# BAB IV

# MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

## 4.1. Media audio visual

### 4.1.1. TVC 1

Pemilihan iklan televisi sebagai media utama bertujuan untuk mengenalkan promosi agen tiket Tiki Wisata secara *eksplisit* kepada masyarakat umum, khususnya kepada masyarakat kalangan menengah keatas, yaitu para pekerja kantoran dan mahasiswa yang berdomisili di kota Bandung. Dalam hal ini TVC merupakan pelopor bagi media-media promosi setelahnya, baik dalam segi *visual* maupun dalam pendekatan penyampaian pesan. Hal tersebut juga ditunjukkan dengan waktu penayangannya yang ditayangkan pada awal dilakukannya promosi. Untuk pendistribusiannya media ini akan dilakukan pada stasion-stasion televisi swasta terutama televisi lokal. Gagasan utama dalam iklan televisi ini adalah sebuah pencerminan dari kenyataan yang sering terjadi pada seseorang yang kesulitan ketika harus melakukan sesuatu secara mendadak, dalam hal ini adalah ketika seorang pekerja yang sangat sibuk, harus melakukan perjalanan jauh sedangkan dia belum mempersiapkan, segala sesuatunya diantaranya adalah tiket perjalanan. Pada saat ini jasa pelayanan tiket yang mempermudah konsumen dengan cara mengantarkan

tiket langsung kepada konsumen akan menjadi solusi terbaik untuk konsumen khususnya konsumen yang sangat sibuk untuk melakukan pembelian dengan datang langsung ke loket stasion.

| No | Scene | Audio | Visual | Durasi |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Scene 1 | lagu masuk (back sound) | Dalam sebuah ruangan kantor terlihat seorang pekerja yang sedang sibuk dengan pekerjaanya | 00:00:00-00:00:04 |
| 2 | Scene 2 | back sound | Pekerja mendapat telpon dari atasan | 00:00:05-00:00:14 |
| 3 | Scene 3 | back sound mengecil<br>(vo) anda bingung karena mendadak harus melakukan perjalanan jauh? | Pekerja itupun binggung karena dia masih memiliki banyak sekali pekerjaan | 00:00:15-00:00:17 |
| 4 | Scene 4 | back sound mengecil | Masih menumpuknya berkas kerja | 00:00:18-00:00:19 |
| 5 | Scene 5 | back sound mengecil<br>(vo) dan anda tidak memiliki banyak waktu untukmelakukannya | Tidak memiliki banyak waktu | 00:00:20-00:00:21 |
| 6 | Scene 6 | back sound mengecil<br>(vo) sedangkan anda belum memiliki tiket untuk perjalanan anda | Tiba-tiba pekerja itu tersentak | 00:00:22-00:00:25 |
| 7 | Scene 7 | back sound mengecil<br>(vo) inilah solusinya sebuah trobosan | Tiba-tiba seseorang secara mengejutkan memberikan tiket pada pekerja itu. | 00:00:26-00:00:26 |
| 8 | Scene 8 | baru dari TIKI Wisata | Memberikan sebuah solusi berupa tiket perjalanan | 00:00:27-00:00:27 |
| 9 | Scene 9 | back sound mengecil<br>(vo) yang siap mengantar tiket pada anda | Pekerja itupun akhirnya senang mendapat kan sebuah solusi untuk permasalahannya | 00:00:28-00:00:31 |
| 10 | Scene 10 | back sound membesar | TIKI Wisata | 00:00:32-00:00:32 |
| 11 | Scene 11 | back sound kembali mengecil | PT KA | 00:00:23-00:00:33 |

Backsound No Rain "Blind Melon"

*Tabel 4.6 Storyline TVC1*



*Gambar 4.9 TVC1*

### 4.1.2. TVC 2

Untuk TVC 2 akan ditayangkan pada tahapan kedua promosi yang akan didistribusikan pada televisi lokal. Akan tetapi iklan ini lebih dikhususkan pada penayangan untuk tempat - tempat fasilitas umum seperti pada ruang tunggu pada stasion, bandara, terminal, *loby hotel, lift*, mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Sedangkan konsep dari iklan televisi ini tidak jauh berbeda dengan ide utama pada iklan televisi yang pertama, adalah bagaimana seorang pekerja kantoran yang kebingungan karena tiba-tiba harus melakukan perjalanan jarak jauh, tapi pekerja tersebut belum memiliki tiket perjalanan. Sementara masih sangat sibuk untuk pergi langsung membeli pada loket di stasion. Kemudian ketika pekerja tersebut sudah menghabiskan banyak waktu memikirkan hal tersebut, munculah seorang laki-laki dari dalam *laptop* dan menawarkan solusi berupa tiket perjalanan kereta api.

| No | Scene | Audio | Visual | Durasi |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Scene 1 | lagu masuk (back sound) | Seorang pekerja sedang menerima telepon dalam sebuah ruangan kantor | 00:00:00-00:00:02 |
| 2 | Scene 2 | back sound mengecil<br>(vo) anda stres karena mendadak harus keluar kota? | Tiba-tiba dia terkejut karena dia mendadak harus melakukan perjalanan keluar kota. | 00:00:02-00:00:06 |
| 3 | Scene 3 | back sound mengecil<br>(vo) tapi anda terlalu sibuk untuk membeli tiket perjalanan anda | Pekerja itupun binggung dan stres karena dia masih memiliki banyak sekali pekerjaan yang harus di selesaikan. | 00:00:06-00:00:12 |
| 4 | Scene 4 | back sound mengecil | Tiba-tiba dia melihat ke layar monitor | 00:00:12-00:00:13 |
| 5 | Scene 5 | back sound mengecil | Tiket keluar dari layar monitornya | 00:00:13-00:00:14 |
| 6 | Scene 6 | back sound mengecil<br>(vo)inilah solusinya sebuah terobosan baru dari TIKI Wisata | Tiba-tiba seseorang secara mengejutkan muncul dari layar monitornya memberikan sebuah solusi yang pekerja itu butuhkan yaitu sebuah tiket perjalanan.. | 00:00:14-00:00:15 |
| 7 | Scene 7 | volume back sound membesar<br>(vo) anda butuh? kami antar! | Headline"ANDA BUTUH? KAMI ANTAR!" | 00:00:15-00:00:17 |
| | | volume back sound membesar | TIKI Wisata | 00:00:18-00:00:19 |

Backsound " you just a noise for me (bottlesmoker)"

*Tabel 4.7 Storyline TVC2*





*Gambar 4.10 TVC2*

## 4.2. Media Online

### 4.2.1. Web Banner Animasi

Ukuran : 550px x 400px

Material : Digital Animasi

Teknik Produksi : Input Digital

Keterangan :

Menampilkan *animasi* seorang pekerja kantoran yang bingung karena masalah tiket, kemudian mendapatkan solusi dari seorang yang keluar dari layar *laptop*. *Animasi* promosi ini akan tampil ketika seseorang yang sedang berinternet membuka halaman sebuah *website*. Media ini antara lain akan diinput pada situs TIKI Wisata, PT. Kereta Api Indonesia, dan beberapa situs informasi seperti *KOMPAS, KASKUS, VIVA NEWS,* dan lain - lain.




*Gambar 4.11 Web Banner Animasi*

### 4.2.2. E- banner

Ukuran : 250 px x 170 px

Material : Digital image

Teknik Produksi : Input Digital

Keterangan :

Media ini digunakan untuk menarik perhatian khalayak sasaran yang dalam kesehariannya tidak dapat terlepas dari *internet*, pada penayangannya *E-banner* ini memiliki empat varian desain. iklan ini akan terhubung dengan *website* resmi TIKI Wisata yaitu www.tikiwisata.com, dan beberapa situs jejaring sosial seperti *Facebook, twitter.*




*Gambar 4.12 E Banner*

## 4.3. Media Cetak

### 4.3.1. Kartu Nama Lembaga

Ukuran : 9 cm x 5.5cm

Material : Art Paper

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

Media ini digunakan dengan pertimbangan kebiasaan konsumen yang datang langsung dan selalu meminta kartu nama lembaga.

Selain itu media ini juga cukup praktis dan efektif menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran.




*Gambar 4.13 Kartu Nama Lembaga*

### 4.3.2. Brosur

Ukuran : 27 cm x 16 cm

Material : Art Paper

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

*Brosur* merupakan media informasi yang bersifat deskriptif tentang beberapa hal penting yang berisikan informasi. Media ini dipilih karena dengan *brosur* akan diperoleh banyak informasi mengenai fasilitas layanan yang diberikan.




*Gambar 4.14 Brosur*

### 4.3.3. Flyer

Ukuran : 14.8 cm x 21 cm

Material : Art Paper

Teknik produksi : Digital Printing

Keterangan :

Penggunaan media ini bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat informatif, pertimbangan penggunaan media ini adalah pendistribusiannya yang mudah dan banyaknya tempat untuk mendistribusikan media ini. Media ini akan digunakan pada awal tahap dua dan awal tahap tiga.




*Gambar 4.15 Flyer*

### 4.3.4. X- Banner I

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Material : PVC

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

Pada desain media ini menggunakan tiga bagian yang pertama adalah ilustrasi yang ditempatkan di tengah sebagai pusat, kemudian *headline* dan *tagline* ditempatkan di atas ilustrasi, hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan sekala orang berdiri dengan tujuan pesan utama yang disampaikan untuk khalayak sasaran dapat dengan jelas dilihat langsung pada keadaan orang berdiri. Untuk *bodyteks* yang berupa alamat diletakan di bagian bawah ilustrasi. Media ini akan digunakan pada tahap pertama setelah penayangan tvc1. Dan media ini akan ditempatkan di loket stasion.




*Gambar 4.16 X Banner I*

### 4.3.5. X- Banner II

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Material : PVC

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

Pada desain media *x banner II* ini menggunakan dua bagian yang pertama adalah ilustrasi yang ditempatkan di atas sebagai pusat, kemudian *headline* dan *tagline* ditempatkan di bawah ilustrasi sebagai informasi, pada bagian *visual* mengunakan *visual II* yang konsepnya adalah mengantarkan tiket kemanapun konsumen butuh yang digambarkan dengan seorang laki-laki yang muncul dari dalam *laptop* memberikan sebuah tiket. Media ini akan digunakan pada tahap kedua sebagai media persuasif dengan pendekatan pesan *unique selling proposition* dan ditempatkan di loket stasion dan tempat-tempat lain seperti pusat pertokoan, perkantoran, dan hotel.




*Gambar 4.17 X Banner II*

### 4.3.6. Poster

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

Material : Syintetic paper 170 gsm

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

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 khalayak sasaran, penggunaan poster sebagai media pendukung.

Media ini akan ditempatkan di kantor Tiki Wisata, dan di tempat-tempat umum lain seperti di Anjungan Tunai Mandiri (ATM).




*Gambar 4.18 Poster*

### 4.3.7. Baligho

Ukuran : 6 m x 4 m

Material : Flexi Frontlite Outdoor

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

Sama halnya dengan poster dan *x-banner* tetapi ukuran baligho yang besar dan penempatan yang strategis seperti di persimpangan lampu merah yang memungkinkan pengguna kendaraan akan berhenti sehingga dapat dengan jelas bisa dilihat oleh khalayak sasaran sehingga informasinya pun bisa dengan cepat sampai. Fungsi *Baligho* adalah untuk tahap mengingatkan pesan promosi tentang pesan yang ingin disampaikan dalam promosi yang sedang dilaksanakan. Penekanan *visual* pada *baligho, headline* dan ilustrasi sebagai pesan promosi.




*Gambar 4.19 Baligho*

### 4.3.8. Billboard

Ukuran : 6 m x 3 m

Material : Flexi Frontlite Outdoor

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

*Billboard* dipilih karena dari segi ukuran yang besar dan penempatan yang strategis seperti ditempatkan di perempatan lampu merah, akan sangat efektif untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak sasaran.




*Gambar 4.20 Billboard*

### 4.3.9. Rambu-rambu Gerbang Tol

Ukuran : 120 cm x 50 cm

Material : Alumunium

Teknik produks : Print alumunium

Keterangan :

Ambient media ini memanfaatkan rambu-rambu pada jalan disini adalah rambu pada gerbang masuk tol, yang dimana kemungkinan untuk dilihat oleh khalayak sasaran sangat besar. Secara langsung posisi penempatannya akan berada pada fokus pengemudi yang

akan memasuki gerbang tol. Untuk desainnya sendiri menggunakan gambar seorang laki-laki yang seakan-akan muncul dari dalam rambu dan menawarkan sebuah tiket pada pengemudi.




*Gambar 4.21 Rambu - rambu Gerbang Tol*

### 4.3.10. Table number

Ukuran : 12 cm x 6 cm

Material : Art papper (laminasi)

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

Ambient media ini dipilih untuk ditempatkan di area restoran, tepatnya di setiap meja yang digunakan oleh pengunjung restoran yang memungkinkan menjadi tempat yang biasa dikunjungi oleh khalayak sasaran. Untuk desainnya sendiri menggunakan gambar seorang laki-laki yang seakan-akan muncul dari dalam nomor meja dan menawarkan sebuah tiket pada pengunjung restoran sebagai khalayak sasaran.




*Gambar 4.22 Nomor Meja*

### 4.3.11. Kalender Duduk

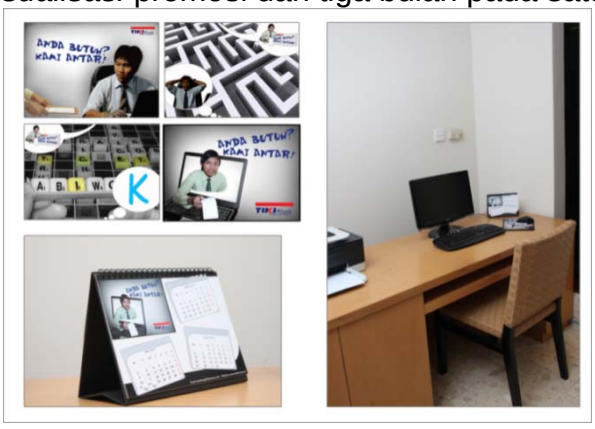
Ukuran : A5 14.8 x 21 cm

Material : Art Paper

Teknik produksi : Digital printing

Keterangan :

Pemilihan media kalender ini dikarenakan penempatannya yang cukup strategis untuk dilihat, yaitu diatas meja kerja. Untuk desain kalender ini terdiri dari empat halaman masing - masing diletakkan satu *visualisasi* promosi dan tiga bulan pada satu halamannya.




*Gambar 4.23 Kalender Duduk*

### 4.3.12. Jam Dinding

Ukuran : Diameter 13.2 cm

Material : Stiker chromo

Teknik produks : Digital Printing

Keterangan :

Media ini digunakan sebagai media pengingat dikarenakan hampir setiap saat dilihat terutama pegawai atau seseorang yang sedang berada dalam jam kerja sehingga pesan akan dapat dilihat dan di ingat oleh khalayak sasaran ketika melihat waktu. Sedangkan pada desainnya menggunakan objek seorang laki-laki yang terlihat seakan-akan muncul dari dalam jam dan memberikan tiket sebagi sebuah solusi.




*Gambar 4.24 Jam Dinding*

### 4.3.13. Box File

Ukuran : disesuaikan

Material : stiker tranparans & art paper

Teknik produksi : Digital printing

Keterangan :

Pemilihan media ini dikarenakan penempatannya yang cukup strategis untuk dilihat khalayak sasaran yaitu diatas meja kerja. ini Sedangkan pada desainnya menggunakan objek seorang laki-laki yang terlihat seakan-akan muncul dari dalam *box file* dan memberikan tiket sebagi sebuah solusi.




*Gambar 4.25 Box File*

### 4.3.14. Tempat Sampah

Ukuran : disesuaikan

Material : stiker chromo

Teknik produksi : Digital printing

Keterangan :

Media ini digunakan sebagai media pengingat yang akan ditempatkan dan didistribusikan ke dalam setiap ruangan kantor.

Untuk *visualisasi* yang digunakan pada media ini masih sama dengan media lain yaitu menampilkan seorang laki-laki yang

seakan-akan keluar dari tong sampah dan media ini akan digunakan pada tahap mengingatkan.




*Gambar 4.26 Tempat Sampah*

### 4.3.15. Mousepad

Ukuran : 19.5 cm x 27 cm

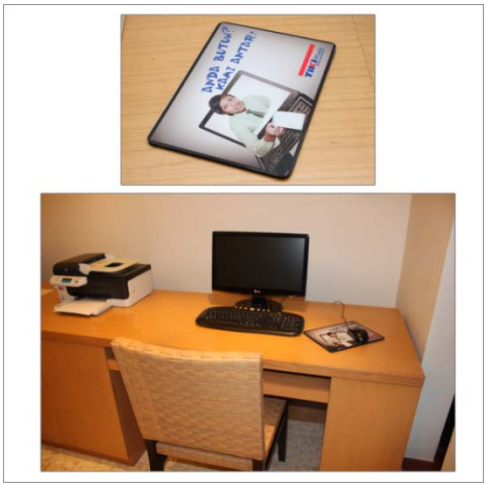
Material : karet

Teknik produksi : sablon digital

Keterangan :

Media ini digunakan sebagai media pengingat yang akan di tempatkan dan didistribusikan ke dalam setiap ruangan kantor.

Pertimbangan media ini karena hampir setiap pegawai kantor membutuhkan *mousepad* untuk keperluan bekerja.




*Gambar 4.27 Mousepad*

### 4.3.16. Mug

Ukuran : disesuaikan

Material : keramik

Teknik produksi : sablon digital

Keterangan :

Media ini digunakan sebagai media pengingat yang akan didistribusikan ke dalam setiap ruangan kantor. Media ini dipilih karena sangat memungkinkan pesan dapat sampai kepada *khalayak sasaran*, karena dalam jam kerja pegawai membutuhkan minum terutama kopi, yang umumnya menggunakan mug untuk medianya.




*Gambar 4.28 Mug*