BAB IV

TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1. Mekanisme Produksi Media

Didalam proses atau mekanisme pembuatannya semua media promosi NuArt Sculpture Park ini melalui beberapa tahapan, tahapan ini dilakukan agar pembuatan semua media dilakukan secara efektif, dan sesuai dengan tujuan utamanya yaitu menarik minat *target audience* untuk mengunjungi NuArt Sculpture Park, dan tahapan tersebut adalah:

IV.1.1. Tahapan Menentukan Konsep Visual

Maksudnya adalah proses dimana penulis menuangkan pemikiran dasar atau ide-ide atas visual yang akan dibuat, serta alasan yang kuat dalam visual yang akan dituangkan kedalam media tersebut, sesuai dengan konsep promosi yang ada.

IV.1.2. Tahapan Sketsa Manual Media

Maksudnya adalah membuat rancangan visual sementara dari setiap media yang ada melalui sebuah sketsa manual atau lukisan tangan didalam secarik kertas, guna menentukan perkiraan tata letak atau *layout* serta menuangkan ide-ide alternatif yang ada sebelum proses sketsa *digital* dimulai.

IV.1.3. Tahapan Digitalisasi Media

Maksudnya adalah membuat digitalisasi dari sketsa manual yang ada kedalam aplikasi *digital* dengan menggunakan *software*, guna melihat perkiraan hasil akhir media berdasarkan sketsa manual yang dibuat pada tahapan sketsa manual.

IV.1.4. Tahapan Penilaian Dan Revisi

Maksudnya adalah tahapan dimana hasil dari tahapan digitalisasi media yang ada, diproduksi dalam bentuk *dummy* (tiruan hasil sementara), guna melihat dan menilai media yang telah diproduksi

tersebut, dan jika dirasa tidak sesuai, maka proses akan diulang kembali pada tahap konsep, sampai digitalisasi.

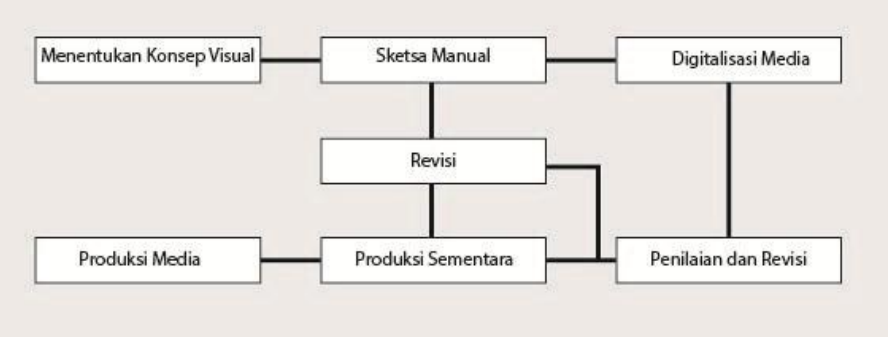
IV.1.5. Tahapan Produksi Sementara

Maksudnya adalah tahapan dimana setelah konsep, dan rancangan visual sudah pasti, dan setiap media telah memiliki visual yang dirasa sesuai dengan konsep yang ada, maka tahapan berikutnya adalah memulai produksi media dalam jumlah kecil, guna melihat contoh hasil jadi sementara dari media promosi yang ada, dan jika dirasa tidak sesuai, atau terjadi kesalahan teknis produksi, maka mekanisme produksi media akan diulang kembali kepada tahapan digitalisasi.

IV.1.6. Tahapan Akhir Produksi Media

Maksudnya adalah tahapan dimana semua media yang telah diproduksi dalam tahapan sementara sudah dirasa pas, dan tidak ada masalah teknis serta kekurangan dalam hal apapun, maka tahapan selanjutnya adalah memproduksi media promosi yang ada dalam jumlah besar, atau disebut sebagai produksi massal, atau tahap akhir produksi.

IV.1.7. Bagan Mekanisme Produksi



Tabel IV.1 Bagan Mekanisme Produksi Media

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

IV.2. Teknis Produksi

Teknis pembuatan media pada promosi ini, menggunakan teknik digital, atau menggunakan beberapa *software* didalam komputer dengan menggunakan *software* desain keluaran Adobe sesuai dengan fungsi masing masing dari *software* tersebut, dan berikut ini merupakan beberapa *software* yang digunakan, dan fungsinya dalam proses produksi adalah:

Adobe Photoshop CS6 digunakan sebagai program untuk proses pengolahan atau edit foto yang bertujuan memperindah dan memperbaiki kualitas photo yang ada, serta efek dan pewarnaan media.

Adobe InDesign CS3 digunakan sebagai *software* yang berfungsi untuk mengatur tata letak atau *layout* dari tampilan visual pada media promosi yang dibuat.

Adobe Flash CS5 digunakan sebagai *software* yang berfungsi untuk membuat *digital imaging* dan animasi (gambar bergerak) pada media digital yang bergerak (animasi) seperti *web banner*.

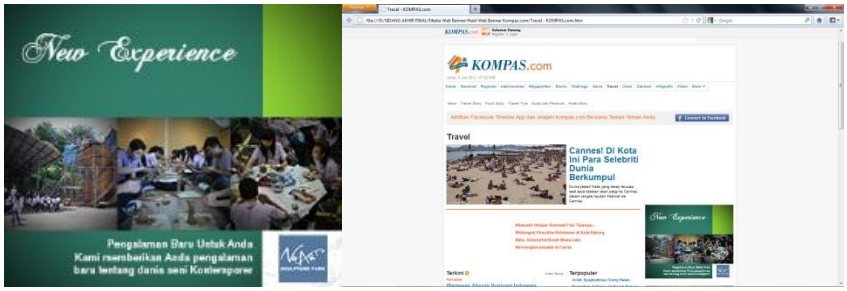
IV.2.1. Media Utama *Web Banner*

Media *web banner* merupakan media utama dalam menyampaikan pesan utama yang dituju didalam kegiatan promosi ini, fungsi utamanya adalah sebagai media bersifat personal, dan paling efektif dalam mempromosikan NuArt, karena media ini dekat dengan kehidupan sehari-hari *target audience* yang memiliki kebiasaan atau kecendrungan untuk mengakses sebuah *website*.

Dan media ini berfungsi sebagai alat promosi yang tahan lama, dan dinilai cocok sebagai media untuk memperkenalkan NuArt karena lamanya jangka waktu penayangan *web banner* yang berdurasi 3 bulan sampai 6 bulan lamanya, dan media ini akan ditampilkan dalam 3 situs, yaitu *www.kompas.com*, *www.kaskus.co.id*, dan *www.yahoo.co.id*, yang merupakan ketiga situs yang sering diakses oleh *target audience*, serta merupakan situs yang sering dikunjungi berdasarkan *survey* KOMPAS grup, dan berikut gambar aplikasinya.

A. *Web Banner* Situs Kompas

Situs ini dipilih karena berdasarkan *survey* yang dilakukan Kompas group, situs ini termasuk dalam daftar situs sering dikunjungi di Indonesia, terutama oleh *target audience* primer, yaitu kalangan atas yang merupakan eksekutif muda, serta mahasiswa yang *up to date*, tentang informasi saat ini.



Gambar IV.1 Media *Web Banner* Situs Kompas dan Aplikasinya
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

Teknis produksi w*eb banner* situs Kompas

Media : *website* kompas.com
Ukuran : 300 *pixel* x 250 *pixel*
Lokasi : http://travel.kompas.com
Teknis : *Digital imaging* flash *animation* (animasi digital)
Material : *Digital slide show* (animasi pada media digital)

B. *Web Banner* Situs Yahoo Indonesia

Sama hal nya dengan situs Kompas.com, situs Yahoo Indonesia dipilih karena berdasarkan *survey* yang dilakukan Kompas, situs ini termasuk dalam daftar situs *website* sering dikunjungi di Indonesia, terutama oleh *target audience* primer, yaitu kalangan atas yang merupakan eksekutif muda, serta mahasiswa yang *up to date*, tentang informasi saat ini.



Gambar IV.2 Media *Web Banner* Situs Yahoo dan Aplikasinya

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

Teknis produksi *web banner* situs Yahoo Indonesia:

Media : *Website* yahoo.co.id

Ukuran : 300 *pixel* x 280 *pixel*

Lokasi : http://www.yahoo.co.id

Teknis : *Digital imaging* flash *animation* (gambar digital)

Material : *Digital slide show* (animasi pada media digital)

C. *Web Banner* Situs Kaskus

Sama hal nya dengan kedua situs sebelumnya, situs Kaskus dipilih karena berdasarkan *survey* yang dilakukan Kompas, situs ini termasuk dalam daftar situs *website* sering dikunjungi di Indonesia, terutama oleh *target audience* sekunder, yaitu kalangan pelajar SMA, dan Mahasiswa.



Gambar IV.3 Media *Web Banner* Kaskus.co.id dan Aplikasinya

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

Teknis Produksi *Web Banner* Situs Kaskus

Media : *Website* kaskus.co.id

Ukuran : 360 pixel x 165 pixel

Lokasi : http://www.yahoo.co.id

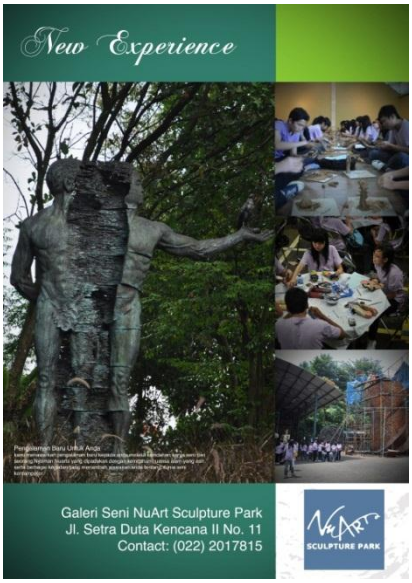
(*Indonesian Largest Community*)

Teknis : *Digital imaging* (gambar digital)

Material : *Digital slide show* (gambar pada media digital)

IV.2.2. Media Poster

Poster merupakan media promosi yang efektif, masyarakat dapat lebih mengenal, dan mengetahui promo-promo dengan mudah dan dapat memperoleh informasi tentang NuArt Sculpture Park, baik alamat, ataupun informasi kontak.



Gambar IV.4 Media Poster dan Aplikasinya

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

Teknis Produksi :

Media : Poster

Ukuran : 29,7 cm x 42 cm (A3)

Lokasi : Mading, sekolah atau universitas *target audience*

Teknis : *Digital Printing*

Material : *Art Paper* 180*gsm*

IV.2.3. Katalog

Katalog sebagai media promosi bersifat personal yang berupa buku dan diberikan kepada yayasan sekolah atau universitas yang merupakan *target audience*, dengan tujuan menginformasikan paket kunjungan yang ada serta harga.



Gambar IV.5 Media katalog dan Aplikasinya

Sumber: Dokumen Pribadi (2012)

Teknis Produksi :

Media : Katalog

Ukuran : A4 (21 X 29,7 cm)

Lokasi : Diberikan kepada *target audience*

Teknis : *Digital Printing*

Material : Kertas *Art Paper* 120 gsm

IV.2.4. Media Brosur

Fungsi media ini lebih kearah agar *target audience m*engenal lebih jauh tentang NuArt Sculpture Park, juga bersifat informatif atau memberikan informasi yang perlu diketahui oleh *target audience* seperti, denah lokasi, dan info tentang paket kunjungan yang ditawarkan oleh NuArt Sculpture Park.



Gambar IV.6 Media Brosur dan Aplikasinya

Sumber: Dokumen Pribadi

Teknis Produksi :

Media : Brosur

Ukuran : A4 (29.7 X 21 cm)

Lokasi : *Café*, atau tempat *target audience*

Teknis : *Digital printing*

Material : *Art Paper* 180*gsm*

IV.2.5. Media *X-Banner*

Penggunaan media lebih bertujuan sebagai media promosi yang berfungsi menanamkan *brand awareness* (kesadaran akan sebuah merek dagang atau produk) serta informasi berupa alamat dan nomor telepon kepada setiap orang yang melihat.



Gambar IV.7 Media *X-Banner* dan Aplikasinya

Sumber: Dokumen Pribadi

Teknis Produksi :

Media : *X-Banner*

Ukuran : 60 X 160 cm (Skala 1:10 = 6 X 16 cm)

Lokasi : Depan galeri seni NuArt.

Teknis : Cetak *Outdoor*

Material : PVS HD, atau bahan *Outdoor* lainnya.

IV.2.6. Media Iklan Koran

Media ini sebagai media penyedia informasi tentang NuArt Sculpture Park yang dapat menjangkau *target audience* yang memiliki kebiasaan untuk membaca Koran di pagi hari sebelum menjalankan aktivitas, berikut adalah gambar serta aplikasi media iklan pada Koran.



Gambar IV.8 Media iklan koran dan Aplikasinya

Sumber: Dokumen Pribadi

Teknis Produksi :

Media : Iklan Koran

Ukuran : 4 Kolom (18.5 X 27 cm)

Lokasi : Koran kalangan atas (Kompas, Tempo)

Teknis : *Cetak offset*

Material : Kertas Koran

IV.3. Konsep Utama Media Promosi

Media promosi yang ada memiliki konsep utama yang sama, yaitu menampilkan visual dari karya seni Nyoman Nuarta melalui elemen visual *photography*, dan *layout* bergaya modern dan menggunakan warna-warna yang sudah menjadi *brand color* dari NuArt, guna menarik perhatian *target audience*, dengan cara mengkomunikasikan NuArt melalui berbagai media yang dekat akan keseharian *target audience*, melalui bahasa verbal yang berupa himbauan, serta melalui visual yang sesuai dengan selera *target audience* itu sendiri dengan tujuan agar mereka tertarik untuk mengunjungi NuArt.