BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV. 1 Teknis Produksi

Teknis produksi adalah tahapan terakhir dari proses yang sudah disususebelumnya. Di dalam tahapan ini berisi tentang tahapan-tahapan dalam menampilkan sebuah video sesuai dengan apa yang diharapkan. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, berikut adalah proses eksekusi yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut:

IV. 1.1 Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan dimana mencari ide awal,konsep, visual hingga menuju kepada struktur dalam video. Pada pencarian konsep awal diawali dengan melakukan wawancara langsung kepada target audiens dengan umur tiga belas tahun hingga lima belas tahun tentang penggunaan *Facebook* , lama penggunaan dalam satu hari, hingga dampak-dampak yang terjadi pada prestasi anak dalam pembelajaran di sekolah yang kemudian diambil dan melakukan pembuatan video dengan beberapa tahapan.

Berikut adalah tahapan-tahapan yang ada pada saat pra produksi video kampanye "positif fb":

a. Menentukan konsep awal

Konsep yang digunakan yaitu memperlihatkan *slide* gambar animasi dengan menggunakan karakter *chibi* anak SMP sebagai karakter yang memberikan sebuah informasi menggunakan teks mengenai cara aman fb berserta dampak-dampak yang harus dihindari serta memberikan solusi yang bersifat pengingat (*remainder*) terhadap target audiens.

b. Membuat *Storyline*

Storyline dibutuhkan sebagai pengembangan dari konsep yang dibuat dengan terdapat keterangan gambar atau visual dan, efek tulisan, serta musik yang dipakai latar belakang yang dilanjutkan kedalam proses selanjutnya.

c. Membuat *Storyboard*

Storyboard ini bertujuan untuk mempermudah dalam menyatukan gambar animasi apa saja yang ditampilkan dan elemen gambar lainnya agar sesuai dengan konsep yang akan dibuat nanti.

d. Studi karakter

Studi karakter yaitu karakter yang akan digunakan didalam video kampanye sosial dengan keterangan sebagai berikut:

- Target audiens ditujukan untuk anak praremaja denga umur tiga belas sampai lima belas tahun dengan tingkat pendidikan SMP sehingga karakter yang digunakan tetap menggunakan karakter visual anak smp dengan seragam lengkap.
- Karakter anak SMP kemudian divisualisasikan menjadi karakter kartun *Chibi* atau *Child Body* berupa sketsa gambar dan dilanjutkan dengan proses *tracing* ke dalam bentuk digital.

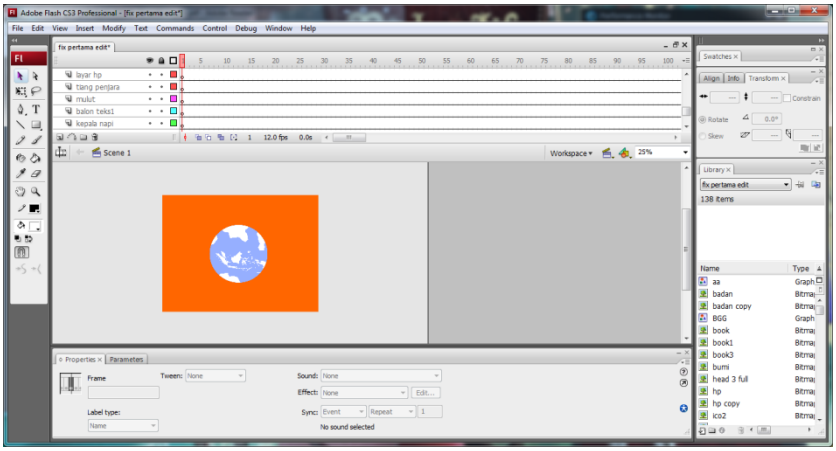


Gambar IV.2 visual *Chibi* sketsa dan digital
Sumber: Data Pribadi

IV.1.2 Produksi

Produksi dilakukan setelah semua data baik itu data telah terkumpul sehingga dilakukanlah proses produksi dari data awal menjadi visual dengan menerapkan tahapan-tahapan dari Pra produksi. Didalam produksi, mulai Tahapan produksi yang dilakukan sebagai berikut:

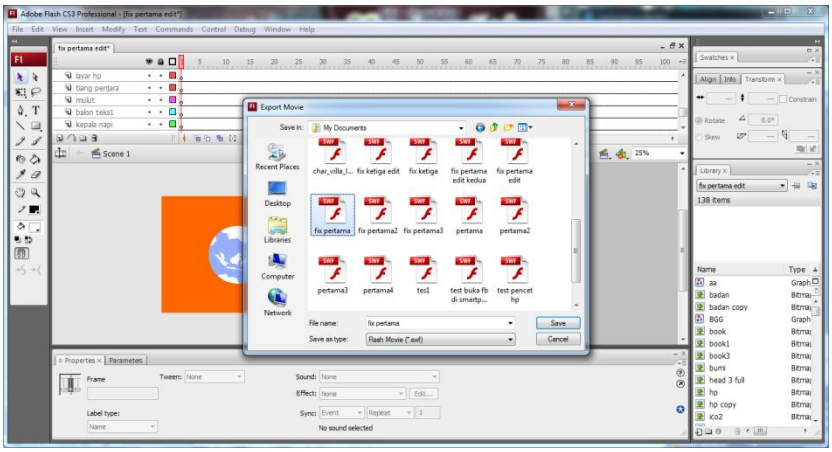
- Proses pembuatan animasi menggunakan sofware



Gambar IV.3 proses animasi
Sumber: Data Pribadi

Pada proses ini, bagian isi video menggunakan *layer* terpisah dimana pembuatan animasi dilakukan satu persatu. Hal ini untuk mempermudah pergerakan animasi yang akan dilakukan secara *frame to frame*.

- Proses dalam penyimpanan tiap *scene*



Gambar IV.4 tahap penyimpanan video flash
Sumber: Data Pribadi

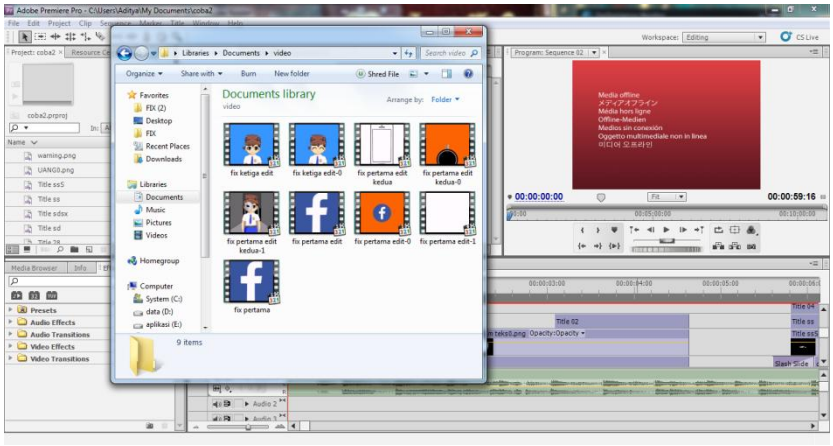
Menyimpan sebuah file video yang dibuat tentu merupakan bagian yang penting sehingga video yang telah tersimpan pada komputer dapat kembali digunakan didalam proses selanjutnya yaitu proses editing menggunakan sofware Adobe Premiere Pro CS 5.

IV.1.3 Pasca Produksi

Pasca Produksi merupak sebuah tahapan akhir dalam melakukan produksi dimana dilakukan tahapan *editing* video dan menambah suara latar pada video yang sebelumnya tiap *scene* Video flash diedit menggunakan *sofware edit* video yaitu Adobe Premiere Pro CS 5.

Tahapan yang dilakukan dalam proses *editing* yaitu seperti berikut:

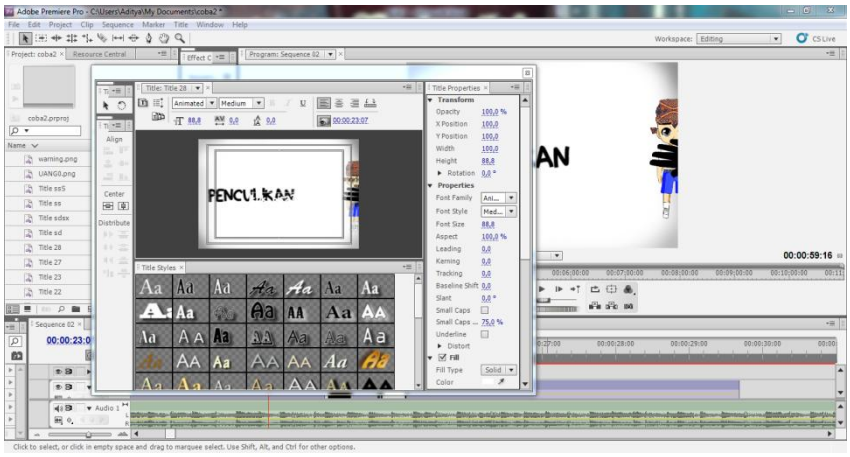
- Pemilihan video flash kedalam Adobe Premiere Pro CS 5 dalam proses *editing* video



Gambar IV.5 tahap pemilahan video
Sumber: Data Pribadi

Video yang sudah tersimpan didalam komputer, dilanjutkan dengan melakukan proses *import* video tersebut kedalam Adobe Premiere Pro CS 5 untuk editing video dengan urutan yang sesuai *storyboard*.

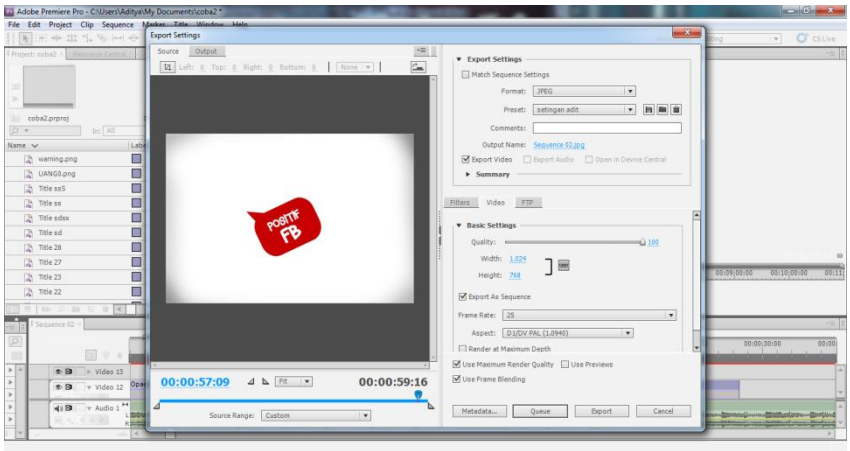
- Menambahkan teks kedalam video beserta animasi teks



Gambar IV.6 tahap pemberian teks dalam video
Sumber: Data Pribadi

Proses selanjutnya yaitu dengan menambahkan teks kedalam video sebagai elemen yang memperjelas maksud dari gambar ilsustrasi yang ditampilkan. Ketelitian dibutuhkan pada proses ini.

- *Rendering*- merupakan tahapan terakhir yang dilakukan ketika telah elesai melakukan proses edit video. Pada tahap ini, file video yang telah digabung dan diberikan animasi teks dan musik dapat di simpan dengan format video yang diinginkan.



Gambar IV.7 tahap *rendering* video
Sumber: Data Pribadi

IV.2 Screenshot video kampanye sosial"Positif fb"



Gambar IV.8 *screenshot* dalam "Positif fb"
Sumber: Data Pribadi

Didalam kampanye sosial "Positif Fb" pada media video yang digunakan memiliki beberapa potongan-potongan gambar serta keterangan video sebagai berikut:

Spesifikasi:	Sofware yang digunakan:
Jenis video : MP4	- Adobe Illustrator CS 3
Durasi : 60 Detik	- Adobe Flash CS 3
	- Adobe Premiere CS 5

IV. 3 Media Pendukung

IV.3.1 Poster

Memberikan informasi dari kampanye sosial "Positif fb" dengan visual karakter *Chibi* dengan slogan khas yaitu "fesbuk itu positif. Menurut loe?" serta ajakan untuk masuk kedalam halaman positif fb yang berada di fesbook untuk melihat video kampanye sosial pada saat menggunakan *Facebook.*

Spesifikasi:
Ukuran: 42 cm x 30 xm (A3)
Teknis bahan: Art Paper 260gr
Teknis: Cetak offset



Gambar IV.9 Desain poster ”Positif fb”
Sumber: Data Pribadi

Poster merupakan salah satu media pendukung dari media utama. Didalam poster tentu terdapat beberapa unsur dalam desain. Penggunaan karakter menggunakan karakter *Chibi*. Jenis Font yang digunakan yaitu jenis Animated, FISHfingers, dan Ebrima menjadi pilihan tipografi yang digunakan didalam poster.Pada warna yang digunakan menggunakan warna biru sebagai *background* serta beberapa warna lainnya.

IV.3.2 Brosur/leaflet

Pada brosur terdapat informasi yang menjelaskan cara aman dalam *Facebook* dengan memberikan dampak-dampak yang terjadi pada anak praremaja dan cara mengatasi agar tidak mengalami dapak tersebut.

Spesifikasi:

Ukuran: 30 cm x 21 xm (A4)

Teknis bahan: Art Paper 150gr

Teknis: Cetak offset



Gambar IV.10 Desain brosur ”Positif fb”
Sumber: Data Pribadi

Media pendukung lainnya yaitu brosur atau *leaflat*. Penggunaan brosur yang tepat dengan lipat 3 yang berisi informasi tentang Facebook kepada anak praremaja. Brosur juga merupakan media yang digunakan didalam promosi pada saat kampanye dilakukan.

IV.3.3 *Facebook*

Media sosial jejaring *Facebook* digunakan sebagai tempat yang dapat memberikan akses kemudahan pada informasi serta tempat melihat langsung video kampanye sosial “Positif fb” yang dapat langsung di Facebook.



Gambar IV.11 Tampilan "Positif fb" di dalam *Facebook*
Sumber: Data Pribadi

Facebook menjadi bagian dari strategi kampanye sosial. Pengguna *Facebook* tentu saja dapat membukan halaman tersebut untuk dapat berpartisipasi dalam kampanye sosial yang dilakukan dengan klik pada tombol *like* oleh setiap anak praremaja yang menggunakan *Facebook*.

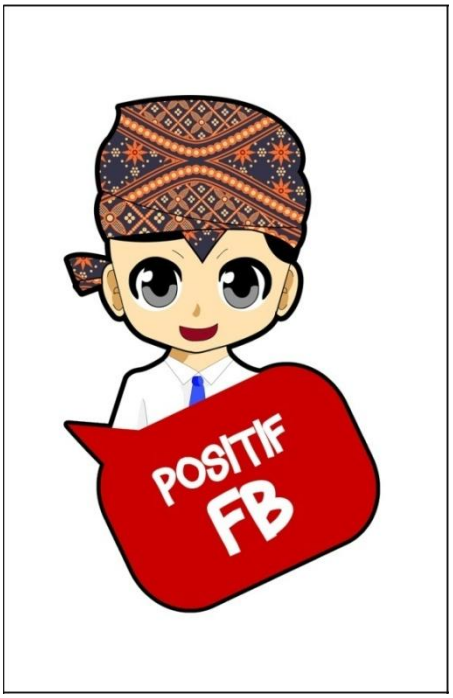


Gambar IV.12 Tampilan halaman *Facebook* "Positif fb" di dalam *smartphone*
Sumber: Data Pribadi

IV.3.4 Stiker

Stiker digunakan untuk dapat ditempel di berbagai tempat dan sangat praktis. Stiker ini dilapisi menggunakan kertas *glossy* sehingga menjadi tahan lama. Bisa digunakan di *outdoor* maupun *indoor*.

Spesifikasi:
Ukuran: 6.5 cm x 10.5 cm
Teknis bahan: stiker cromo
Teknis: Cetak offset



Gambar IV.13 Desain stiker ”Positif fb”
Sumber: Data Pribadi

Visual yang digunakan menggunakan karakter Chibi dengan menggunakan ikat kepala khas Sunda dalam kota Bandung. Penggunaan stiker dibuat sederhana dengan *background* putih sehingga audiens lebih fokus melihat logo visual tersebut.

IV.3.5 Gantungan kunci

Spesifikasi:

Ukuran: 4.5 x 4.5 (lingkaran)

Teknis bahan: plastik laminasi doff

Teknis: Cetak offset



Gambar IV.14 Desain gantungan kunci ”Positif fb”
Sumber: Data Pribadi

Pin digunakan sebagai salah satu media pendukung sekaligus promosi kampanye sosial yang dilaksanakan dengan tetap mempertahankan visual kartun *Chibi* dan logo “Positif Fb” sehingga tetap fokus pada gambar dan teks yang tercetak pada pin tersebut.

IV.3.6 Mug

Spesifikasi:

Ukuran: 9 cm x 7 cm (lingkaran)

Teknis bahan: keramik

Teknis: Cetak print



Gambar IV.15 Desain ”Positif fb” pada mug
Sumber: Data Pribadi

Mug merupakan hadiah terbatas yang diberikan hanya pada sepuluh orang pemenang yang diundi secara serentak. Mug ini sangt bermanfaat untuk digunakan minum air pada saat menggunakan *Facebook.*

IV.3.7 Kaos

Spesifikasi:

Ukuran: M

Teknis bahan: Polyester/ PE

Teknis: sablon print



Gambar IV.16 Desain ”Positif fb” pada kaos
s Sumber: Data Pribadi