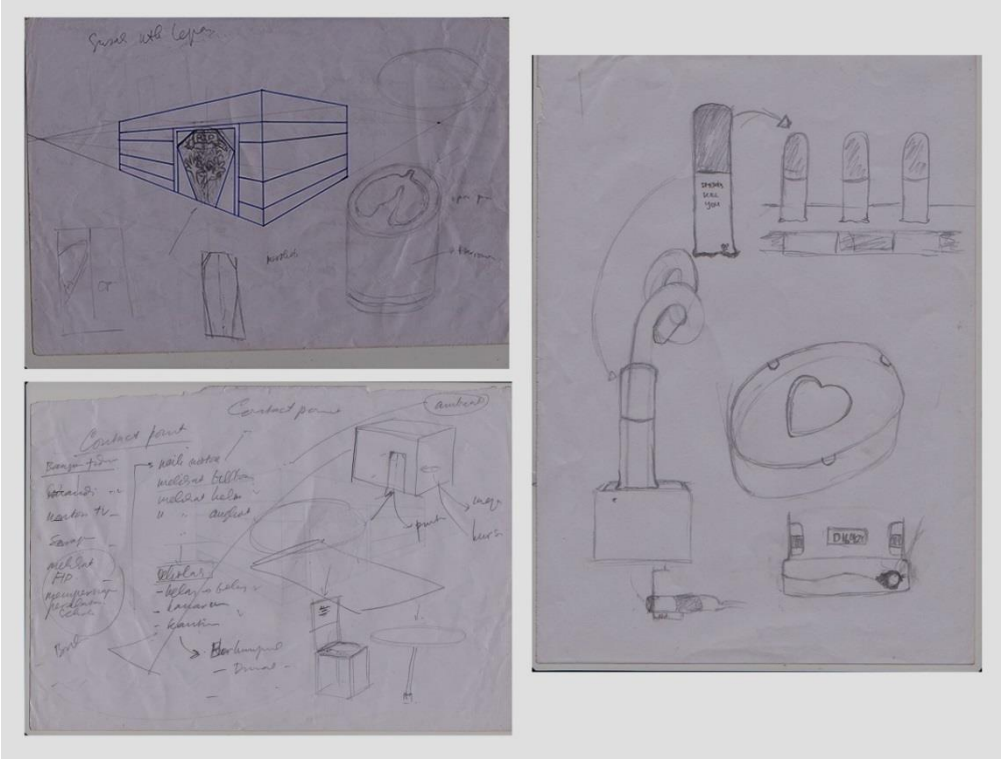
# BAB IV
# TEKNIS MEDIA PRODUKSI

## IV.1 Teknis Media

Dalam Perancangan Kampanye Sosial rokok dikalangan remaja, harus terdapat beberapa hal. Salah satunya agar desain dari komunikasi visual yang disampaikan dapat menarik minat target audiens walupun sederhana.. Dalam hal produksi media yang dibuat melalui beberapa proses, yaitu:

a. Sketsa Awal

   Sketsa dibuat untuk mencari sebuah bentuk visual yang nantinya akan dijadikan sebagai bentuk dasar untuk visual ambient yang akan dipergunakan.

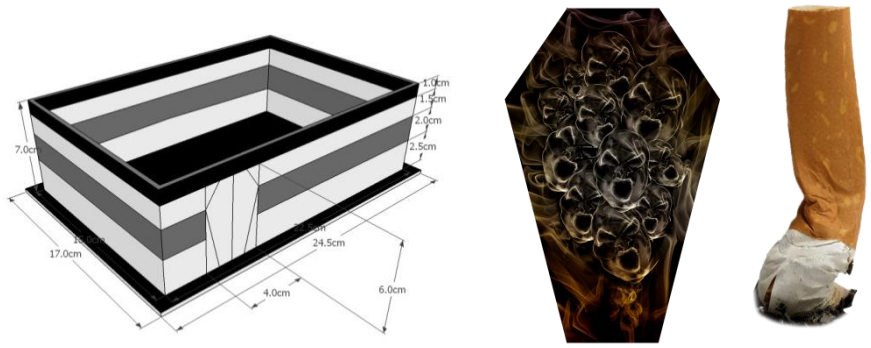


Gambar 4.1 Sketsa Awal

Sumber: Dokumen Pribadi

b. Eksekusi Visual

Eksekusi visual dilakukan untuk menjadikan sketsa menjadi lebih dimengerti dan dipahami oleh target sasaran.




Gambar 4.2 Sketsa Visual

Sumber: Dokumen Pribadi

c. Tahap perancangan

Tahapan perancangan, yaitu mempersiapkan media utama dengan media pendukung yang menjadikan sebuah satu kesatuan.

## IV.2 Media Utama

### IV.2.1 Ambient Media

1. *Smoking Room*

   Ukuran: 2m x 1,5m

   Bahan: *big print outdoor*




Gambar 4.3 Ambient Smoking Room

Sumber: Dokumen Pribadi

2. Tiang

   Ukuran: 3m x 1m

   Bahan: Gipsum dan cat *acrylic*







Gambar 4.4 Ambient Tiang

Sumber: Dokumen Pribadi

3. Angkot

   Ukuran: 1m x 0.5m

   Bahan: *Sticker Transparant*







Gambar 4.5 Ambient Angkot

Sumber: Dokumen Pribadi

## IV.3 Media Pendukung

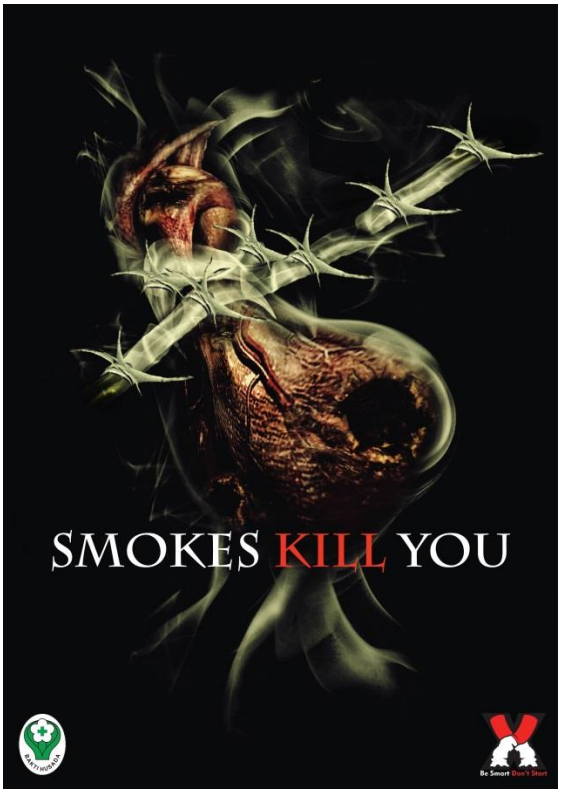
1. Poster

   Poster adalah media yang cukup efektif untuk menarik perhatian masyarakat. Ditempatkan di tempat iklan di mall, dan tempat umum sebelum melewati pintu perlintasan.

   Ukuran : 42cm x 29cm

   Bahan : *glossy paper*




Gambar 4.6 Poster

Sumber: Dokumen Pribadi

2. Gantungan Kunci

   Gantungan kunci ini digunakan sebagai media pengingat, sehingga setiap kali target audiens menggunakan, maka mereka akan selalu melihat pesan kampanye ini.

   Ukuran: 4cm x 4.5cm

   Bahan : *Acrylic*

3. Pin

   Pin digunakan sebagai media pengingat, sehingga setiap target audiens menggunakan, mereka akan selalu melihat pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye ini.

   Ukuran: Diameter 4.5 cm

   Bahan: *Acrylic*




Gambar 4.7 Pin dan Gantungan Kunci

Sumber: Dokumen Pribadi

4. Sticker

Pemberian stiker pada target, agar dapat mengingat pesan yang akan disampaikan. Stiker dapat ditempel dimana saja, sehingga target audiens dapat melihat dimana saja.

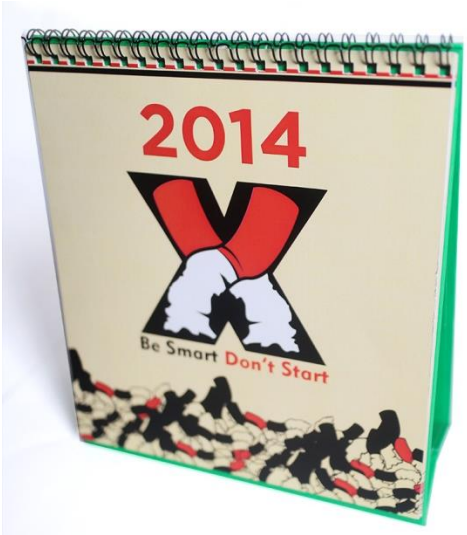



Gambar 4.8 Stiker

Sumber: Dokumen Pribadi

5. Kalender

Kalender dipergunakan sebagai merchandise media. Diberikan disaat melakukan kampanye sosial bersama dengan stiker. Maksud dari media ini sebagai media pengingat karena kalender dekat dengan target audiens




Gambar 4.9 Kalender

Sumber: Dokumen Pribadi

6. Tas Jinjing

Tas jinjing dijual kepada para target audiens pada saat diadakan kampanye event. Target audiens anak muda saat ini sering menggunakan tas jinjing, dengan begitu pesan dapat selalu tersampaikan.




Gambar 4.10 Tas Jinjing

Sumber: Dokumen Pribadi

7. Baju

Baju dijual kepada target audiens pada saat diadakan kampanye event. Target audiens dapat menjadi sarana kampanye dengan memakai baju yang didesain dengan konsep anak muda.




Gambar 4.11 Baju

Sumber: Dokumen Pribadi