BAB IV
MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Tahap Pra Produksi

Sebelum memasuki tahap produksi pada media kampanye, tahap pertama yang harus dilalui dalam pembuatan sebuah perancangan visual kampanye adalah:

• Sketsa

Sketsa dibuat berdasarkan tema dan tujuan dari kampanye. Untuk memudahkan mencari ide penulis menggunakan cara mind maping dan menuliskan semua hal yang berhubungan dengan alpukat dan dewasa awal. Hasil dari mind maping disaring kembali dan divisualisasikan kedalam suatu bentuk rancangan visual, seperti tampilan media utama, tipografi, *layout*, warna, dan ilustrasi maupun format desain secara manual. Kemudian menentukan jenis visual seperti apa yang memadai dengan tema dan target audiens, setelah itu rancangan visual mulai diolah melalui teknis komputerisasi.

• Pengolahan Gambar

Setelah desain dibuat secara manual maka langkah selanjutnya yaitu dilakukan pemotretan terhadap model sukarela, kemudian gambar diolah di kedalam *software* desain, yaitu Adobe Photoshop CS6 dan Adobe Illustrator CS6. Pengolahan gambar secara keseluruhan meliputi pembuatan logo, pembuatan maskot, penempatan logo, *headline*, dan *tagline* kampanye.

• *Finishing*

Setelah mendapatkan tampilan visual yang diinginkan, penulis memilih media yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada target audiens. Media-media yang

dipilih dirancang sesuai dengan tema kampanye setelah itu media tersebut mulai dicetak dan diaplikasikan.

IV.2 Tahap Produksi

1. Poster pada media sosial dan media cetak

Poster ditempatkan pada media sosial dan dapat menarik perhatian target audiens untuk lebih mengetahui tentang pesan yang ingin disampaikan kampanye sosial ini. Untuk teknik cetaknya poster ini menggunakan ukuran kertas A3.

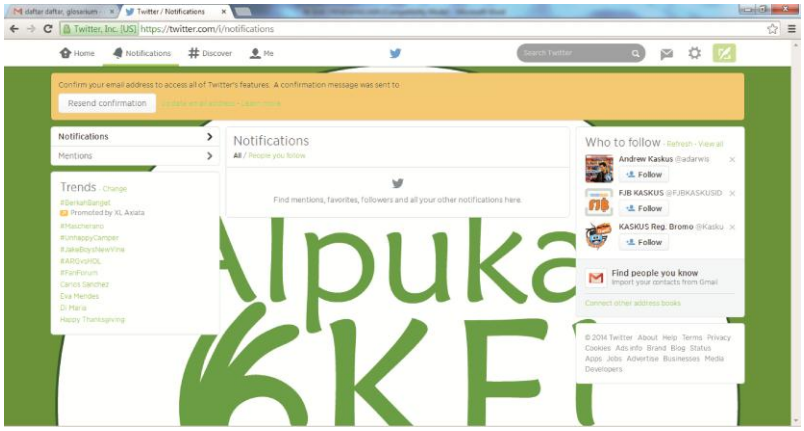


Gambar IV.1 Varian Poster

Sumber: Data Pribadi

2. Situs Media Sosial

Situs media sosial yang digunakan sebagai media kampanye yaitu *Facebook* dan *Twitter*. Penggunaan situs web adalah sebagai media informasi tentang manfaat buah alpukat untuk mengurangi dampak kolesterol jahat. Kepopuleran situs *Facebook* dan *Twitter* diharapkan dapat membantu penyebaran pesan yang ingin disampaikan kampanye ini.



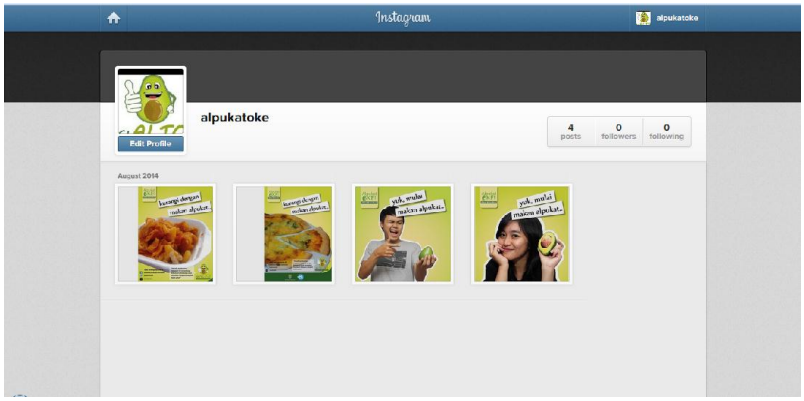
Gambar IV.2 Media Sosial Twitter

Sumber: Data Pribadi



Gambar IV.3 Media Sosial *Facebook*

Sumber: Data Pribadi



Gambar IV.4 Media Sosial Instagram

Sumber: Data Pribadi

3. *Flyer*

Flyer digunakan sebagai media penyebar informasi tentang kegiatan atau event yang diadakan dalam kampanye ini, sehingga kampanye ini dapat diketahui secara luas. *Flyer* juga sangat efisien dan mudah di dalam penyebarannya.

Ukuran : 14,8 cm x 21 cm

Material : kertas Art paper 120gram

Teknis produksi : menggunakan print laser



Gambar IV.5 *Flayer*

Sumber: Data Pribadi

4. X-banner

X-Banner digunakan saat acara penyuluhan berlangsung saat mengadakan event. X-Banner ditempatkan di tempat strategis yang banyak dilalui target audiens sehingga diharapkan mereka tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pesan kampanye yang ingin disampaikan.

Ukuran : 60cm x 160cm

Material : bahan flexi

Teknis produksi : print laser



Gambar IV.6 X-Banner

Sumber: Data Pribadi

5. Pin

Pin digunakan sebagai gimmick karena penggunaannya yang efektif dan fleksibel.

Ukuran : Diameter 4,6cm



Gambar IV.7 Pin

Sumber: Data Pribadi

6. Stiker

Pemberian stiker pada target, agar dapat mengingat pesan yang disampaikan. Stiker dapat ditempel dimana saja, sehingga dapat menjadi media pengingat pesan yang efektif.

Ukuran : diameter 10 cm

Material : *Glossy* stiker

Teknis produksi : menggunakan print laser



Gambar IV.8 Stiker

Sumber: Data Pribadi

7. *T-shirt*

T-shirt menjadi media pengingat pesan yang dapat digunakan *target audience*.



Gambar IV.9 *T-shirt*

Sumber: Data Pribadi

8. *Mug*



Gambar IV.10 *Mug*

Sumber: Data Pribadi

9. Gantungan kunci

Ukuran : Diameter 4,6cm



Gambar IV.11 Gantungan kunci

Sumber: Data Pribadi

10. *Notebook*

Ukuran : 14,8 cm x 21 cm

Materia : kertas Art paper 120gram (*cover*) dan kertas HVS 80gram (isi)

Teknis produksi : menggunakan print laser



Gambar IV.12 *Notebook*

Sumber: Data Pribadi