BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1 Media Utama

Media utama adalah media kampanye yang digunakan sejak dalam tahap awareness sampai ke tahap reminding. Media utama yang digunakan adalah poster digital.

IV.1.1 Poster Digital

Poster digital merupakan media utama dari kampanye sosial ini, penyebaran poster digital ini adalah dengan melalui situs jejaring sosial. Hal ini dikarenakan target audiens yang merupakan para remaja pengguna smartphone sering mengakses situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. Format media yang digunakan adalah JPEG dengan resolusi 800 x 1100 pixel.



Gambar IV.1 Varian Poster Digital

IV.2 Media Penunjang

Media penunjang yaitu media kampanye yang digunakan dalam tahap persuasif, dan digunakan saat berlangsungnya acara-acara penyuluhan ke sekolah. Media penunjang yang digunakan yaitu situs web, poster cetak, billboard, iklan majalah, brosur, flyer, x-banner, dan ambience media.

IV.2.1 Situs Web

Situs web yang digunakan sebagai media kampanye yaitu Facebook dan Twitter. Selain sebagai media untuk menyebarkan media utama lainnya yang berupa poster digital, penggunaan situs web adalah sebagai media informasi tentang pentingnya bersosialisasi secara langsung bagi para remaja pengguna smartphone. Kepopuleran situs Facebook dan Twitter diharapkan dapat membantu penyebaran pesan yang ingin disampaikan kampanye ini.



Gambar IV.2 Situs Facebook



Gambar IV.3 Situs Twitter

IV.2.2 Poster Cetak

Poster cetak ditempatkan pada majalah dinding di tiap sekolah. Poster cetak diharapkan dapat menarik perhatian target audiens untuk lebih mengetahui tentang pesan yang ingin disampaikan kampanye sosial ini.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Ukuran : A2 (42 cm x 59,4 cm)
Format : *Portrait*.
Material : Art paper 150 gr.



Gambar IV.4 Poster Cetak

IV.2.3 Billboard

Billboard adalah salah satu media komunikasi dan promosi yang efektif digunakan yang jangkauan sasarannya lebih luas, ukurannya yang besar dan letak yang biasa ditempatkan di ruas-ruas jalan yang banyak dilalui pengendara dan pejalan kaki. Billnoard akan ditempatkan pada ruas-ruas jalan yang menjadi pusat aktivitas pergaulan target audiens seperti jalan-jalan di daerah pertokoan.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : 4 m x 6 m.
Material : Flexi frontlite.



Gambar IV.5 Billboard

IV.2.4 Iklan Majalah

Penggunaan iklan pada majalah sebagai kampanye yaitu untuk menyasar target audiens yang gemar membaca majalah dengan tema yang sesuai dengan minat mereka seperti majalah musik, gaya hidup, ataupun majalah mode. Sehingga diharapkan penyebaran pesan kampanye dapat sampai tepat kepada target audiens.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : Disesuaikan dengan majalah.
Material : Disesuaikan dengan majalah.



Gambar IV.6 Iklan majalah.

IV.2.5 Brosur

Media brosur ditempatkan di restoran cepat saji dan di kafe-kafe tempat target audiens sering berkumpul. Brosur juga dibagikan secara langsung di pusat-pusat perbelanjaan dan juga pada saat acara penyuluhan ke sekolah berlangsung. Penyebaran brosur diharapkan dapat memberi informasi tentang pentingnya bersosialisasi secara langsung bagi target audiens, selain itu akan membuat para target audiens mencari informasi lebih lanjut tentang pesan kampanye yang ingin disampaikan.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : Persegi panjang, dilipat menjadi 6 halaman.
Ukuran : 27 cm x 18 cm.
Material : Art paper 150 gr.



Gambar IV.7 Brosur

IV.2.6 Flyer

Flyer disebarkan di pusat-pusat keramaian, tempat berkumpulnya remaja dan juga saat acara penyuluhan ke sekolah. Flyer digunakan sebagai media penyebar informasi tentang kegiatan kampanye sehingga kampanye dapat diketahui secara luas. Flyer juga sangat efisien dan mudah di dalam penyebarannya

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : 10 cm x 20 cm
Material : Art paper 150 gr.



Gambar IV.8 Varian Flyer

IV.2.7 X-Banner

X-Banner digunakan saat acara penyuluhan berlangsung ke sekolah. X-Banner ditempatkan di tempat strategis yang banyak dilalui target audiens sehingga diharapkan mereka tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pesan kampanye yang ingin disampaikan.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : 60 cm x 160 cm.
Material : Flexi frontlite.



Gambar IV.9 X-Banner

IV.2.8 Ambience Media

Ambience media yaitu media kampanye alternatif dengan menggunakan sesuatu yang unik sebagai alatnya. Dalam kampanye ini ambience media yang digunakan adalah papan basket yang biasa ada di lapangan sekolah. Papan basket ini akan dipasangi stiker visual kampanye. Penggunaan media kampanye ini diharapkan dapat menarik perhatian target audiens untuk kemudian mengingat selalu pesan kampanye yang ingin disampaikan.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Landscape*.
Ukuran : 105 cm x 180 cm.
Material : Stiker.



Gambar IV.10 Ambience Media

IV.3 Gimmick

Gimmick diberikan sebagai media pelengkap kampanye, dan juga sebagai media kampanye dalam tahap reminding. Gimmick bersifat aplikatif dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Gimmick dibagikan langsung kepada target audiens ketika acara penyuluhan berlangsung.

IV.3.1 Pin

Pin digunakan sebagai gimmick karena penggunaannya yang efektif dan fleksibel, mudah digunakan dan dapat ditaruh dimana saja.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : Lingkaran.
Ukuran : Diameter 4,5 cm.
Material : Laminasi dof.



Gambar IV.11 Pin

IV.3.2 Stiker

Pemberian stiker pada target, agar dapat mengingat pesan yang disampaikan. Stiker dapat ditempel dimana saja, sehingga dapat menjadi media pengingat pesan yang efektif.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : 6 cm x 8,5 cm.
Material : Glossy sticker.



Gambar IV.12 Varian Sticker

IV.3.3 SilikonTelepon Seluler

Silikon telepon seluler digunakan sebagai media pengingat, hal ini sesuai dengan tema kampanye sehingga setiap kali target audiens menggunakan *smartphone*-nya, maka mereka akan selalu melihat pesan kampanye ini.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : 8 cm x 13 cm x 2 cm
Material : Silikon.



Gambar IV.13 Silikon telepon Seluler

IV.3.4 Kaos

Kaos merupakan media kampanye yang dipilih, diberikan secara langsung kepada target audiens. Kaos dipilih karena kaos dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari dan dapat digunakan kemana saja.

Teknis produksi : Sablon Separasi.

Ukuran : Diameter 20 cm

Material : Kaos combed cotton.



Gambar IV.14 Kaos

IV.3.5 Mug

Mug dipilih karena kebiasaan target audiens untuk meminum segelas teh, kopi, susu ataupun sekedar air putih. Sehingga diharapkan penggunaan mug dapat selalu mengingatkan target audiens kepada pesan kampanye.

Teknis produksi : *Hot press digital printing*
Ukuran : tinggi 12 cm, diameter 8 cm.
Material : Mug keramik.



Gambar IV.15 Mug

IV.3.6 Jam Weker

Selain digunakan sebagai alat untuk membangunkan tidur oleh target audiens, jam weker juga bisa dijadikan sebagai aksesoris di kamar. Sehingga dapat dilihat setiap hari oleh target audiens.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Ukuran : Diameter 8 cm.
Material : Jam weker plastik.



Gambar IV.16 Jam Weker

IV.3.7 Buku Tulis

Alasan pemilihan buku tulis sebagai gimmick disesuaikan dengan status target audiens yaitu pelajar. Kebutuhan pelajar akan buku catatan cukup besar, sehingga pemakaian buku catatan dapat selalu dilihat oleh target audiens untuk kemudian mengingat pesan kampanye.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : *Portrait*.
Ukuran : 10 cm x 14 cm
Material : Art paper 210 gr.

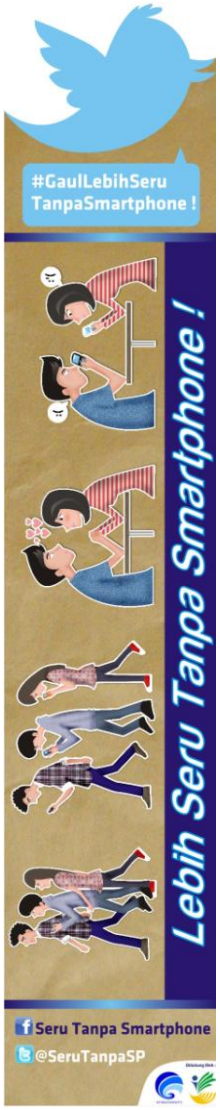


Gambar IV.17 Buku Tulis

IV.3.8 Pembatas Buku

Media ini digunakan karena kebiasaan target yang suka membaca, sehingga ketika menggunakan media ini sebagai pembatas buku dapat mengingat pesan kampanye yang disampaikan.

Teknis produksi : Cetak offset separasi.
Format : Portrait.
Ukuran : 10 cm x 14 cm
Material : Art paper 210 gr.



Gambar IV.18 Pembatas Buku