BAB IV
TEKNIK PRODUKSI MEDIA

4.1 Pra Produksi

Pada bab ini akan dibahas mengenai teknis produksi media yang digunakan dalam anti perdagangan ilegal satwa liar. Sebelum memasuki tahap produksi pada media kampanye, tahap pertama yang harus dilakukan dalam sebuah perancangan visual kampanye yaitu:

- Sketsa

Sketsa merupakan tahapan awal setelah konsep dibuat. Sketsa merupakan gambaran sederhana tampilan visual yang akan dibuat. Sketsa dibuat berdasarkan tema dan tujuan dari kampanye yang nantinya akan diolah dengan komputer.

- Pengolahan Gambar

Setelah desain dibuat secara manual, langkah selanjutnya yaitu gambar diolah di komputer. Dalam pembuatan visual kampanye penulis menggunakan 2 *software* desain, diantaranya *Adobe Photoshop cs5* dan *Corel Draw x4*. Pengolahan gambar secara keseluruhan meliputi penempatan visual, logo, *headline*, *bodycopy*, dan *tagline* kampanye.

- Pemilihan Alternatif

Pengolahan gambar dibuat dalam beberapa alternatif untuk memilih gambar yang sesuai dengan *keyword* untuk digunakan dalam beberapa alternatif visual. setelah gambar alternatif dipilih kemudian barulah visual dilengkapi dengan konten-konten kampanye meliputi logo, *headline*, *tagline*, dan *bodycopy*. Untuk keseragaman dari beberapa alternatif visual, *headline* yang digunakan satu dengan yang lainnya berbentuk sama, hal ini agar ada kesinambungan antara satu visual dengan yang lainnya.

- *Finishing*

Setelah mendapatkan tampilan visual yang diinginkan dan menempatkan konten-konten visual, maka dipilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Media-media yang dipilih dirancang sesuai dengan tema kampanye dan visual disesuaikan dengan bentuk dan ukuran media, setelah itu media tersebut mulai dicetak dan diaplikasikan.

4.2 Teknik Produksi

Teknik media dibuat berdasarkan pengelompokan tahapan perancangan media kampanye, media dibagi atas dua bagian yaitu media utama dan media pendukung.

4.2.1 Media Utama

- *Billboard*

Billboard termasuk ke dalam media *above the line, billboard* adalah media yang sering kita jumpai khususnya di ruas-ruas jalan, ukurannya yang besar dapat menjadi pusat perhatian. Akan tetapi tingkat keterbacaannya rendah, karena pengguna jalan akan melihat *billboard* secara sekilas. Sehingga pesan yang disampaikan harus singkat dan tepat. Pemilihan media ini dapat menjadi media Informasi bagi pengguna jalan untuk tidak menjual ataupun membeli satwa liar. Teknik produksi menggunakan teknik digital printing. Media ini akan ditempatkan di ruas jalan yang terdapat lampu merah, pada daerah yang aktivitas berlalu lintasnya tinggi. Pada media *billboard* ini iklan yang ditampilkan sebagai informasi dari kampanye anti perdagangan ilegal satwa liar.

Ukuran	: 4 x 8 meter
Material	: *frontlite*
Teknik Produksi	: *Digital printing*



Gambar 4.1 Media *Billboard*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

4.2.2 Media Pendukung

Sebagai pendukung media utama, maka media pendukung yang akan digunakan seperti:

- **Poster**

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. Pada media ini poster dirancang sebagai ajakan kepada target audien agar tidak membeli satwa liar. Visual yang ditampilkan berbeda dengan media *billboard* pada media ini *tagline* dan *body teks* telah singkat dengan jelas.

Ukuran : A2

Material : *Art paper* 260 gr

Teknik Produksi : Cetak *Offset*



Gambar 4.2 Media Poster1
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 4.3 Media Poster 2
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 4.4 Media Poster3
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 4.5 Media Poster 4
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 4.6 Media Poster 5
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Brosur

Media ini memberikan pesan yang lebih lugas dan jelas dengan mengutamakan informasi sehingga sasaran dapat langsung mengerti pada pesan yang disampaikan.

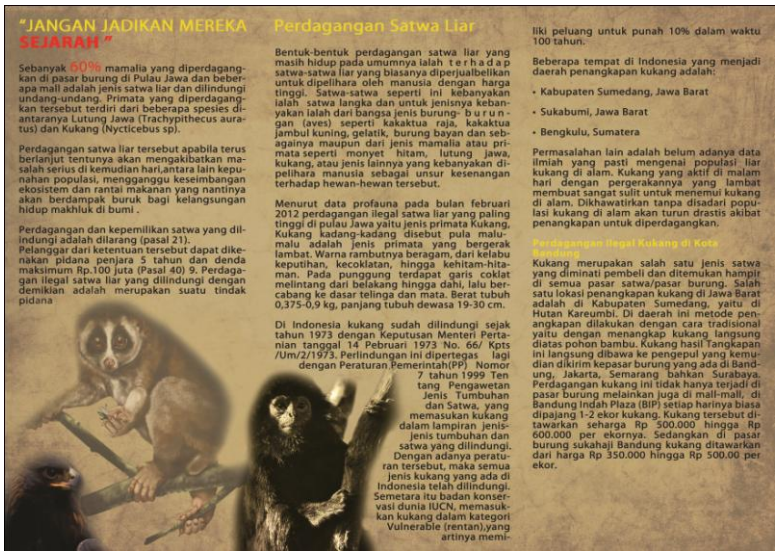
Ukuran : A4

Material : *Art paper* 150gr

Teknik Produksi : Cetak *Offset*



Gambar 4.7 Media Brosur Tampak Depan
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 4.8 Media Brosur Tampak Belakang
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Iklan Koran

Iklan pada media koran adalah iklan media cetak yang berupa visual dan informasi. Koran didistribusikan oleh pedagang di tempat-tempat umum yang memungkinkan target audien untuk melihat dan membacanya, seperti ruang tunggu rumah sakit, stasiun dan kantor polisi. koran yang digunakan yaitu Pikiran Rakyat.

Ukuran : A5

Material : Kertas koran

Teknik Produksi : *Cetak*



Gambar 4.9 Iklan Koran
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Iklan Majalah

Iklan pada media cetak majalah sebagai media dalam kampanye yang sangat mudah dijangkau oleh khalayak yang berlangganan majalah tersebut. Sama halnya dengan media koran. Pesan yang disampaikan yaitu larangan untuk perdagangan ilegal satwa liar. Majalah yang digunakan yaitu majalah Suara Satwa.

Ukuran : A3

Material : *Art paper* 150gr

Teknik Produksi : *Cetak Offset*



Gambar 4.10 Iklan Majalah
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Kaos

Kaos atau t-shirt digunakan pada saat kampanye dilaksanakan, hal ini berguna agar masyarakat atau target audien mengetahui kalau kalau diadakanya kampanye anti perdagangan ilegal satwa liar.

Ukuran : A3

Material : *Cotton Combed*

Teknik Produksi : Sablon



Gambar 4.11 Kaos
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- *Sticker*

Merupakan bahan promosi yang bersifat fleksibel yang dapat ditempel dimana saja. Media ini dapat menjadi media kampanye berjalan juga. Jika *sticker* ini dipasang di kendaraan maka secara tidak langsung pengguna jalan tersebut telah ikut serta memberitahukan informasi wajib untuk tidak menjual dan membeli satwa liar.

Ukuran : 7,5 x 9 cm
Material : *Sticker cromo*
Teknik Produksi : *Digital printing*



Gambar 4.12 Stiker
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Pin

Pin digunakan sebagai media pengingat adanya kampanye perdagangan ilegal satwa liar, dengan digunakanya pin maka diharapkan target audien dapat mengingat anti perdagangan ilegal satwa liar.

Ukuran : 4,5 x 4,5 cm

Material : Kaleng , Plastik

Teknik Produksi : Press pin



Gambar 4.13 Pin dan Gantungan Kunci
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- Gantungan Kunci

Sama seperti media pin, gantungan kunci digunakan sebagai media pengingat yang digunakan oleh target audien.

Ukuran : 4,5 x 4,5 cm

Material : Kaleng , Plastik

Teknik Produksi : Press pin

- *Lift*

Media ini di tempatkan di mall, kantor dan gedung-gedung yang mempunyai *lift*. Media ini bersinggungan langsung dengan target audien yang dilihat pada saat menunggu untuk menaiki *lift*. *Ambient* media berupa pemasangan stiker di *lift* yang terdapat di beberapa kantor dan *mall* di daerah Bandung. Pemasangan stiker ini berguna juga untuk meningkatkan *awarness* terhadap satwa liar dan juga menciptakan suasana emosional terhadap visual dan pesan yang disampaikan. pada media target audien yang dituju bisa lebih banyak dan efektif, karena stiker pada pintu *lift* bisa dibaca dan diperhatikan target audien pada saat menunggu *lift*.

Ukuran : 225 x 125 cm

Material : *Sticker*

Teknik Produksi : *Digital print*



Gambar 4.14 Iklan *Lift*
Sumber : Dokumentasi Pribadi

- *Web Banner*

Banner internet merupakan media yang dapat dengan cepat sampai kepada khalayak karena beberapa satwa liar di perjual belikan di internet. Visualisasi yang ditampilkan pada banner ini diaplikasikan pada *website* yang sering

Ukuran : 275 x 413 *pixel*

Material : -

Teknik Produksi : *Adobe Photoshop*



Gambar 4.15 Iklan *Web*
Sumber : Dokumentasi Pribadi