BAB IV
MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan awal perancangan desain. Dalam proses pra produksi ini dilakukan perancangan konsep desain karakter yang telah melalui studi elemen-elemen visual. Dalam tahapan ini juga ditentukan gagasan utama dalam promosi Salma sebagai produk boneka muslimah.

Gagasan utama promosi adalah puteri atau *princess*. Sosok puteri ini akan dijadikan sebagai sebuah karakter yang menjadi ikon promosi. Hal ini akan memudahkan audiens mengenal Salma yang diformasikan kedalam sebuah karakter puteri. Konsep gagasan utama ini juga melalui pertimbangan versi-versi dari boneka Salma. Versi boneka yang dijadikan karakter adalah *princess* dengan kode PR01



Gambar 4.26 Salma versi princess
sumber : dokumen pribadi

4.1.1. Sketsa

Setelah melakukan strategi perancangan dan konsep visual, sketsa merupakan tahapan dalam perancangan visual selanjutnya. Proses ini merupakan tahapan kerangka yang dilakukan untuk memudahkan pembuatan desain karakter Salma. Sketsa dilakukan dengan menggunakan media pensil yang kemudian melalui proses *scanning* sebelum proses *digital* dilakukan.

4.1.2. Pengolahan Gambar

Tahapan ini merupakan tahapan pengolahan sketsa menjadi gambar detail dengan proses pewarnaan. Proses pengolahan sketsa menjadi gambar *digital* ini diolah dengan menggunakan software desain.



Gambar 4.27 Karakter Salma *princess peace*

4.2. Teknis Produksi

4.2.1. Media Utama

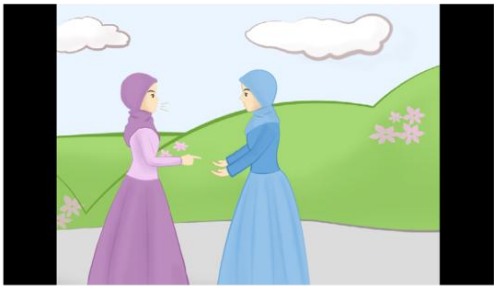
Media utama dalam promosi adalah *internet commercial* yang merupakan jenis media above the line. Iklan internet ini berisikan tentang karakter Salma yang cinta damai dan bersahabat. Dalam media utama ini Salma *princess peace* diceritakan sebagai perempuan yang mendamaikan dan menjadi penengah antara dua orang yang sedang bertengkar.

- ***Story line***
  - Disiang hari yang cerah ada dua orang perempuan yang sedang bertengkar dijalan.
  - Disatu sisi Salma sedang berjalan menjauh dari istana, kemudian ditengah jalan ia berhenti mendengar keributan dari dua perempuan yang sedang bertengkar.

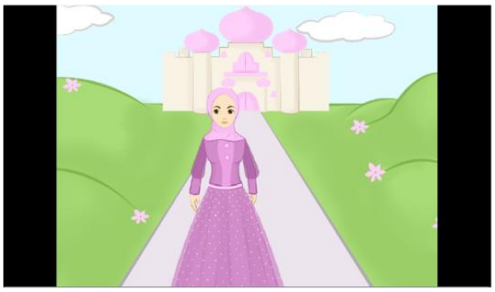
- Ketika berhenti karena melihat dua orang perempuan yang sedang bertangkar, Salma kemudian memiliki inisiatif dan munculah cahaya yang akan mendamaikan mereka
- Salma menghampiri mereka yang sedang bertengkar, kemudian mendamaikannya dengan cahaya tersebut
- Keduanya pun lalu bersalaman dan berdamai



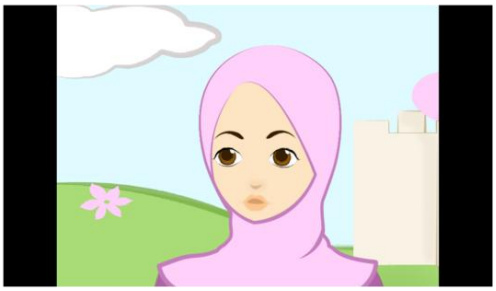
00:03



00:06



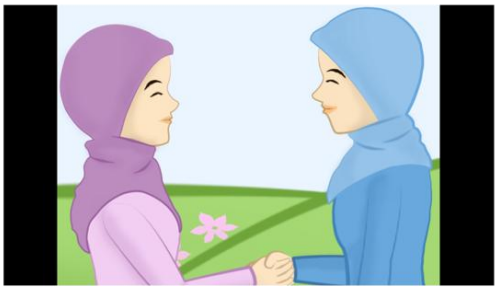
00:13



00:15



00:20



00:23



00:25



00:30

Media utama ini akan didistribusikan melalui jejaring sosial *Facebook* sebagai berikut

Alamat web :

http://www.facebook.com/profile.php?id=1319127047&sk=wall

Facebook : Boneka Salma



Gambar 4.28 *Internet commercial*

4.2.2. Media Penunjang

- **Tabloid**

  Tabloid dipilih sebagai media promosi karena media ini memiliki spesifikasi target audiens. Tabloid yang digunakan dalam promo ini adalah tabloid yang khusus untuk ibu dan anak, dimana ibu dan anak juga merupakan target audiens dari produk Salma.

  Konsep dari media ini adalah mengenalkan Salma *princess peace* sebagai sebuah produk boneka muslimah kepada pembaca tabloid yang juga sebagai target audiens. Dan memberikan unsur tulisan yang bersifat informatif seperti facebook Boneka Salma, informasi telpon dan situs Salma. Beberapa boneka Salma versi lain juga ditampilkan agar

audiens mengetahui bahwa Salma memiliki banyak versi, sehingga dapat mengundang audiens untuk mengunjungi situs Salma maupun facebook untuk memiih Salma dengan versi-versi lain.

Spesifikasi Media :

Panjang : 29,7 cm

Lebar : 42 cm

Material : Artpaper 150gr

Nama Tabloid : Nakita

Teknis cetak : cetak *offset*



Gambar 4.29 Media iklan tablid

- ***Flyer***

Flyer ini akan disebarkan didaerah strategis diperkotaan yang banyak dilalui oleh audiens. Media *flyer* dipilih karena media ini dapat diberikan langsung kepada target audiens, sehingga tujuan dari promosi ini dapat tersampaikan langsung pada target sasaran.

Spesifikasi Media :

Panjang : 14,8 cm

Lebar : 21 cm

Material : Artpaper 150gr

Teknis cetak : cetak *offset*



Gambar 4.30 Media flyer

- **Brosur**

Brosur ini digunakan sebagai salah satu media promosi karena media ini memberikan informasi yang lebih rinci mengenai produk Salma. Media ini juga diberikan langsung pada target audiens. Media ini ditempatkan pada stand-stand penjualan Salma dan toko boneka perempuan.

Konsep brosur adalah menampilkan beberapa versi boneka Salma dengan mendesain karakter yang sama seperti Salma versi *princess*, hal ini untuk menarik perhatian audiens dengan membuat karakter Salma dalam setiap versinya.

Spesifikasi Media :

Panjang : 21 cm

Lebar : 29,7 cm

Material : Artpaper 150gr

Teknis cetak : cetak *offset*





Gambar 4.31 Media brosur

- **Poster**

Media ini akan ditempelkan ditempat-tempat yang startegis dan yang banyak dilewati oleh audiens yakni didaerah yang berdekatan dengan tempat perbelanjaan di kota Jakarta. Media lini bawah ini digunakan untuk informasi perlombaan mewarnai yang menjadi salah satu kegiatan promosi.

Spesifikasi Media :

Panjang : 42 cm

Lebar : 59,4 cm

Material : Albatros

Teknis cetak : cetak *digital*



Gambar 4.32 Media poster

- **Spanduk**

Media spanduk dalam promosi ini digunakan untuk media pengumuman lomba mewarnai. Media ini akan ditempatkan pada daerah yang berdekatan dengan pelaksanaan perlombaan, hal ini ditujukan untuk memberikan informasi mengenai adanya kegiatan perlombaan ditempat tersebut.

Konsep visual media spanduk ini adalah dengan meletakkan unsur-unsur tulisan yang berupa informasi mengenai Salma, juga menampilkan karakter Salma *princess peace* pada layout sebagai ikon boneka Salma versi *princess* yang akan dijadikan ikon lomba mewarnai.

Spesifikasi Media :

Panjang : 1 m

Lebar : 3 m

Material : Vinyl

Teknis cetak : cetak *digital*





Gambar 4.33 Media spanduk

- ***Flagchain***

  Flagchain atau bendera rantai ini digunakan sebagai salah satu media promosi yang akan digunakan pada tempat berlangsungnya kegiatan perlombaan, bendera ini juga akan ditempatkan pada toko-toko penjualan produk Salma.

  Konsep media *flagchain* adalah dengan tetap menerapkan konsistensi *layout* yang sama dengan media lain yakni dengan menampilkan karakter Salma *princess peace* yang menjadi ikon promosi. Bentuk flagchain adalah bentuk setengah elips, bentuk ini disesuaikan dengan studi elemen bentuk yang banyak digunakan dalam segmentasi anak-anak perempuan.

  Spesifikasi Media :

  Panjang : 21 cm

  Lebar : 20 cm

  Material : Artpaper 150gr

  Teknis cetak : cetak *digital*



Gambar 4.34 Media *flagchain*

- ***Note***

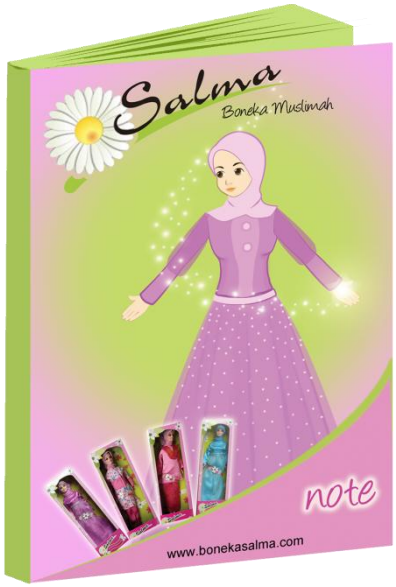
Note atau memo digunakan sebagai media promosi karena media ini sering digunakan sebagai alat untuk menuangkan berbagai tulisan oleh target market Salma yakni anak-anak perempuan. Memo ini ditujukan untuk memungkinkan target market mengingat Salma sebagai boneka muslimah karena memo ini digunakan hampir setiap hari untuk menulis.

Media *gimmick* ini akan diberikan langsung pada target market yang mengikuti perlombaan sebagai salah satu isi hadiah lomba mewarnai yang menjadi kegiatan promosi.

Konsep visual media *note* ini adalah seperti desain media lain dengan menampilkan karakter *princess peace* dan meletakan berbagai jenis boneka Salma. Juga menempatkan situs Salma pada *layout* sebagai unsur informasi yang lebih rinci.

Spesifikasi Media :

Panjang : 15,8 cm
Lebar : 10,5 cm
Isi : 30 lembar
Material : Artpaper 150gr
Teknis cetak : cetak *digital*



Gambar 4.35 Media *note*

- **Penggaris**

Penggaris menjadi media *gimmick* dalam promosi ini yang akan dijadikan salah satu isi hadiah perlombaan. Penggaris digunakan karena media promosi ini merupakan salah satu jenis alat tulis yang dapat digunakan langsung oleh target market, dan penggunaannya memiliki jangka waktu yang cukup panjang.

Spesifikasi Media :

Panjang : 26,5 cm
Lebar : 4,5 cm
Material : Acrylic, sticker
Teknis cetak : cetak *digital*





Gambar 4.36 Media penggaris

- **Pensil Warna**

  Media promosi pensil warna ini merupakan salah satu isi dari hadiah perlombaan, yang juga digunakan sebagai media mewarnai dan akan diberikan langsung pada peserta lomba yakni anak perempuan yang juga sebagai target market produk Salma. Pensil warna digunakan sebagai salah satu media promosi, karena menggambar dan mewarnai merupakan kegiatan yang sering dilakukan anak-anak. Dengan jangka waktu yang sering dalam menggunakan media pensil warna ini adalah sebuah peluang bagi produk Salma untuk selalu diingat oleh konsumennya.

  Spesifikasi Media :

  Panjang : 11 cm

  Lebar : 13 cm

  Material : Artpaper 260gr

  Teknis cetak : cetak *digital*



Gambar 4.37 Media pensil warna

- ***Sticker***

  Media *sticker* akan diberikan langsung kepada konsumen produk Salma. Media sticker digunakan sebagai media promosi karena sticker dapat digunakan langsung oleh konsumen yang bisa ditempelkan dimanapun, seperti ruangan, pintu dan sebagainya.

  Spesifikasi Media :

  Panjang : 6 cm

  Lebar : 15 cm

  Material : Vinyl

  Teknis cetak: cetak *digital*



Gambar 4.38 Media *sticker*

- **Pin**

Media promosi pin ini merupakan media yang diberikan langsung pada konsumen yang menjadi peserta lomba, juga konsumen yang membeli produk Salma. Media pin adalah media yang biasanya digunakan oleh target market Salma sebagai hiasan yang dipakai pada baju, tas dan sebagainya.

Spesifikasi Media :

Panjang : 5,5 cm

Lebar : 5,5 cm

Teknis cetak : cetak *offset*





Gambar 4.39 Media pin

- **Meja Lipat**

Meja lipat dipilih sebagai salah satu media promosi karena saat ini banyak ditemukan dipasaran, selain digunakan untuk belajar yang menarik pada meja lipat ini adalah gambar pada alas meja lipat tersebut. Meja lipat ini akan digunakan pada penyelenggaraan lomba mewarnai

Konsep visual meja lipat adalah memberikan cerita melalui visual yakni kedua teman yang sedang bersalaman telah didamaikan oleh Salma. Meja lipat memiliki jangka waktu yang panjang dalam penggunaanya oleh karena itu dalam visual ini terdapat unsur-unsur tulisan yang bersifat informasi yang salah satunya adalah situs Salma, karena situs Salma adalah situs yang *up to date* mengenai produk salma yang bisa dikunjungi kapanpun.

Spesifikasi Media :

Panjang : 47,5 cm

Lebar : 33 cm

Teknis cetak : cetak *digital*





Gambar 4.40 Media meja lipat

- ***Paper Bag***

  Tas kertas atau paper bag ini akan menjadi tempat yang berisi hadiah yang juga merupakan media-media gimmick dalam perlombaan mewarnai, sebagai salah satu media below the line promosi. *Paper bag* menjadi media promosi karena media ini sering digunakan oleh ibu atau anak dalam membawa barang.

  Spesifikasi Media :

  Panjang : 42 cm

  Lebar : 59,7 cm

  Material : Glossy 250gr

  Teknis cetak : cetak *offset*



Gambar 4.41 Media *paper bag*

- **Kertas Mewarnai**

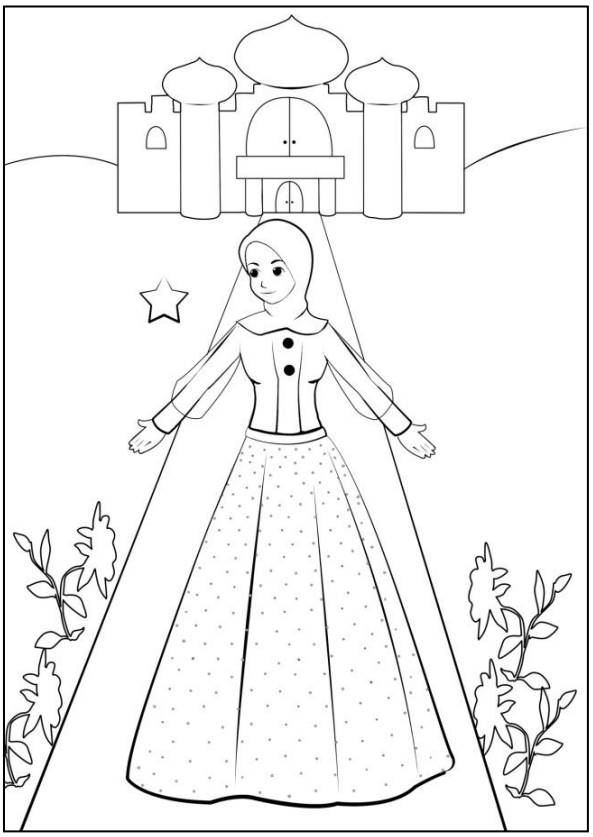
  Kertas mewarnai ini menjadi media yang digunakan pada perlombaan dalam kegiatan promosi Salma. Kertas mewarnai ini berisikan gambar dari karakter Salma *princess peace* yang siap diwarnai oleh para peserta lomba mewarnai bersama Salma. Hal ini ditujukan agar para peserta lomba yakni anak-anak dapat mengenal Salma melalui gambar yang mereka warnai.

  Spesifikasi Media :

  Panjang : 21 cm

  Lebar : 29,7 cm

  Teknis cetak : *digital printing*



Gambar 4.42 Media kertas mewarnai

Daftar Pustaka

al-Firdaus, Iqra. 2010. *Inspirasi-Inspirasi Menakjubkan Ragam Kreasi Busana*. Jogjakarta : Diva Press

AN, Yusuf. 2010. *Cantik Dengan Busana Muslimah Mudah, Murah Dan Mempesona*. Jogjakarta : Laksana

BiNus. 2005. *Computer Graphic Designer Unleashing The Power Of Color Management,* Jakarta Barat : BiNus Center

Gerber, Robin. 2010. *Kisah Sukses Bisnis Barbie*. Bandung : Hikmah

MADCOMS. 2010. *Facebook, Twitter, Plurk Dalam satu genggaman.* Jakarta : Andi

Mowen, C.,Jhon & Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen.* Jakarta : Erlangga

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif.* Jakarta *:* PT Gramedia Pustaka Utama

Rogers, Marry.F. 2009. *Barbie Culture Ikon Budaya Konsumerisme.* Jogjakarta : Relief

Suryadi, Didih. 2011. *Promosi Yang Kreatif,* Jakarta Selatan : Oryza

Storey, John. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop.* Jogjakarta : Jalasutra

Laporan Tugas Akhir/ Karya Ilmiah

Sarmauli, Leona. (2007). *Pencitraan Androgini*. Bandung : Skripsi.ITB

Internet

Ayu Diah Safitri, Wahdah. (2010). Karateristik Anak Usia Dini. Diakses pada 17 Maret 2010 dari w.w.w.:http: .docstoc.com.htm.

LAMPIRAN