BAB IV
Teknis Produksi Media

IV.1 Mekanisme Produksi Media

Didalam proses atau mekanisme pembuatannya semua media promosi sekolah sepak bola POR UNI ini melalui beberapa tahapan, tahapan ini dilakukan agar pembuatan semua media dilakukan secara efektif, dan sesuai dengan tujuan utamanya yaitu memberitahukan keberadaan sekolah sepak bola POR UNI kepada *target audience* dan tahapan tersebut adalah:

IV.1.1 Tahapan Menentukan Konsep Visual

Maksudnya adalah proses dimana penulis memikiran konsep dasar atau ide-ide atas visual yang akan dibuat, serta alasan yang kuat dalam visual yang akan berikan 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 kedalam selembar kertas, untuk menentukan tata letak atau *layout* serta menuangkan gagasan 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.

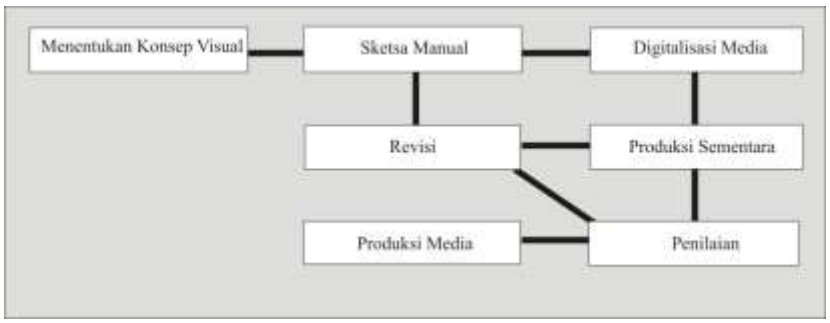
IV.1.5. Tahapan Produksi Sementara

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 cocok, dan tidak ada masalah teknis serta kekurangan dalam hal apapun, maka tahapan selanjutnya adalah memproduksi media promosi dan menjadi 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 dan Corel sesuai dengan fungsi masing masing dari *software* tersebut, dan berikut ini merupakan beberapa *software* yang digunakan, dan fungsinya dalam proses produksi adalah:

Adobe Photoshop CS3 digunakan sebagai program untuk proses pengolahan atau edit foto yang bertujuan memperindah dan memperbaiki kualitas foto yang ada, serta efek dan pewarnaan media.

Corel Draw X4 digunakan sebagai *software* yang berfungsi untuk mengatur tata letak atau *layout* dari tampilan visual pada media promosi yang dibuat.

Adobe Dreamweaver CS3 digunakan sebagai *software* yang berfungsi untuk membuat *digital imaging* seperti *website*.

IV.2.1. Media Utama *Website*

Website adalah halaman informasi iklan yang disediakan melalui jalur internet , salah satu alat komunikasi *online*, yang menampilkan teks, data, gambar, suara, video. Alasan: Karena media *website* dekat akan kehidupan sehari-hari target audience yang disebabkan adanya pola kebiasaan target audience untuk mengakses sebuah *website* atau situs tertentu, terutama situs berita, dan jejaring sosial.

Dan media ini berfungsi sebagai alat promosi yang tahan lama, dan dinilai cocok sebagai media untuk memperkenalkan sekolah sepak bola POR UNI karena lamanya jangka waktu penayangan *website* yang berdurasi 12 bulan (1 tahun).

Website

website yang bersifat masal baik dari pola penyebaran ataupun pemasangan media tersebut, hal ini sesuai dengan pertimbangan kedekatan media terhadap kehidupan sehari-hari *target audience*, serta efektifitas media. web berbasis Html 5 dan CSS yang menunjang SEO dengan format ukuran 1024 *pixel* X 2300 *pixel*



Tabel VI.1 *Sitemap Website* Sekolah Sepak Bola POR UNI

(Sumber; Dokumentasi pribadi)

Website sekolah sepak bola POR UNI Bandung menggunakan nama domain " www.por-uni.com" , subdomain menggunakan "www" *(world wide web)*, nama domain "por-uni" tersebut agar tidak terjadi kesalahan membaca serta memudahkan target audiens untuk mengingat domain tersebut. Dan domain ".com" *(commercial)*, dipilih karena .com dinilai cocok untuk *website* yang bertujuan untuk memperluas *target audiens*, juga karena .com merupakan domain yang bisa diakses seluruh nasional bahkan internasional.



Gambar IV.1 Media Utama *Website*

(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2013)

Teknis Produksi *Website*

Media : *Website*

Ukuran : 1024 pixel x 2300 pixel

Lokasi : http://www. por-uni.com

Teknis : *Digital imaging* (gambar digital)

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

IV.2.2 Media Iklan Koran

Koran sebagai media penyedia informasi, dengan media Koran ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai sekolah sepak bola POR UNI, dan dapat menjangkau oleh *target audience* yang memiliki kebiasaan untuk membaca. Oleh karena itu iklan koran ditampilkan di koran-koran yang biasa dibaca *target audience*, khususnya koran olahraga sepak bola contohnya Top Skor.



Gambar IV.2 Media Koran dan Aplikasinya
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2013)

Teknis Produksi Iklan Koran

Media	: Iklan Koran
Ukuran	: 3 Kolom (14.3 cm X 22.5 cm)
Lokasi	: Koran Kalangan Menengah (Top Skor)
Teknis	: Cetak *Offset*
Material	: Kertas Koran

IV.2.3. Media Poster

Poster merupakan media promosi yang efektif, masyarakat dapat lebih mengenal, dan mengetahui tentang sekolah sepak bola POR UNI, baik alamat, ataupun informasi kontak.



Gambar IV.3 Media Poster dengan 2 versi

(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2013)

Teknis Produksi Poster

Media : Poster

Ukuran : 42 cm X 29.7 cm

Lokasi : Mading sekolah, minimarket

Teknis : *Digital printing* (cetak digital)

Material : *Art Paper 210 gram*

IV.2.4. Media Spanduk

Fungsi media spanduk bertujaan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas khususnya *target audience* tentang keberadaan sekolah sepak bola POR UNI itu sendiri, dengan pendekatan persuasif, dengan menampilkan alamat maupun kontak .



Gambar IV.4 Media Spanduk

(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2013)

Teknis Produksi Spanduk

Media : Spanduk

Ukuran : 300 cm X 100 cm

Lokasi : Ruas-ruas jalan protocol, perempatan jalan.

Teknis : *Digital printing* (cetak digital)

Material : *Backlite*

IV.2.5. Media Brosur

Fungsi media ini lebih kearah agar *target audience m*engenal lebih jauh tentang sekolah sepak bola POR UNI, juga bersifat informatif atau memberikan informasi yang perlu diketahui oleh *target audience* seperti, denah lokasi, info harga, dan kejuaran yang dimenangi.



Gambar IV.5 Media Brosur

(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2013)

Teknis Produksi Brosur

Media : Brosur

Ukuran : 29.7 cm X 21 cm

Lokasi : Sekolah, minimarket

Teknis : *Digital printing* (cetak digital)

Material : *Art paper 160 gram*

IV.2.6. Media X-Banner

Penggunaan media lebih bertujuan sebagai media promosi yang memberikan informasi berupa alamat dan nomor telepon kepada setiap orang yang melihat.



Gambar IV.6 Media *X-Banner*

(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2013)

Teknis Produksi *X-Banner*

Media : *X-Banner*

Ukuran : 60 cm X 160 cm

Lokasi : Kawasan sekolah sepak bola POR UNI, minimarket

Teknis : *Digital printing* (cetak digital)

Material : *Front lite* (bahan *Outdoor* dan *Indoor* lainnya)

IV.3. Konsep Utama Media Promosi

Media promosi yang ada memiliki konsep utama yang sama, yaitu menampilkan visual dari sekolah sepak bola POR UNI melalui elemen visual fotografi, dan tata letak yang sederhana dan menggunakan warna-warna yang sudah menjadi warna dasar dari sekolah sepak bola POR UNI, bertujuan menarik perhatian *target audience*, dengan cara mengkomunikasikan sekolah sepak bola POR UNI melalui berbagai media yang dekat akan keseharian *target audience*, melalui bahasa verbal yang berupa ajakan, serta melalui visual yang sesuai dengan selera *target audience* itu sendiri dengan tujuan agar mereka tertarik untuk mengetahui dan mendaftar ke sekolah sepak bola POR UNI.