

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media utama perancangan kampanye sosial ini adalah untuk mengingatkan akan pentingnya mengisi waktu 30 menit setiap hari untuk hidup lebih sehat, dengan mengajak masyarakat pentingnya *jogging* setiap hari agar terhindar dari obesitas.

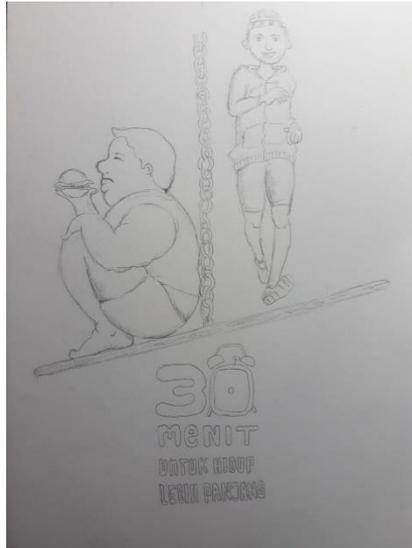
Pada media ini mengangkat konsep perbandingan, antara orang yang memiliki berat badan obesitas dan orang yang memiliki berat badan normal. Perbandingan ini memperlihatkan kondisi saat seseorang dengan obesitas memiliki timbangan lebih berat, sementara untuk berat badan normal, menjalankan hidup sehat dan pola makan teratur. Dengan tulisan “Kalori yang dikonsumsi tubuh tidak sebanding dengan kalori”.

IV.1.1 Teknis Pembuatan Media Poster

Sebelum memasuki tahap produksi, tahapan yang harus dilakukan dalam pembuatan media kampanye ini harus melewati berbagai tahapan yaitu :

a. Sketsa

Pembuatan sketsa dilakukan sebelum memasuki tahapan pengolahan gambar, tujuannya adalah untuk mempermudah dalam menentukan proses digitalisasi visual. Pada pembuatan sketsa dibuat dengan menggunakan pensil 2B, dengan kertas ukurang 21 cm x 29,7 cm atau A4



Gambar IV.1 Sketsa Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

b. Tahapan pengambilan gambar dan *editing*

Proses pengambilan foto menggunakan kamera Nikon D3300, dan menggunakan lensa 18/55 mm $f3.5$. Pada tahapan ini yaitu pengambilan gambar disesuaikan dengan objek yang ada di dalam sketsa, yaitu menggunakan 2 orang perempuan sebagai modelnya. Latar belakang dari kedua foto dihapus dan hanya mengambil modelnya dengan menggunakan Adobe Photoshop CS6. Pada tahap pengambilan model menggunakan *shutter speed* 1/100, ISO 800, F.3.5 dan *shutter speed* 1/1000, ISO 800, F.3.5.



Gambar IV.2 Model 1
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.3 Model 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Setelah dipilihnya kedua foto ini, selanjutnya kedua foto ini di *import* ke dalam aplikasi Adobe Photoshop CS6, dilakukannya pemisahan antara foto model dan juga *background*. Pada proses pemisahan ini menggunakan *polygonal lasso tool* untuk mempermudah proses pemisahan *background* dan model.

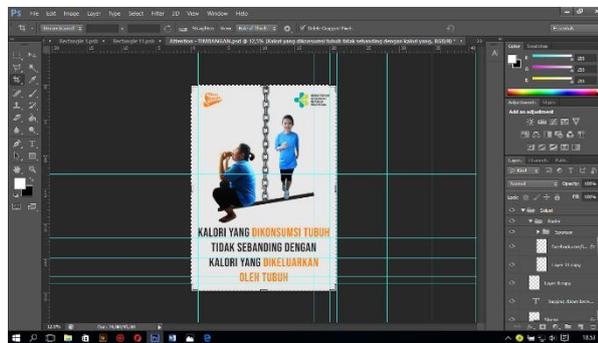


Gambar IV.4 Proses Seleksi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.5 Proses menghapus *background*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Selanjutnya adalah proses penggabungan foto kedalam satu *layer* dan juga penambahan objek lain seperti timbangan, untuk memberikan kesan perbandingan antara obesitas dan berat badan normal, juga penambahan *bodycopy*.



Gambar IV.6 Proses penggabungan objek
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.7 Hasil Akhir Poster
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

c. Teknis produksi media utama

Fungsi dari media poster adalah untuk pengenalan kampanye yang didistribusikan pada tahap awal kampanye di jalan raya, pusat keramaian, papan-papan pengumuman dan lain-lain. Dipilihnya media ini karena poster merupakan media yang memiliki jangkauan yang luas.

Format / Bentuk	: <i>Portrait</i>
Ukuran	: A3 (42 cm x 29.7 cm)
Resolusi	: 300 dpi
Material	: Art Paper 150 gm
Teknis Produksi	: Cetak offset separasi

Penempatan dilakukan di tempat-tempat ramai, seperti di pinggir jalan, tempat yang berdekatan dengan pusat keramaian, tujuannya adalah untuk menyadarkan masyarakat untuk pentingnya hidup sehat.



Gambar IV.8 Lokasi Penempatan Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar IV.9 Lokasi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

IV.2 Media Pendukung

1. Baliho

Fungsi dari media baliho adalah untuk informasi kampanye yang didistribusikan pada tahap awal kampanye di jalan raya dekat dan tempat umum lainnya. Dipilihnya media ini sebagai media utama dikarenakan baliho merupakan media yg cukup efektif untuk menyampaikan pesan. Untuk pembuatan baliho ini, menggunakan foto di sebelah kiri dengan tujuan untuk mengajak masyarakat dalam mengikuti kegiatan *berjogging*, “AYO LIBAS LEMAK” adalah untuk masyarakat dalam berpartisipasi untuk melakukan olahraga *jogging* bersama. Adanya 3 bintang tamu, DJ Winky, Cita Citata, dan Ibnu Jamil adalah untuk memberikan magnet dalam mengajak masyarakat untuk mengikuti kegiatan ini. DJ Winky dan Cita Citata adalah artis yang berasal dari Bandung, sehingga memiliki ketertarikan dengan masyarakat di Bandung, sementara Ibnu Jamil adalah seorang artis yang juga selalu berpartisipasi dalam kegiatan olahraga seperti *event-event* lari marathon. Dan Ibnu Jamil dapat menjadi daya tarik untuk kaum perempuan karena perempuan memiliki presentase paling tinggi mengalami obesitas.



Gambar IV.10. Baliho event
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Format / Bentuk	: <i>Portrait</i>
Ukuran	: 300 cm x 400 cm
Material	: Flexy
Teknis Produksi	: Cetak digital

2. *Billboard*

Billboard adalah sebuah media informasi yang berada di tepi jalan, tujuannya adalah untuk mengajak setiap masyarakat dalam mengikuti kampanye. Desain untuk *billboard* sendiri menggunakan foto seorang perempuan yang memakan sebuah *hamburger* yang mewakili seorang dengan kondisi obesitas, disamping ada angka “21,8%” dengan berwarna merah menunjukkan bahwa angka obesitas di Indonesia cukup besar, dan dibawah jumlah persen tersebut, ada tulisan “Penduduk dewasa di Indonesia berusia 18 tahun ke atas mengalami obesitas” adalah untuk menyadarkan masyarakat bahwa yang mengalami obesitas di Indonesia adalah yang berusia 18 tahun keatas, dan masyarakat perlu mengetahui hal ini. Dengan background cerah ditunjukkan untuk informasi dapat mudah tersampaikan. Juga dengan dibuatnya *billboard* ini, maka pesan ini dapat menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya menjaga pola hidup sehat. Untuk foto *billboard* ini diambil langsung dengan menggunakan kamera dslr Nikon D3300, dengan f/ 4.5 dan ISO 100.



Gambar IV.11. *Billboard*
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Format / Bentuk	: <i>Landscape</i>
Ukuran	: 400 cm x 800 cm
Bahan	: Flexy
Teknis Produksi	: Cetak digital

3. Spanduk

Spanduk adalah kain yang membentang yang biasanya berada di tepi jalan yang berisi text, berwarna serta bergambar. Spanduk sebagai suatu media informasi, bisanya dibuat dengan menggunakan cat, sablon (*screen printing*) atau dengan cara cat mesin. Spanduk ini dibuat untuk mengajak masyarakat dalam mengikuti kegiatan olahraga bersama untuk melibas lemak, dengan menggunakan foto orang berlari menghadap depan dan di sebelah kanannya adalah informasi kegiatan yang diselenggarakan. Dengan menggunakan judul “AYO LIBAS LEMAK” adalah untuk mengajak masyarakat dalam berpartisipasi untuk hidup lebih sehat serta dapat mengikuti kegiatan *jogging* bersama, di sebelah kanan ada foto ketiga bintang tamu, yaitu DJ Winky, Cita Citata, dan Ibnu Jamil, mereka dapat menjadi magnet dalam kegiatan ini, agar kegiatan ini semakin menarik dan dapat diikuti oleh semua kalangan. Foto spanduk ini diambil langsung dengan kamera dslr Nikon D3300, dengan f/ 4.5 dan ISO 100.



Gambar IV.12. Spanduk
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran : 600 cm x 90 cm
Material : Flexy
Teknis Produksi : Cetak digital

4. X-Banner

Media *x banner* digunakan untuk mengarahkan masyarakat dalam mengetahui informasi tentang cara pencegahan obesitas. Dengan mengutamakan *tagline* “30 MENIT UNTUK HIDUP LEBIH PANJANG” adalah dengan tujuan untuk menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya memberikan waktu minimal 30 menit untuk melakukan kegiatan *jogging*, dan *x-banner* ini memiliki informasi tentang pencegahan obesitas, dengan tujuan agar masyarakat dapat melakukan hal ini untuk mencegah terjadinya obesitas dalam diri masyarakat, dengan menggunakan background warna biru pada informasi ini yang memiliki arti ketenangan dan kualitas hidup yang baik.



Gambar IV.13. X-Banner
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran : 60 cm x 160 cm
Material : Flexy
Teknis Produksi : Cetak digital

5. Umbul-umbul

Umbul-umbul berfungsi sebagai media informasi, promosi dan juga dekorasi. Umbul-umbul ini ditempatkan di luar mengelilingi lapangan Gasibu, dengan tujuan agar setiap masyarakat dapat datang ke *venue event* kegiatan *jogging* bersama, dengan menggunakan warna latar biru, yaitu mewakili warna ketenangan dan kualitas hidup, diharapkan masyarakat yang mengikuti kegiatan *jogging* ini memiliki kualitas hidup yang lebih baik dari sebelumnya, juga dengan memasang foto seorang perempuan, adalah salah satunya karena obesitas yang banyak terjadi adalah di kalangan perempuan. Dengan harapan setiap masyarakat bisa memperbaiki kualitas hidupnya ke arah yang lebih baik.



Gambar IV.14. umbul-umbul event
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran	: 90 cm x 300 cm
Material	: Kain
Teknis Produksi	: Cetak digital

6. Backdrop

Backdrop adalah latar belakang atau *background* yang ada di sebuah acara. *Backdrop* berfungsi untuk memberikan nuansa yang pas tentang acara yang sedang dilangsungkan. Di sebelah kiri, adanya sponsor yang mendukung kegiatan *jogging* ini, salah satunya sebagai sponsor utama adalah AQUA, AQUA sebagai salah satu minuman yang dikonsumsi oleh masyarakat luas. Lalu ada Radio Ardan, sebagai salah satu radio ternama di Indonesia khususnya di kota Bandung, dan stasiun radio ini digemari oleh kalangan muda-mudi di Indonesia. Ardiles menjadi salah satu sponsor sepatu di acara ini karena Ardiles bisa digunakan oleh semua kalangan dan juga karena sepatu keluaran Ardiles adalah sepatu yang dengan harga yang mudah didapat oleh setiap orang. Bank BRI adalah sponsor yang juga adalah sebuah bank ternama di Indonesia, karena bank BRI dapat digunakan oleh setiap kalangan. AG Amanah Garment, adalah salah satu tempat percetakan baju yang besar di Indonesia, yang menjadi pihak dalam sponsor untuk baju di acara ini. Toko Lari, adalah toko yang menjual berbagai produk alat lari. *D'Grove Gym* adalah salah satu *gym* ternama di kota Bandung. Dan menggunakan *tagline* “30 MENIT UNTUK HIDUP LEBIH PANJANG” adalah untuk mengingatkan kembali bahwa masyarakat perlu memberikan waktu minimal 30 menit dalam menjalankan kegiatan berolahraga khususnya *jogging*.



Gambar IV.15. *Backdrop event*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran : 600 cm x 400 cm
Material : Kain
Teknis Produksi : Cetak digital

7. *Flag chain*

Rangkaian kertas berbentuk segitiga yang digunakan untuk dekorasi namun berfungsi juga sebagai media promosi slogan kampanye. *Flag chain* ini digantung di setiap tenda-tenda yang ada di lokasi acara, digunakan sebagai dekorasi namun tetap memiliki kandungan pesan informatif kepada masyarakat yang mengunjungi kegiatan ini. *Flag chain* ini memiliki 2 unsur yaitu logo “Libas Lemak” dan *tagline* “30 MENIT UNTUK HIDUP LEBIH PANJANG”, “Libas Lemak” ini adalah sebagai logo dan juga pesan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam olahraga, agar masyarakat sadar bahwa obesitas adalah salah satu masalah yang harus diwaspadai oleh masyarakat, dengan menggunakan bentuk segitiga yang mewakili dinamis, aksi, dan agresif. Dengan tujuan masyarakat harus memulai langkah awal untuk merubah kehidupannya menjadi lebih baik.



Gambar IV.16. *Flag chain*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Format / Bentuk : Segitiga
Material : *Art Paper*
Teknis Produksi : Cetak Offset Separasi
Ukuran : t=24 cm x alas= 17 cm

8. Gelang

Gelang ini juga akan menjadi merchandise. Pada gelang akan tertulis *#30menituntukhiduplebihpanjang* agar setiap hari pemakai gelang tersebut akan senantiasa diingatkan untuk mendapatkan hidup lebih baik hanya dengan *jogging*. Desain yang digunakan adalah menggunakan sebuah tulisan yang menunjukkan agar masyarakat sadar pentingnya memberikan waktu 30 menit untuk melakukan kegiatan olahraga setiap harinya.



Gambar IV.17. Gelang
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Format / Bentuk	: Lingkaran
Material	: <i>Silicone</i>
Teknis Produksi	: Cetak timbul
Ukuran	: panjang = 20 cm, ketebalan = 1,3 cm

9. Pin

Pin terbuat dari plastik yang bertuliskan logo. Pin ini memiliki gambar kedua orang pria dan wanita yang sedang berlari, dan dengan tulisan “Libas Lemak”, abjad “L” ini memiliki kesan dinamis dan cepat, sementara untuk kegiatan berlari ini adalah siapapun bisa melakukan kegiatan ini. Dan di dalam ini memiliki 2 warna yaitu warna putih dan juga warna oranye, putih memiliki makna kebersihan sementara oranye memiliki makna dinamis, semangat, berenergi. Diharapkan selain masyarakat dapat membersihkan lemak-lemak dalam tubuhnya, masyarakat pun dapat semangat dalam menjalankan kegiatan berolahraga.



Gambar IV.18. Pin
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Format / Bentuk	: Lingkaran
Material	: Plastik
Teknis Produksi	: Printing
Ukuran	: diameter = 5 cm,

10. Tumbler

Botol minum yang berfungsi sebagai wadah air untuk menghidrasi tubuh. Bahan tumbler terbuat dari plastik dan terdapat gambar logo libas lemak. Teknis produksi pada tumbler ini menggunakan kertasart paper ukuran 21 cm x 29,7 cm yang di cetak separasi kemudian dimasukkan ke dalam lapisan tumbler bagian luar yang berwarna putih bening dan ditutup rapat dengan teknik *press* agar tidak mudah terbuka. Desain tumbler ini menggunakan logo “Libas Lemak” dengan tujuan agar masyarakat dapat melakukan kegiatan berolahraganya dengan tumbler ini agar memiliki semangat yang besar serta memiliki keinginan yang kuat dalam menjalankan program penurunan berat badan.



Gambar IV.19.Tumbler
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran	: 17 cm x 7,5 cm
Volume	: 370 mL
Material	: Kertas
Teknik cetak	: Cetak separasi

11. Kaos

Kaos atau T-shirt yang diberi logo kampanye akan diberikan kepada target audience. T-shirt juga dapat dipakai untuk keseharian dan dapat dilihat oleh orang lain, Kaos depan adalah *tagline* “30 MENIT UNTUK HIDUP LEBIH PANJANG” dengan tujuan pengguna kaos ini akan ingat untuk memberikan waktunya dalam hal melakukan kegiatan diet dan berolahraga. Sementara kaos bagian belakang adalah logo-logo sponsor yang mendukung acara berlangsung. Warna yang digunakan menggunakan warna biru, dengan tujuan agar setiap masyarakat dapat memperbaiki kualitas hidupnya dan terhindar dari ancaman obesitas.



Gambar IV.20.Kaos
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran : All Size (S, M, L)
Material : Katun
Teknis Produksi : Cetak sablon DTG

12. *Goodie Bag*

Goodie bag yang diberi slogan, tujuannya adalah untuk memperkenalkan kampanye “30 MENIT UNTUK HIDUP LEBIH PANJANG” kepada masyarakat, selain itu *Goodie Bag* juga digunakan sebagai penyimpanan barang bawaan. Desain yang digunakan hanyalah menggunakan *tagline* dengan tujuan agar masyarakat dapat mengingat bahwa pentingnya 30 menit untuk menjalankan kegiatan berolahraga, dan menggunakan warna biru adalah dengan tujuan masyarakat dapat memperbaiki kualitas hidupnya lebih baik.



Gambar IV.21. *Goodie Bag*
Sumber:Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran : 30cm x 40cm x 8cm
Material : *Spunbound*
Ketebalan : 75gsm
Teknis Produksi : Cetak manual

13. Video Kampanye

Video ini menampilkan ajakan kepada setiap khalayak pentingya melakukan kegiatan *berjogging* selama 30 menit untuk kehidupan lebih panjang. Berawal dari pemanasan dengan tujuan agar otot-otot dalam tubuh tidak kaku, lalu berjalan ke sebuah komplek yang biasa digunakan untuk kegiatan berolahraga, setelah itu pelaku dalam video ini beristirahat sambil meminum sebuah minuman botol untuk melepas leihnya, dan 12 minggu kemudian, pelaku video ini berhasil menurunkan berat badannya dan merasa tubuhnya lebih baik dari sebelumnya, sebelum akhir video ada sebuah tulisan yang menjelaskan bahwa pentingya melakukan kegiatan rutin berolahraga selama 30 menit untuk mencegah dan mengatasi masalah obesitas yang terjadi pada masyarakat.



Gambar IV.22. Video Kampanye
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

Ukuran : 1920 px x 1080 px
Durasi : 60 Detik