

## **BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI**

### **IV.1 Pembuatan video Tanya Psikologi**

Proses pembuatan video “Tanya Psikologi” dilakukan melalui beberapa tahap perancangan, mencari referensi video mengenai informasi kesehatan psikologis, mencari referensi visual *flat design*, mencari referensi *motion graphic*, membuat gaya visual ilustrasi yang akan digunakan dalam *scene* pertanyaan. Media utama berupa video edukasi akan dibuat dengan format Mp4. Media video ini berisikan *scene* pertanyaan dan *scene* jawaban mengenai istilah narsisme, media video ini bersifat persuasi yang mengandung informasi mengenai narsisme, pada akhir video jawaban *talent* atau psikolog akan memberikan pesan-pesan terkait penggunaan istilah narsisme yang terjadi.

### **IV.2 Konsep Media**

Media berupa video edukasi yang dikonsept dengan sistem tanya jawab, *scene* pertanyaan dan jawaban berbeda, konsep *scene* pertanyaan akan dikemas dengan ilustrasi dan *motion graphic*, sedangkan *scene* jawaban akan dikemas dengan konsep *flat design* dan video penjelasan dari psikolog.

Spesifikasi media:

Format video: H.264/Mp4

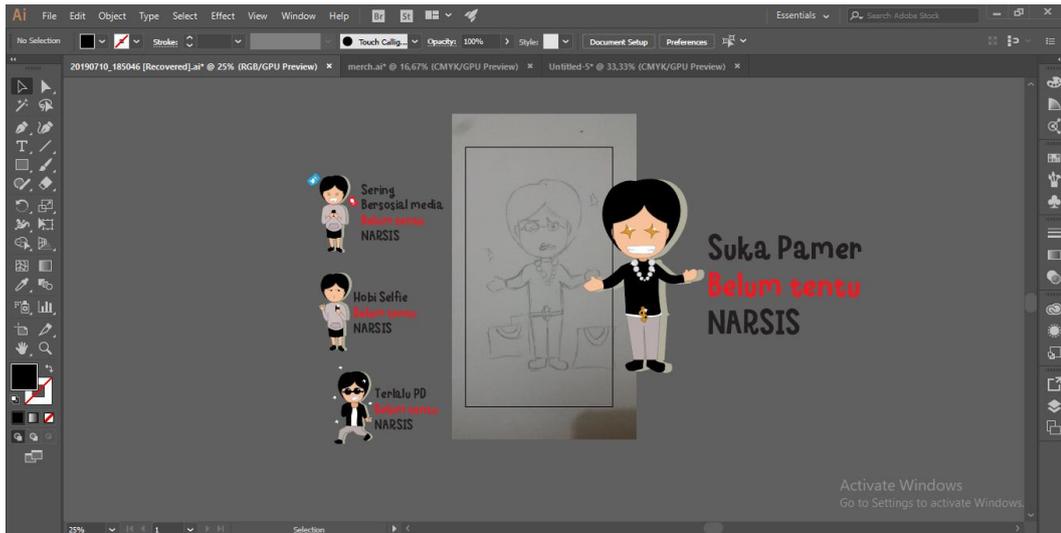
Durasi: 4 Menit 41 Detik

Resolusi: 1280 x 720 Hd (*Landscape*)

Audio: 48.000 Khz

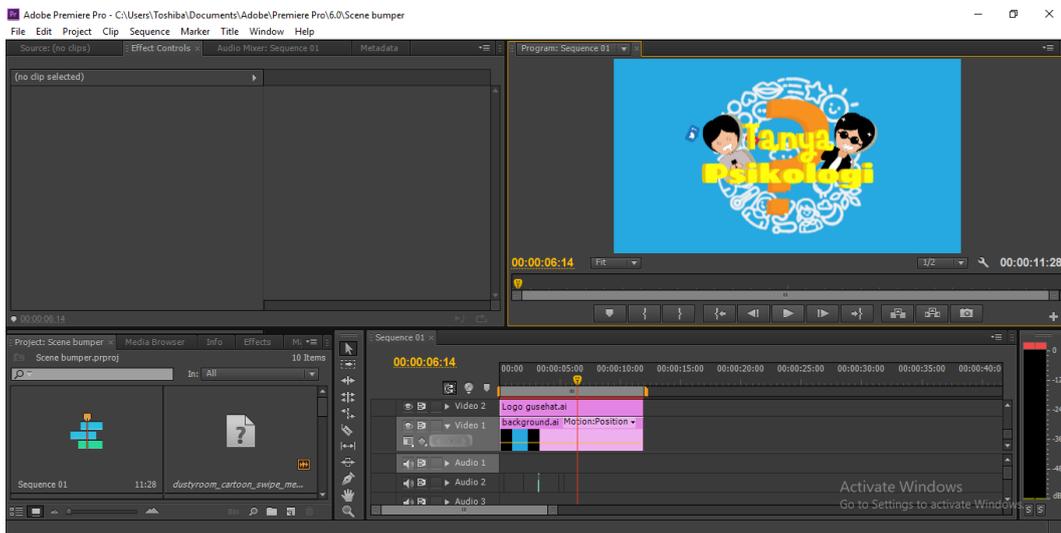
### **IV.3 Teknis Produksi**

Teknis produksi media utama dilakukan dengan pembuatan 2 *scene* yang memuat *scene* pertanyaan dengan karakter 2 dimensi, dan *scene jawaban* dengan proses *shooting* dengan *talent*. Karakter 2 dimensi melalui proses *tracing* pada sketsa manual, aplikasi yang digunakan untuk produksi diantaranya *Adobe Illustrator CC 2017*, *Adobe Premiere Pro CS6*, proses produksi sebagai berikut:



Gambar IV.3.1 *Tracing* karakter  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Dilanjutkan dengan pembuatan *scene* pertanyaan pada aplikasi *Adobe Premiere Pro CS6*, penggunaan aplikasi ini dikarenakan proses *input* karakter yang sudah dibuat lebih cepat penggunaan *shortcut* lebih dinamis sehingga mempercepat proses produksi dengan hasil yang bagus.



Gambar IV.3.2 Pembuatan *Scene bumper motion*  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Proses selanjutnya adalah melakukan *shooting* dengan seorang psikolog. Alat-alat dan *talent* yang digunakan untuk melakukan proses *shooting* sebagai berikut:



Gambar IV.3.3 Kamera *DSLR* Canon Eos 100D  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Kamera yang digunakan untuk proses *shooting* adalah *DSLR Canon Eos 100D* dengan lensa kit 18-55 mm 1:3.5-5.6 , *Macro* 0.25m/0.8Ft. Penggunaan kamera *DSLR* ini dipilih agar kualitas gambar dan audio yang dihasilkan bagus agar target khalayak dapat menangkap jelas informasi dari audio visual yang ada.



Gambar IV.3.4 *Tripod*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Penggunaan tripod dilakukan agar hasil penangkapan gambar dan audio stabil sehingga hasil dari proses *shooting* menjadi lebih baik.



Gambar IV.3.5 *Talent* Psikolog  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

*Talent* yang digunakan merupakan seorang psikolog bernama Hira Yuki Molira, S.Psi, M.Psi Psikolog. Penggunaan *talent* tersebut agar penyampaian pesan lebih baik dan informasi yang disampaikan merupakan informasi dari ahli yang benar dan valid.

Setelah proses *shooting* selesai, tahap berikutnya adalah menyusun *footage* yang sudah didapat untuk kemudian disunting pada aplikasi *Adobe Premiere Pro CS6*. Tahap penyusunan *footage* dapat diperinci sebagai berikut:

Name	Date modified	Type	Size
Footage	16/07/2019 05.07	File folder	
SFX	15/07/2019 05.10	File folder	
background	15/07/2019 00.49	Adobe Illustrator ...	634 KB
ibu	16/07/2019 05.31	PNG File	33.996 KB
ibu	16/07/2019 09.44	Adobe Photoshop...	27.090 KB
karakter PD	15/07/2019 00.41	Adobe Illustrator ...	642 KB
karakter sosial media	15/07/2019 00.44	Adobe Illustrator ...	657 KB
karakter sosial selfie	15/07/2019 00.44	Adobe Illustrator ...	636 KB
Logo gusehat	15/07/2019 00.45	Adobe Illustrator ...	744 KB
poster	16/07/2019 07.43	Adobe Photoshop...	10.201 KB
tanda tanya	15/07/2019 01.21	Adobe Illustrator ...	622 KB

Gambar IV.3.6 *Footage*  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Tahap selanjutnya adalah proses *editing* dengan aplikasi yang sama yaitu *Adobe Premiere Pro CS6*, proses *editing* dimulai dengan memasukan *footage scene* pertanyaan dan *scene* jawaban. Kemudian disusun untuk menyesuaikan pertanyaan dengan jawaban yang ada, sehingga *scene* pertanyaan dan *scene* jawaban sesuai. Berikut proses *editing* video Tanya Psikologi:



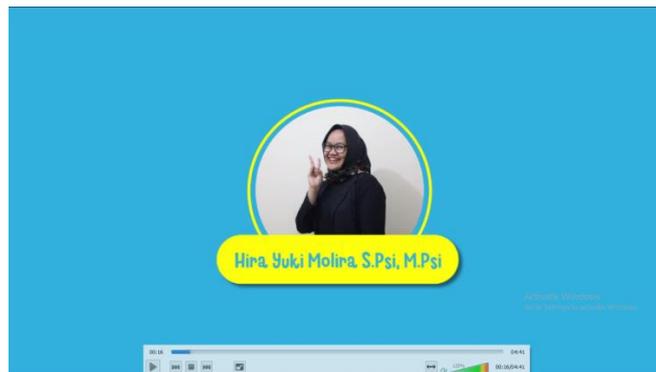
Gambar IV.3.7 Proses *Editing*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Setelah proses *editing* selesai, tahap berikutnya *rendering* video yang sudah disunting. Berikut merupakan hasil dari proses *editing* yang sudah dilakukan sebelumnya:



Gambar IV.3.8 Hasil *opening bumper*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *scene bumper* desain dibuat dengan warna kontras dan ilustrasi yang menginterpretasikan anggapan masyarakat mengenai narsisme. Warna yang dipilih warna biru muda sebagai *background* yang diharapkan memberikan kesan santai dan tenang, sedangkan ilustrasi dibuat dengan gaya visual *flat design* dengan warna kontras agar memperjelas penyampaian pesan pada ilustrasi.



Gambar IV.3.9 Hasil pengenalan *talent*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *scene* perkenalan desain dibuat dengan konsep dinamis dengan membuat foto *talent* berbentuk bidang bulat. Pencantuman nama *talent* guna memperjelas informasi *scene* perkenalan. Warna dipilih senada dengan *bumper* agar memberikan kesan santai, hangat, dan menyenangkan.



Gambar IV.3.10 Hasil pengenalan *talent*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

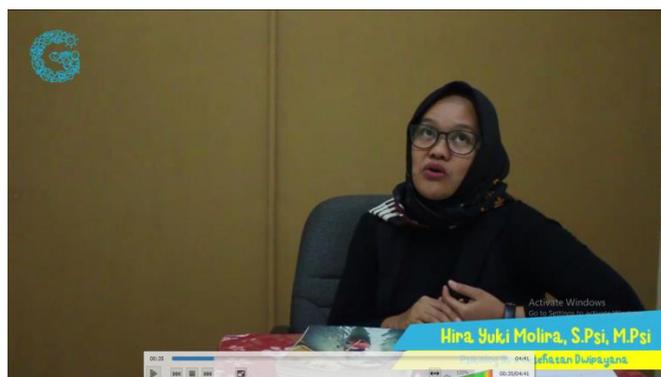
Pada *scene* berikutnya adalah *scene* dimana *talent* memperkenalkan dirinya, pada *scene* ini *talent* akan diposisikan dengan posisi *rule of third* dengan logo *mandatory* dibagian pojok kiri atas *frame* dengan pencantuman nama dan profesi

*talent*. Pencantuman logo *mandat* pada *scene* ini ditujukan untuk memberikan informasi kepada target khalayak bahwa perancangan ini akan didistribusikan oleh pihak pemberi mandat. Warna yang digunakan masih warna senada yaitu biru muda dan kuning agar memberikan kesan yang sama seperti *scene* sebelumnya.



Gambar IV.3.11 Hasil *motion graphic* pertanyaan pertama  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

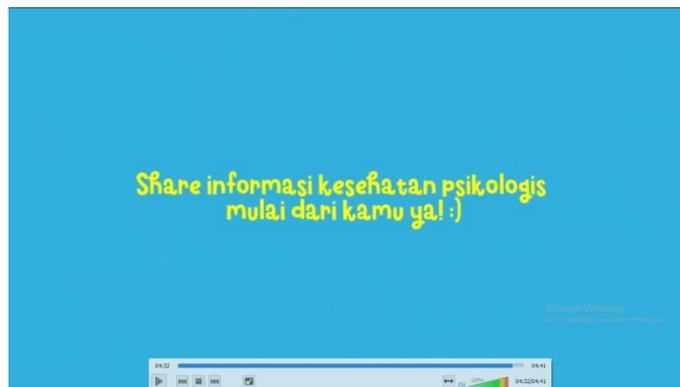
Pada *scene* berikutnya adalah *scene* pertanyaan, *scene* ini dibuat dengan *background* warna biru muda dan menampilkan ilustrasi yang sudah dibuat sebelumnya. Penggunaan ilustrasi pada *scene* pertanyaan bertujuan untuk memberi kesan dinamis pada setiap pertanyaan yang muncul, sehingga penyampaian pertanyaan tidak terkesan kaku.



Gambar IV.3.12 Hasil *scene* jawaban pertama  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *scene* berikutnya adalah *scene* jawaban, pada *scene* ini tata letak yang digunakan merupakan tata letak yang sudah digunakan pada *scene* perkenalan *talent*. Pada *scene* jawaban *layout* dibuat dengan logo *mandatory* yang diletakan

pada bagian pojok kiri atas sebagai pemberi mandat, dan pencantuman nama dan profesi *talent* yang diletakan pada bagian pojok kanan bawah. Pengambilan gambar pada *scene* jawaban menggunakan teknik *rule of third* dimana POI (*Point Of Interest*) diletakan pada salah satu dari 9 *frame* yang ada. Penggunaan *rule of third* pada *scene* ini ditujukan agar gestur *talent* pada saat menjawab dapat terlihat, sehingga penyampaian informasi terkait pembahasan dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar IV.3.13 Hasil *motion graphic* ajakan *share* informasi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *scene* berikutnya adalah *scene* untuk mengajak target khalayak agar membagikan konten yang sudah ditonton. Pada *scene* ini dibuat dengan *background* berwarna biru muda dengan *copywriting* persuasif berupa ajakan untuk berbagi dengan warna kontras kuning, agar pesan yang disampaikan mudah terbaca oleh target khalayak.



Gambar IV.3.14 Hasil *motion graphic* logo Guesehat  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Pada *scene* berikutnya adalah *scene* penutup berupa logo *mandatory* sebagai pemberi mandat. *Scene* ini dirancang dengan warna senada biru muda guna memberikan kesan yang tenang dengan pencantuman logo dan identitas mandat sebagai informasi pemberi mandat.

#### IV.4 Media Pendukung

Media pendukung dari perancangan ini sebagai berikut, *x-banner*, poster, dan *flyer* guna mempromosikan media utama, sedangkan *merchandise* sebagai berikut, *mug*, *totebag*, *tumbler*, topi, *t-shirt*, stiker sebagai media pengingat dari media utama.

##### IV.3.1 Tahap Informasi/ *Merchandise*

###### 1. *Totebag*



Gambar IV.3.1.1 *Totebag*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : 40 x 30 cm

Material : *Canvas*

Teknis : *Digital Print*

*Totebag* dipilih sebagai media pengingat juga sebagai oleh-oleh yang akan didapatkan dari seminar psikologi, *totebag* ini dibuat dengan bahan *canvas* dengan ukuran 40 x 30 cm harga *totebag* ini Rp.35.000. *Totebag* ini dirancang dengan menampilkan ilustrasi yang menginterpretasikan anggapan-anggapan masyarakat mengenai istilah narsisme, ilustrasi dibuat dengan gaya *flat design* dengan warna kontras, *copywriting* yang digunakan pada *totebag* merupakan pesan “hobi *selfie* belum tentu narsis”.

## 2. Mug



Gambar IV.3.1.2 *Mug*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : diameter 8 cm tinggi 9,5 cm

Material : Keramik

Teknis : *Digital Print*

*Mug* dipilih sebagai media pengingat juga sebagai oleh-oleh yang bisa didapatkan dari seminar psikologi, *mug* ini dibuat dengan bahan keramik dengan ukuran tinggi 9,5 cm dan diameter 8 cm harga *mug* ini Rp.15.000.

*Mug* ini dirancang dengan mencantumkan *copywriting* berupa pesan “hobi selfie belum tentu narsis”, dibuat dengan *mug* berwarna putih agar pesan yang disampaikan dapat terbaca dengan baik, warna merah pada tulisan “belum tentu” ditujukan untuk memberikan penekanan atau peringatan.

## 3. Tempat minum/ *tumbler*



Gambar IV.3.1.3 *Tumbler*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : Tinggi 19,5 cm diameter 7 cm

Material : Plastik

Teknis : *Digital Print*

*Tumbler* dipilih sebagai media pengingat juga sebagai hadiah untuk *share* video terbanyak, *tumbler* ini dibuat dengan bahan plastik dengan ukuran tinggi 19,5 cm dan diameter 7 cm harga *tumbler* ini Rp.20.000. *Tumbler* ini dirancang dengan mencantumkan ilustrasi yang sudah dibuat sebelumnya, ilustrasi dibuat dengan gaya visual *flat design* dengan warna kontras. Ilustrasi yang dibuat pada *tumbler* merupakan ilustrasi “terlalu percaya diri”, dengan *copywriting* “terlalu PD belum tentu narsis”. Pemilihan warna merah pada *copywriting* “belum tentu” ditujukan untuk penekanan dan peringatan.

#### 4. *T-shirt*



Gambar IV.3.1.4 *T-shirt*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : L

Material : *Cotton combat*

Teknis : *Digital Print*

*T-shirt* dipilih sebagai media pengingat terkait penggunaan istilah narsisme yang seenaknya, *t-shirt* ini dibuat dengan bahan *cotton combat* dengan ukuran *standard XL* atau 52 cm lebar 71 cm tinggi. Harga *t-shirt* ini Rp.80.000. Ilustrasi dibuat dengan gaya *flat design* dengan warna

kontras, ilustrasi yang dibuat pada *t-shirt* ini merupakan ilustrasi “sering bersosial media”. Ilustrasi dibuat dengan menambahkan ikon-ikon notifikasi pada sosial media, dan mencantumkan *copywriting* “suka bersosial media belum tentu narsis”.

#### 5. *X-banner*



Gambar IV.3.1.5 *X-banner*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : 60 x 160 cm

Material : *Flexi German*

Teknis : *Digital Print*

*X-banner* dipilih sebagai media pendukung guna mempromosikan media utama, *x-banner* dapat diletakan pada seminar psikologis, tempat konsultasi psikologi sehingga promosi media utama menjadi efektif. *X-banner* ini dibuat dengan bahan *flexi german* dengan ukuran 60 x 160 cm. *X-banner* dirancang dengan warna dasar biru muda guna memberikan kesan tenang dan santai, ditambah warna kuning sebagai warna hangat dan menyenangkan. Mencantumkan ilustrasi dengan gaya visual *flat design* dengan warna kontras, menambahkan kesan dinamis dengan penambahan bidang berbentuk oval dan bulat. Mencantumkan *copywriting* “Tahu istilah narsis? Tonton yuk!” guna menarik perhatian target khalayak. Penambahan potongan beberapa *scene* media utama dan *talent* ditujukan sebagai POI (*Point Of Interest*).

## 6. Poster



Gambar IV.3.1.6 Poster  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : A3

Material : *Artpaper* tebal 260 gram

Teknis : *Digital Print*

Poster dipilih sebagai media pendukung guna mempromosikan media utama, poster dapat dipasang pada tempat konsultasi psikologis, pusat perbelanjaan, rumah sakit. Poster ini dibuat dengan bahan *artpaper* tebal 260 gram dengan ukuran A3. Poster dibuat dengan warna dasar biru muda untuk kesan tenang dan warna kuning untuk kesan hangat dan menyenangkan, mencantumkan ilustrasi *thumbnail* “Tanya Psikologi” dengan gaya visual *flat design* dan warna mencolok guna menarik perhatian. Penambahan informasi singkat dalam *textbox* mengenai informasi terkait media utama.

## 7. Topi



Gambar IV.3.1.7 Topi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : 110 x 225 cm

Material : *Raphel*

Teknis : *Digital Print*

Topi dipilih sebagai media pengingat terkait penggunaan istilah narsisme yang seandainya, topi ini dibuat dengan bahan *raphel* dengan ukuran *standard* 100 x 225 cm. harga topi ini Rp.75.000. Topi dibuat dengan warna dasar putih dengan *copywriting* “suka bersosial media belum tentu narsis”. Warna merah pada *copywriting* “belum tentu” ditujukan untuk penekanan dan peringatan, ditambahkan ikon-ikon notifikasi sosial media sebagai ilustrasi bersosial media.

## 8. Stiker



Gambar IV.3.1.8 Stiker  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : A4

Material : *Vinyl* laminasi *doff*

Teknis : *Digital Print*

Stiker dipilih karena stiker yang dibuat merupakan ilustrasi anggapan masyarakat mengenai istilah narsisme, stiker yang dibuat berbahan dasar *vinyl* dan akan dilaminasi *doff* dengan ukuran 5-7 cm per stiker. Harga stiker ini berkisar Rp.2000-Rp.5000. Stiker dibuat dengan ilustrasi gaya visual *flat design* dengan warna kontras. Sertiap ilustrasi yang dibuat memiliki pesan terkait anggapan-anggapan masyarakat terhadap narsisme seperti hobi *selfie*, terlalu percaya diri, suka pamer, sering bersosial media.

## 9. Flyer



Gambar IV.3.1.9 Flyer  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : A5

Material : *Artpaper* tipis 150 gram

Teknis : *Digital Print*

*Flyer* dipilih sebagai media pendukung guna mempromosikan media utama, *flyer* dapat dibagikan ditempat ramai seperti pusat perbelajaan, toko kesehatan sehingga promosi media utama menjadi efektif. *Flyer* ini dibuat dengan bahan *artpaper* tipis 150 gram dengan ukuran A5. *Flyer* dibuat dengan warna dasar biru muda dan kuning agar memberi kesan tenang, hangat, dan menyenangkan. Ilustrasi dibuat dengan gaya visual *flat design* dengan warna kontras guna memperjelas ilustrasi yang dibuat. Pencantuman ilustrasi dan *talent* pada *flyer* ditujukan untuk menarik perhatian target khalayak terkait media utama.

## 10. Case Handphone



Gambar IV.3.1.10 Case HP  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Ukuran : Iphone 5s 4.0 Inch

Material : Plastik

Teknis : *Digital Print*

*Case handphone* dipilih sebagai media representasi dari ilustrasi yang sudah dibuat, *case* ini terbuat dari bahan plastik *hardcase*. Pada bagian belakang *hardcase* ilustrasi akan dicetak ukuran 4.0 Inch. Harga *case* ini Rp.35.000. *Case* ini dirancang dengan warna dasar putih agar ilustrasi yang dibuat dapat terlihat dengan jelas. Ilustrai dibuat dengan gaya visual *flat design* dengan warna kontras, dengan *copywriting* “sering bersosial media belum tentu narsis”.