BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Strategi kampanye untuk perancangan media utama adalah Video Infografis Animasi dengan durai 1,12 menit yang isinya mengajak unutk melakukan 4 tahap merubah persepsi penggunaan obat bebas secara tidak bijak, dan juga mengajak untuk membagikan program Gema Cermat tersebut melalui website dan di *share* di sosial media.

IV.I.1 Perangkat Produksi

Pembuatan seluruh media kampanye Gema Cermat diperlukan perangkat *work station* dengan menggunakan PC (*Personal Computer*) yang memiliki spekifikasi yang tinggi agar lebih cepat dalam proses editing dan juga saat ini perkembangan teknologi semkin canggih, dan yang harus di perhatikan mulai dari *Prosesor, VGA, RAM, Harddisk, Power Supply*. Sehingga kinerja saat proses *editing* akan lebih cepat.

Untuk membuat media-media kampanye Gema Cermat memerlukan beberapa *software* untuk membantu proses editing dan teknis pembuatan media, dan *software* yang digunakana adalah sebagai berikut :

- Adobe Illustrator CC 2015
- Adobe Photoshop CC 2015
- Adobe After Effect CC 2015
- Sony vegas Pro 13
- Audacity

IV.I.2 Teknis Produksi

A. Pra Produksi Video infografis Animasi

Ada beberapa tahap untuk proses produksi media video infografis animasi, dan tahap pra produksi untuk membuatnya, tahap pra produksi tersebut adalah :

- Storyline

STORYLINE VIDEO PERSUASI GEMA CERMAT

monolog pagi ini	monolog sebanyak 135.000 jiwa menjadi korban	monolog sore ini remaja yang terkena penyakit hati meningkat	monolog malam ini keluarga kita menambah daftar korban dari 135.000 jiwa
persuasi tapi dengan bantuan mu esok hari akan lebih baik	persuasi kita gerakan masyarakat cerdas menggunakan obat	persuasi melakukan hal kecil dengan dampak yang besar	persuasi pertama : baca aturan pakai
persuasi kedua : sadari obat adalah racun	persuasi ketiga : jangan dikit-dikit minum obat	persuasi keempat : buanglah obat jika sudah tidak di perlukan	persuasi setiap aksi yang kamu lakukan akan menyelamatkan keluarga dan temanmu

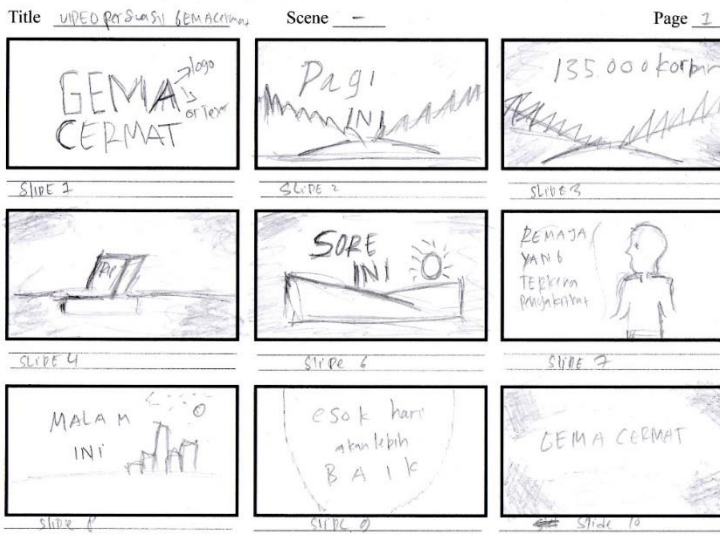
Gambar IV.1 *Storyline* video persuasi
Sumber: Dokumen pribadi 2016

persuasi bayangkan jika kamu men share gema cermat ke 5 orang dengan gratis	persuasi impactnya mereka akan meng share ke 5 orang lainya	persuasi dalam sebulan bisa mencapai 1000 orang yang peduli, itu semua karena aksi kecil dari mu	persuasi jadi.. ayo mulai dari sekarang
monolog hari ini 3 juta warga bandung akan menjadi korban selanjutnya dari konsumsi obat secara tidak bijak	persuasi tapi besok bisa lebih baik lagi :)	persuasi mulai lah hidup sehat	#dikitdikitngobat

Gambar IV.2 *Storyline* video persuasi
Sumber: Dokumen pribadi 2016

- Storyboard

  Sebagai gambaran disaat proses editing dan sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai dengan naskah, dengan **storyboard** kita dapat menyampaikan ide cerita kita kepada orang lain dengan lebih mudah, karena kita dapat menggiring khayalan seseorang mengikuti gambar-gambar yang tersaji, sehingga menghasilkan persepsi yang sama pada ide cerita kita



Gambar IV.3 *Storyboard* video persuasi
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar IV.4 *Storyboard* video persuasi
Sumber: Dokumen pribadi 2016

- proses pembuatan karakter Gema Cerm,at melalui beberapa proses, termasuk proses sketsa gambar karakater



Gambar IV.5 visual karakter video persuasi
Sumber: Dokumen pribadi 2016

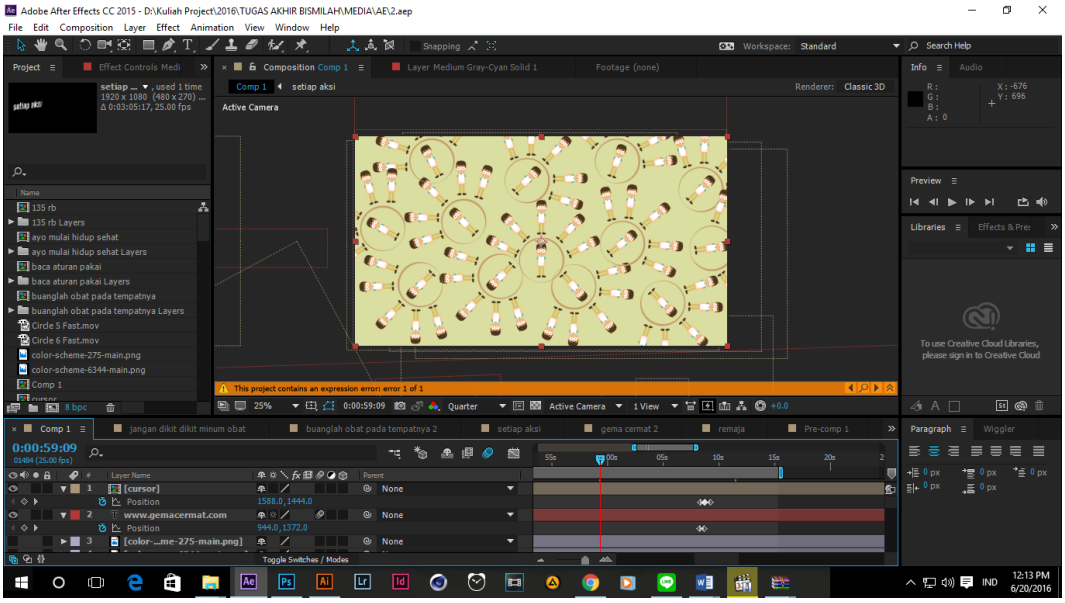
- Proses Pembuatan Visual karakter media Video Infografis Animasi menggunakan Adobe illustrator CC 2015



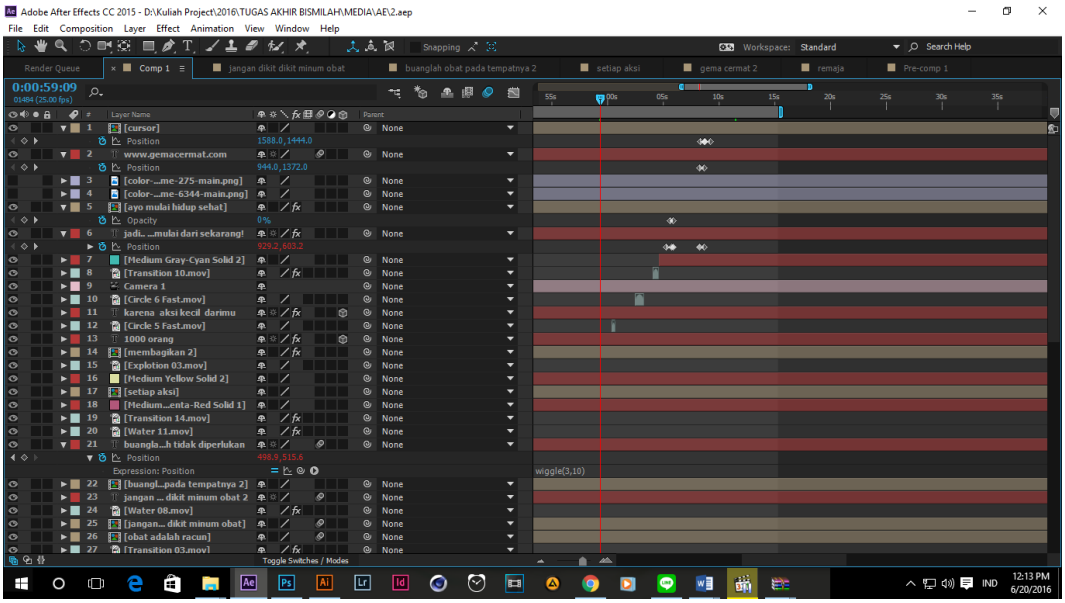
Gambar IV.6 visual karakter video persuasi
Sumber: Dokumen pribadi 2016

B. Produksi Video Infografis Animasi

Pada tahap ini semua elemen grafis di gerakan mulai dari karakter, text, dan pengaturan warna dengan menggunakan Adobe After Effect.



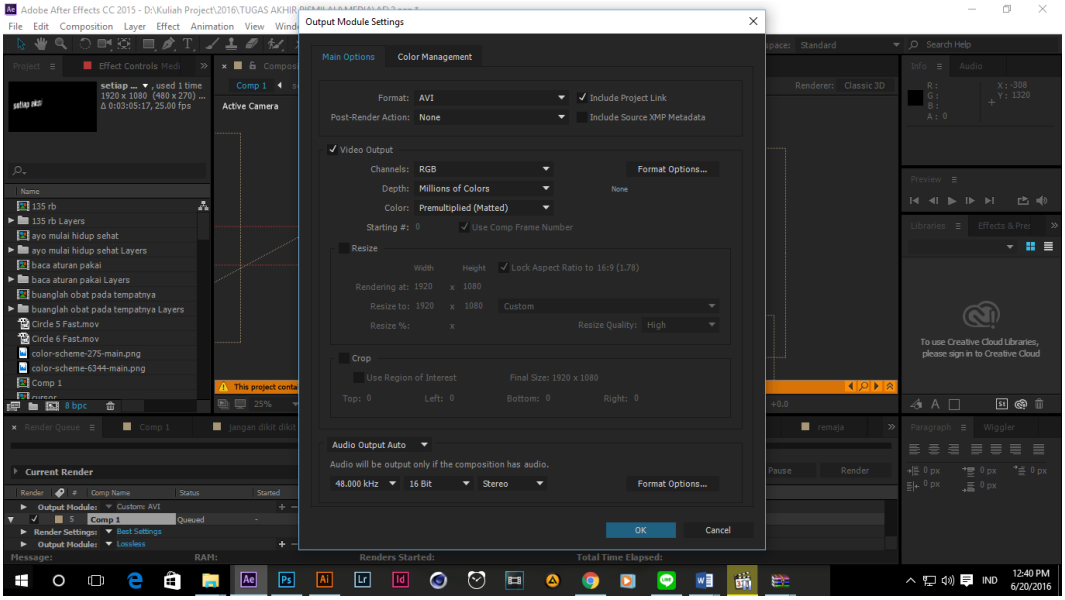
Gambar IV.6 proses Editing Visual
Sumber: Dokumen pribadi 2016



gambar IV.7 proses Editing Visual
Sumber: Dokumen pribadi 2016

C. Pasca Produksi Video Infografis Animasi

Setelah melawati proses editing, maka pengaturan *setting video* dilakukan sebelum *rendering*

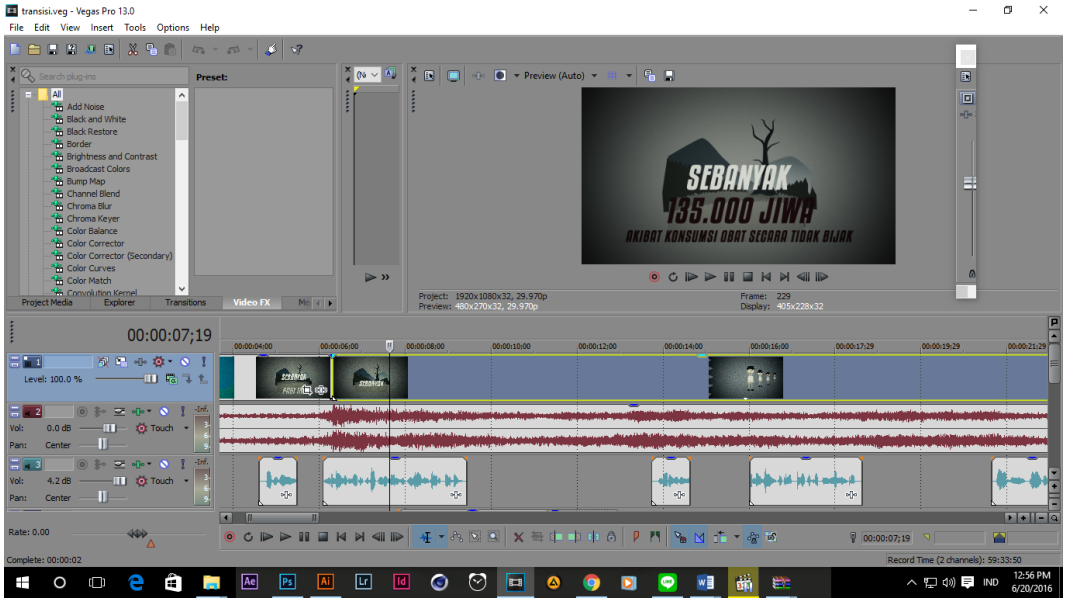


Gambar IV.8 proses *Setting Video*
Sumber: Dokumen pribadi 2016

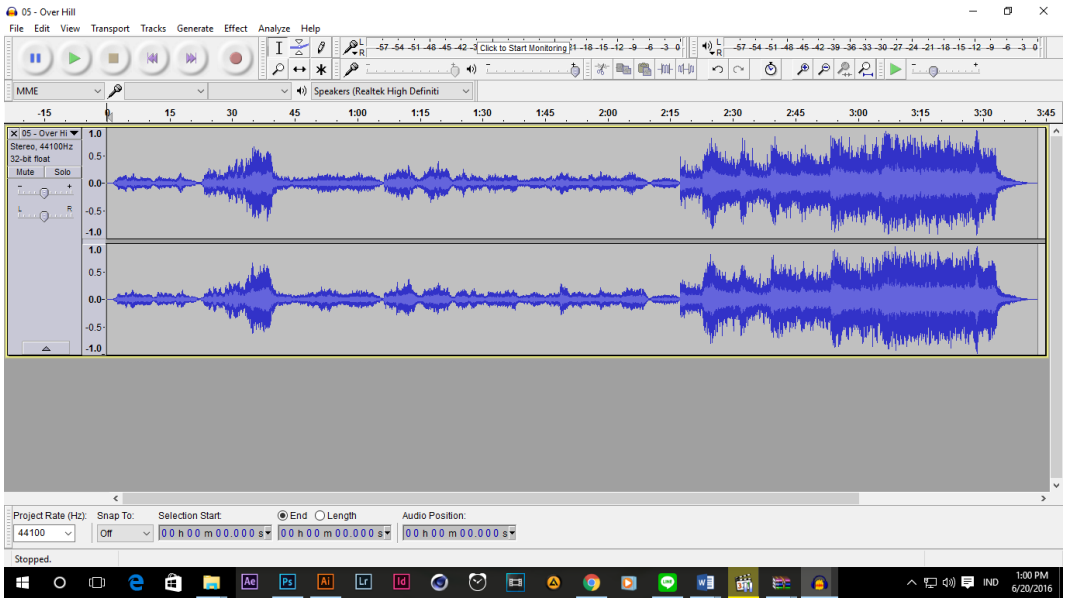
Render setting

- Format : AVI
- *Chanels* : RGB
- *Depth* : *Milions of Colors*
- *Color* : *Pre-multiplied (Matted)*
- *Audio Sample Rate* : 48,000 kHz
- *Audio Bit Rate* : 16 bit
- *Audio Channel* : *Stereo*

Editing Video di Adobe After Effect selesai di *render*, selanjutnya mengkomposisi video infografis animasi dengan audio yang sudah direkam atau VO (*Voice Over*). Penggabungan video dan audio ini menggunakan *software* Sony Vegas Pro 13.0.



Gambar IV.9 proses Transisi Video dan audio
Sumber: Dokumen pribadi 2016



Gambar IV.10 proses Transisi audio VO
Sumber: Dokumen pribadi 2016

IV.2 Media Pendukung

A. *Ambient* media

Kampanye ini menggunaka media LED *billboard touch* yang akan memepermudah mencari informasi tentnag Gema cermat, karena sudah menggunakan teknologi layar sentuh, billboard ini akan di sebar di dekat halte.



Gambar IV.11 *Ambient* media LED *Billboard Touch*

Sumber: Dokumen pribadi dan mockup 2016

B. Media Lingkungan

Media lingkungan kampanye Gema Cermat akan di publikasikan pada, *Banner On the road*, mobil oprasional, bus sekolah, dan *x banner, Pop up web.*



Gambar IV.12 Media Lingkungan

Sumber: Dokumen pribadi dan mockup 2016

- *Banner on teh road*

  Akan disebar di pinggir trotoar jalan jalan di kota Bandung diharapkan akan menarik perhatian pengguna motor.

- Mobil operasional

  Setiap hari minggu Gema Cermat ada di *car free day* Dago maka dengan kegiatan seperti itu, dibutuh kan mobil operasional untuk menyampaikan informasi ke masyarakat.

- Bus Sekolah

  Di karenakan sekarang kota Bandung sedang gencarnya menambah unit bus sekolah, maka dari itu ini menjadi kesempatan bagi Gema Cermat untuk mengaplikasikan media di badan bus, karena banyaknya pelajar yang menggunakan fasilitas gratis bus ini, diharapkan akan menjadi efektif bagi remaja sekolah unutk mengenal program dan informasi tentang penggunaan obat bebas secara bijak, yang ada di dalam Gema Cermat.

- *X Banner*

  X Banner disini akan di gunakan pada saat acara Gema cermat atau pun di sebar di apotek-apotek yang ada di kota bandung, dengan menjadi perhatian masyarakat dan teknisnya di cetak di atas bahan FL *korea superhires* dengan ukuran 160x60 cm.



Gambar IV.13 x banner
Sumber: Dokumentasi pribadi 2016

- Poster
- Media Poster akan di aplikasi kan di *Banner On the Road* dan sebagian akan di sebar di mading kampus, *Poster* menggunakan 4 design, dengan ukuran A3 dan di cetak di kertas *art paper* dengan berat 150 gr.



Gambar IV.14 poster
Sumber: Dokumentasi pribadi 2016

- Flyer

  Penyebaran flyer berukuran A5 yang berisi tentang informasi singkat dari Gema Cermat disebarkan melalui acara *Car freeday* setiap hari minggu, di cetak di atas kertas *art paper* dengan berat 150 gr.

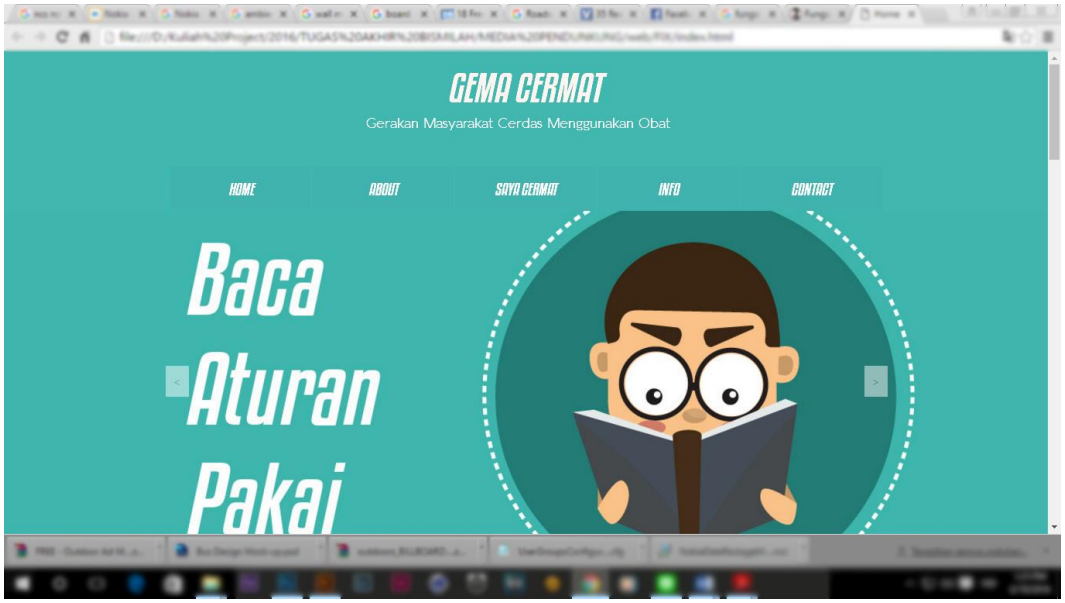


Gambar IV.15 flyr
Sumber: Dokumentasi pribadi 2016

C. Internet

- *Website*

  Untuk membantu promosi media pendukung diperlukan agar tercapainya informasi ke *Target audiance*, seperti website dikarenaka *Target Audiance* menginginkan informasi detail dan tuntas dari kampanye Gema Cermat ini, juga selalu *up to date.*



Gambar IV.16 Website
Sumber: Dokumen pribadi 2016

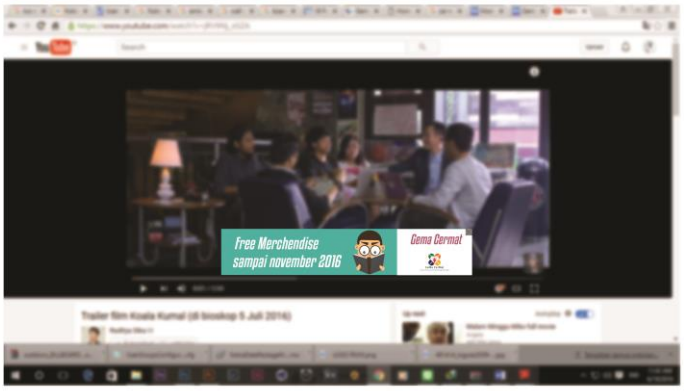
Merchendise berupa Pin, *Mug, Tshirt* akan diberikan pada saat acara Gema Cermat yang berlangsung di kota Cimahi pada tanggal 03-06 November 2016, diperuntukan bagi yang telah membagikan informasi program Gema Cermat di sosial media minimal 10x *share* akan mendapatkan *merchendise* dari gema cermat yang akan di bagikan atau di umumkan yang berhak mendapatkan *merchendise* pada saat acara gem,a cermat di kota Cimahi pada bulan November.



Gambar IV.17 *Website* "hadiah"
Sumber: Dokumen pribadi 2016

- *Pop Up Advertaising Web*

  Cara lain untuk menyampaikan informasi gema cermat di dunia internet, adalah dengan menggunakan *Pop up Advertasising* dengan ukuran 600x90 px ukuran standar iklan *youtube adsense*, dan juga dikarenakan tidak terbatasnya waktu beriklan di internet, khususnya youtube, yang sekarang sudah menjadi *viral* dimasyarakat dari ekonomi kebawah dan menengah atas sudah dapat mengakses youtube, maka dari itu pop up iklan gema cermat akan di pasang di youtube seperti berikut :



Gambar IV.18 *Website* "*pop up advertaising*"
Sumber: Dokumen pribadi 2016

- *Merchandise*

  Merchendise berupa Pin yang di cetak dengan laminasi dof dengan ukuran 5x5 cm, *Mug* putih *Lucky* berbahan keramik dengan ukuran desain 20 x 8

cm, *Tshirt* menggunakan ukuran ML (*medium large*) dan ukuran L (*large*) dengan teknik cetak *print DTG* , dan semua *merchandise* akan diberikan pada saat acara Gema Cermat yang berlangsung di kota Cimahi pada tanggal 03-06 November 2016





Gambar IV.19 *Mug*
Sumber: Dokumentasi pribadi 2016

- Diameter : 20 x 8 cm
- Laminasi : glosi



Gambar IV.20 *Pin*”
Sumber: Dokumentasi pribadi 2016

- Ukuran 5 x 5 cm
- Lamminasi Dof



Gambar IV.21 *t-shirt*"
Sumber: Dokumentasi pribadi 2016

- Cetak DTG dan PNC (print and cut)
- Ukuran : L dan ML
- Bahan : Cotton Combed 30S