BAB IV

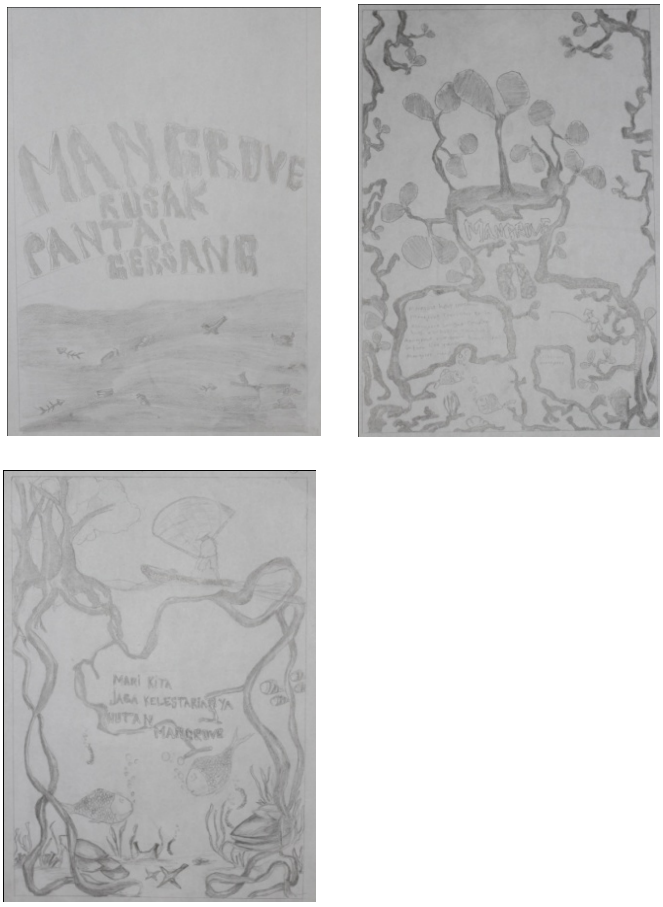
MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1 Pra Produksi

Sebelum memasuki tahap produksi, tahan yang harus dilakukan dalam pembuatan media kampanye yaitu meliputi :

- **Sketsa**

  Pembuatan sketsa mulai dari bentuk ilustrasi yang akan dirancang, seperti tampilan visual pada media kampanye.



Gambar 4.13 Sketsa

- **Pengolahan Gambar**

  Pengolahan gambar meliputi pengolahan teknis gambar ilustrasi lalu di digitalisasi meliputi pewarnaan dan pendetailan. Kemudian pengolahan gambar secara keseluruhan meliputi penempatan *visual*, *headline,* dan *tagline*.







Gambar 4.14 Pengolahan Gambar

- ***Finishing***

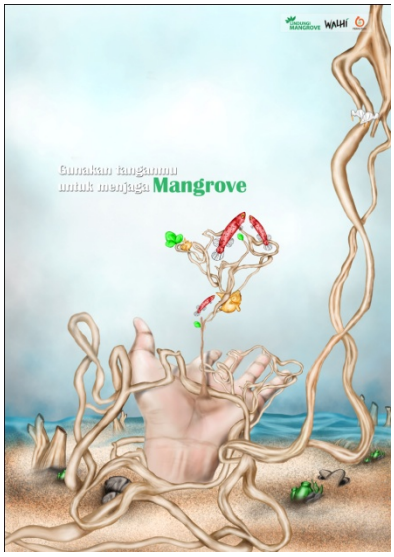
  Setelah proses digitalisasi selesai kemudian mulai pada proses cetak.

  Visual I



Gambar 4.15 Visual I

  Visual II



Gambar 4.16 Visual II

Visual III



Gambar 4.17 Visual III

4.2 Teknis Cetak

Teknis media dibuat berdasarkan pengelompokan tahapan perancangan media kampanye sebagai berikut :

1. **Poster** (media utama)

Format / bentuk	: Portrait
Ukuran	: 59.4 x 42 cm
Teknik produksi	: Cetak Offset
Material	: Art paper 180 gsm

Poster merupakan media lini atas yang juga termasuk media luar ruang, poster dapat ditempatkan atau dipasang di tempat-

tempat umum dan informasi yang akan disampaikan dapat cepat tersampaikan kepada *target audience*, penggunaan poster sebagai media utama dalam kampanye ini karena:

- Visualisasi menarik
- Tingkat keterbacaan tinggi
- Mempunyai jangkauan dan penempatan luas
- Berfungsi sebagai media informasi dan media pengingat

- **Fungsi Poster I**

  Fungsi poster I adalah untuk memberikan informasi pantai setelah hutan mangrove mengalami kerusakan dan dampak kerusakan hutan mangrove.

- **Fungsi Poster II**

  Fungsi poster II adalah untuk memberikan informasi tentang ajakan untuk menanam kembali hutan mangrove, akan ada hasil yang akan kita dapatkan dari hutan mangrove setelah dilestarikan. Disini penulis menggunakan ilustrasi dengan surealisme dipadukan dengan penggabungan *headline* dan *tagline* untuk mempertegas ilustrasi.

- **Fungsi Poster III**

  Fungsi poster III adalah untuk memberikan informasi mengenai hutan mangrove setelah dilestarikan.







Gambar 4.18 Poster

2. Baliho (media pendukung)

Format / bentuk : Portrait

Ukuran : 3 x 4m

Teknik produksi : Printing

Material : FL Matte 340 gsm

Media ini ditempatkan di pusat kota sebelum kawasan hutan mangrove dan diditribusikan pada tahap I kampanye.



Gambar 4.19 Baliho

3. **Spanduk** (media pendukung)

Format / bentuk : persegi panjang

Ukuran : 1 x 4m

Teknik produksi : Printing

Material : FL Matte 340 gsm

Media ini di tempatkan di jalur masuk ke kawasan wisata yang hutan mangrovenya mengalami kerusakan yaitu di kawasan pintu masuk ke pulau Cangkir.



Gambar 4.20 Spanduk

4. **X Banner** (media pendukung)

Ukuran : 60 x 160cm

Teknik produksi : Digital Printing

Material : Synthetic

Media ini di tempatkan didepan warung agar setiap orang yang mau belanja di warung itu bisa melihat pesan kampanye ini.



Gambar 4.21 X Banner

5. **Car Branding** (media pendukung)

Format / bentuk : persegi

Ukuran : 1 x 1.5m

Teknik produksi : Printing

Bahan : One way / sticker bolong – bolong

Ada dua jalur utama untuk mobilitas masyarakat pesisir pantai utara kabupaten Tangerang menuju ke arah kota Tangerang dan ada dua angkutan kota, media ditempatkan di kaca belakang angkutan kota.



Gambar 4.22 Car Branding

6. **Iklan Koran kompas** (media pendukung)

Format / bentuk : persegi

Ukuran : 9 x 12cm

Teknik produksi : Cetak Offset

Media cetak atau surat kabar merupakan media yang target marketnya adalah masyarakat menengah kebawah, media ini diharapkan bisa efektif dibaca oleh masyarakat.



Gambar 4.23 Iklan Koran

7. **Brosur** (media pendukung)

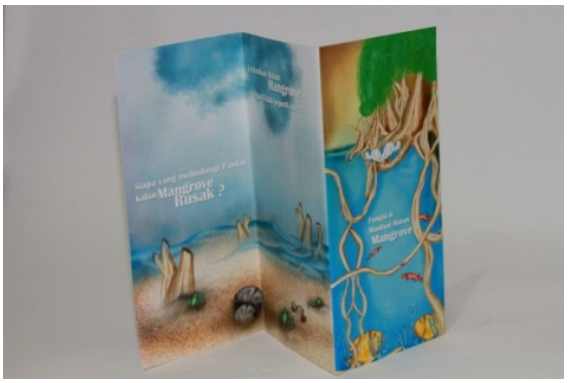
Format / bentuk : Persegi panjang

Ukuran : 29.7 x 21 cm

Teknik produksi : Cetak Offset

Bahan : art paper 150 gsm

Media brosur akan dibagikan langsung ke *target audience* sebagai media informasi yang berisikan tentanng fungsi dan manfaat hutan mangrove serta ajakan untuk melestarikan hutan mangrove.





Gambar 4.24 Brosur

8. Kaos (media pendukung)

Format / bentuk : kaos

Ukuran : M

Teknik produksi : Sablon

Kaos yang bertulisakan tagline akan diberikan kepada *target audience*. Kaos juga dapat di pakai untuk keseharian dan dapat dilihat oleh orang lain.



Gambar 4.25 Kaos

9. Jam Dinding (media pendukung)

Ukuran : Diameter 26.5 cm

Teknis pembuatan : Printing

Jam dinding adalah jam yang difungsikan secara letak, atau biasanya dipergunakan di dinding. Pemilihan jam dinding ini di maksudkan agar masyarakat ketika melihat waktu mereka melihat juga pesan kampanye ini.

Teknis untuk jam dinding ini menggunakan stiker, penempelan stiker di tengah jam dinding.



Gambar 4.26 Jam dinding

10. Stiker (media pendukung)

Teknis pembuatan menggunakan *cutting sticker*.

Stiker adalah sebuah media yang praktis bisa ditempatkan dimana saja dan efektif untuk menyampaikan pesan kampanye karena bisa ditempatkan sesuai keinginan *target audience*.





Gambar 4.27 Stiker

11. Pos Jaga (media pendukung)

Ukuran : 4 x 6 meter

Teknis pembuatan : di bata, cat mural

Media ini akan tempatkan di pinggir area sungai dan area pos masuk ke tempat pariwisata, yang bisa digunakan untuk beristirahatnya nelayan dan menjadi pos pengambilan tiket ke tempat pariwisata.





Gambar 4.28 POS Jaga

12. Topi (media pendukung)

Ukuran : Ukuran topi M / 7-7 1/8"

Teknis pembuatan : Brodir

Media ini dapat digunakan nelayan untuk melaut agar tidak kepanasan sekaligus juga sebagai media pengingat kampanye.



Gambar 4.29 Topi

13. Kalender Duduk

Ukuran : 20 x 25 centimeter

Teknis pembuatan : Printing

Bahan : Art Paper 250 gsm

Kalender yang difungsikan secara letak, atau biasanya dipergunakan di atas meja. Merupakan media pengingat yang dilihat setiap hari, pemilihan kalender ini dimaksudkan agar masyarakat ketika melihat hari mereka melihat juga pesan kampanye ini.



Gambar 4.30 Kalender