BAB IV
MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI

4.1. Teknis Media dan Cetak

Teknis pembuatan media kampanye menggunakan ilustrasi yang kerangkanya dibuat dengan software Corel Draw 12 kemudian teknis pewarnaan dilakukan menggunakan software Photoshop CS3. Untuk penambahan elemen estetis dan pengaturan layout menggunakan Corel Draw 12 kembali. Seluruh media menggunakan warna CMYK karena teknis produksi yang menggunakan cetak separasi.

4.1.1. Media Utama

Media utama untuk kampanye ini terdiri dari media berbasis cetak seperti leaflet.

Pemakaian media tersebut sangat efektif dan langsung dapat diterima oleh komunikan. Leaflet secara tepat dapat langsung diberikan kepada mahasiswa wanita sebagai khalayak sasaran.

- **Leaflet**



Gambar 4.1. Varian Leaflet

Leaflet dapat memuat lebih banyak informasi dan dapat secara langsung diberikan kepada khalayak sasaran. Leaflet dibuat ke dalam 2 bentuk varian.

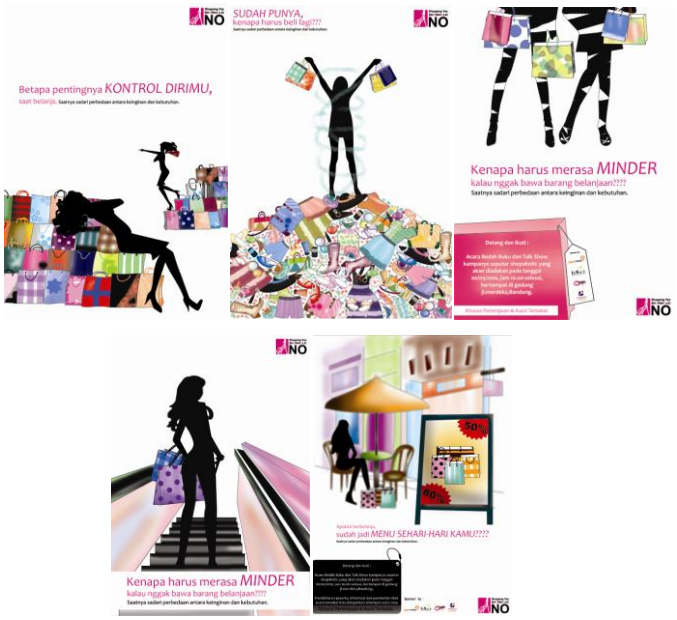
Ukuran : 17x26cm dan 17x18 cm
Material : Kertas *Art paper* 150 gr
Teknis Cetak : Separasi

4.1.2. Media Pendukung

Media pendukung ini terdiri dari poster, baliho, brosur, spanduk, x-banner, iklan majalah, tiket acara, ambient dan *merchandise* berupa stiker, tas tangan dan buku panduan mini.

Media pendukung ini digunakan untuk melengkapi dan menunjang media utama agar dapat menginformasikan materi pesan lebih gencar kepada khalayak sasaran.

- **Poster**



Gambar 4.2. Varian Poster

Poster dapat diaplikasikan pada panel, dinding, kaca jendela maupun papan pengumuman universitas sebagai tempat yang paling sering dilihat oleh mahasiswa. Poster dibuat kedalam 5 bentuk varian.

Ukuran : 50x70 cm
Material : Kertas Albatros Laminasi *Glossy*
Teknis Cetak : Separasi

- **Baliho**



Gambar 4.3. Varian Baliho

Media baliho sangat efektif digunakan untuk sosialisasi sebuah acara yang sifatnya terbatas, seperti acara seminar, *talk show*, pameran dan yang lainnya. Media ini dapat diaplikasikan langsung di tempat khalayak sasaran berada seperti di depan universitas ataupun kantor, sehingga untuk penyampaian informasinya langsung dan tepat sasaran. Baliho dibuat ke dalam 2 bentuk varian.

Ukuran : 5x7 m
Material : Kertas Front Lite 340 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **Brosur**



Gambar 4.4. Varian Brosur

Brosur merupakan media yang secara langsung dapat diberikan kepada khalayak sasaran dengan cara disebarkan di depan universitas. Brosur dibuat ke dalam 3 bentuk varian.

Ukuran : 15x21cm
Material : Kertas *Art paper* 150 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **Spanduk**



Gambar 4.5. Varian Spanduk

Spanduk merupakan media yang efektif karena ukurannya yang besar dan dapat dipasang di depan pintu masuk pusat

perbelanjaan maupun di rute jalan-jalan menuju universitas khalayak sasaran. Spanduk dibuat ke dalam 2 bentuk varian.

Ukuran : 2x0,5 m
Material : Kertas Front Lite 340 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **X-Banner**



Gambar 4.6. Varian X-Banner

X-Banner dapat ditempatkan di depan tempat acara, ataupun di tempat pembelian tiket acara. X-Banner dibuat ke dalam 2 bentuk varian.

Ukuran : 63x120cm
Material : Kertas Front Lite 340 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **Iklan Majalah**



Gambar 4.7. Iklan Majalah

Iklan majalah dibuat ke dalam 1 varian saja karena waktu terbit majalah yang hanya sebulan sekali.

Ukuran : 18x23cm
Material : Kertas Art paper 150 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **Tiket Acara**

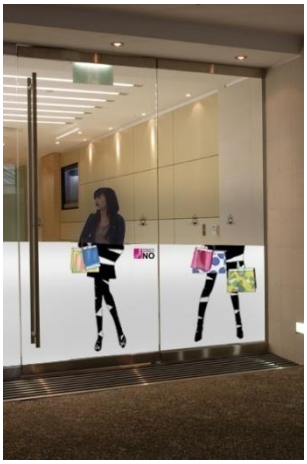


Gambar 4.8. Tiket Acara

Tiket acara merupakan media yang sangat penting untuk jalannya sebuah acara yang sifatnya terbatas. Untuk mencegah banyaknya orang yang datang dan bukan merupakan khalayak sasaran.

Ukuran : 6x15 cm
Material : Kertas Art paper 150 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **Ambient**



Gambar 4.9. Media Ambient

Ambient merupakan media tidak berstruktur dan mengambil objek yang telah ada di lingkungan sekitar untuk kemudian diterapkan pada objek tersebut untuk menyampaikan pesan. Media ambient kampanye ini diterapkan pada dinding kaca sebuah toko atau mall.

Ukuran : Disesuaikan
Material : Stiker Glossy
Teknis Cetak : Separasi

- ***Merchandise* Tas**



Gambar 4.10. Tas Tangan

Tas tangan ini merupakan merchandise yang diberikan setelah khalayak sasaran membeli tiket. *Merchandise* diberikan untuk menyenangkan khalayak sasaran atas partisipasinya terhadap acara ini. Tas tangan ini dibuat berukuran kecil dengan maksud agar para khalayak sasaran dapat mengurangi berbelanja barang-barang yang tidak bermanfaat bagi diri mereka.

Ukuran : 12x15 cm
Material : Kertas Art paper 260 gr
Teknis Cetak : Separasi

- **Stiker**



Gambar 4.11. Stiker

Media stiker yang berisi pesan berupa gambar atau tulisan dan dapat ditempel dimana saja. Seperti di kaca mobil, di *folder* buku, maupun di kaca jendela rumah.

Ukuran : 5x9,5 cm
Material : Stiker Glossy
Teknis Cetak : Separasi

- **Buku Panduan Mini**



Gambar 4.12. Buku Panduan Mini

Buku panduan mini juga merupakan satu rangkaian *merchandise* yang dibagikan setelah khalayak sasaran membeli tiket. Buku ini memuat informasi dan tips serta note yang berguna untuk mencatat apapun, seperti *budget* belanja, jumlah uang simpanan, pengeluaran uang bulanan dan yang lainnya.

Ukuran : 10x10 cm
Material : Kertas Art paper 150 dan 260 gr
Teknis Cetak : Separasi

DAFTAR PUSTAKA

Canfield, J., Hansen, M, V., Peluso, T. (2009). *Chicken Soup for the Shopper's Soul.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Masniari, A. (2008). *Miss Jinjing : Belanja Sampai Mati.* Jakarta: GagasMedia.

Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Siregar, R. (2010, Juni). Shopping Disorders, *Majalah Gogirl*, hlm. 78.

Albani, M. (2009). *Muslimah Shopaholic*. Diakses pada 13 Juli 2010 dari w.w.w: /http://akhialbani.wordpress.com/2009/06/01/muslimah-shopaholic/

Dewi, K, P. (2009). *Shopaholic*. Diakses pada 13 Juli 2010 dari w.w.w: /http://siiordinary.blogspot.com/2009/12/shopaholic.html

Erma. (2010). *5 Gejala Shopaholic*. Diakses pada 13 Juli 2010 dari w.w.w: /http://female.kompas.com/read/xml/2010/02/23/09345986/5.gejala.shopaholic

Mardhotillah, B. (2009). *It's All About Shopaholic (dari buku 'Tips Cerdas untuk si penyuka belanja' by: Indari Mastuti).* Diakses pada 13 Juli 2010 dari w.w.w: /http://mardhotillah-islamic-deepfeeling.blogspot.com/2009/05/its-all-about-shopaholic-dari-buku-tips.html

Rizka. (2007). *Apakah Anda Shopaholic ?.* Diakses pada 10 September 2009 dari w.w.w: /http:perspektif.net/article/article.php?article_id=578.html

LAMPIRAN

Nama : Mitha Dwi

Usia : 20 tahun

KUESIONER GEJALA SHOPAHOLIC DI KALANGAN MAHASISWI

1). Berapa besar uang per bulan yang diberikan oleh orang tua (diluar biaya kost)?

a. 200.000-400.000
b. 500.000-700.000
c. 800.000-1.000.000
d. > 1.000.000

2). Berapa besar biaya untuk menyewa kamar kost perbulannya?

a. 200.000-400.000
b. 500.000-700.000
c. 800.000-1.000.000
d. > 1.000.000

3). Berapa besar pengeluaran untuk membeli kebutuhan pokok per bulannya?

a. 100.000-200.000
b. 200.000-300.000
c. 300.000-400.000
d. > 400.000

No	Dimensi Positif	P	TP	Dimensi Tidak Positif
4	Berbelanja lebih dari 2x per bulan.	✓		Berbelanja tidak lebih dari 2x per bulan.
5	Uang saku kurang setiap bulannya.		✓	Uang saku cukup setiap bulannya.
6	Lebih memilih berbelanja apabila memiliki uang lebih.	✓		Tidak memilih berbelanja apabila memiliki uang lebih.
7	Mengatasi kejenuhan akan tugas dengan berbelanja untuk *refreshing*.	✓		Tidak mengatasi kejenuhan akan tugas dengan berbelanja.
8	Selalu membeli barang ber-merk terkenal.		✓	Tidak selalu membeli barang ber-merk terkenal.
9	Senang membeli barang yang sejenis hingga banyak jumlahnya dan terus dilakukan walaupun barang yang lama masih dapat dipakai.	✓		Tidak senang membeli barang yang sejenis hingga banyak jumlahnya dan terus dilakukan walaupun barang yang lama masih dapat dipakai.
10	Tertarik dengan promosi produk-produk baru, diskon maupun *sale* saat berbelanja.		✓	Tidak tertarik dengan promosi produk-produk baru, diskon maupun *sale* saat berbelanja.

LOGO

Saya Bukan SHOPAHOLIC

I am not a shopaholic

LOGO

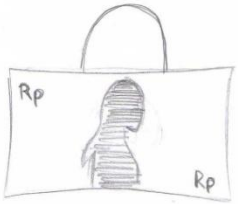
1. 

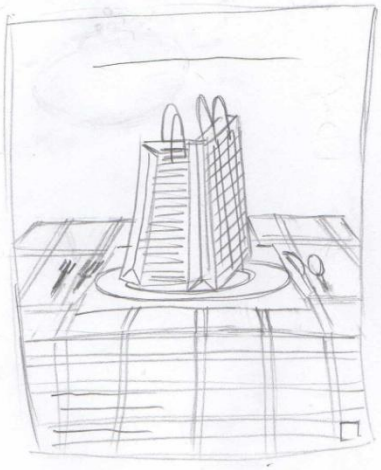
2. 

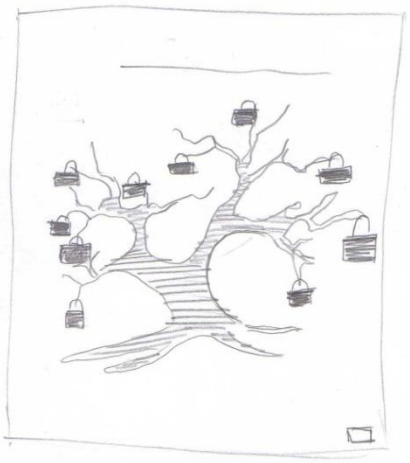
3. 

4. 

5. 

6. 













Logo

Apakah Belanja Berlebihan Sudah Menjadi Kebiasaanmu ?





Apakah anda punya kebiasaan belanja berlebihan?

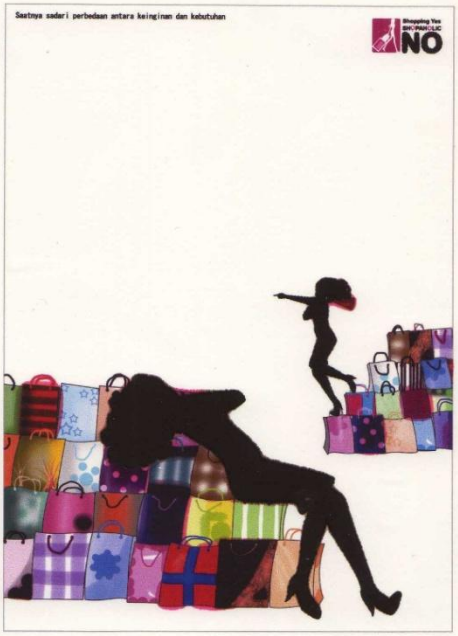
Datang dan ikuti acara bedah buku :

"Miss Jinjing : Belanja Sampai Mati" dari Amelia Masniari.

Logo

MEDIA POSTER









LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	11 - 03 - 2010	-. Klarifikasi penulisan Masalah -. Strategi Perancangan -. Kriteria		
	19 - 03 - 2010	-. Identifikasi masalah -. Menetapkan tujuan perancangan -. Metode penelitian.		
	1 - 04 - 2010	-. Materi presentasi prasidang -. Strategi perancangan & media.		
	3 - 04 - 2010	-. Klarifikasi Identifikasi Masalah -. Fokus permasalahan, Pembatasan Masalah		
	12 - 04 - 2010	-. Klarifikasi materi pra sidang		

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	07 MEI 2010	- Evaluasi Instrumen Penelitian - Evaluasi pembatasan masalah		
	27 MEI 2010	- Panduan penyebaran kuesioner - Urutan pelaksanaan kampanye - Penyesuaian pembatasan masalah & kuesioner.		
	8 JUNI 2010	-. Tagline. -. Penentuan sikap terhadap objek yang diteliti.		
	17 JUNI 2010	-. Analisis hasil penyebaran kuesioner • selalu ada korelasi penelitian dgn desain yg dibuat.		

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	24 JUNI 2010	-. Evaluasi desain visual dalam kaitan dengan konsep / filosofi yang mendasari keputusan desain. • Obyek yang ditampilkan. • Proporsi • Komposisi bentuk dan warna. • Pilihan Tipografi • Tagline		
	7 JULI 2010	Materi presentasi sidang akhir		