BAB IV
MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1. Media

Media utama yang dipakai adalah poster dengan ukuran 40 x 60 cm dengan 4 desain yang berbeda. Sedangan media pendukungnya antara lain :

a. Media luar ruang

- **Billboard**

  Billboard dipasang ditempat yang strategis yang sering dilalui oleh target audiens. Diutamakan di dekat lampu lalu lintas atau daerah kemacetan.

- ***Neon box***

  Dipasang di jalan – jalan protokol yang sering dilewati target audiens.

- **Hanging banner**

  Ukuran yang cukup besar memungkinkan dapat menarik perhatian yang cukup besar pula. Akan di pasang di apotek – apotek Kimia Farma.

b. Media dalam ruang

- **X banner**

  Dapat dilihat dan dibaca dalam waktu yang lama. Dapat memuat informasi yang cukup. Diletakan di hotel, restoran, kafe, dan apotek - apotek Kimia Farma.

- **Leaflet**

  Dapat memuat informasi yang lebih banyak dan awet karena dapat dijadikan koleksi dan dibaca dalam waktu yang lama. Diletakan di hotel, restoran, kafe, dan apotek Kimia Farma.

- ***Flag chain***

  Akan dipasang di Apotek – apotek Kimia Farma dan supermarket – supermarket yang menjual Purence.

- ***Wobler***

  Dipasang di mesin kasir atau rak tempat penyimpanan Purence di apotek – apotek Kimia Farma dan supermarket – supermarket yang menjual Purence.

- ***Tent card***

  Dipasang berdiri di atas meja dan dicetak dua sisi di meja restoran dan kafe – kafe distributor.

- ***Door hanger***

  Media yang spesifik dengan hotel. Diaplikasikan di hotel – hotel yang menjadi distributor Purence.

- ***Shelftalker***

  Digantung di rak – rak penjualan Purence di apotek Kimia Farma dan supermarket – supermarket distributor.

- ***Floor display***

  Digunakan untuk mendisplay produk seagai daya tarik agar konsumen melihat, tertarik, dan akhirnya membeli produk. Diletakan diutamakan di Kimia Farma dan supermarket – supermarket distributor Purence.

c. Print ad

- **Majalah**

  Awet dan tahan lama , bisa disimpan, sehingga dapat dilihat dalam jangka waktu yang lama. Jangkauannya pun terhitung luas. Akan dipasang terutama di majalah yang bersifat hiburan seperti majalah film Cinemags & Movie Monthly. Karena film sekarang ini sudah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat dari kalangan menengah keatas.

- **Tabloid**

  Awet dan tahan lama , bisa disimpan, sehingga dapat dilihat dalam jangka waktu yang lama. Jangkauannya pun terhitung luas. Akan dipasang terutama di tabloid yang memuat tentang kesehatan dan kecantikan seperti tabloid Nova.

d. Internet

- ***Web banner***

  Berisi pesan yang singkat namun ketika di klik akan masuk ke halaman situs kampanye. Dipasang di situs jejaring sosial *facebook*.

e. Flyer

Dapat memuat informasi yang cukup jelas dan dapat dibaca dalam waktu yang lama. Disebar di tempat bersamaan saat floor display dipasang, seperti di Kimia Farma, hotel, restoran, kafe, dan supermarket – supermarket distributor Purence.

f. Ambient media

Ambient media berupa *elevator*, *floor sign*, dan *trolley*. Dipasang disetiap hotel, restoran, kafe, dan supermarket – supermarket distributor.

g. Gimmick

Media penunjang yang lebih interaktif langsung dengan target audiens yang sekaligus sebagai pengingat kapanpun dan dimanapun target audiens berada. Media gimmick berupa jam dinding, kalender, gelas, *fridge magnet* (magnet kulkas), dan *mouse pad* yang penyebarannya dilakukan saat tahap akhir kampanye.

h. Transport ad

- **Mobile ad**

  Dipasang pada kendaraan roda empat seperti mobil boks dan mobil travel.

4.2. Teknis Produksi

a. Poster

Poster dengan ukuran 40 x 60 cm (vertical) menggunakan 4 desain yang berbeda. Materialnya menggunakan *glossy photo paper* dengan teknis produksi cetak separasi.



gambar 4.1 poster

b. Billboard

Billboard dengan ukuran 400 x 600 cm menggunakan material *frontlite* dengan teknis *digital printing* karena perlu cetakan yang tahan air dan panas karena media berada diluar ruang.



gambar 4.2 Billboard

c. Neon box

Billboard dengan ukuran 70 x 150 cm menggunakan material *frontlite* dengan teknis *digital printing* dengan tambahan besi penyangga, fiber transparan, dan lampu neon.



gambar 4.3 Neon box

d. Hanging banner

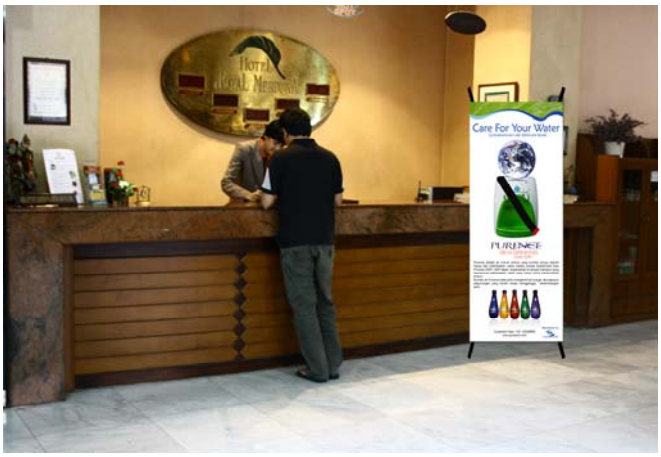
Hanging banner dengan ukuran 200 x 150 cm menggunakan material *frontlite* dengan teknis *digital printing*.



gambar 4.4 hanging banner

e. X banner

Ukuran 60 x 160 cm menggunakan material *frontlite* dengan teknis *digital printing*.



gambar 4.5 X banner

f. Leaflet

Ukuran 16 x 45 cm yang dilipat menjadi 3 bagian, menggunakan material *art paper* 120 gr dengan teknis cetak sparasi.



gambar 4.6 Leaflet

g. Flagchain

Ukuran 16 x 21 cm yang dipasang sebanyak dua buah visual langsung, dirangkai pada seutas tali. Menggunakan material *art paper* dengan teknis cetak sparasi.



gambar 4.7 Flagchain

h. Wobler

Ukuran 15 x 10 cm yang menggunakan material *art paper* dengan teknis cetak sparasi.



gambar 4.8 Wobler

i. Tent card

Ukuran 12 x 22 cm yang dilipat menjadi dua bagian dan satu bagian lain sebagai tambahan untuk penyangga. Menggunakan material *art paper* dengan teknis cetak sparasi.



gambar 4.9 Tent card

j. Door hanger

Ukuran 11 x 24 cm. Menggunakan material *art paper* dengan teknis cetak sparasi di kedua sisinya.



gambar 4.10 Door hanger

k. Shelf talker

Ukuran total 30 x 30 cm. Menggunakan material *art paper* dengan teknis cetak sparasi.



gambar 4.11 Shelf talker

l. Floor display

Ukuran panjang x lebar x tinggi adalah 60 x 40 x 160 cm.



gambar 4.12 Floor display

m. Majalah

Print ad majalah dengan ukuran total 21 x 28,5 cm. Menggunakan material *art paper* 150 gr dengan teknis *digital printing*.



gambar 4.13 Majalah

n. Tabloid

Print ad tabloid dengan ukuran total 21 x 27 cm. Menggunakan material kertas koran dengan teknis offset.



gambar 4.14 Tabloid

o. *Web banner*

Ukuran 498 x 356 pixels 72 dpi.



gambar 4.15 Web

p. Flyer

Berukuran 10 x 20,5 cm menggunakan material *art paper* 120 gr dengan teknis cetak sparasi.



gambar 4.16 Flyer

q. Mobile ad

Berukuran 70 x 120 cm untuk mobil travel dan mobil boks menggunakan material stiker vinil dengan teknis *digital printing*.





gambar 4.17 Mobil ad

r. Ambient media

Floor sign berukuran 29 x 20 cm, *elevator* berukuran 100 x 200 cm, dan *trolley* berukuran 35 x 30 cm. Dengan menggunakan material stiker vinil dengan teknis *digital printing*.







gambar 4.18 Ambient media

s. Gimmick

Gimmick berupa Jam dinding berukuran diameter 30 x 30 cm material *art paper* dengan teknis cetak sparasi, ditambahkan dengan material seperti jarum jam dan kaca transparan. Kalender dinding sebanyak enam lembar berukuran 40 x 60 cm material *art paper* teknis cetak sparasi. Gelas berukuran 4 x 10 cm, *Fridge magnet* (magnet kulkas) berukuran 6 x 10 cm. *Mouse pad* berukuran 17,5 x 12,5 cm menggunakan material stiker vinil dan teknis *digital printing*.



gambar 4.19 Gimmick

DAFTAR PUSTAKA

Buku – buku :

Ahmad, Fandi. (2009). Rancangan Media Informasi Manfaat Buah Pare Gajih Untuk Kesehatan Tubuh Manusia. Bandung : Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia.

Triadi, Dendy & Bharata, Adi Sukma. (2010). Ayo Bikin Iklan ! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Venus, Antar. (2004). Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Artikel :

Kartika., Diah., & Riska. (2008, 28 April – 11 Mei). Cegah Dehidrasi dan Kulit Keriput dengan Konsumsi Air Embun. Info Kecantikan, 16, 3 – 4.

(2006, Oktober). Cinemags : Air Minum Embun Purence, 87, 62 – 63.

Website :

Al Hamzah, Zacky. 2009 (27 Juli). Budhi Haryanto : Indonesia Produsen Pertama Air Minum Embun Dalam Botol. Tersedia di : www.republikaonline.com [18 November 2009]

Eka Pramudya, Windy. (2009). Minum Air Embun. Tersedia di : www.pronline.com [06 Oktober 2009]

Hartono, Toto. 2007 (16 Januari). Corporate Social Responsibility Sebagai Marketing Strategy. Tersedia di : www.hotelierindonesia.com [21 Juli 2010]

Ita. (2008). Krisis Air Bersih Mengancam Indonesia. Tersedia di : www.berani.com [5 Mei 2010]

Mariyah, Siti. 2003 (23 Oktober). Kondisi Air Minum Indonesia Memprihatinkan. Tersedia di : www.tempointeraktif.com [11 April 2010]

Rif. 2009 (26 April). Purence, Air Minum Dari Embun. Tersedia di : www.beritakota.com [06 Oktober 2009]

Sakkirang, Eki. 2009 (22 April). Minum Purence Menjaga Vitalitas Tubuh. Tersedia di : www.tribun-timur.com [06 Oktober 2009]

Sihite, Victor. (2009). Peringatan Hari Air Dunia 2010. Tersedia di : www.perpamsi.com [17 Juni 2010]

Syaifullah, Muh. 2007 (30 Oktober). 1,9 Miliar Warga Dunia Akan Alami Krisis Air. Tersedia di : www.tempointeraktif.com [23 Mei 2010]

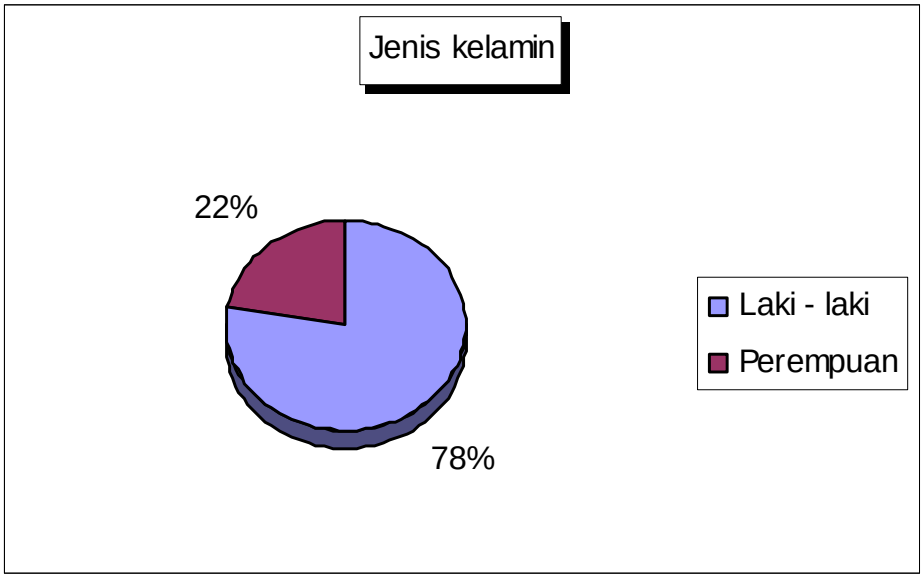
2010 (27 januari). www.facebook\PurenceDew -The Extraordinary Water.com [16 Maret 2010]

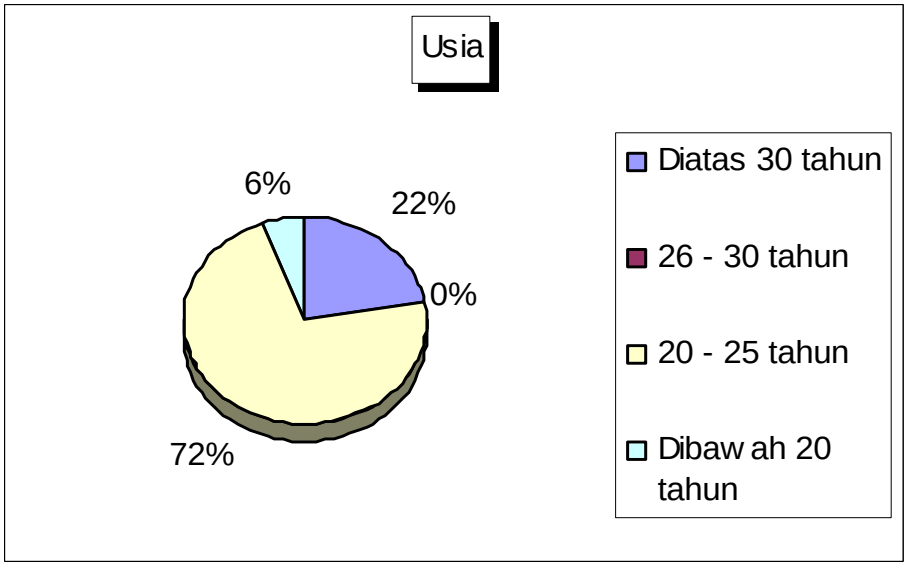
2006 (21 April). Pemanasan Global Tema Hari Bumi Tahun Ini. Tersedia di : www.wwf.or.id [26 Mei 2010]

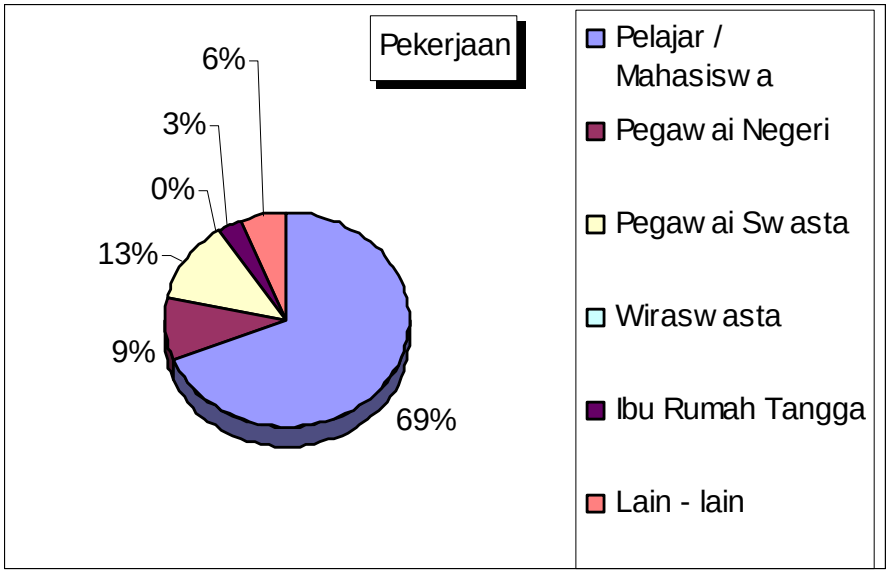
2010 (24 Juni). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Tersedia di : www.Wikipedia.com [21 Juli 2010]

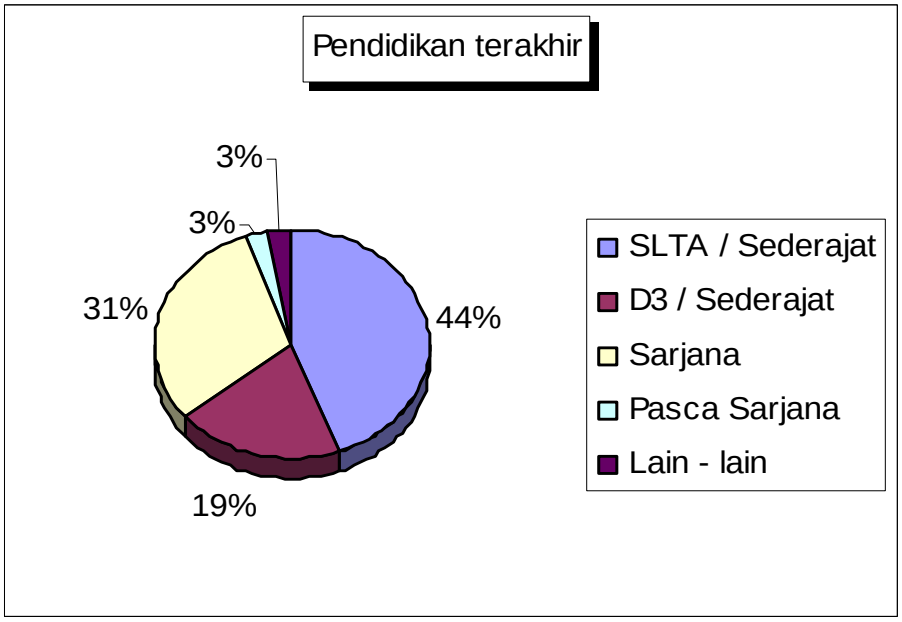
LAMPIRAN

Hasil Questionaire Data Pribadi Dari 36 Responden

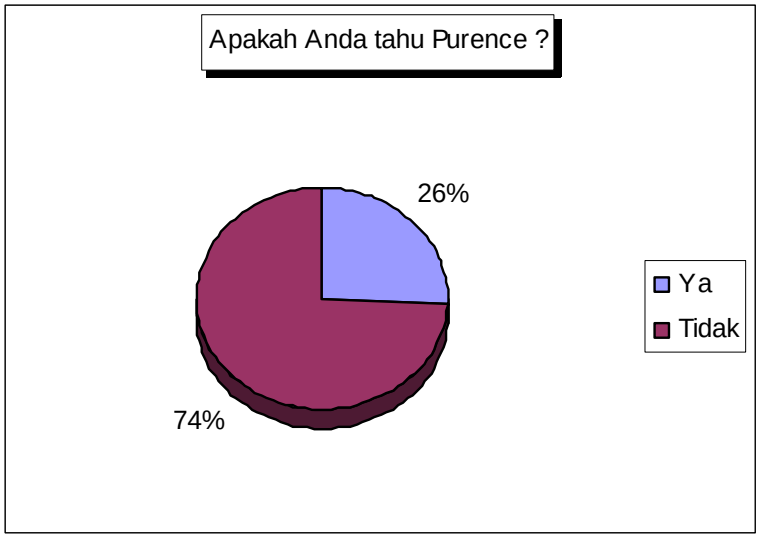


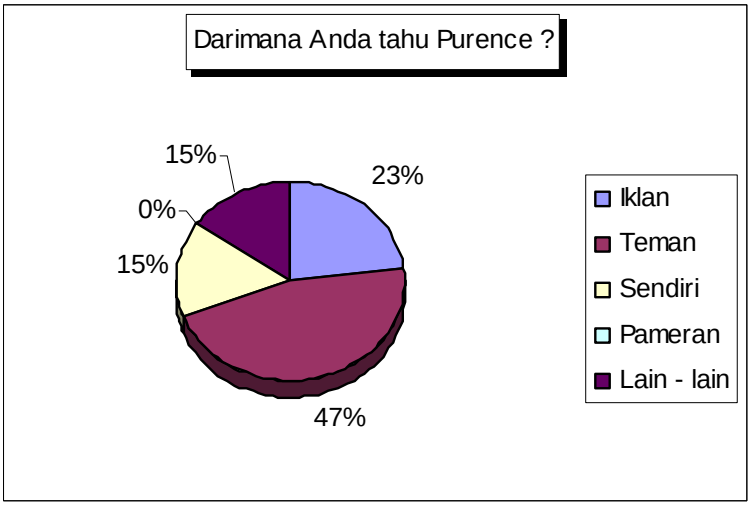


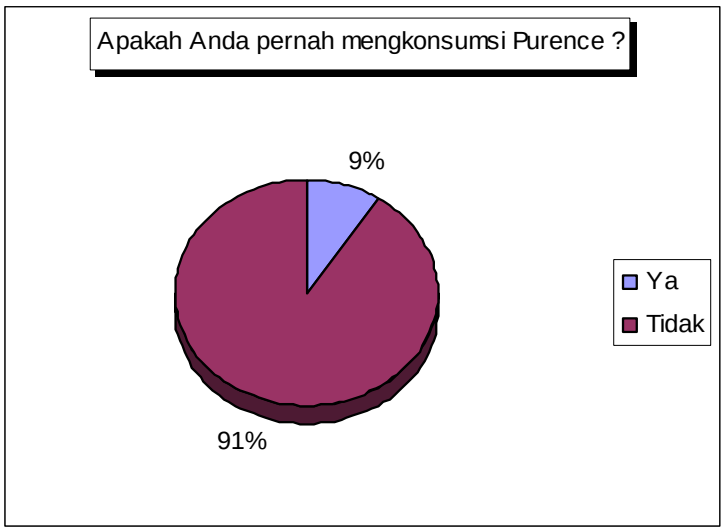

Pekerjaan
6%
3%
0%
13%
9%
69%
Pelajar / Mahasiswa
Pegawai Negeri
Pegawai Swasta
Wiraswasta
Ibu Rumah Tangga
Lain - lain

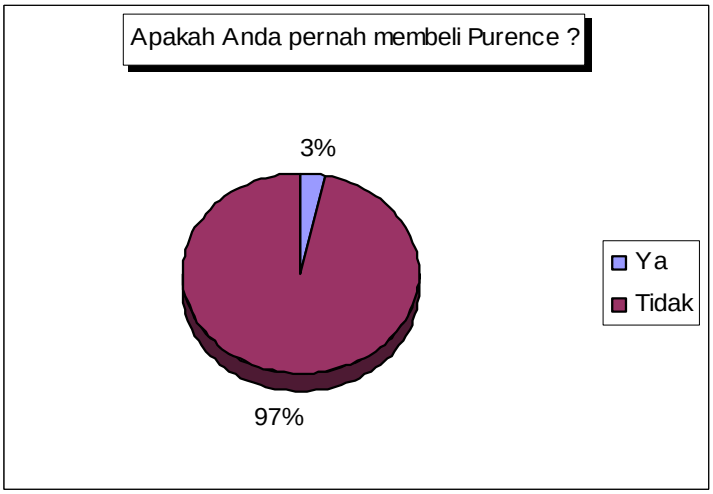

Pendidikan terakhir
3%
3%
31%
44%
19%
SLTA / Sederajat
D3 / Sederajat
Sarjana
Pasca Sarjana
Lain - lain

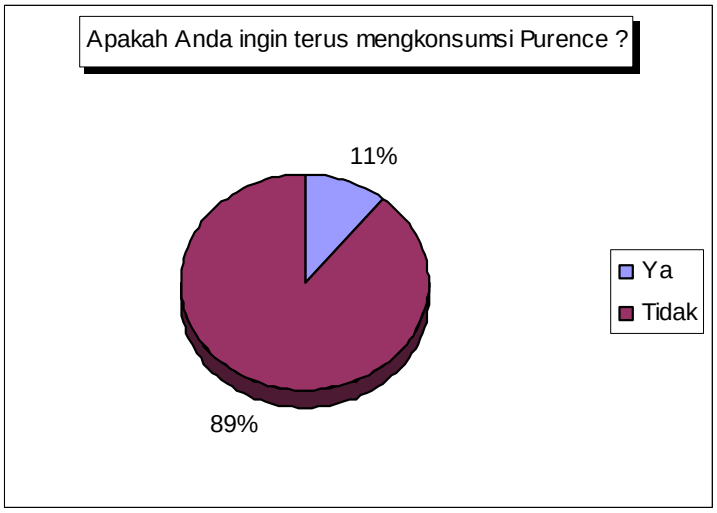
Hasil Questionaire Data Penelitian Dari 36 Responden



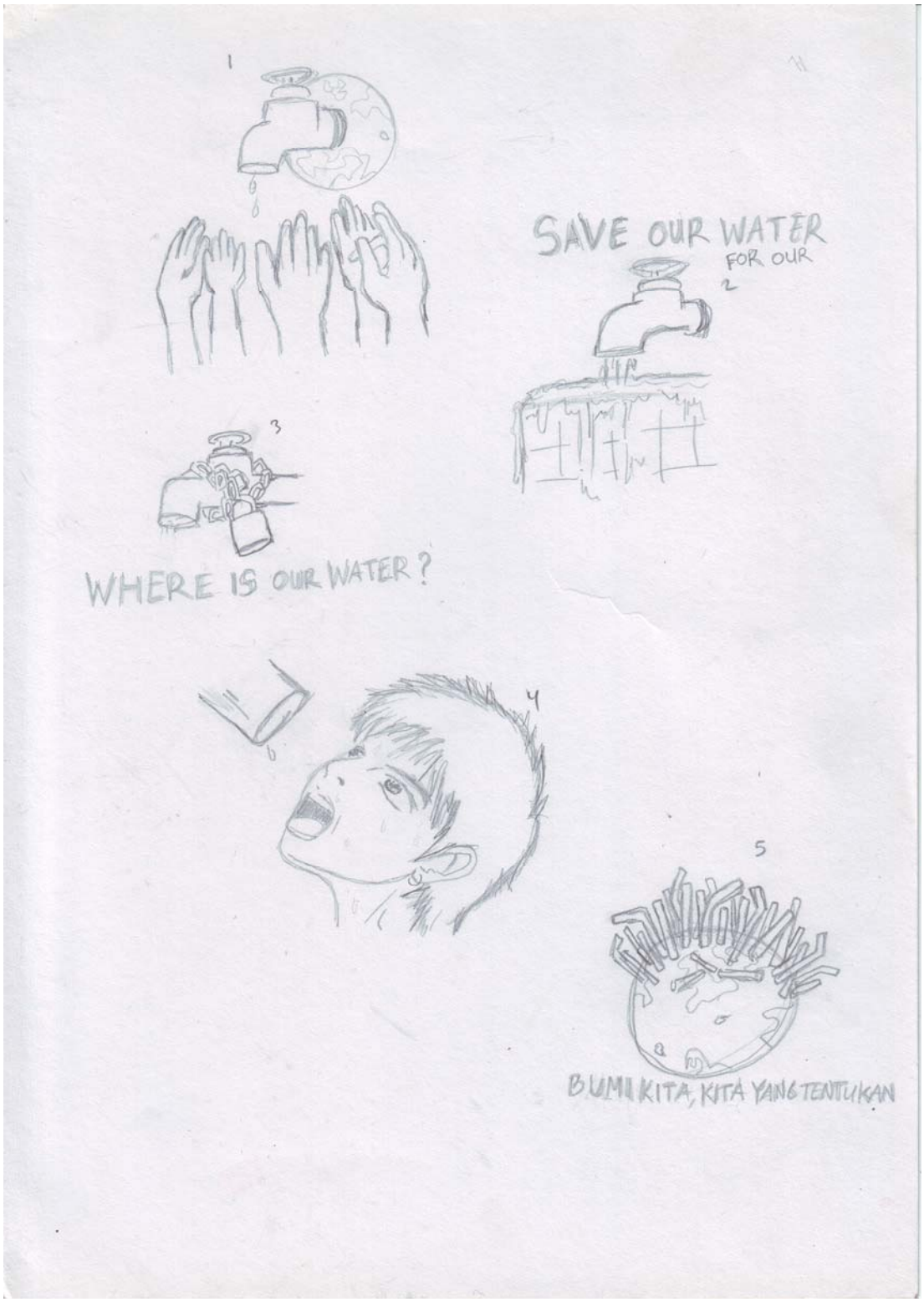


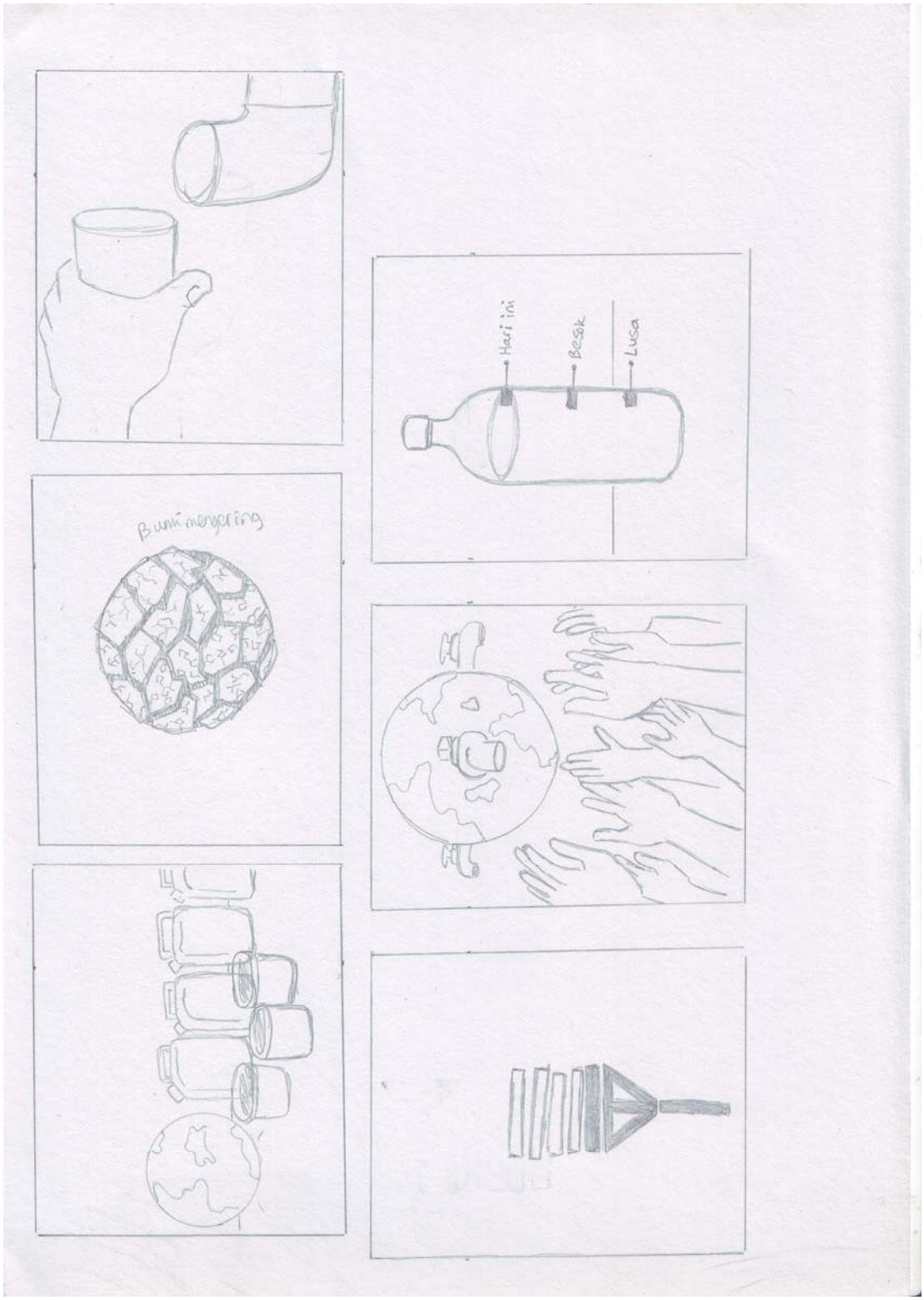

Apakah Anda pernah mengkonsumsi Purence ?
9%
91%
Ya
Tidak

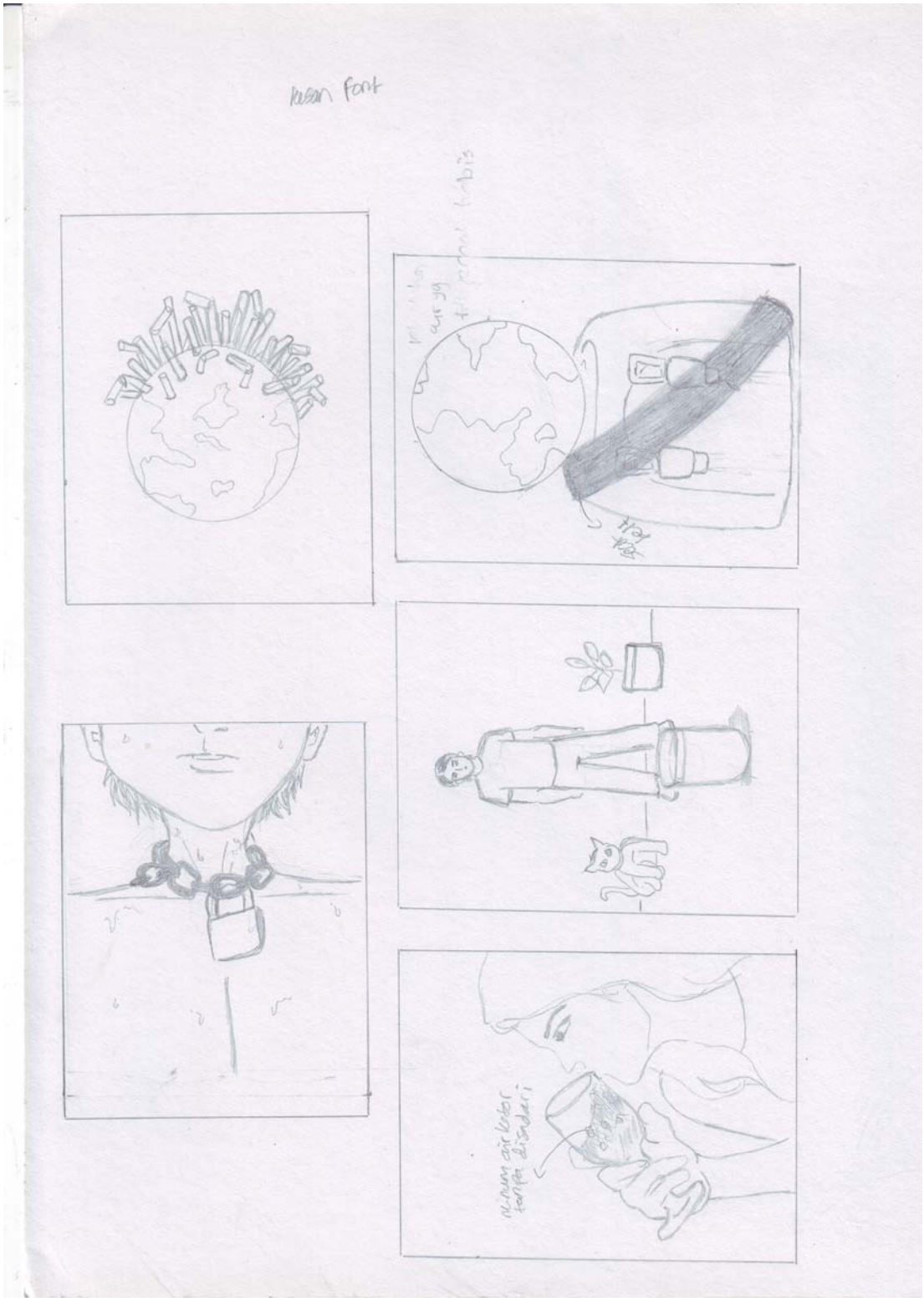

Apakah Anda pernah membeli Purence ?
3%
97%
Ya
Tidak


Apakah Anda ingin terus mengkonsumsi Purence ?
11%
89%
Ya
Tidak

Sketsa


1
SAVE OUR WATER
FOR OUR
2
3
WHERE IS OUR WATER ?
4
5
BUMI KITA, KITA YANG TENTUKAN


Hari ini
Besok
Lusa
Bumi mengering


kusan font

Lembar Bimbingan Mata Kuliah Tugas Akhir/Skripsi

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

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	6/03-2010	Mencoba mencari permasalahan dari product knowledge		
		Pesan — USP — ESP — Benefit — Advantage ↓ Promo Awareness → iklan		
	12/04-2010	Aplikasi di Poreka, farma & distributor produk		

21

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

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	9/06-2010	Visual bersama global warming. Tagline: Lebih pahami global warming.		
	12/06-2010	Tema visual : Global warming. Tentang air !		
	23/06-2010	Font Headline diganti. Layout emboss diperbaiki. Body copy lebih di-sambungkan dgn visual		
	26/06-2010	Intensitas warna kurangi. Produk kecilkan Layout dan dgn terlalu besar.		

Porto folio Karya : Poster 1 - 4



There Is Still Time To Act

GUNAKANLAH AIR DENGAN BIJAK





Manufactured by :

PT. ETERNAL WATER INDONESIA

PURENCE

DEW DRINKING WATER

Purence adalah air minum embun yang sumber airnya diambil hanya dari ke lembaban udara melalui proses Systemized Dew Process (SDP). SDP dapat di operasikan di tempat manapun yang mempunyai kelembaban udara yang cukup untuk memproduksi embun.
Sumber air Purence tidak perlu mengambil air sungai, laut ataupun pegunungan yang berarti tanpa mengganggu keseimbangan alam.



Bisa didapatkan di :

kimia farma

Total BUAH SEGAR

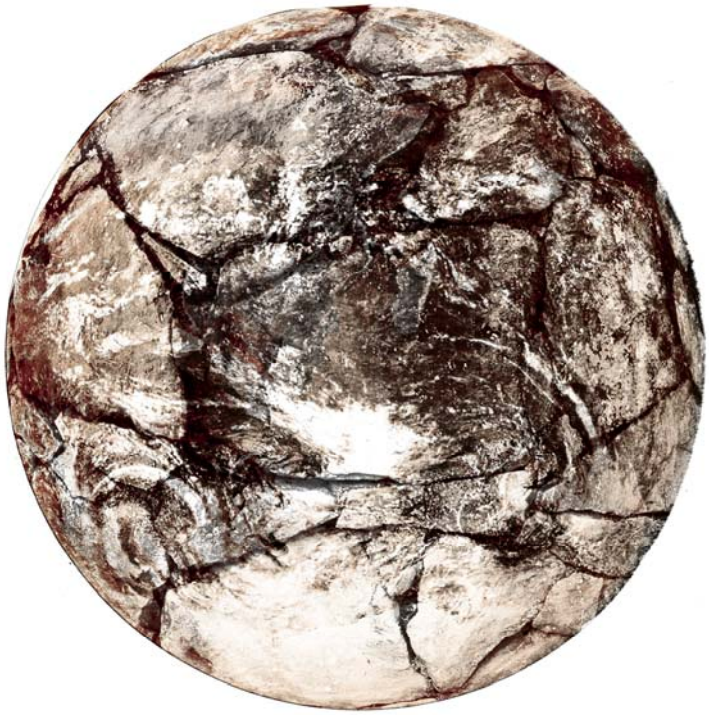
Kem Chicks Lifestyle Market

inul VIZTA Family KTV

ampm

There Is Still Time To Act

GUNAKANLAH AIR DENGAN BIJAK



Manufactured by :

PURENCE

DEW DRINKING WATER

Purence adalah air minum embun yang sumber airnya diambil hanya dari ke lembaban udara melalui proses Systemized Dew Process (SDP). SDP dapat di operasikan di tempat manapun yang mempunyai kelembaban udara yang cukup untuk memproduksi embun.
Sumber air Purence tidak perlu mengambil air sungai, laut ataupun pegunungan yang berarti tanpa mengganggu keseimbangan alam.



Bisa didapatkan di :

kimia farma · Total Buah Segar · Kem Chicks Lifestyle Market · inul Vizta Family KTV · ampm

Care For Your Water

GUNAKANLAH AIR DENGAN BIJAK



Manufactured by :

PURENCE

DEW DRINKING WATER

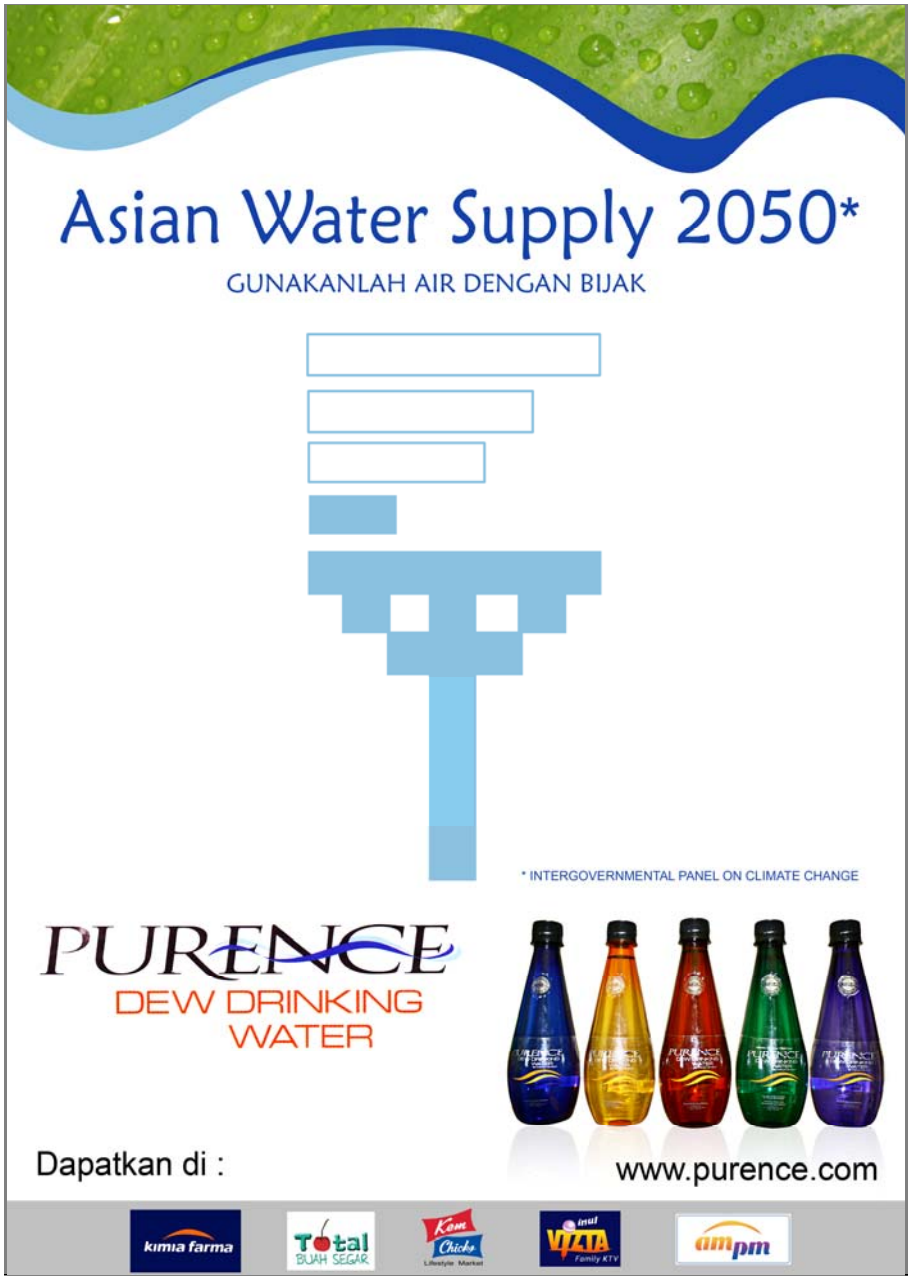
Purence adalah air minum embun yang sumber airnya diambil hanya dari ke lembaban udara melalui proses Systemized Dew Process (SDP). SDP dapat di operasikan di tempat manapun yang mempunyai kelembaban udara yang cukup untuk memproduksi embun.
Sumber air Purence tidak perlu mengambil air sungai, laut ataupun pegunungan yang berarti tanpa mengganggu keseimbangan alam.



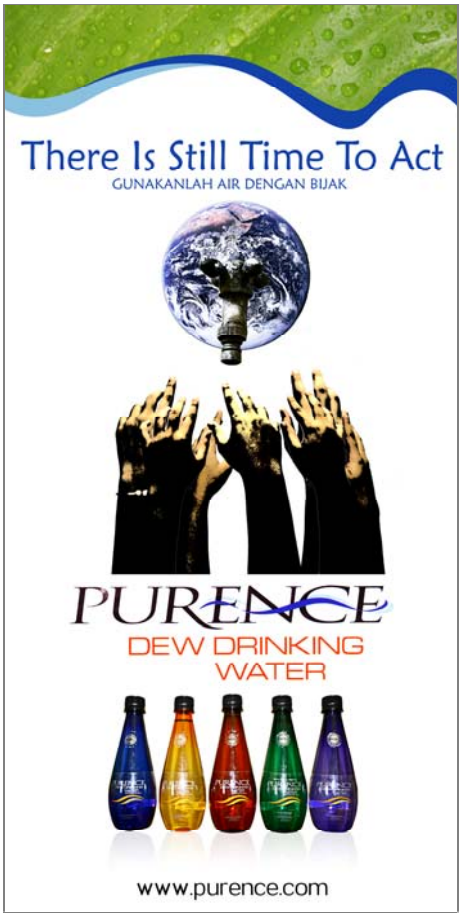
Bisa didapatkan di :

kimia farma · Total Buah Segar · Kem Chicks Lifestyle Market · inul Vizta Family KTV · ampm

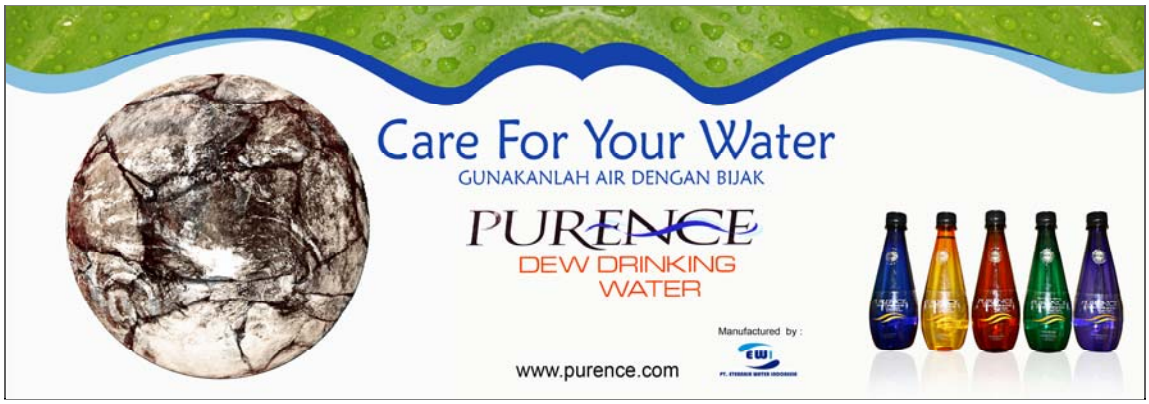
Billboard


Asian Water Supply 2050*
GUNAKANLAH AIR DENGAN BIJAK
* INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE
PURENCE
DEW DRINKING WATER
Dapatkan di :
www.purence.com
kimia farma
Total BUAH SEGAR
Kem Chicks
inul VISTA Family KTV
ampm

Neon box



Hanging banner



X banner



Leaflet



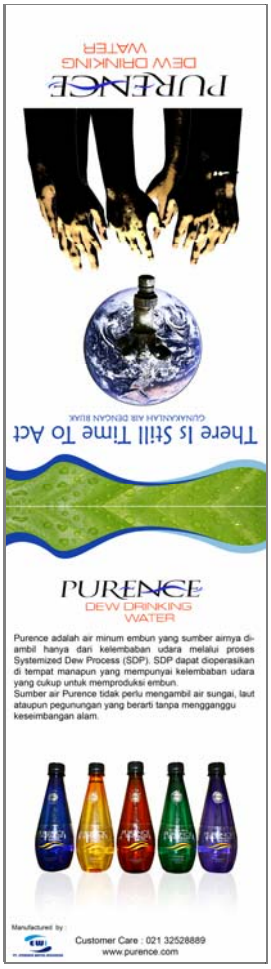
Flag chain



Wobler



Tent card



Door hanger



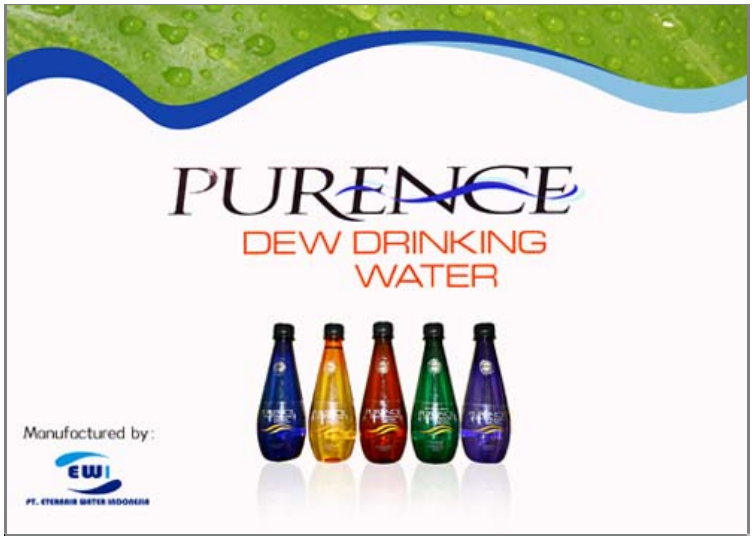
Shelftalker



Floor display



Web banner



Flyer



Mobile ad





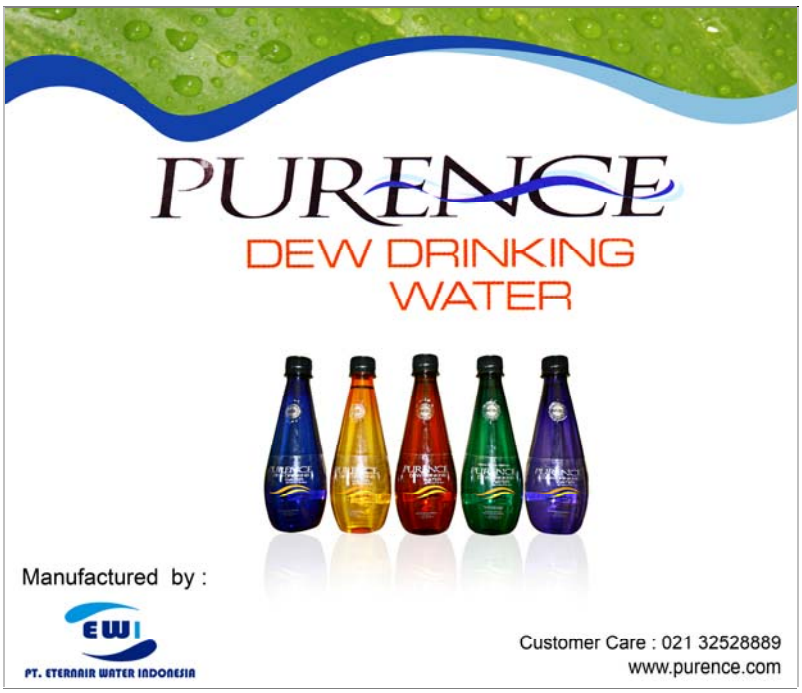
Floor sign



Elevator



Trolley



Media gimmick : Jam dinding, gelas, kalender, *fridge magnet* (magnet kulkas)*, mouse pad.*









