BAB IV. TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA

IV.1 Teknis dan Perancangan Media

Dalam kampanye ini penyampaian informasinya menggunakan media utama berukuran besar, yaitu reklame. Namun reklame itu akan dibantu dengan beberapa media pendukungnya, seperti brosur, beberapa poster, sebuah spanduk, pin dan *gimmic* lainnya. Dalam proses pembuatan media-media tersebut, semuanya diolah dengan proses digital menggunakan program aplikasi pengolah grafis *Adobe Photoshop CS5.* Teknik yang digunakan adalah manipulasi foto.

IV.1.1 Media Utama

Reklame

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, media utama kampanye ini menggunakan media reklame, karena media ini memiliki ukuran yang terbilang sangat besar, maka dengan memanfaatkan objek visual yang menarik perhatian dan didistribusikan di tempat-tempat yang pas, maka pesan kampanye akan dapat disampaikan secara efisien kepada *target audience*. Reklame ini didesain dalam 2 posisi yaitu horizontal dan vertikal, dimaksudkan agar dapat menyesuaikan dengan penyedia jasa reklame yang sudah tersedia. Juga dengan tujuan supaya pesan yang disampaikan melalui desain ini dapat ditangkap oleh banyak orang dari berbagai sudut pandang. Desain yang horizontal adalah supaya pesan dapat terlihat secara meluas, sedangkan desain yang vertikal adalah supaya pesan yang disampaikan dapat dijangkau dari kejauhan.

Untuk desain reklame ini memuat unsur visual yang tergolong menakutkan, diahapkan akan memberikan kesan “ancaman” terhadap setiap pengendara bahwa jala raya bukanlah tempat yang aman apabila pengendaranya tidak menyadari dan tidak mempedulikan keselamatan saat berkendara.

Reklame 1



Gambar IV.1 Desain Reklame Horizontal 1 “Berkendara TERTIB Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Ukuran untuk reklame, yaitu sebesar 10 m x 5 m (dibuat dalam skala 1:20 menjadi 50 cm x 25 cm)
- Gambar visual helm di foto dengan menggunakan *Canon 1100D.*

  Foto helm diolah sedemikian rupa dengan aplikasi *Adobe Photoshop* sehingga terlihat seolah-olah helm itu retak/rusak. Helm solah-olah tergeletak di tengah jalan sementara ada mobil putih yang sedang diam dibelakang helm itu. Visual ini seolah-oleh berlatar belakang di Jembatan Layang Pasupati.

Pesan yang ingin disampaikan pada visualisasi reklame ini adalah, telah terjadi kecelakaan pengendara sepeda motor, tidak perlu tahu apakah pengendara itu selamat atau hanya luka saja. Namun pesan utamanya adalah memang setiap pengendara diwajibkan menggunakan helm yang baik, namun demikian pengendara juga tetap wajib tertib, karena perlengkapan keselamatan hanyalah mencegah cidera fatal akibat kecelakaan, namun untuk mencegah terjadinya kecelakaan adalah tertib dan mentaati setiap peraturan yang berlaku dijalanan.
Berikut ini 2 desain reklame lainnya:

Reklame 2



Gambar IV.2 Desain Reklame Horizontal 2 “Berkendara SABAR Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Ukuran untuk reklame, yaitu sebesar 10 m x 5 m (dibuat dalam skala 1:20 menjadi 50 cm x 25 cm)
- Gambar visual menggunakan foto ban motor yang ditampakkan sebagian saja dan juga ada bekas pengereman ban. Berlatar belakang diatas sebuah aspal. Seolah-olah sedang menggambarkan ada kecelakaan.

Pesan yang ingin disampaikan pada visualisasi reklame ini adalah, telah terjadi kecelakaan pengendara sepeda motor, tidak perlu tahu apakah pengendara itu selamat atau hanya luka saja. Namun pesan utamanya adalah setiap pengendara diwajibkan lebih berhati-hati dan lebih sabar menghadapi situasi dijalanan. Tidak perlua terburu-buru mencapai tujuan, lebih mengutamakan keselamatan ketimbang kecepatan.

Reklame 3



Gambar IV.3 Desain Reklame Horizontal 3 "Berkendara FOKUS Pasti Selamat"
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Ukuran untuk reklame, yaitu sebesar 10 m x 5 m (dibuat dalam skala 1:20 menjadi 50 cm x 25 cm)
- Gambar visual menggunakan foto *handphone* yang tampak rusak tergeletak dijalan dan terkena noda darah. Berlatar belakang diatas sebuah aspal. Seolah-olah sedang menggambarkan ada kecelakaan.

Pesan yang ingin disampaikan pada visualisasi reklame ini adalah, telah terjadi kecelakaan pengendara sepeda motor, tidak perlu tahu apakah pengendara itu selamat atau hanya luka saja. Namun pesan utamanya adalah setiap pengendara diwajibkan konsentrasi ketika berkendara. Tidak sedang dalam pikiran yang stress, untuk menghindari kurangnya fokus pada saat mengendara

Reklame ini di desain dalam 3 visual dan 2 posisi (horizontal dan vertikal) adalah supaya semakin efisien dalam menyampaikan pesan yang bermuatan pemikiran emosional dengan visual - visual yang tidak monoton. Reklame ini akan ditempatkan di kawasan-kawasan strategis yang rawan kecelakaan, rawan pelanggaran lalu lintas dan kawasan sering macet. Sebut saja kawasan Dago, Moh. Toha, Soekarno Hatta, Pasteur, Antapani, dan banyak lagi disekitar kota Bandung.

Reklame bentuk potrait



Gambar IV.4 Desain Reklame Vertikal 1 “Berkendara TERTIB Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.5 Desain Reklame Vertikal 2 “Berkendara SABAR Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.6 Desain Reklame Vertikal 3 “Berkendara FOKUS Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi pribadi

SPESIFIKASI TEKNIS UNTUK BILLBOARD :

1. Bidang Board / Panelboard --> Sebagai panel peletakan visual MMT / Vynil

   - Bahan dasar plat aluminium 1,2 mm

   - Rangka board besi stall/hollo 30/30 mm

   - Cat dan menie

2. Bidang Konstruksi / Kerangka Konstruksi

   - Besi Siku 40/40

3. Tiang Konstruksi

   - Besi pipa diameter 16"

4. Pondasi

   - Pondasi beton bertulang

5. Lampu Frontlite

   - Lampu Merek SLAST 400 Watt

Data diatas merupakan spesifikasi spesifikasi unit reklame yang akan digunakan untuk menempelkan desain reklame berukuran 10 meter x 5 meter.

(Sumber: http://javareklame.blogspot.co.id)

IV.1.2 Media Pendukung

IV.1.2.1 Brosur



Gambar IV.7 Desain brosur depan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

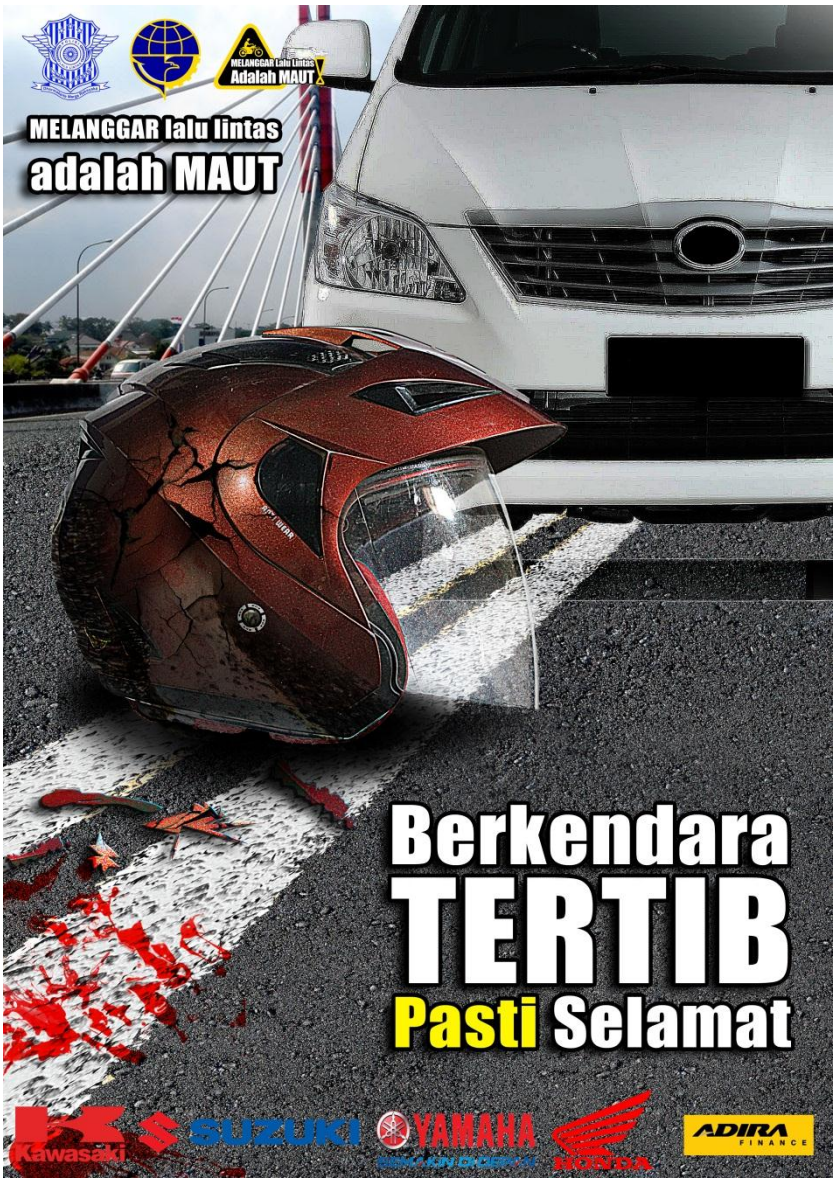


Gambar IV.8 Desain brosur isi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Brosur ini akan disebarkan langsung pada target audience yang sedang menunggu fase merah di persimpangan bersinnyal. Selain itu juga brosur ini akan di sebarkan di kawasan sekolahan, perkantoran dan tempat-tempat wisata yang kerap dikunjungi oleh para pengendara motor, metode lainnya brosur ini juga akan disisipkan pada kendaraan kendaraan yang sedang diparkir.

Brosur ini akan dicetak dengan ukuran A4 yang dilipat menjadi 3, dicetak pada kertas berbahan art paper yang tidak terlalu tebal supaya fleksibel bila ditempelkan pada permukaan yang tidak terlalu rata. Dibuat dengan ukuran demikian supaya tidak terlalu besar, para pengendara juga bisa membawanya ke rumah untuk mengingatkan dan turut serta menyebarkan pesan kampanye pada orang-orang tersekat mereka.

IV.1.2.2 Poster



Gambar IV.9 Poster 1 “Berkendara TERTIB Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.10 Poster 2 “Berkendara SABAR Pasti Selamat”
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.11 Poster 3 "Berkendara FOKUS Pasti Selamat"
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ketiga poster di atas adalah poster-poster kampanye sebagai media pendukung reklame. Poster-poster akan berperan untuk menarik pehatian sekaligus mengingatka *target audience* tentang pesan kamanye. Poster-poster tersebut akan diletakkan ditempat-tempat yang sangat erat hubungannya dengan para *target audience*, seperti parkiran umum, parkiran sekolah, parkiran perkantoran, perkiran tempat wisata. Selain di kawasan parkiran, poster-poster tersebut juga akan diletakkan di sekitar jalanan yang kerap macet. Tujuannya jelas supaya efektif dan pesan dapat langsung mengenai sasaran (*target audience*).

Pengolahan dan proses pembuatan ketiga poster di atas juga menggunakan *software* yang sama dan menggunakan teknik yang sama, yakni teknis manipulasi foto. Poster akan dicetak dengan teknik digital printing, berukuran A3 (29,7 cm x 42 cm) dengan menggunakan kertas art paper dan dilaminasi supaya lebih tahan lama, karena posters akan ditempel pada luar ruangan.

IV.1.2.3 X-Banner



Gambar IV.12 3 Desain X-Banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Desain diatas untuk digunakan dan diletakkan di berberapa tempat yang turut serta terkait dalam kampanye ini, yaitu Kantor SAMSAT dan dealer-dealer resmi sepeda motor yang tergabung dalam kampanye ini. X-banner ini dicetak di media berbahan korea dengan ukuran 60 cm x 160 cm. Desain untuk x-banner ini diambil dari desain reklame posisi potrait dengan dilakukan beberapa penyesuaian tata letanya.

IV.1.2.4 Stiker *One Way Vision*

Seperti telah diketahui, di kota Bandung sangat banyak terdapat armada angkot berbagai trayek dan jurusan, ini juga bisa menjadi salah satu cara yang akan dipilih untuk menyebarkan pesan kampanye.

Pengolahan gambarnya memang menggunakan proses yang serupa seperti pada media lainnya. Namun stiker ini akan di produksi pada material stiker *one way vision*, artinya stiker ini hanya akan terlihat dari sisi luar angkot namun akan terlihat tembus pandang bila dilihat dari bagian dalam angkot. Stiker ini berdimensi 1 m x 50 cm namun untuk pengaplikasiannya akan menyesuaikan ukuran panjang dan lebar kaca angkot yang akan dipasang.

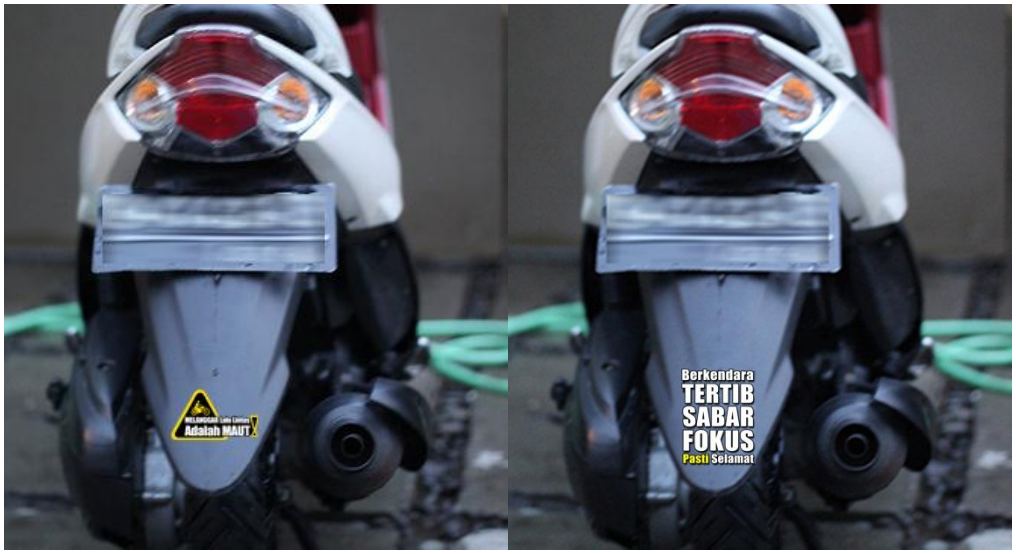


Gambar IV.13 Aplikasi stiker *one way vision* pada mobil angkot
Sumber: Dokumentasi Pribadi

IV.1.2.5 Stiker



Gambar IV.14 Stiker
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.15 Aplikasi stiker pada *spakboard* motor
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Stiker ini menggunakan logo dari kampanye itu sendiri. Stiker ini nantinya akan dibuat menjadi cutting stiker. Stiker ini nantinya akan ditempelkan pada bagian *spakboard* sepeda motor. Stiker ini di tempelkan oleh petugas pada setiap kendaraan tertib di persimpangan bersinyal saat fase merah. Stiker ini juga ditempelkan ketika ada pengendara yang terbukti tertib saat dilakukan operasi lalu lintas.

IV.1.2.6 Pin



Gambar IV.16 Pin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pin ini akan dibuat pada material plastik dengan teknik digital print, ukurannya berdiameter 5 cm. Diberikan bersamaan deengan brosur.

IV.1.2.7 Spanduk



Gambar IV.17 Spanduk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Spanduk ini digunakan untuk kampanye di persimpangan yang dilengkapi dengan APILL. Spanduk ini ini dibentangkan oleh pemuda dan mahasiswa saat sedang fase merah, tentunya dengan tuntunan dibawah pengawasan langsung oleh DISHUB dan POLANTAS. Saat sedang mensosialisasikan kampanye ini di lampu merah, juga dilengkapi media kampanye lain, yaitu poster yang di kalungkan di badan beberapa orang yang turut berdiri tepat di depan marka henti namun tidak mengganggu di area *zebra cross*. Jadi setidaknya ada 4 orang yang mensosialisasikan kampanye ini di lampu merah setiap jalur henti fase merah.

Disamping itu Polantas juga memanfaatkan waktu henti fase merah itu untuk memberikan nasihat tertib berlalu lintas dengan pengeras suara.

IV.1.2.8 Cover Buku Petunjuk



Gambar IV.16 Sampul Buku Panduan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Buku ini telah disusun sedemikian rupa oleh Departemen Perhubungan R.I Ditjen Perhubungan Darat dalam rangka untuk memberikan pengetahuan mengenai bagaimana seharusnya menjadi seorang pengendara sepeda motor yang tertib dan tentunya selamat. Kampanye ini diterapkan pada desain sampul buku panduan yang telah disusun oleh dinas terkait. Tujuannya selain masyarakat agar mengingat pesan kampanye ini juga adalah supa masyarakat, khususnya pengendara mendapatkan pengetahuan yang lebih lengkap lagi mengenati cara mengendara yang tertib agar selamat. Buku ini akan dicetak dengan ukuran A5 pada media kertas HVS 80 gr dengan teknis cetak 2 sisi perhalamannya. Sampul dicetak dengan teknik *hard cover*.

Kampanye ini nantinya diharapkan dapat bekerja sama dengan setiap *dealer* penjualan sepeda motor. Dimaksudkan demikian karena buku ini nantinya disertakan dalam setiap pembelian sebuah unit baru sepeda motor. Selain itu,

Kepolisian juga turut serta dalam rangka penyebaran buku ini, yaitu buku ini juga diberikan pada setiap masyarakat yang telah berhasil lulus uji mendapatkan SIM.

IV.1.2.9 Kaos Kampanye



Gambar IV.17 Kaos Kampanye
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kaos kampanye dibuat dari jenis bahan katun combed 40s agar tidak terlalu tebal saat digunakan dan tidak mudah gerah. Teknik sablon menggunakan sablon karet. Kaos kampanye ini di desain dengan tujuan untuk digunakan saat aksi kampanye langsung yang dilakukan di persimpangan APILL. Kaos ini digunakan oleh mahasiswa maupun orang-orang selain petugas POLANTAS dan DISHUB yang turut serta ikut berpartisipasi saat berkampanye mensosialisasikan kampanye ini.

IV.1.2.10 Konsep Media Kampanye Lain Dengan Memanfaatkan Layanan Jasa Dari Tempat Servis Resmi Menurut Pabrikan Kendaraan.

Pabrikan sepeda motor asal japang, diantaranya Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki merupakan merek-merek yang paling banyak digunakan oleh pengendara di Indonesia, khususnya di kota Bandung ini. Oleh karena itu, kampanye ini juga dikonsep dan diharapkan dapat bekerja sama dengan tempat-

tempat servis merek sepeda motor diatas untuk lebih mewujudkan tujuan kampanye ini.

Keterangan rinci tentang kampanye ini, yaitu:
Setiap pengendara kendaraan dengan merek-merek tersebut mendapatkan layanan servis gratis dari tempat servis resmi kendaraan menurut merek masing-masing kendaaran pada periode tertentu dan dengan periode tertentu karena telah menjadi pengendara yang tertib. Pihak dari tempat seris terkait dapat melakukan penilaian dan memberikan layanan servis gratis tersebut terhadap setiap kendaraan yang jika terdapat stiker kampanye ini pada kendaraan mereka, jika membawa buku panduan tertib berlalu lintas yang terdapat pada kampanye ini, jika membawa surat-surat wajib berkendara (STNK & SIM) yang masih berlaku menurut kendaraan masing-masing pengendara, jika menggunakan perlengkapan tertib berlalu lintas (misalnya helm & jaket) yang sesuai standar berlaku, jika sepeda motor belum dilakukan modifikasi, dan jika pengendara melakukan pemeriksaan dan servis berkala yang terjadwal pada periode tertentu di tempat servis resmi tersebut.

Tujuan diadakannya hal diatas adalah untuk mengajak langsung supaya setiap pengendara mau melakukan tertib berlalu lintas.