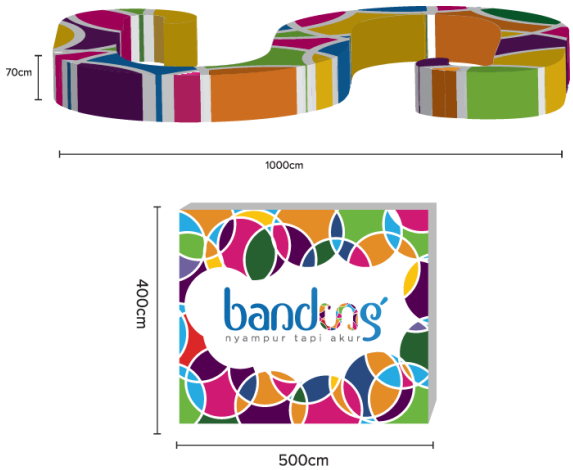
BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1. Media Utama

Dalam media utama, komunikasi *branding* Kota Bandung disampaikan melalui *environment* media berupa gapura, ruang publik, *transit ads*, tempat sampah, dan *pathwalk*.

a. Ruang Publik

Ruang publik ini akan dibangun di daerah Cikapayang karena lokasi yang strategis sebagai lokasi yang banyak dikunjungi masyarakat kota maupun wisatawan. Desain ruang publik ini mengacu pada visualisasi logo yang menyatukan huruf ‘u’ dan ‘n’. Bentuk ‘u’ dan ‘n’ yang disatukan akan direalisasikan menjadi sebuah tempat duduk dengan warna yang berbeda-beda. Dan akan di bangun *spot* untuk berfoto bersama dengan desain logo dan gaya ilustrasi lingkaran warna warni sesuai dengan gaya visual agar dapat mengabadikan kebersamaan masyarakat yang berada di Kota Bandung. Hal ini diharapkan agar Kota Bandung memberikan kenangan tersendiri bagi wisatawan maupun penduduk asli.





Gambar IV.1 Ruang Publik

Bahan: Bahan: Semen, Cat tembok.

Teknis : Disemen .

b. Gapura

Environment berupa gapura akan diletakan di perbatasan Kota Bandung dan setelah gerbang tol yang mengarah ke Kota Bandung. Bentuk gapura merupakan kombinasi dari kesan urban dan tradisional. Kesan kebersamaan, bersahabat dan keberagaman ditonjolkan pada ikon-ikon dan bentuk dari gapura, dari papan dan tiang yang berbentuk angklung. Kombinasi kesan ini ingin mengkomunikasikan bahwa Kota Bandung tetap mempertahankan tradisi walaupun dengan segala pengaruh globalisasi yang ada, sehingga ketika akan memasuki Kota Bandung, para wisatawan dan masyarakat Kota Bandung akan mendapatkan sensasi yang berbeda dari pertama memasuki Kota Bandung.



Gambar IV.2 Gapura

Bahan tiang : Beton dengan rangka besi.

Bahan Papan : Alumunium dengan rangka besi.

Bahan Ilustrasi papan : Cat besi.

c. *Ambient* Media Pada Angkot

Ambient media yang diletakan di angkot ini berbentuk *frame* atau pigura yang diletakan di belakang kaca mobil. Media ini dibuat untuk menunjukan kesan kebersamaan dan kekeluargaan yang dimiliki Kota Bandung. Dengan kata lain semua orang yang berada di Bandung adalah keluarga. Diharapkan dari paradigma ini wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung maupun penduduk asli bisa semakin saling menghargai satu sama lain dan harapan hidup nyaman, teratur dan aman bisa terwujud di Kota Bandung.

Trayek : Kalapa - Dago, Panghegar-Dipatiukur.



Gambar IV.3 *Ambient* Media pada Angkot

Bahan: *3M Reflective Sheet Sticker* atau biasa disebut dengan *schootlite*.

Ukuran : Samping kanan 1m x 0,5m samping kiri 1m x 0,5m belakang 1m x 0,5m.

Teknis: Stiker dengan teknis *pond* (di potong dibeberapa bagian).

d. *Ambient* Media pada Bis Damri

DAMRI memiliki jaringan pelayanan tersebar hampir diseluruh wilayah Republik Indonesia tidak terkecuali di Kota Bandung Bis DAMRI setiap harinya selalu melintasi Kota Bandung dan telah menjadi angkutan umum yang digemari karena perjalanannya cepat juga tidak memiliki kebiasaan seperti angkot.

Trayek: Dipati Ukur - Leuwi Panjang.



Gambar IV.4 Ambient Media pada Damri

Bahan: *3M Reflective Sheet Sticker* atau biasa disebut dengan *schootlite*.

Ukuran : 3m x 1 m.

Teknis: *Cuting Sticker* dengan teknik *pond.*

e. *Ambient* Media pada Pesawat

Pesawat adalah salah satu alat transportasi modern yang banyak digunakan manusia pada saat ini. Dengan berbagai kelebihannya, pesawat menjadi pilihan transportasi manusia yang sangat membutuhkan kecepatan dan ketepatan waktu. *Ambient* media ini akan diletakan pada pesawat dengan tujuan domestik dan mancanegara dengan maskapai Garuda Indonesia.



Gambar IV.5 Ambient Media pada Pesawat

Bahan: *3M Reflective Sheet Sticker* atau biasa disebut dengan *schootlite*.

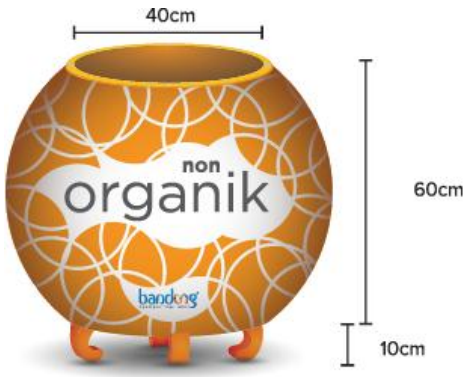
Teknis: *Cuting Sticker* dengan teknik *pond.*

f. Tempat Sampah

Tempat sampah berbentuk bulat dengan kaki-kaki tumpuan yang mengambil dari karakter tradisional. Desain tempat sampah seperti ini diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk menjaga kebersihan lingkungan Kota Bandung. Selain itu juga untuk merubah paradigma tempat sampah yang selalu dijauhi menjadi tempat sampah yang menyenangkan dan bersahabat.



Gambar IV.6 Tempat Sampah



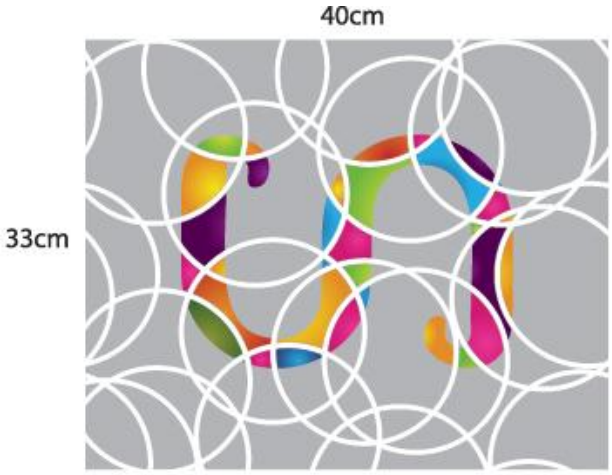
Bahan : Semen, Cat tembok, Fiber.

Teknis : Disemen.

g. Pathwalk



Gambar IV.7 *Pathwalk*



Ukuran Media : 40x 33 cm.

Material : Keramik.

Teknis : Dicetak pabrikasi dengan dekorasi teknik lukis baik lukis *on glaze* (diatas glasir) maupun *under glaze* (dibawah glasir) diterapkan pada benda keramik dengan cara melukis di atas benda keramik yang sudah diglasir maupun sebelum diglasir dengan menggunakan pewarna khusus keramik, dengan penyelesaian akhir dibakar pada temperatur ± 800°C. Teknik dekorasi lukis ini tidak menutup kemungkinan untuk diterapkan pada keramik tradisional, namun bahan pewarna yang digunakan berbeda dengan keramik halus. Bahan pewarna yang dipakai adalah seperti cat paragon, asturo yang tidak dibakar lagi.

IV.2 Media Penunjang

Untuk media penunjang, komunikasi *branding* menitikberatkan dalam visual dan *headline* dengan kata-kata yang bersifat implisit dengan pendekatan personal berupa umbul-umbul, plastik sampah, pembatas jalan, seragam.

a. Pembatas Jalan



Gambar IV.8 Pembatas Jalan

Skala 1:30.

Ukuran Media : 120x 90 cm.

Material : Beton.

Teknis : Dibeton dengan rangka besi.

b. Seragam Olahraga Pemerintahan

Seragam ini merupakan seragam olahraga untuk para Pegawai Negeri Sipil yang bekerja di pemerintahan, seragam ini dibuat agar pemerintah juga ikut berpartisipasi secara langsung dalam proses *branding* Kota Bandung ini.



Gambar IV.9 Seragam Olahraga Pemerintahan

Ukuran Media : S, M, L, XL.
Material : Kaos.
Teknis : Sablon.

c. Seragam Juru Parkir

Seragam ini merupakan seragam untuk para juru parkir yang ada di Kota Bandung, seragam ini dibuat agar proses *branding* ini menyeluruh disemua lapisan masyarakat, berpartisipasi secara langsung dalam proses *branding* Kota Bandung ini.



Gambar IV.10 Seragam Juru Parkir

Ukuran Media : S, M, L, XL

Material : Kain *Dril Japan*

Teknis : Sablon

d. Brosur

Brosur ini berisi informasi potensi Kota Bandung. Mulai dari seni budaya, bangunan bersejarah, museum, taman kota, wisata belanja, wisata kuliner, hiburan malam, dan fasilitas seperti hotel dan di bagian belakang brosur terdapat peta Kota Bandung. Brosur ini akan diletakan di halte-halte, hotel, restoran yang terdapat di Kota Bandung di tol menuju Kota Bandung yang dibagikan secara langsung.

Brosur ini diharapkan dapat memberikan gambaran sebenarnya tentang kondisi Kota Bandung sehingga akan timbul rasa cinta terhadap Kota Bandung dari masyarakatnya sendiri sehingga masyarakat Kota Bandung bisa merasa bangga dan merasa memiliki apa yang dimiliki Kota Bandung. Jika rasa memiliki dan mencintai kota itu sudah tercipta, tidak menutup kemungkinan akan adanya perubahan perilaku yang dilakukan masyarakat Kota Bandung. Hal ini juga dapat berdampak pada wisatawan yang diharapkan dapat menghargai dan menjaga Kota Bandung.



Gambar IV.11 Brosur

Ukuran Media : 42cm x 24cm.

Material : *Artpaper* 260 gr.

Teknis : cetak *offset*.

e. Plastik Sampah

Plastik sampah ini merupakan media penunjang bagi *branding* Kota Bandung. Tujuan dibuatnya plastik sampah ini agar masyarakat Kota Bandung bisa lebih disiplin dalam membuang sampah yang sesuai dengan jenisnya dan harapan masyarakat Kota Bandung yang menginginkan Kota Bandung bersih dan teratur bisa terwujud.



Gambar IV.12 Plastik Sampah

Ukuran Media : 80cm x 60cm.
Material : Plastik.
Teknis : Sablon Plastik.

f. Stiker

Stiker ini merupakan media penunjang yang akan dibagikan di gerbang tol menuju Kota Bandung. Stiker ini dibagikan secara gratis sebagai proses awal pengenalan *branding* Kota Bandung.



Gambar IV.18 Stiker

Ukuran Media : 11,5cm x4,5cm.
Material : Stiker *Cromo Laminasi Glossy*.
Teknis : Cetak *Offset* Sparasi.

g. Umbul-Umbul



Gambar IV.13 Umbul-Umbul

Ukuran Media : 90x400cm.

Material : Flexi Cina.

Teknis : *Print Digital.*