BAB IV

TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.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 balapan motor liar. 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**

  Setelah desain dibuat secara manual maka langkah selanjutnya yaitu gambar diolah di komputer. Dalam pembuatan visual kampanye ini penulis menggunakan beberapa *software* desain, diantaranya *Adobe Photoshop CS 3, Corel Draw X4, Adobe Premiere Pro 2.0*. Pengolahan gambar secara keseluruhan meliputi penempatan logo, *headline,* dan *tagline* kampanye.

- ***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.

IV.2 Tahap Produksi

IV.2.1 Iklan Televisi (TVC)

Media utama pada kampanye ini adalah media iklan televisi yang dibuat dengan menggunakan *software* yaitu *Adobe Premiere Pro 2.0*. Dijadikannya iklan disini sebagai media utama adalah karena iklan televisi dekat dengan dunia remaja. Media iklan televisi termasuk kedalam ambiens media karena menggunakan media yang tidak biasa untuk mengantarkan pesan.

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 apa yang ditayangkan pada iklan tersebut, bahwa menjadi seorang pembalap liar bukanlah suatu hal yang patut untuk dibanggakan.

IV.2.1.1 Ide / Tema Iklan

Idea tau tema dari pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah penulis ingin menyampaikan pesan lewat video yang berdurasi pendek sebagai iklan layanan masyarakat agar kalangan remaja dapat melihat iklan tersebut dan menyampaikan pesan bahwa tidak selalu seseorang yang menjadi pembalap motor liar itu disenangi dan dikagumi orang lain, terutama lawan jenisnya.

IV.2.1.2 Sinopsis

Malam hari dijalan raya ketika balapan motor sedang berlangsung, seorang pemuda memacu motornya dengan kencang saling mengadu kecepatan motornya dengan yang lain. Pemuda itu menepi ke tempat nongkrongnya untuk berhenti karena balapannya telah usai kemudian ada seorang cwen yang sedang menunggu pemuda itu begitu ketemu dengan pemuda itu si cwe langsung ngejewer sambil bilang "oh bagus ya..janji mau kerumah ternyata malah balapan udah

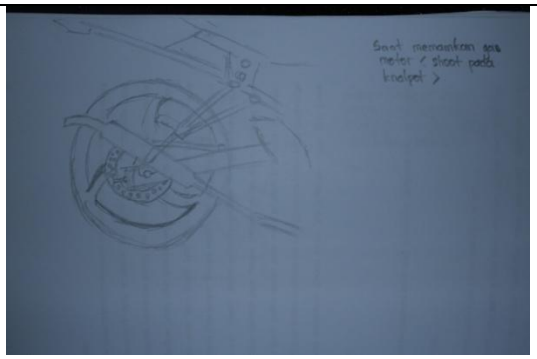
bosan idup apa hah...sambil di jewer si pemuda itu bilang iya iya ampun".

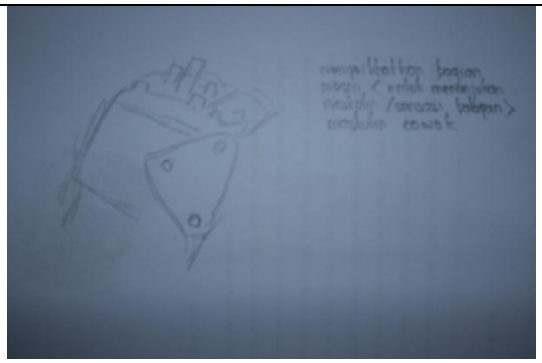
IV.2.1.3 *Story Line*

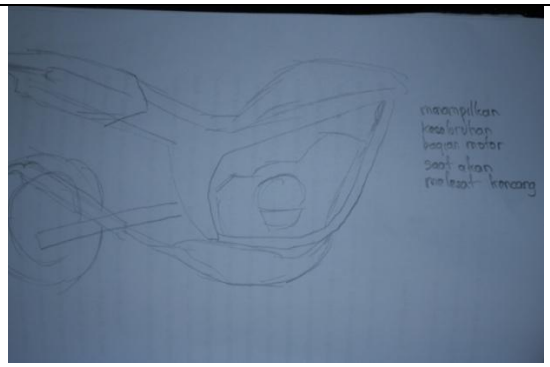
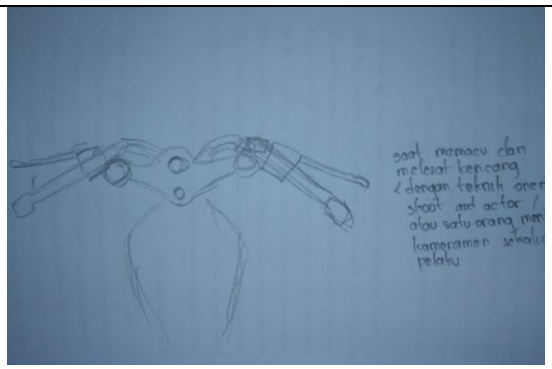
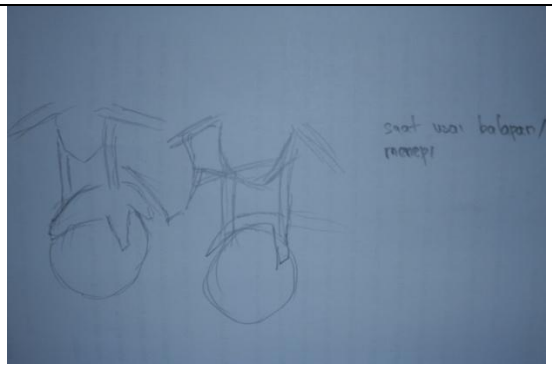
Dimulai dari malam hari saat jalan raya mulai sepi. pemuda itu memacu motornya dengan kecepatan tinggi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kencang kecepatan motornya.

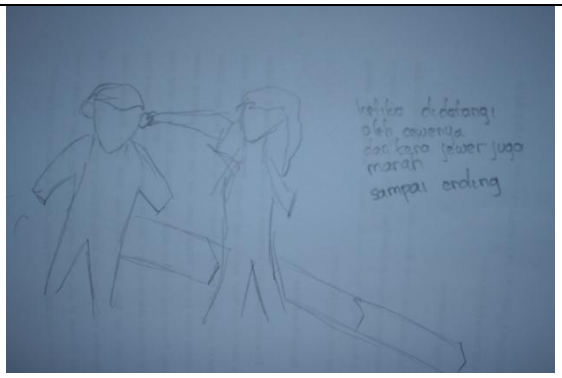
Pemuda itupun beradu kecepatan dengan seorang pembalap liar lainnya yang berada di jalan raya tempat balapan motor liar, Setelah usai balapan dengan orang lain, pemuda menepi dan pada saat menepi ternyata ada seorang wanita yaitu kekasihnya, yang sudah lama menunggu kedatangan pemuda tersebut dirumahnya. Kemudian dengan kesalnya kekasih pemuda itu langsung menjewer dan memarahi sang pemuda itu.

IV.2.1.4 *Storyboard*

			Suasana jalan raya saat malam hari (Background music dengan sensasi menegangkan dan suara knalpot)	
			Deru mesin motor dan suara knalpot saat dinyalakan	

			Memperlihatkan mesin motor yang berkesan maskulin	

			Memperlihatkan keseluruhan bagian motor	
			Melaju kencang dijalan raya	
			Ketika pulang hendak menepi	

			Saat dijewer dan dimarahi oleh kekasihnya (Ending background musik *Keane – Everybody's Changing*)	

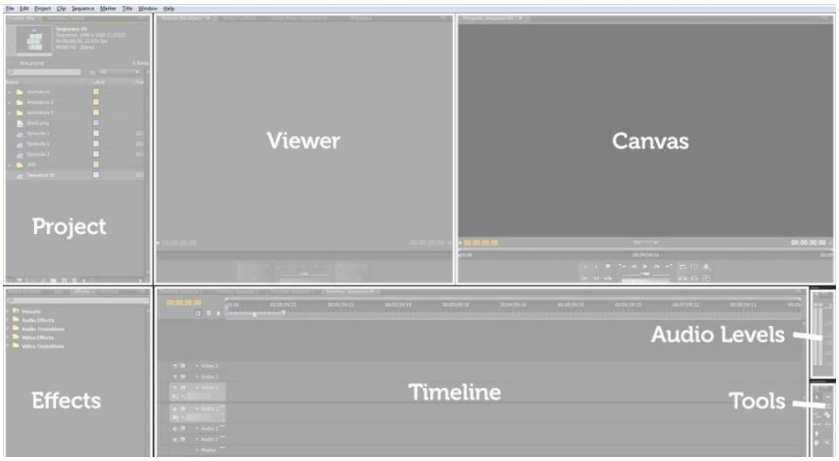
Tabel 4.1 : Tabel *Storyboard*

IV.2.1.5 Konsep dan Teknik Editing

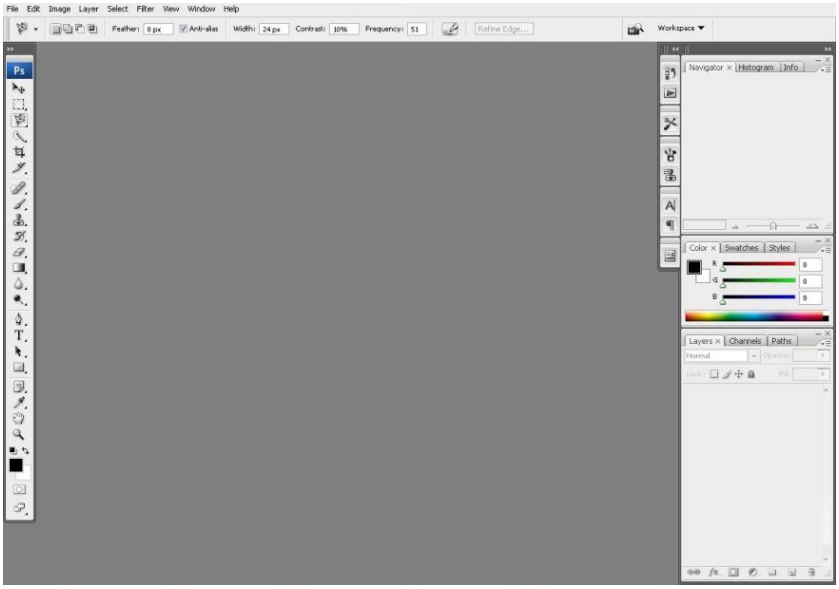
Untuk Konsep dan teknik editing tentang iklan balapan motor liar tersebut digunakan unsur-unsur yang bersifat sesuai dengan keadaan balapan motor liar tersebut, seperti background musik dan pencahayaan dibuat gelap seakan memacu adrenalin dan menegangkan. Konsep pengambilan video tersebut dilakukan oleh tokoh utama sekaligus *camerama*, juga melibatkan penonton kedalam beberapa adegan dalam video tersebut.

IV.2.1.6 Tahapan Editing

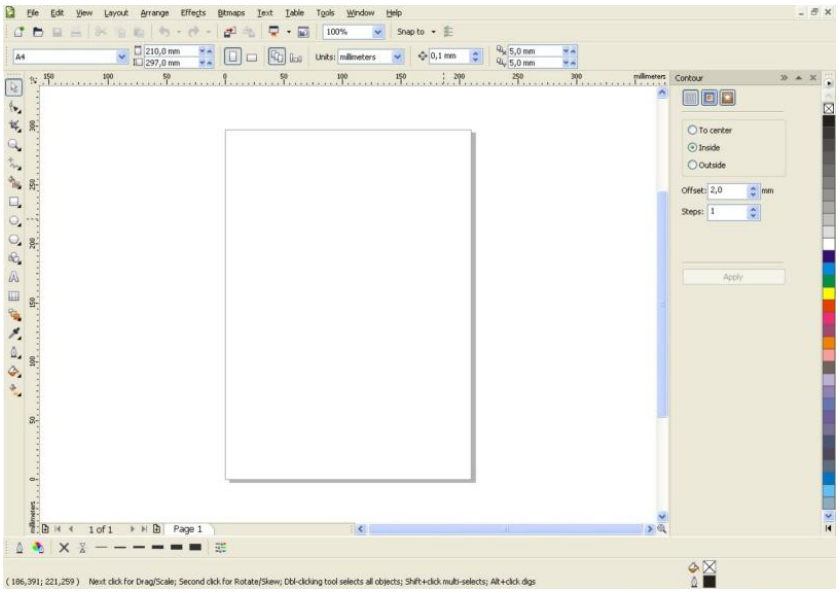
Tahapan editing ini berbasis digital menggunakan *software Adobe premiere pro 2.0, Adobe Photoshop CS3, FL Studio 10,* dan *Corel Draw X4*. Berikut merupakan gambar dari software tersebut dan pasca pembuatan iklan balapan motor liar.



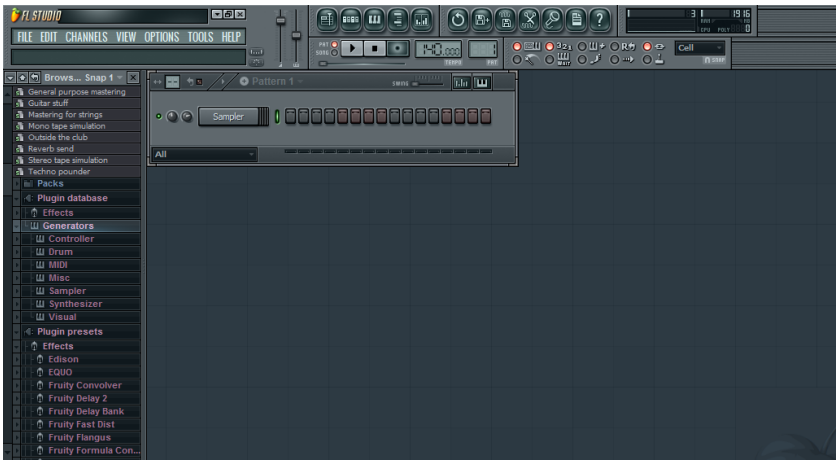
Gambar 4.1. : *Screenshoot Sofware Adobe Premiere Pro 2.0*



Gambar 4.2. : *Screenshoot Sofware Adobe Photoshop CS3*

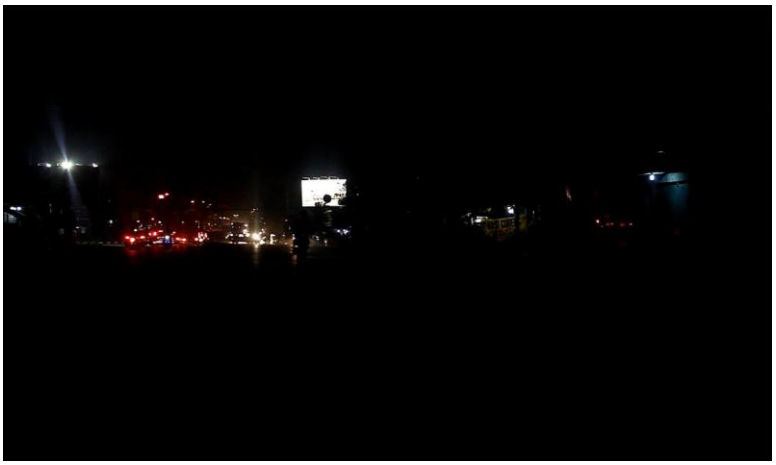


Gambar 4.3. : *Screenshoot Sofware Corel Draw X4*



Gambar 4.4. : *Screenshoot Sofware FL Studio 10*

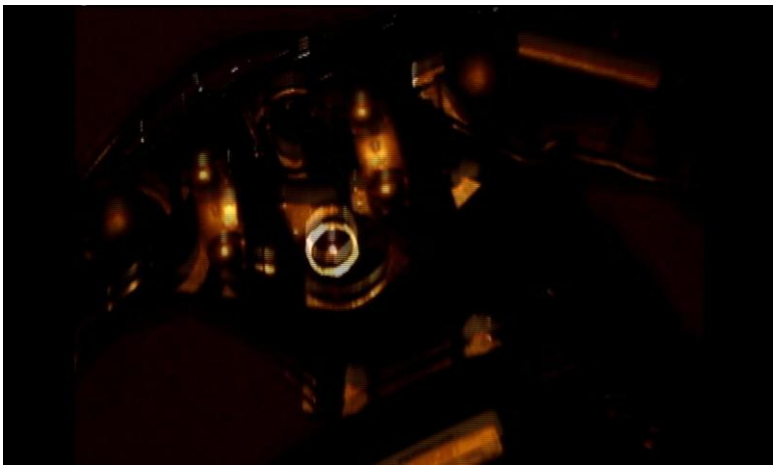
IV.2.1.7 *Screenshoot* Iklan Televisi



Gambar 4.5 : *Screenshoot* Iklan Televisi



Gambar 4.6 : *Screenshoot* Iklan Televisi



Gambar 4.7 : *Screenshoot* Iklan Televisi



Gambar 4.8 : *Screenshoot* Iklan Televisi



Gambar 4.9 : *Screenshoot* Iklan Televisi

IV.2.2 *Sticker*

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 logo dari kampanye sendiri.

Format / bentuk : Persegi panjang
Ukuran : 10 x 8 cm
Material : kertas *sticker*
Teknik produksi : Digital printing dan sablon



Gambar 4.10. Media *Sticker*

IV.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.

Format / bentuk : Persegi panjang
Ukuran : 39 cm x 22 cm
Material : Art paper
Teknik produksi : Digital printing



Gambar 4.11. Media Poster

IV.2.4 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	: 10 x 8 cm
Material	: Acrylic 3mm
Teknik produksi	: Cutting dan Printing



Gambar 4.12. Gantungan Kunci

IV.2.5 Spanduk

Spanduk, berfungsi untuk menyampaikan dan menarik perhatian bagi para remaja yang melewati daerah atau jalan dimana spanduk ini dipasang

Format / bentuk : Persegi empat
Ukuran : 300 x 100 cm
Material : Superflex
Teknik produksi : Digital printing



Gambar 4.13. Media Spanduk

IV.2.6 *Web Banner*

Web Banner berfungsi sebagai penyampaian pesan lewat jaringan internet.

Format / bentuk : Persegi panjang
Teknis Produksi : *Adobe Dreamweaver CS3*



Gambar 4.14. Media *Web Banner*