BAB IV

MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

4.1. Tahap Pra Produksi

Sebelum memasuki tahap produksi pada media kampanye, tahap pertama yang harus dilalui dalam pembuatan sebuah perancangan visual kampanye adalah:

- **Sketsa**

  Sketsa dibuat berdasarkan tema dan tujuan dari kampanye. Untuk memudahkan mencari ide penulis menggunakan cara *mind maping* dan menuliskan semua hal yang berhubungan dengan geng motor. Hasil dari *mind mapping* disaring kembali dan divisualisasikan kedalam suatu bentuk rancangan visual, seperti tampilan karakter, tipografi, *layout*, warna, ilustrasi maupun format desain, secara manual. Kemudian menentukan jenis visual seperti apa yang memadai dengan tema dan target audiens, setelah itu rancangan visual mulai diolah melalui teknis komputerisasi.

- **Pengolahan Gambar**

  Pengolahan gambar dari sketsa manual menuju hasil akhir meliputi pewarnaan ulang dan pembuatan beberapa alternatif visual untuk media penyampai pesan. Kemudian dilakukan pengolahan gambar secara keseluruhan meliputi *layout*, *tagline* dan *headline.*

- ***Finishing***

  Setelah mendapatkan tampilan visual yang diinginkan, penulis memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Media-media yang dipilih dirancang sesuai dengan tema kampanye setelah itu media tersebut mulai dicetak dan diaplikasikan.

4.2. Tahap Produksi

4.2.1. Graffiti

Media utama pada kampanye ini adalah media *graffiti* yang dibuat pada media dinding dengan menggunakan alat cat semprot, cat tembok, koas, dan thinner. Dijadikannya *graffiti* sebagai media utama adalah karena *graffiti* dekat dengan dunia jalanan yang sama halnya dengan anggapan remaja anggota geng motor terhadap dirinya. Media *graffiti* termasuk kedalam ambience media karena menggunakan media yang tidak biasa untuk mengantarkan pesan. *Graffiti* memiliki beberapa gaya dalam pembuatannya, dalam kampanye ini gaya *graffiti* yang dipakai adalah gaya *bubble* yaitu gaya berbentuk gelembung dan bundar.

Fungsi dari media utama ini adalah untuk menarik perhatian remaja yang menjadi target audiens, selain itu media ini juga menginformasikan pesan secara tidak langsung dengan cara

mengajak remaja berpikir mengenai makna dari *tagline* yang nantinya akan dijelaskan pada media *leaflet*. Oleh karena itu media ini di sebarkan pada tahap kedua.

Konsep dari media ini adalah untuk menginformasikan mengenai dampak negatif dan hal terburuk yang akan didapat jika menjadi anggota geng motor. Media ini terdiri dari *tagline* dan ilustrasi yang menggambarkan informasi dan bercerita tentang anggota geng motor yang telah mencelakai anggota geng lain. Dalam visualisasinya media ini menggunakan tema *bubble graffiti* pada *tagline* namun pada ilustrasi menggunakan bayangan motor, tanda adanya kecelakaan dan bercak darah yang disesuaikan dengan bentuk aslinya. Maksud dari keseluruhan visualisasi adalah untuk menunjukkan kondisi kontradiktif yang terjadi di lingkungan remaja geng motor yaitu bahwa remaja merupakan masa peralihan dimana mereka masih memiliki sifat anak-anak yang ditandai dengan tema *bubble graffiti* tetapi sudah melakukan tindakan negatif yang sangat merugikan yang ditandai dengan bentuk ilustrasi bayangan motor dan tanda kecelakaan.

Ukuran : 3 x 3 x 0.75 m
Material : Dinding, cat semprot, cat tembok, koas, tinner
Teknik produksi : Gambar manual



Gambar 4.19. Media *Graffiti* pada dinding sekolah.

4.2.2. Sticker

Media *sticker* pada kampanye ini dibagi menjadi dua bagian menurut fungsi dan bentuknya, yaitu

a. *Sticker* untuk dibagikan

Sticker ini adalah media pengingat yang akan dibagikan kepada remaja pada kampanye tahap pertama, kedua, dan ketiga. Dibagikannya *sticker* ini adalah untuk lebih menyebarluaskan lagi kampanye karena dengan ditempelkannya *sticker* oleh target audiens berarti mereka juga telah ikut membantu penyebaran kampanye. Isi dari *sticker* ini adalah *headline* dan karakter remaja yang tangannya diborgol yang wajahnya terlihat muram. Secara

tidak langsung karakter tersebut menjelaskan isi dari *headline*.

Format / bentuk	: Persegi panjang
Ukuran	: 13 x 4 cm
Material	: kertas *sticker*
Teknik produksi	: Digital printing



Gambar 4.20.a. Media *Sticker*

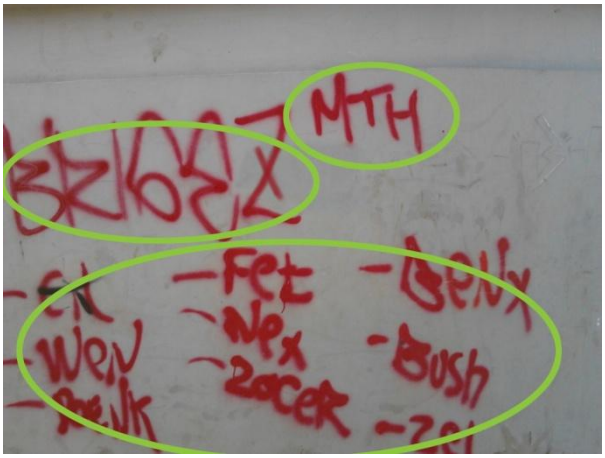


Gambar 4.20.b. Media *Sticker*

b. *Sticker* untuk ditempel

Sticker ini ditempel langsung oleh pihak penyelenggara kampanye pada dinding-dinding yang terdapat coretan geng motor agar para anggota geng tersebut dapat melihat langsung pesan yang ingin disampaikan oleh kampanye ini.

Format penempelan *sticker* ini disesuaikan dengan format coretan yang dibuat oleh anggota geng motor yaitu *sticker* di tempel pada nama geng, nama anggota, dan wilayah asal anggota geng tersebut atau ditempel pada nama geng motornya saja.



Gambar 4.21. Format penempelan *sticker*

Format / bentuk	: Persegi panjang
Ukuran	: 28 x 7 cm
Material	: kertas *sticker*
Teknik produksi	: Digital printing



Gambar 4.22. Media *Sticker*

Format / bentuk	: Persegi panjang
Ukuran	: 28 x 20 cm
Material	: kertas *sticker*
Teknik produksi	: Digital printing



Gambar 4.23. Media *Sticker*



Gambar 4.24. Penempelan Media *Sticker*

4.2.3. Poster

Fungsi dari media poster adalah untuk pengenalan kampanye yang didistribusikan pada tahap awal kampanye di sekolah-sekolah menengah pertama. Dipilihnya media ini karena poster merupakan media yang memiliki jangkauan yang luas.

Dalam media ini terdapat ilustrasi remaja yang sedang mengendarai sepeda motor dan dihadapkan pada pemilihan jalan yang harus ia lalui yaitu jalan lurus yang cerah dan jalan yang berkelok-kelok, sempit, diserta jurang. Selain itu terdapat *headline* dari kampanye yaitu “generasi lurus, masa depan mulus” yang berarti mengajak remaja untuk berjalan lurus melakukan hal-hal positif agar masa depannya baik dan menghindari hal negatif terutama menghindari geng motor.

Format / bentuk : Persegi empat

Ukuran : (A2) 42 cm x 59,4 cm

Material : kertas *sticker*

Teknik produksi : Digital printing



Gambar 4.25. Poster

4.2.4. *Leaflet*

Meskipun bukan media utama, *leaflet* merupakan media yang cukup penting pada kampanye ini karena *leaflet* berisi informasi tentang geng motor dan persuasi agar remaja menjauhi geng motor. *Leaflet* akan dibagikan kepada para remaja oleh pihak sekolah maupun pihak kepolisian di tempat-tempat umum dan pada saat adanya penyuluhan di sekolah oleh petugas polisi.

Format / bentuk : Persegi empat

Ukuran : (A4) 29.7 x 21 cm

Material : Art paper

Teknik produksi : Cetak Offset



Gambar 4.26.a. *leaflet*



Gambar 4.26.b. *Leaflet*

4.2.5. *Web banner*

Web banner digunakan dalam kampanye ini karena remaja saat ini senang menggunakan internet. Media ini akan dipajang pada tiap-tiap laman internet yang sering dikunjungi oleh remaja.



Gambar 4.27. *Web banner*

4.2.6. Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan media pengingat bagi para remaja karena media ini merupakan media pakai. Gantungan kunci akan dibagikan kepada remaja saat petugas kepolisian melakukan penyuluhan pada tahap akhir kampanye. Media ini akan menjadi hadiah bagi siswa yang melakukan tanya jawab saat penyuluhan berlangsung.

Ukuran : 3,5 x 9 cm

Material : Acrylic 3mm

Teknik produksi : Cutting dan Printing



Gambar 4.28. Gantungan Kunci

4.2.7. Grup *facebook*

Dipakainya media ini sebagai salah satu media kampanye karena remaja awal sebagai target audiens banyak yang memiliki akun Facebook. Dalam grup terdapat informasi mengenai geng motor dan kampanye penanggulangan keberadaan geng motor ini.



Gambar 4.29. Grup Facebook

4.2.8. *Sketch book*

Sama halnya dengan gantungan kunci, media ini juga dibagikan pada tahap akhir kampanye dan digunakan sebagai hadiah pada saat tanya jawab.

Format / bentuk : Persegi empat

Ukuran : 25,5 x 30,5 cm

Material : Art paper dan kertas hvs

Teknik produksi : Digital printing



Gambar 4.31. *Sketch book*



Gambar 4.32. *Sketch book*