel

Besar data : 143 MB (Megabyte)

Durasi : 1menit 45detik

Format : MP4 Video

IV.1.3 Paska Produksi

Paska produksi adalah proses setelah dilakukannya produksi misalnya proses editing. Setelah dilakukannya proses pengambilan gambar tahap selanjutnya adalah menjadikan video menjadi kesatuan yang utuh dengan menyusun adegan, memasukan musik, dan pengolahan warna.

Proses awal tahap editing dalam video adalah menyusun setiap adegan, mengolah warna dengan mengatur *white balance, hue, color correction*. Selanjutnya memasukan kredit dan musik sebagai *sound effect* maupun *backsound* menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CS6.



Gambar IV.9 Proses Editing

sumber: pribadi

IV.2 Aplikasi Media Pendukung

a. Buku

Buku dibuat sebagai media pendukung kampanye “Happy Project” agar pesan yang akan disampaikan kepada audiens lebih mendetail. Buku akan dibagikan secara gratis kepada audiens dan akan mudah dibawa kemana saja karena

ukurannya yang kecil. Dalam pembuatannya menggunakan *software Adobe InDesign CS6* untuk mempermudah menentukan jarak dan layout. Selain itu pada salah satu halaman dalam buku ini menggunakan bahan kertas alumunium yang digunakan sebagai ambience media untuk memberikan kesan unik dan memiliki fungsi sebagai cermin.



Gambar IV.10 Layout buku "Happy Project"
sumber: pribadi

Ukuran	: 20x21cm
Material	: Art Paper 60 gram
Material tambahan	: Kertas alumunium
Teknis Produksi	: Cetak *offset*

Dalam pembuatannya buku ini memiliki detail sebagai berikut:

- **Tata Letak *(Layout)***

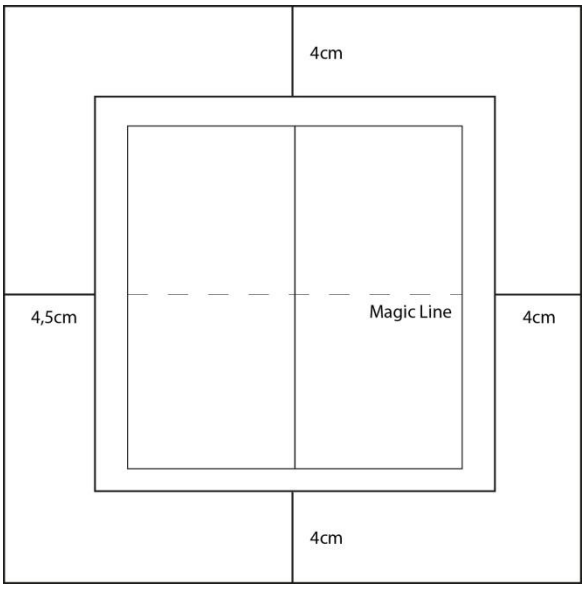
  Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Menurut Frank F. Jefkin (1997) prinsip-prinsip sebagai berikut:

- The Law of Variety: Sebuah layout harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.

- The Law of Balance: Sebuah layout mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar.
- The Law of Harmony: Bagian dari layout sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.
- The Law of Scale: Perpaduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras. Hal ini dapat dipakai untuk memberi tekanan pada bagian-bagian tertentu dalam layout.

Selain itu dalam menentukan tata letak diperlukan grid system. Sebuah grid diciptakan sebagai solusi terhadap permasalahan penataan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang. Grid sistem digunakan sebagai perangkat untuk mempermudah menciptakan sebuah komposisi visual. Melalui grid system seorang perancang grafis dapat membuat sebuah sistematika guna menjaga konsistensi dalam melakukan repetisi dari sebuah kompisisi yang sudah diciptakan. Tujuan utama dari penggunaan grid systems dalam desain grafis adalah untuk menciptakan suatu rancangan yang komunikatif dan memuaskan secara estetik.



Gambar IV.11 Sistem Grid

sumber: pribadi

Dalam hal ini, konsep buku menggunakan prinsip layout agar menambah nilai estetik dalam buku ini. Isi buku hanya menggunakan tipografi sebagai teks

maupun grafik. Buku ini juga memiliki tata letak yang kosong (clear) sebagai ruang untuk mengistirahatkan mata pembaca dan sebagai salah satu nilai keindahan buku. Penggunaan *magic line* dalam system grid sebagai pacuan dalam penempatan teks agar tertata secara rapih, dalam penggunaannya dapat diaplikasikan atau tidak disetiap lembar buku.

- **Tipografi**

  Tipografi meupakan unsur penting dalam layout. Tipografi sebaiknya digunakan sesuai dengan jenis huruf untuk pengorganisasian yang cocok untuk headline, subheadline, body text, caption, dan lain-lain. Pengorganisasian meliputi pengaturan jarak antar baris, antar huruf, antar kata ataupun antar spasi. Pemilihan huruf juga memiliki seri huruf yang lengkap seperti *regular, bold, italic, bold italic*.

  Text untuk isi buku menggunakan jenis huruf Univers, huruf jenis ini dipilih karena terkesan dinamis dan mudah terbaca. Font ini digunakan dalam buku kampanye sebagai media pendukung kampanye. Maka jenis huruf yang digunakan adalah sebagai berikut:

  a. Judul *(title)*

  Univers 67 Bold Condensed Oblique
  a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z
  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
  12 3 4 5 6 7 8 9 0

  b. Sub judul *(Sub title)*

  Univers 65 Bold
  a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z
  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
  12 3 4 5 6 7 8 9 0

c. Body copy

Univers 55 Roman

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

b. Poster

Poster dibuat sebagai media informasi penyampaian pesan utama dalam media yang berbeda, dalam poster kampanye "Happy Project" ini pesan yang disampaikan adalah bepergian kealam dapat meningkatkan *mood*.



Gambar IV.12 Poster

sumber: pribadi

Ukuran	: A1 (59,4 x 84,1 cm)
Material	: *Glossy Paper*
Teknis Produksi	: Cetak *digital*

c. Kaos

Digunakan untuk mengenalkan nama dan logo kampanye dan juga memperkenalkan organisasi yang berkaitan dengan kampanye.



Gambar IV.13 Kaos
sumber: pribadi

Ukuran	: *Free Size*
Material	: *Cotton combed*
Teknis Produksi	: Cetak *digital*

d. Stiker dan Kemasan Kaos

Stiker digunakan untuk membungkus kaos agar rapih dalam proses distribusi. Stiker ditempelkan dikertas alumunium tebal sebagai *packaging* untuk kaos.



Gambar IV.14 Stiker dan kemasan kaos
sumber: pribadi

Ukuran stiker : 8x8cm

Ukuran packaging : 17x20cm

Material : Stiker dan kertas alumunium tebal

Teknis Produksi : Cetak *digital*

e. Mug

Mug dibuat sebagai bagian dari *merchandise.* Sebagai tanda keikutsertaan dalam kampanye ini.



Gambar IV.15 Mug

sumber: pribadi

Material : Keramik

Teknis Produksi : Cetak *digital*

f. Kemasan Mug

Dibuat untuk melindungi mug yang akan di distribusikan kepada masyarakat agar tidak rusak.



Gambar IV.16 Kemasan Mug

sumber: pribadi

Material : *Doff* paper

Teknis Produksi : Cetak *digital*

g. *Eco Bag*

Tujuan pembuatannya sebagai alat pengingat dalam kegiatan kampanye dan juga sebagai sarana promosi karena tas akan di bawa kemana-mana sehingga akan banyak orang akan mengetahui kampanye ini.



Gambar IV.17 Ecobag

sumber: pribadi

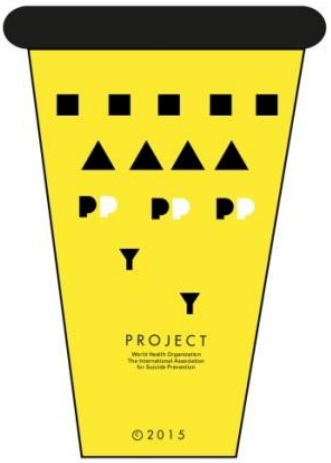
Ukuran : *Free Size*

Material : Kanvas

Teknis Produksi : Print Sablon

h. Tumbler

Dibuat sebagai *merchandise* dan dapat di bawa kemana ke kantor atau sekolah.



Gambar IV.18 Tumbler

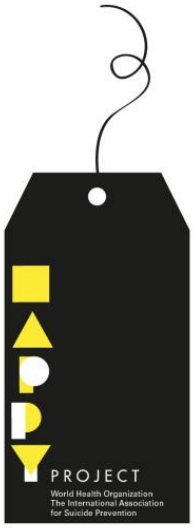
sumber: pribadi

Material : Plastik

Teknis Produksi : Print *digital*

i. *Hangtag*

Dibuat sebagai sarana promosi logo dan organisasi kampanye yang akan di tempelkan sepaket dengan ecobag.



Gambar IV.19 Hangtag

sumber: pribadi

Ukuran	: 9,5x5cm
Material	: *Doff paper*
Teknis Produksi	: Print *digital*

IV.3 Display

Berikut ini adalah display media pendukung yang telah disusun dengan rapi.



Gambar IV.20 Display Utama

sumber: pribadi



Gambar IV.21 Detail Display

sumber: pribadi