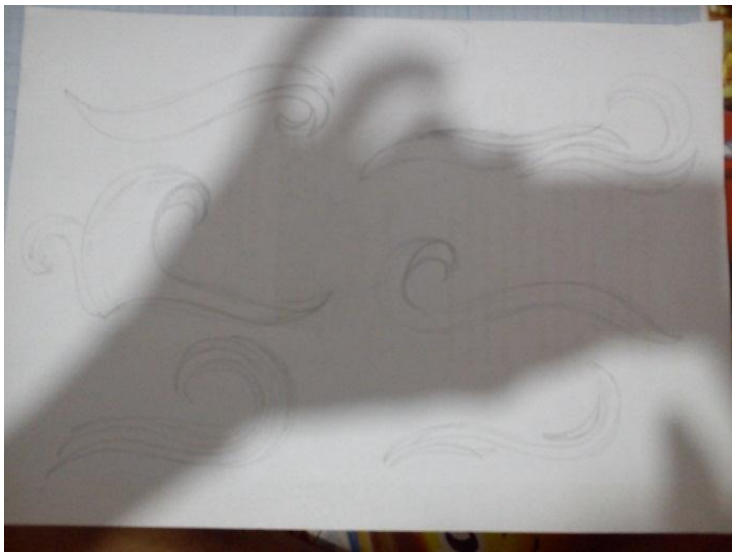
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

Pada proses perancangan *city branding* Kota Palabuhanratu setelah menjalani beberapa studi dimulai dari studi lapangan, studi visual, studi tipografi, merancang layout dan kemudian ditetapnya subuah konsep desain logo identitas Kota Palabuhanratu yang mengusung pesan pariwisata dan legenda tentulah hasil akhirnya yaitu diterapkan ke berbagai saluran media dengan fungsi dan tujuannya masing-masing tetapi dengan suatu konsep yang sama yaitu membangun citra Kota Palabuhanratu yang awal mula dianggap sebagai kota yang tidak memiliki apa-apa menjadi kota yang unik dan bisa menonjolkan potensi dibidang pariwisata serta keunikan dari cerita legenda dan akhirnya citra tersebut naik kepermukaan. Berikut adalah jenis saluran media *city branding* Kota Palabuhanratu:

IV.1 Proses Perancangan Logo

1. Proses Sketsa

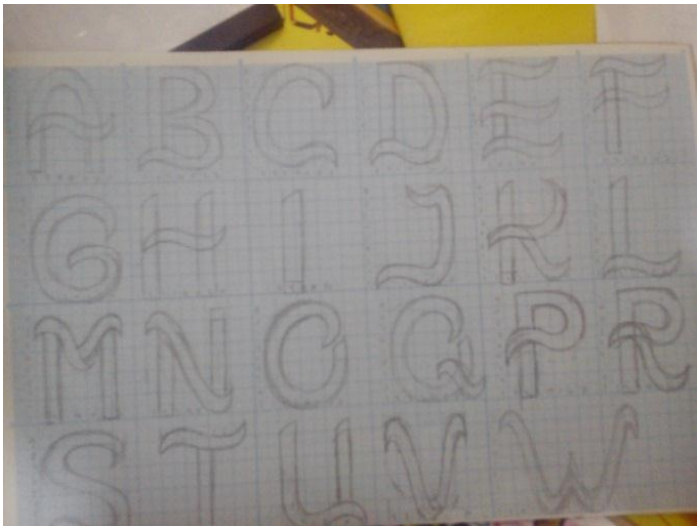
Proses sketsa dilakukan karena semua bentuk desain harus berdasarkan Riset dan dari pemikiran ide kreatif, setelah itu dituangkan kedalam bentuk visual atau tulisan. Selain itu proses sketsa memudahkan mencapai bentuk desain dengan gaya yang kita inginkan.



Gambar IV.1 Sketsa Ombak
Sumber: Karya pribadi
(Dibuat pada 12 Juni 2016)



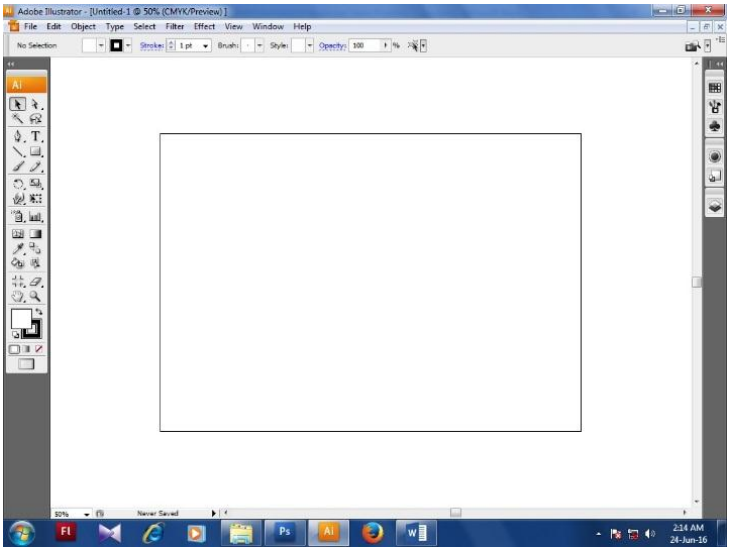
Gambar IV.2 Sketsa Ilustrasi tokoh
Sumber: Karya pribadi
(Dibuat pada 12 Juni2016)



Gambar IV.3 Sketsa Tipografi
Sumber: Karya pribadi
(Dibuat pada 12 Juni 2016)

2. Proses Digital

Proses digital dilakukan supaya desain atau karya bisa menjangkau saluran media apapun baik cetak, digital, dan lain sebagainya. Selain itu proses digital merupakan proses edit atau merubah bentuk sesuai kebutuhan.



Gambar IV.4 Program Grafis Adobe Ilustrator
Sumber: Karya pribadi
(Dibuat pada 12 Juni2016)

Dalam melakukan proses digital penulis biasanya menggunakan *software* grafis yaitu adobe Ilustrator, aplikasi ini merupakan aplikasi yang biasanya dipakai dengan *vector basic*.

3. Tampilan logo sesudah melakukan proses digital



Gambar IV.5 Tampilan Logo *City Branding* Kota Palabuhanratu
Sumber: Karya pribadi
(Dibuat pada 13 Juni 2016)

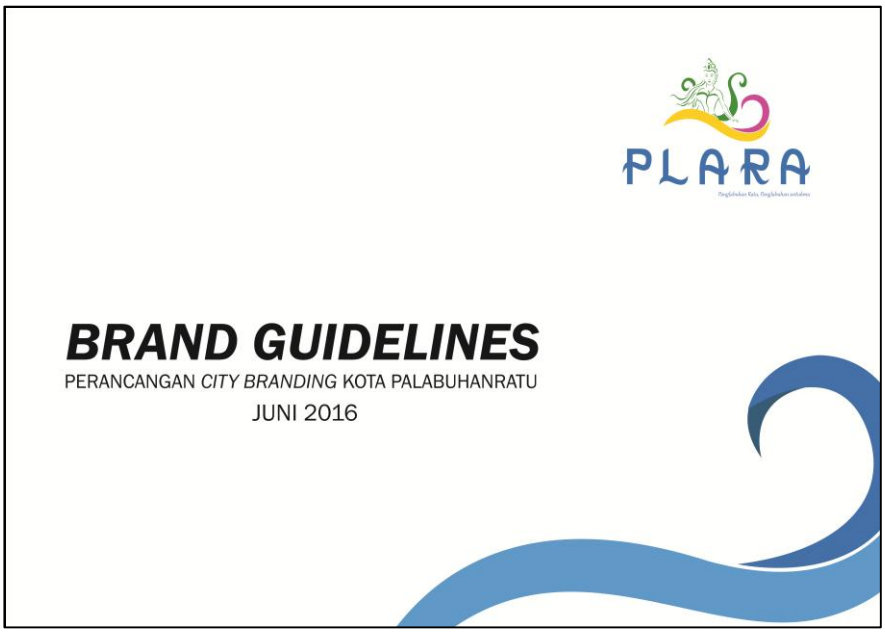
IV.2 Saluran Media dan Proses Produksinya

Setelah melakukan proses sketsa dan digital, kemudia menetapkan saluran media perancagan sesuai perjalanan target dan *point of view* nya.

Pada media utama yaitu berupa *Manual Book*, didalamnya berisi panduan penggunaan Logo serta gambaran dari proses awal sampai terciptanya logo *city branding* Kota Palabuhanratu. *Manual Book* merupakan buku panduan yang bersifat konseptual, didalamnya dijelaskan nilai-nilai dari logo serta hal yang diperbolehkan dan hal yang tidak diperbolehkan ketika logo akan di aplikasikan keberbagai media- media pendukung tujuannya agar logo berada dalam jalur yang kaitannya dengan pesan yang disampaikan.

1. *Manual Book*

   Pada *cover manual book* dicetak menggunakan ukuran A3 + serta dijilid dengan teknik *hardcover dengan* metode *block* lem. Selain untuk kerapihan, cover *manual book* ini merupakan cerminan dari konten dan isi yang akan disampaikan pada setiap halaman perhalaman.



Gambar IV.6 Tampilan *Cover Manual Book*
Sumber: karya pribadi
(Dibuat pada 14 Juni2016)



Gambar IV.7 Tampilan halaman daftar isi *Manual Book*
Sumber: karya pribadi
(Dibuat pada 14 Juni 2016)

Diproduksi dengan proses cetak yaitu dengan ukuran A3 dan jenis kertas Akasia. Penjilidan menggunakan cover *block lem*

2. Media Pendukung

Selain media utama, media pendukung dalam perancangan *City Branding* Kota Palabuhanratu merupakan proses yang kongkret dan nyata. Karena segala proses yang tertuang dalam *Manual Book* diterapkan dan direalisasikan melalui media media pendukung agar tujuan meningkatkan citra Kota Palabuhanratu bisa berjalan dengan adanya media pendukung ini. Berikut adalah saluran media pendukung untuk membangun citra Kota Palabuhanratu sebagai kota yang memiliki potensi dibidang Pariwisata dan keunikan dari cerita legenda:

- *Billboard* vertikal dan horizontal

Media yang berukuran besar ditempatkan di luar ruangan seperti di persimpangan jalan raya, lalu lalang pejalan kaki dan destinasi tempat yang ramai. Tujuannya agar citra Kota Palabuhanratu terlihat sangat menonjol dan menarik perhatian masyarakat termasuk target audience. Teknis produksi dengan cara di cetak dengan ukuran lebih dari 10 meter dan di tempelkan disebuah papan dengan ukuran yang sama serta melewati beberapa perizinan dari pihak pemerintah.

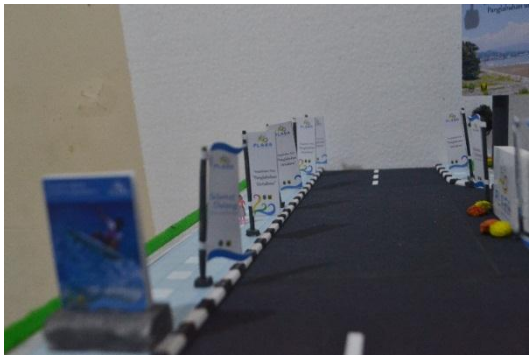


Gambar.IV.8. Tampilan miniatur *Billboard city branding* Kota Palabuhanratu
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 25 Juli 2016)

Pada billboard terbagi menjadi dua penyampaian. Yang pertama menjelaskan konsep keseluruhan dari pesona wisata dan legenda Kota Palabuhanratu yang ditempatkan di pusat kota dan pintu masuk, yang kedua billboard berdasarkan tema dan ditempatkan disetiap destinasi wisata yang ada di Kota Palabuhanratu.

- Umbul-Umbul

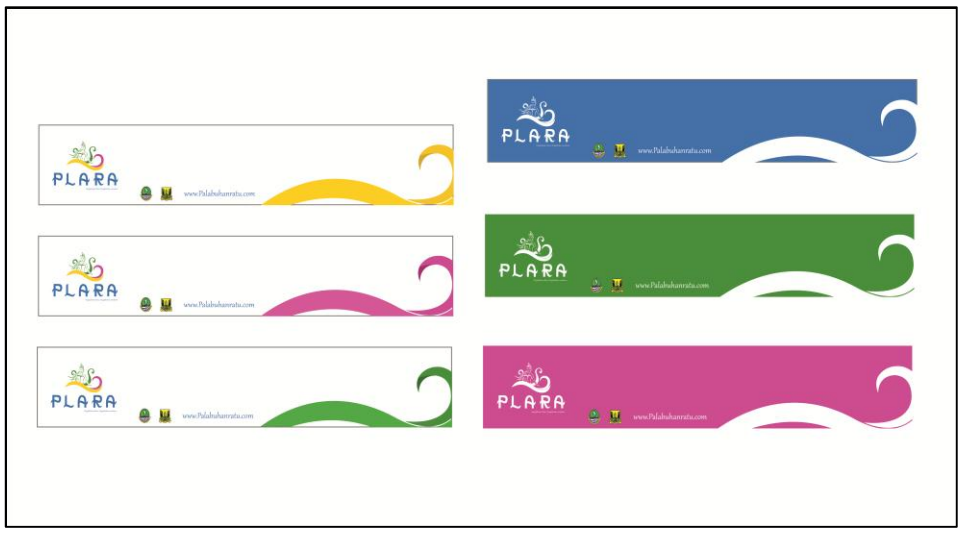
Saluran media umbul-umbul yang terbuat dari besi atau kayu sebagai batang pengait serta bahan kain (*Bendera*) dengan pengaturan konsep *city branding* Kota Palabuhanratu. Umbul-umbul ini berisikan ucapan selamat datang dan *tagline* yang menjelaskan keunikan Kota Palabuhanratu.



Gambar.IV.9. Tampilan miniatur Umbul-umbul *city branding* Kota Palabuhanratu
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 25 Juli 2016)

- *Vertikal Banner*

Vertikal banner sama halnya dengan umbul-umbul cara menyampaikan pesannya, akan tetapi *vertikal banner* ini digunakan untuk kepentingan yang berhubungan dengan proses *city branding*, seperti penyampaian pesan, event dan lain sebagainya. Ditempatkan di tempat orang yang sering berlalu lalang.



Gambar IV.10 *Vertikal Banner*
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat 20 Juli 2016)

- *Print Ad*

Yaitu berupa teknik cetak dengan ukuran kecil dan *medium*, biasanya *Print Ad* ini berbentuk flyer dan poster. Print Ad ini fungsinya sama seperti *Horizontal banner* yang membedakan dari penempatan dan ukurannya. *Print Ad* ini di tempatkan di madding, papan pengumuman, disebar kepada masyarakat dan pengunjung agar nantinya citra Kota Palabuhanratu semakin kuat dengan adanya kontak langsung dengan target. Selain itu, aturan penempatan logo pada *Print Ad* harus mengikuti aturan yang ada dalam buku panduan logo yang sudah disediakan, dilarang keras merubah posisi logo dan elemen lain kecuali konten dan foto, asalkan konten dan foto berisikan mengenai *city branding* Kota Palabuhanratu.



Gambar IV.11. Print Ad
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 20 Juli 2016)

- *TV Screen* dan *Website*

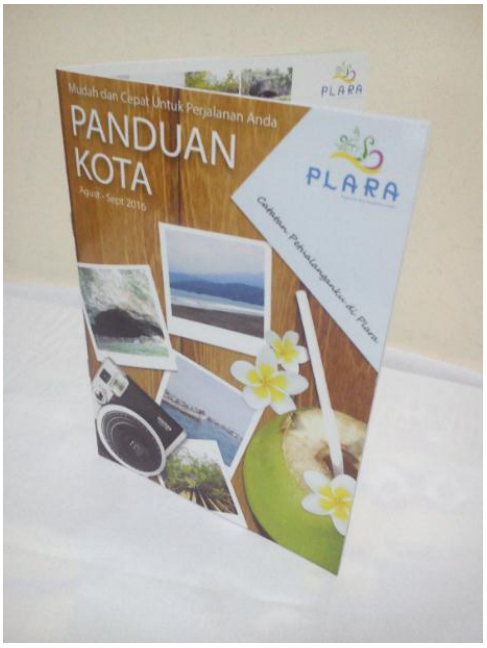
Saluran media dalam bentuk digital yang melingkupi promosi dan informasi melalui digital / audio visual yang bertujuan agar masyarakat luas mengetahui Kota Palabuhanratu merupakan kota dengan wajah baru yang unik dan menarik. TV *Screen* berupa pengaturan penempatan Logo sedangkan *website* berisi tentang informasi, *gallery*, *event* dan *share* untuk target yang datang atau tidak datang (perencanaan).



Gambar.IV.12 TV *screen* & *Website*
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 20 Juli 2016)

- Brosur Panduan Kota

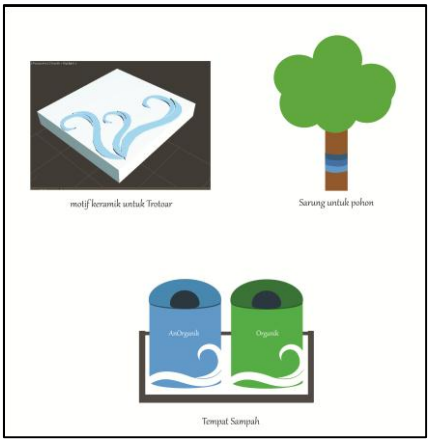
Brosur panduan kota ini digunakan sebagai media operasional yang didistribusikan dari Dinas Pariwisata kepada pengunjung yang datang ke kota Palabuhanratu. Brosur yang berukuran A5 terdiri dari 10 halaman dengan proses cetak ini berisikan konten-konten informasi seperti larangan dan tips, tentang kota, peta destinasi wisata, peta terminal, peta tempat penting dan peta keberadaan hotel dan bungalow yang memudahkan pengunjung untuk mencari informasi sesuai kebutuhannya.



Gambar IV.13. Brosur panduan kota
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 30 Juli 2016)

- *City Furniture*

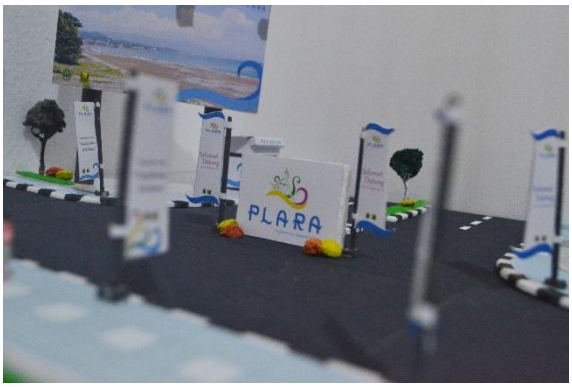
Saluran media ini merupakan media baru yang bertujuan untuk mengangkat citra kota dengan memanfaatkan objek yang sudah ada lalu di modifikasi ulang serta berfungsi untuk keindahan kota sebagai kota berindentitas dan digunakan untuk kepentingan sehari-hari masyarakat termasuk target. *City Furniture* ini biasanya di tempatkan disudut-sudut kota dan juga setiap destinasi wisata dengan tema yang berbeda-beda.

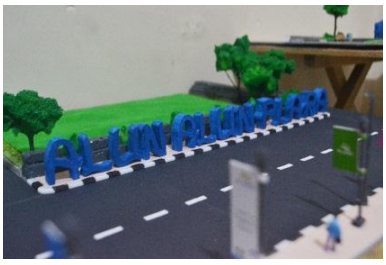


Gambar IV.14. City Furniture Kota Palabuhanratu
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 20 Juli 2016)

- Peletakan Logo pada tempat

Tujuannya agar perwujudan dari identitas terlihat jelas oleh masyarakat sebagai kota dengan yang unik. Selain itu peletakan logo pada tempat sering dipakai untuk keunggulan dan destinasi tempat "*selfy"* dikalangan target untuk pengalaman hidupnya atau untuk kebahagiaan semata.







Gambar IV.15. Peletakan Logo Pada setiap tempat di Kota Palabuhanratu
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 30 Juli 2016)

- Souvenir

Merupakan saluran media berupa barang dengan fungsi untuk dipakai dikehidupan sehari-hari target. Selain itu media saluran ini adalah media yang sering digemari oleh target karena dari segi bentuk sangatlah bagus dan ringan, pengunjung bisa membeli atau dihadiahkan sebagai *event* yang fungsinya menginformasikan secara langsung dan melekat dibenak target sehingga pencitraan Kota Palabuhanratu akan berkembang cepat melalui media ini. Untuk *souvenir* mengunakan teknik separasi, cetak dan sablon dengan warna CMYK serta didistribusikan ditoko penjual *souvenir* di Kota Palabuhanratu.



Gambar IV.16. Souvenir Kota Palabuhanratu hasil dari Identitas
Sumber: Karya Pribadi
(Dibuat pada 20 Juli 2016)