BAB IV. TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA

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

4.1 Teknis Produksi

Media utama dalam kampanye ini adalah video *Motion Graphics* berdurasi 2 menit 14 detik ini mempunyai jalan cerita dimana dua orang dokter yang sedang menjelaskan informasi tentang apa saja yang dapat menyebabkan mata terkena katarak dan apa saja yang dapat mencegahnya. Dalam pembuatannya melalui berbagai proses diantaranya proses pra produksi, produksi, dan paska produksi.

4.1.1 Pra Produksi

Pada tahap inilah perancangan kampanye “Ayo Jaga” dibuat. Dalam kegiatan pra produksi ini dilakukan pencarian dan pengumpulan data. Tahapan selanjutnya adalah mencari ide cerita yang mudah dipahami masyarakat. Setelah itu untuk memudahkan proses pembuatan gambar dan editing dibuatlah *storyboard*, pemilihan karakter, pemilihan lokasi gaya visual, dan pemilihan musik.

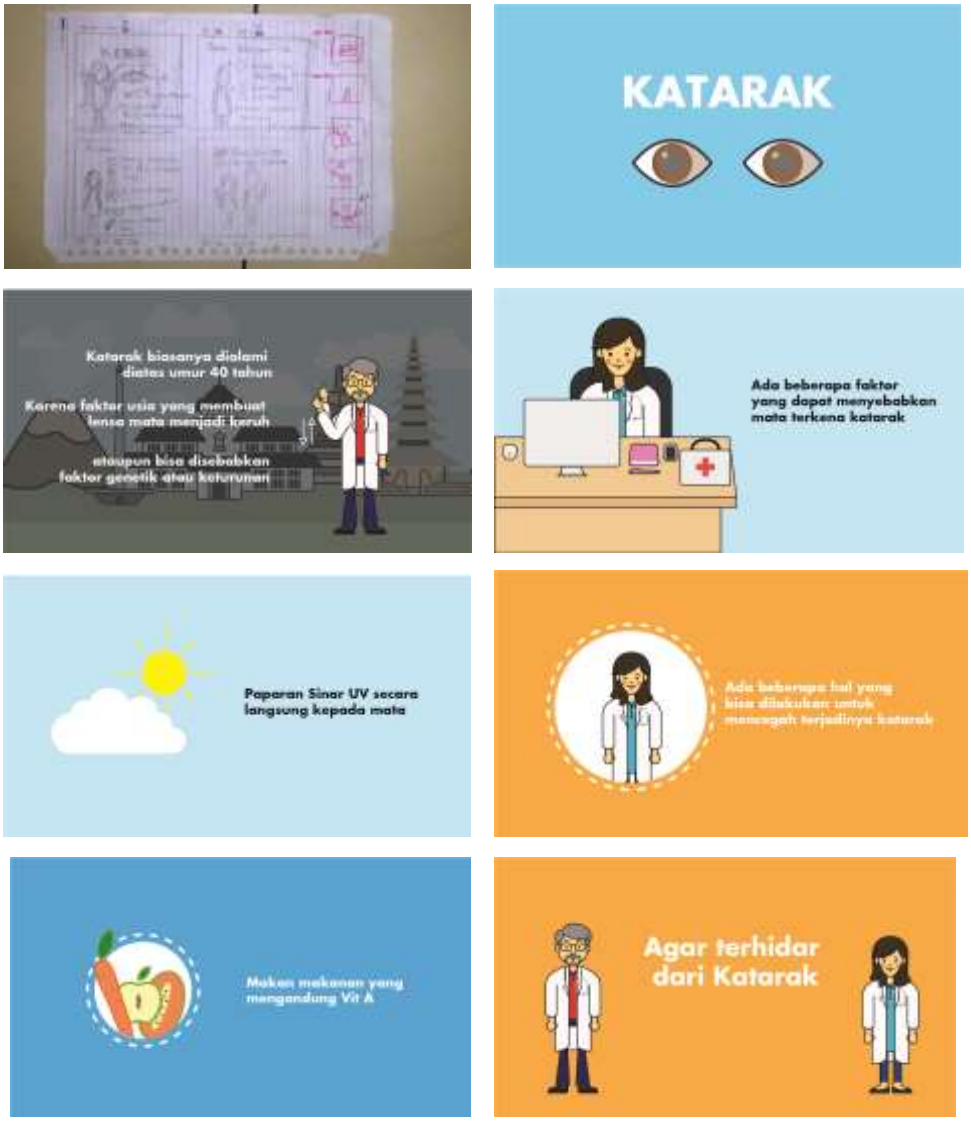
4.1.1.1 Pengumpulan Data

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.

4.1.1.2 Pembuatan *Storyboard*

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

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

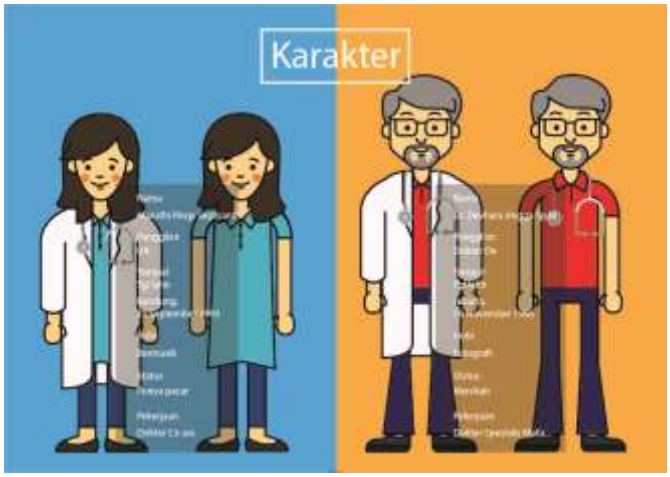


Gambar 4.1 *Storyboard*
sumber: pribadi (2016)

4.1.1.3 Pemilihan Karakter

Konsep dalam pembuatan video ini adalah menyampaikan pesan utama dengan cara *slide* gambar dan teks pada video. Video yang berjudul "Katarak" menggunakan dua karakter dokter yang bergaya visual *monocle* karena penyampaian pesan dan informasi yang diwakilkan oleh dokter mewakilkan profesi yang sesuai dengan kampanye.

Karakter pertama dalam video yang berjudul "Katarak" adalah seorang dokter pria senior dan spesialis yang bernama Dr. Dhevara Jingga yang sudah berpengalaman dalam keprofesiannya, karakter kedua adalah dokter muda wanita yang bernama Dr. Maruthi Risqy Septyanti, keduanya agar mewakili gender dan usia dari target audiens.



Gambar 4.2 karakter video
motion graphic
sumber: pribadi (2016)

4.1.1.4 Pemilihan Musik

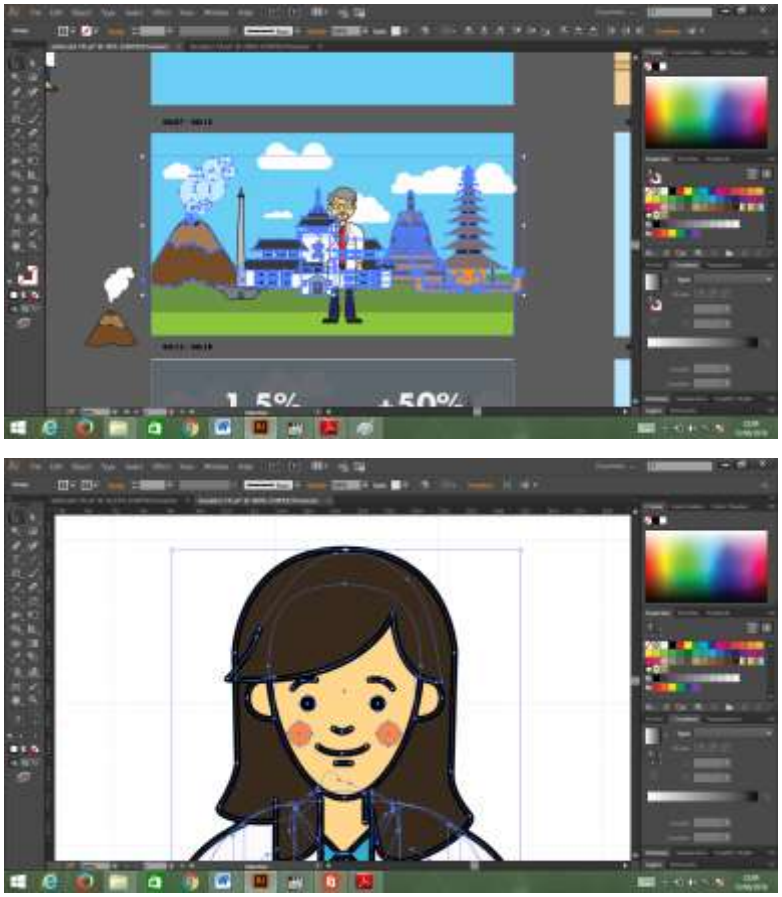
Musik adalah elemen penting dalam video ini karena dapat menimbulkan kesan ceria dalam ditampilkan. Musik yang digunakan dalam setiap video "Katarak" menggunakan musik yang bekesan ceeria. Sesuai dengan konsepnya video ini memberikan informasi secara ceria dan sederhana.

4.1.2 Produksi

Setelah proses pra produksi selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah memproduksi video kampanye sebagai media utama. Dalam tahap ini adalah proses pembuatan karakter da suasana yang sesuai dengan storyboard yang telah dirancang sebelumnya.

4.1.2.1 Proses Pembuatan Karakter dan Suasana

Proses pembuatan karakter dan suasana menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2015. Agar hasil pembuatan karakter sesuai dengan *storyboard* yang menggunakan teknik *vector.*

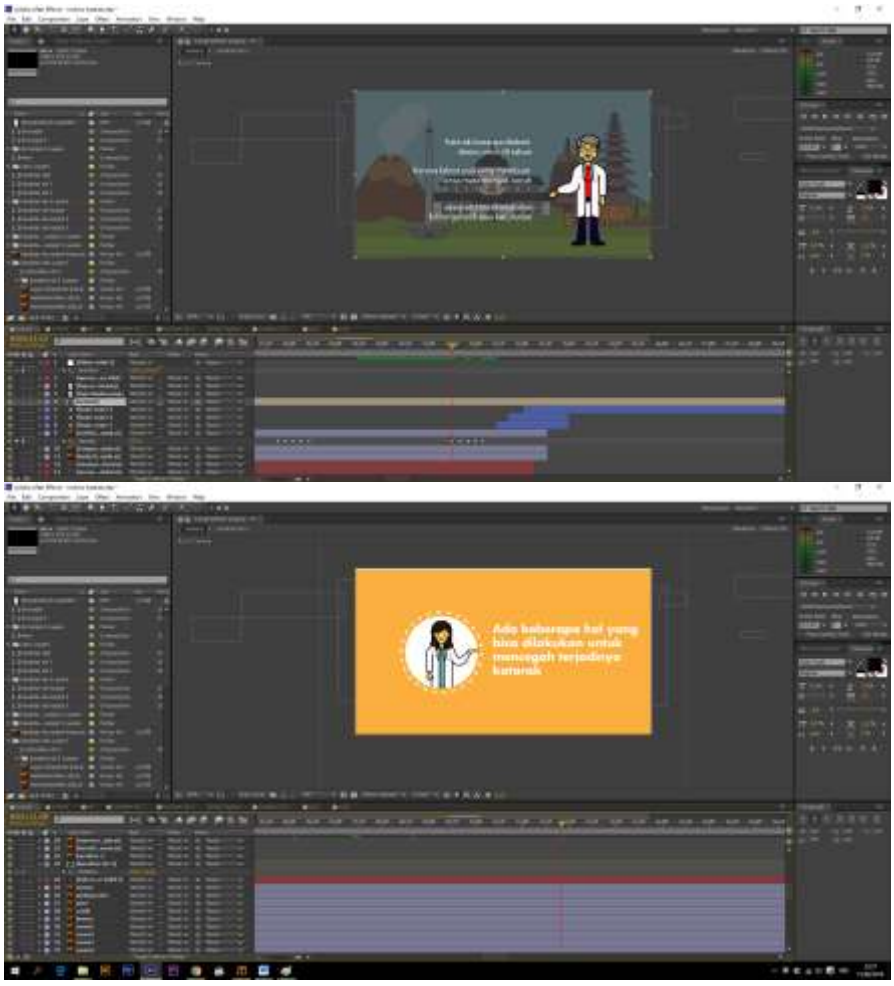


Gambar 4.3 pembuatan karakter
dan suasana
sumber: pribadi (2016)

4.1.3 Paska Produksi

Paska produksi adalah proses setelah dilakukannya produksi misalnya proses editing. Setelah dilakukannya proses pembuatan karakter dan suasana tahap selanjutnya adalah menjadikan karakter dan background menjadi kesatuan yang utuh dengan menyusun transisi dan cerita, memasukan musik, dan *rendering*

Proses awal tahap editing dalam video *motion graphic* adalah memasukan *backsound*, menyusun setiap cerita dan informasi, mengolah transisi dengan mengatur *key frame* di setiap pergantian adegan, menggunakan *software* Adobe After Effect CS6



.

Gambar 4.4 Proses *Editing*
sumber: pribadi (2016)

4.2 Aplikasi Media Pendukung

a. Buku Saku

Buku saku dipilih sebagai media pendukung karena sebagai media informasi penyampaian pesan secara keseluruhan dari kampanye ini. Buku saku merupakan media yang berukuran kecil, mudah dibawa, dan dapat diakses dimana saja yang membuat informasi dapat disampaikan secara jelas dan detail dan dapat semakin dipahami masyarakat.



Gambar 4.5 buku saku
sumber: pribadi (2016)

Ukuran : A6
Material : HVS
Jenis cetak : *Digital printing*

b. *Note Book*

Note Book digunakan sebagai *merchandise* sebagai keikutsertaan dalam kampanye ini.



Gambar 4.6 *Note Book*
sumber: pribadi (2016)

Ukuran	: A5
Material	: *Hardcover* (cover), HVS 80gr(isi), jilid ring
Jenis ceteak	: *Digital printing*
Konsep visual	: dibuat dari bangun ruang dasar yaitu lingkaran. Beberapa bentuk lingkaran menjadi satu kesatuan sehingga membentuk sebuah mata sesuai dengan indera yang bersangkutan dengan kampanye. Penggunaan bentuk tersebut dimaksudkan kesederhanaan.

c. T-shirt

Tujuan pembuatannya sebagai alat pengingat dalam kegiatan kampanye dan juga sebagai sarana promosi karena T-shirt adalah media paling ampuh sebagai sarana promosi, karena akan dipakai kemana-mana sehingga akan banyak orang akan mengetahui kampanye ini.



Gambar 4.7 *T-shirt*
sumber: pribadi (2016)

Ukuran	: S,M,L,XL
Material	: *Cotton combed* 30s
Jenis cetak	: *DTG Printing*

d. Jam Dinding

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



Gambar 4.8 Jam Dinding
sumber: pribadi (2016)

Ukuran : 20cm

Material : Plastik

Jenis cetak : *Digital Printing*

e. Tumbler

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



Gambar 4.9 Tumbler
sumber: pribadi (2016)

Ukuran	: 23cm
Material	: Plastik
Jenis cetak	: *Digital printing*

f. Stiker

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



Gambar 4.10 Stiker
sumber: pribadi (2016)

Ukuran : 10cm dan 5cm

Material : *Cutting Sticker*

Jenis Cetak : *Cutting Sticker* dan *Digital Printing*

f. Kacamata Simulasi Katarak

Dibuat sebagai media simulasi kepada audiens, agar merasakan bagaimana penglihatan orang yang Katarak.



Gambar 4.11 Kacamata
simulasi Katarak
sumber: pribadi (2016)

Ukuran : 13cm

Bahan : Kertas *Art paper* 180gr

Teknik cetak : *Digital printing*

G. Poster

Dibuat sebagai media informasi dan promosi bagi masyarakat, yang akan di sebarkan ke sekolah, kampus, dan institusi kesehatan.



Gambar 4.12 Poster
sumber: pribadi (2016)

Ukuran : A3

Bahan : Kertas *Art paper* 180gr

Teknik cetak : *Digital printing*

H. Flier

Dibuat sebagai media informasi dan promosi bagi masyarakat, yang akan di sebarkan ke sekolah, kampus, dan institusi kesehatan serta disebarkan ketika acara *car free day*



Gambar 4.13 Flier
sumber: pribadi (2016)

Ukuran : A5

Bahan : Kertas *Art paper* 120gr

Teknik cetak : *Digital printing*

I. Banner

Dibuat sebagai media *backdrop* ketika acara *talkshow* sedang berlangsung.



Gambar 4.14 Banner
sumber: pribadi (2016)

Ukuran	: 5x3m
Bahan	: Flexi Korea
Teknik cetak	: *Digital printing*