BAB IV

MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1 Media Utama

4.1.1 Poster Tahap Pertama

Konsep poster pra kampanye 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 sasaran yang berfungsi memberikan isu kampanye. Poster ini bertujuan untuk manarik perhatian dan menarik rasa penasaran target audiens memperkenalkan kampanye terhadap target audiens yang dibantu dengan visual, keyword dan warna yang didalam poster yang terdiri dari dua tema dimana gambar yang ada di poster ini adalah dampak merokok bagi kecantikan dan merokok tanpa memahami zat-zat yang terkandung dalam rokok.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 29.7 cm x 42 cm
- Bahan : Art Paper 200 gr
- Teknis produksi : Cetak offset



Gambar 4.1. Poster memperkenalkan dan informasi

4.1.2 Poster Tahap Kedua

Poster tahap kedua 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 sasaran yang berfungsi memberikan isu kampanye. Konsep poster tahap kedua adalah persuasif memberikan isu kampanye yang dibantu dengan keyword yang di dalam poster yang terdiri dari dua tema dimana gambar yang ada di poster ini adalah menyampaikan secara fakta bahaya dampak rokok yang menyebabkan kanker dan serta penyampaian secara emosional dampak merokok bagi bayi dan janin untuk masa depan. Poster ini bertujuan untuk menyadarkan dan mengajak untuk berhenti merokok.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 29.7 cm x 42 cm
- Bahan : Art Paper 200 gr
- Teknis produksi : Cetak offset



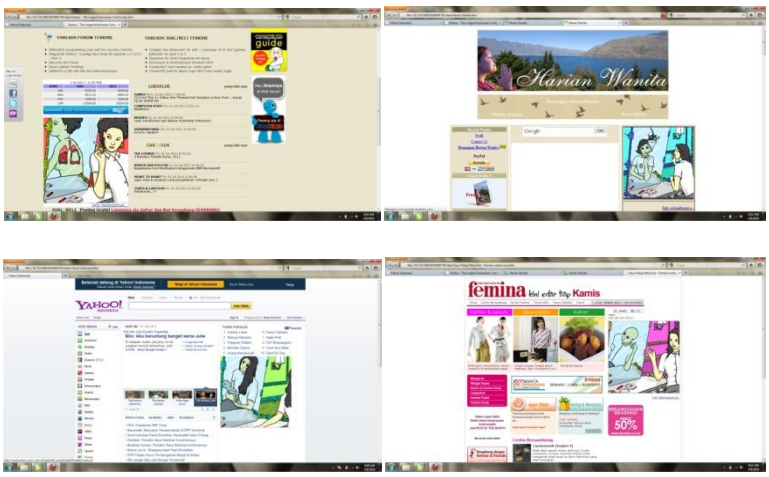
Gambar 4.2. Poster persuasif dan emosional

4.1.3 Web Banner

Web Banner adalah salah media iklan yang digunakan di Internet. Web banner merupakan gambar grafis dengan ukuran tertentu yang disisipkan di antara isi suatu halaman web. Web banner dilengkapi dengan link yang bila diklik akan membawa ke homepage penyelenggara kampanye. Web banner berisi caption atau informasi dari visual menggunakan media internet dan penempatan media ini di situs universal yang sering dikunjungi oleh target sasaran seperti: femina, harian wanita, kaskus dan yahoo.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 300 x 300 pixel (ukuran sebenarnya)
- Format : .flash movie
- Teknis produksi : Adobe flash dan adobe dreamweaver



Gambar 4.3. Web Banner

4.2 Media Pendukung

4.2.1 Spanduk

Spanduk merupakan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan informatif dan persuasif yang sifatnya mendukung dan menguatkan pesan kampanye. Dalam kampanye ini pemilihan media spanduk sebagai pesan persuasif akan adanya pesan yang dimunculkan dan sebagai media inforrmasi bahaya merokok. Spanduk akan dipasang didepan sekolah yang akan dapat menjaring cukup banyak audiens setiap harinya, dan memungkinkan pengulangan

pesan secara rutin terhadap pengguna jalan yang rutin melewatinya.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 1 m x 3.5 m (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Vynil
- Teknis produksi : Digital printing



Gambar 4.4. Spanduk

4.2.2 Brosur

Fungsi brosur sebagai media yang memberikan pemahaman mengenai informasi dampak bahaya merokok, karena tujuan kampanye ini lebih mengajak wanita untuk berhenti merokok. Brosur akan dibagikan di tempat umum agar tujuan kampanye dapat secara langsung sampai kepada target audiens.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 21 cm x 29.7 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Glossy (mengkilap)
- Teknis produksi : Digital printing



Gambar 4.5. Brosur

4.2.3 Majalah

Pemilihan majalah karena adanya faktor selektivitas, yakni kemampuan media untuk menjangkau khalayak secara efektif. Pemilihan majalah Suave adalah majalah fashion remaja yang digunakan untuk menjangkau para remaja wanita sesuai dengan target market majalah Suave.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 24.5 cm x 17 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : matt paper (mengkilap)
- Teknis produksi : cetak offset



Gambar 4.6. Iklan Majalah

4.3 Media Elektronik

4.3.1 MMS 2.0

MMS 2.0 adalah media elektronik yang dapat berinteraksi secara langsung dan penyampaian pesan kampanye bisa langsung sampai ke target audiens.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 240 x 230 pixel (ukuran sebenarnya)
- Kapasitas : 100 kb



Gambar 4.7. MMS 2.0

4.3.2 Situs Penyelenggara

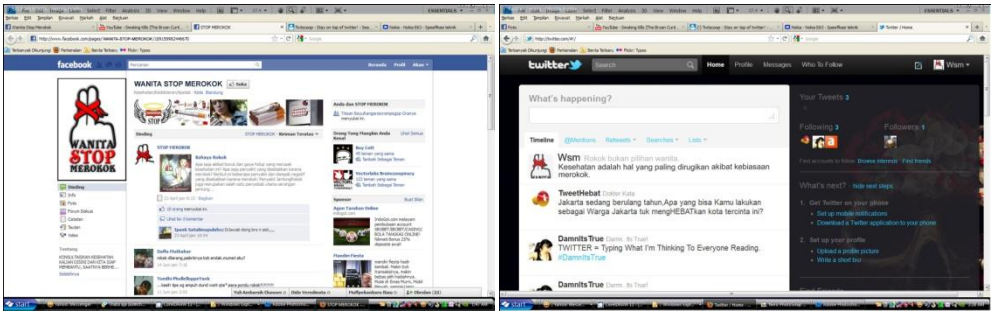
Situs www.depkes.go.id adalah situs sebagai media internet yang brfungsi sebagai penyedia informasi tentang tujuan kampanye. Informasi dalam situs web penyelenggara memberikan informasi tentang bahaya merokok bagi kesehatan wanita.



Gambar 4.8. Layout websit

4.3.3 Situs Jejaringan sosial

Situs jejaringan sosial berfungsi sebagai media penghubung antara target audiens agar dapat berinteraksi langsung dengan cara memberi respon ketika adanya update status dan informasi bahaya merokok di situs jejaringan sosial tersebut. Situs jejaringan sosial yang digunakan adalah facebook dan twitter.

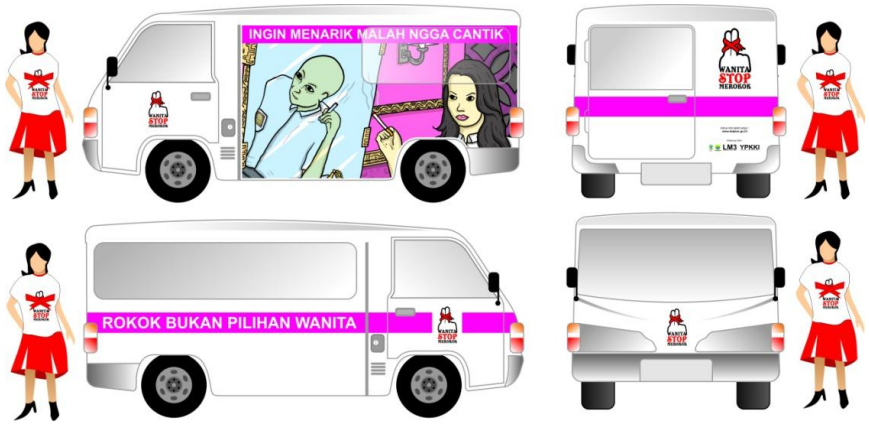


Gambar 4.9. Layout situs jejaringan sosial

4.4 Media Ambience

4.4.1 Mobil Penyelenggara

Pemilihan mobil penyelenggara karena dianggap media transportasi dan media promosi berjalan yang cukup baik dalam kampanye. Mobil penyelenggara berfungsi sebagai sarana transportasi yang digunakan selama kampanye berlangsung yang dapat digunakan ketika dilapangan.



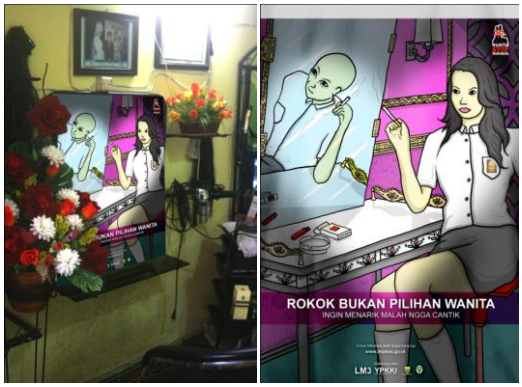
Gambar 4.10. Mobil Penyelenggara

4.4.2 Gorden Kaca Salon

Pemilihan gorden kaca sebagai salah satu media ambience karena dianggap salah satu target beriklan yang bertujuan membangkitkan feeling dan mood target sasaran agar merasa nyaman ketika berinteraksi. Gorden kaca salon berfungsi sebagai media penutup kaca salon dan penempatannya di salon yang sering di kujungi oleh target sasaran.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 60 cm x 140 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : puring
- Teknis produksi : cetak sablon



Gambar 4.11. Gorden Kaca

4.4.3 Jam

Pemilihan jam karena jam dianggap sebagai media yang membangkitan feeling dan mood ketika berinteraksi langsung dengan target audiens ketika melihat waktu. Penempatan jam lebih diutamakan diatas meja atau lemari karena sesuai jenis jam yang digunakan yaitu jam keramik.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 20 cm x 20 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Keramik
- Teknis produksi : Print Transfer Paper



Gambar 4.12. Jam

4.5 Merchandise

4.5.1 Stiker

Pemilihan media stiker dalam kampanye karena stiker mempunyai fungsi yang bisa ditempel dimana saja. Produk cetak yang paling penting dalam hal mempromosikan kampanye agar kampanye gampang dikenal oleh target audiens.

a. Spesifikasi Stiker cutting

- Ukuran : 7 cm x 3.7 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Scotlite
- Teknis produksi : Cutting

b. Spesifikasi Print Laser

- Ukuran : 2.2 cm x 18 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Chromo
- Teknis produksi : Digital Print



Gambar 4.13. Stiker cutting dan Stiker Cetak

4.5.2 Pin

Pin dalam kampanye berfungsi sebagai media merchandise yang berfungsi sebagai pengingat dan aksesoris dan penyebarannya dilakukan selama kampanye berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 5 cm diameter lingkar (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Plastik
- Teknis produksi : Cetak



Gambar 4.14. Pin

4.5.3 Gantungan Kunci

Gantungan kunci dalam kampanye berfungsi sebagai media merchandise yang berfungsi sebagai pengingat dan aksesoris dan penyebarannya dilakukan selama kampanye berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 10 cm x 5.4 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Akrilik
- Teknis produksi : Laser



Gambar 4.15. Gantungan Kunci

4.6 Gimmick

4.6.1 Jadwal Pelajaran Sekolah

Pemilihan jadwal pelajaran sekolah sebagai salah satu media kampanye karena jadwal pelajaran sekolah dianggap sebagai salah satu media yang bisa bermanfaat oleh target audiens secara langsung. Penyebaran jadwal pelajaran sekolah ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 21 cm x 29.7 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Art Paper 120 gr (dop)
- Teknis produksi : Print Digital



Gambar 4.16. Jadwal Pelajaran Sekolah

4.6.2 Isi Binder

Pemilihan isi binder sebagai salah satu media kampanye karena isi binder dianggap sebagai salah satu media yang bisa bermanfaat oleh target audiens secara langsung. Penyebaran isi binder ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 21 cm x 29.7 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Art Paper 120 gr (dop)
- Teknis produksi : Print Digital



Gambar 4.17. Isi Binder

4.6.3 Kalender

Pemilihan kalender sebagai salah satu media kampanye karena kalender dianggap sebagai salah satu media yang bisa bermanfaat oleh target audiens secara langsung untuk melihat tanggal dan bulan dan penempatannya diatas meja. Penyebaran kalender ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 21 cm x 15 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Art Paper 140 gr
- Teknis produksi : Print Digital



Gambar 4.18. Kalender

4.6.4 Mug

Pemilihan mug sebagai salah satu media kampanye karena mug dianggap sebagai salah satu media yang bisa bermanfaat oleh target audiens secara langsung untuk minum. Penyebaran kalender ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 8.5 cm diameter lingkar x 8.5 cm tinggi
- Bahan : Keramik
- Teknis produksi : Print Transfer paper



Gambar 4.19. Mug

4.6.5 Tas Jinjing

Pemilihan tas jinjing sebagai salah satu media kampanye karena tas jinjing dianggap sebagai salah satu media yang bisa bermanfaat oleh target audiens secara langsung yang berfungsi untuk penimpanan alat-alat tulis. Penyebaran tas jinjing ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 15.5 cm x 25 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Saten

- Teknis produksi : Print Offset



Gambar 4.20. Tas Jinjing

4.6.6 Penggaris

Pemilihan penggaris sebagai salah satu media kampanye karena penggaris dianggap sebagai salah satu media yang bisa bermanfaat oleh target audiens secara langsung untuk minum. Penyebaran kalender ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : 4.5 cm x 32 cm (ukuran sebenarnya)
- Bahan : Plastik



Gambar 4.21. Penggaris

4.6.7 T-Shirt

Pemilihan t-shirt sebagai salah satu media kampanye karena t-shirt dianggap sebagai salah satu media yang digunakan oleh penyuluh ketika event berlangsung.

a. Spesifikasi

- Ukuran : Costum
- Bahan : cotton 24's
- Teknis produksi : Sablon dan Jahit



Gambar 4.22. T-shirt