BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

Dalam tahap ini merupakan tahap final dari beberapa tahap yang pada proses sebelumnya sudah dikerjakan dan diselesaikan. Adapun tahap selanjutnya adalah mengerjakan perancangan akhir yang telah ditentukan dan diproses sebelumnya melalui berbagai media.

IV.1 Tahap Pra Produksi

Pada tahap pra produksi ini perancangan dilakukan dengan pencarian dan pengumpulan data terlebih dahulu, selanjutnya melakukan pencarian ide dan gagasan yang sesuai untuk khalayak. Setelah tahap pencarian ide dan gagasan karya maka dilakukan penentuan perancangan kampanye.

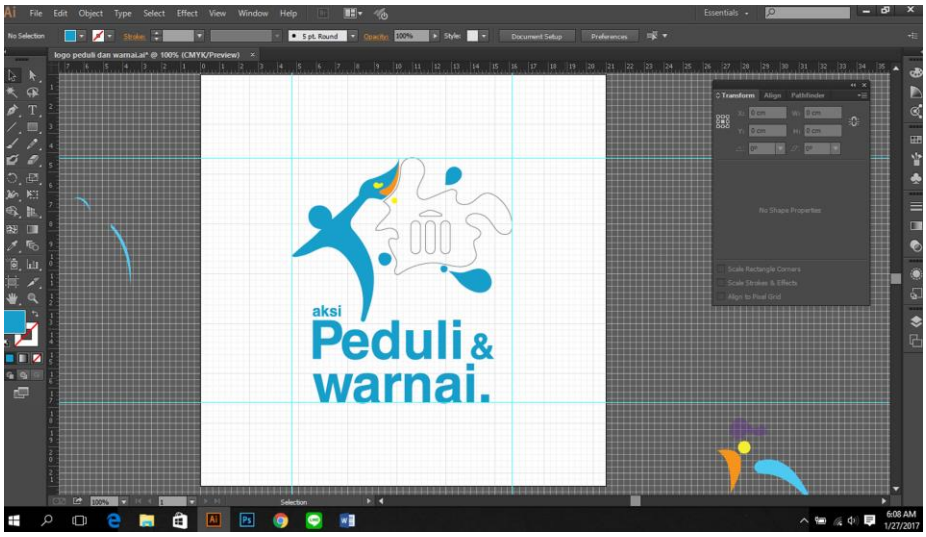
IV.1.1 Tahap Pengumpulan Data

Pada perancangan ini diperlukan pengumpulan dan pencarian data, hal ini agar solusi permasalahan dapat ditemukan dan solusi perancangan dapat dibuat sesuai permasalahan. Pada tahap ini pengumpulan data dilakukan dari berbagai sumber baik dari masyarakat, artikel maupun internet. .

IV.2 Tahap Produksi

Dalam tahapan proses pembuatan media pada kampanye ini dikerjakan secara individual dengan menggunakan PC (*personal computer*). Berdasarkan strategi kreatif yang sudah dijelaskan di bab 3, mulai dari pengerjaan tata letak (*layout*), huruf serta pemilihan warna dan berbagai elemen lainnya.

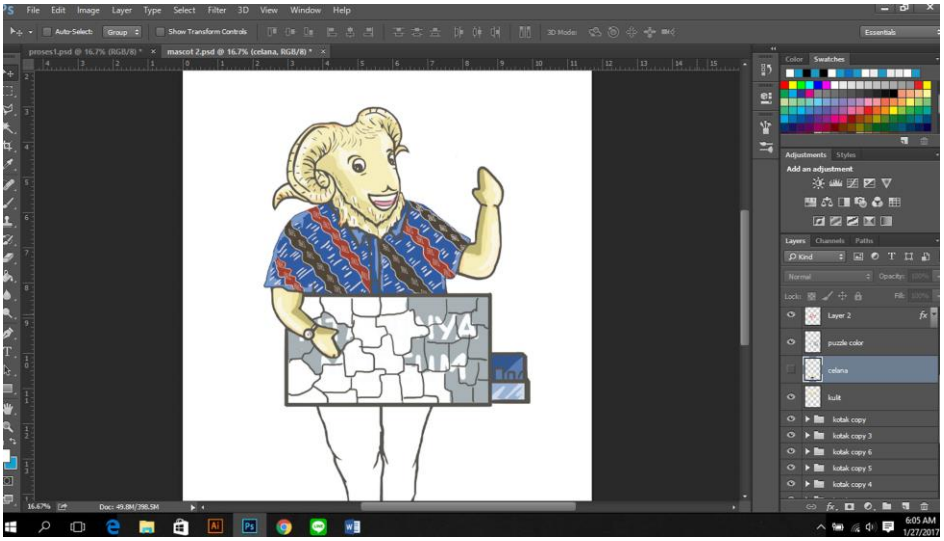
Berikut adalah langkah-langkah dalam pembuatan perancangan media persuasi kampanye Aksi Peduli dan Warnai ;



Gambar IV.1 Tahap pembuatan logo kampanye

Sumber : Pribadi (2017)

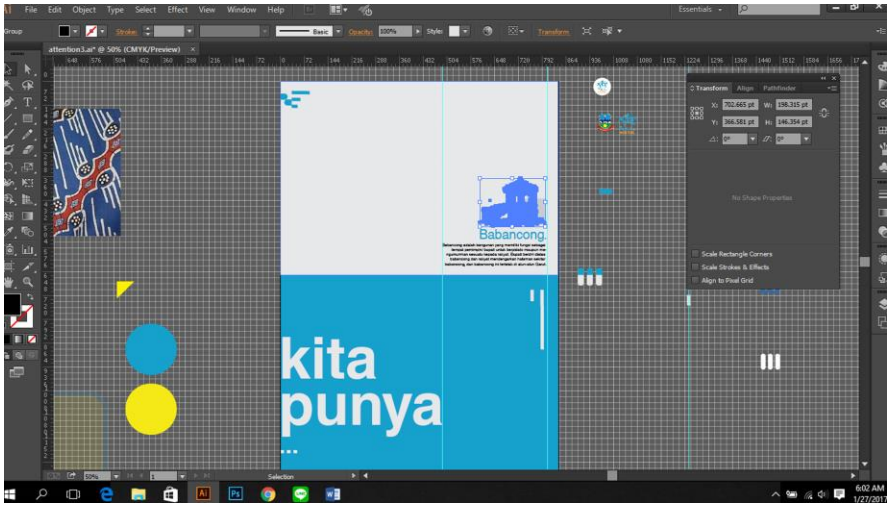
Pada tahap awal perancangan dilakukan dengan proses pembuatan logo kampanye, hal ini karena logo kampanye adalah tahap awal yang harus dikerjakan sebagai identitas kampanye Aksi Peduli dan Warnai. Pembuatan logo menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2014 dengan format ukuran 21 x 21 cm dan format warna CMYK.



Gambar IV.2 Tahap pembuatan maskot kampanye

Sumber : Pribadi (2017)

Selanjutnya tahap pembuatan maskot dilakukan untuk keperluan media pendukung dan sebagai karakter kampanye yang dapat diingat oleh khalayak umum. Pembuatan maskot menggunakan *software* Adobe Photoshop CC 2014 yang sebelumnya telah selesai pada pembuatan sketsa.



Gambar IV.3 Tahap pembuatan poster

Sumber : Pribadi (2017)

Tahap ini adalah tahap perancangan untuk beberapa turunan pada media pendukung, seperti poster dan stiker *Attention*, brosur dan poster *Interest*, banner dan sosial media *Search*, *merch* pada saat *Action*, media untuk *Share* dan beberapa media pendukung lainnya. pembuatan media ini menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2014.

IV.3 Aplikasi Media dan Hasil Akhir

Attention

- Poster

  dimana poster didistribusikan sebagai media untuk mengundang perhatian khalayak, pendistribusian poster ini dilaksanakan sebelum *event* berlangsung. Pada poster ini sendiri terbagi menjadi beberapa macam dan didistribusikan ke beberapa lokasi baik sekolah, kampus maupun tempat keramaian.



Gambar IV.4 Poster *Attention*

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : A3

Material : *Artpaper* 210 gr

Jenis cetak : *Printing*

Poster ini adalah poster pada tahap *Attention*, dimana konsep visual yang digunakan adalah poster bergaya *swiss design* dan sesuai konsep warna kampanye, penggunaan warna pada poster ini menggunakan warna biru dan abu. Selain itu pada poster ini menggunakan *copy driven* dimana penyampaian informasi dominan dengan teks dan menggunakan *emphasis* dimana penekanan pada warna dan ilustrasi ikon kota Garut.

- Stiker

  Stiker digunakan sebagai *ambient* media dimana stiker akan ditempel pada angkutan umum dan tempat yang ramai pengunjung. Penyebaran stiker ini sendiri akan dilaksanakan pada saat pra *event* “Aksi Peduli dan Warnai”.



Gambar IV.5 Stiker *Attention*

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : 6 cm x 6 cm

Material : Stiker *print*

Jenis cetak : *Printing*

Pada stiker ini menggunakan konsep yang sama dengan konsep poster *Attention*, menggunakan *emphasis* dimana penekanan pada warna dan ilustrasi ikon kota Garut. Dan pada *copy driven* dominan menggunakan teks, warna dan ilustrasi.

Interest

- Maskot kampanye

  merupakan bagian dari media pendukung yang akan diaplikasikan di tahap *Interest* yang ditempatkan di lokasi ramai pengunjung seperti *Mall, Car Free Day* dan alun-alun kota. Maskot akan dibuat dengan ukuran tinggi 1 meter. Pada maskot ini sendiri terdapat *puzzle* berisikan informasi mengenai museum R.A.A Adiwidjaja.



Gambar IV.6 Maskot kampanye

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : 150 cm x 90 cm

Material : Bahan spanduk dan *sterofoam*

Jenis cetak : *Printing*

Pada maskot ini menggunakan konsep ilustrasi berdasarkan ikon kota Garut yaitu domba Garut yang menggunakan batik Garutan motif lereng. Hal ini dipilih karena selain menjadi maskot untuk kampanye, disisi lain dapat melestarikan dan mengenalkan kembali aset yang dimiliki kota Garut.

- *Banner* dan *X- Banner*

  Dapat membantu memberikan informasi mengenai kampanye dan memberikan ketertarikan kepada khalayak terhadap kampanye yang sedang dilaksanakan dan *event* yang akan dilaksanakan.



Gambar IV.7 *X-Banner* "Aksi Peduli dan Warnai"

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Material : *Banner*

Jenis cetak : *Printing*

X-Banner pada kampanye ini terbagi menjadi 2, yaitu *x-banner* pada saat pra *event* berlangsung yang akan digunakan pada saat kampanye di beberapa titik seperti *Car Free Day* dan *Mall*. Konten dari *x-banner* ini meliputi informasi dari acara "Aksi Peduli dan Warnai" secara garis besar. Selanjutnya *x-banner* yang kedua digunakan pada saat *event* berlangsung dengan konten meliputi informasi dari acara "Aksi Peduli dan Warnai" secara detail seperti tanggal dan rangkaian acara.





Gambar IV.8 *Banner Interest* diaplikasikan pada *Banner* di *Mall* dan *Shelter*/ Halte

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : A2

Material : *Artpaper* 210 gr

Jenis cetak : *Printing*

Banner pada kampanye ini termasuk ke dalam tahap *interest* dimana konten yang dimuat berupa judul kampanye “Aksi Peduli dan Warnai”, tanggal dan tempat acara. *Banner* ini sendiri akan didistribusikan di setiap mading sekolah/kampus, *Mall* dan Halte kota.

Search

- Brosur

  Merupakan brosur satu lembar yang memuat informasi mengenai museum R.A.A. Adiwidjaja Garut, media ini termasuk ke dalam tahap *Search* dimana dapat mengundang keingin tahuan audiens terhadap adanya museum dan media brosur ini akan dibagikan pada saat pra *event* dan *event* "Aksi Peduli dan Warnai".



Gambar IV.9 Brosur Kita Punya

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : A5

Material : *Artpaper* 150 gr

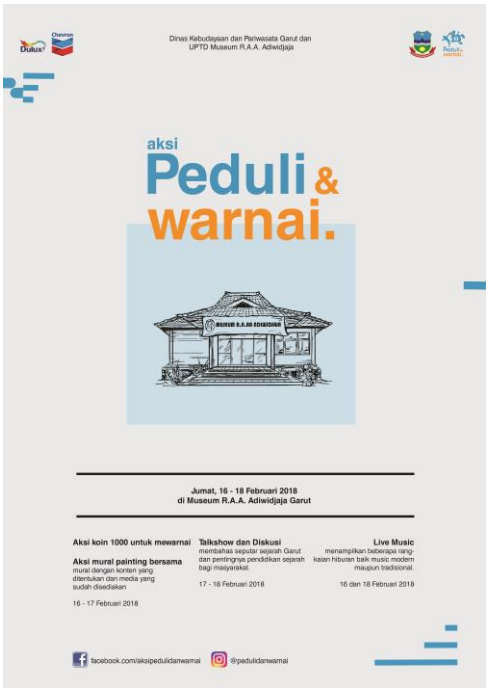
Jenis cetak : *Printing*

Media ini dipilih karena dapat memberikan informasi mengenai museum R.A.A. Adiwidjaja pada khalayak, brosur ini akan dibagikan secara acak di beberapa tempat keramaian baik *Car Free Day* maupun tempat lainnya. Konsep visual pada brosur ini sesuai konsep pada kampanye yaitu penekanan pada teks warna dan ilustrasi ikon museum.

Action

- Poster *Event*

  Poster digunakan sebagai media penyampai pesan serta media untuk mengundang khalayak hadir pada *event* "Aksi Peduli dan Warnai".



Gambar IV.10 Poster *event* "Aksi Peduli dan Warnai"

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : A3

Material : *Artpaper* 210 gr

Jenis cetak : *Printing*

Konsep visual yang digunakan adalah poster bergaya *swiss design* dan sesuai konsep warna pada kampanye, penggunaan warna pada poster ini menggunakan warna dominan abu. Selain itu pada poster ini menggunakan *copy driven* dimana penyampaian informasi dominan dengan teks dan menggunakan *emphasis* dimana penekanan pada warna dan ilustrasi ikon kota Garut.

- *T-shirt*

  Merupakan media yang sangat ampuh untuk memberikan *reminding* terhadap target audiens dan masyarakat pada umumnya karena *t-shirt* merupakan media yang dapat digunakan dan dibawa kemana-mana oleh pemakai. Maka dalam hal ini kampanye mengenai museum R.A.A. Adiwidjaja dapat tersebar di berbagai lokasi.



Gambar IV.11 *T-shirt* kampanye

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : M, L

Material : *Cotton combed* 30s

Jenis cetak : *DTG Printing*

Pada *t-shirt* ini terbagi menjadi 2 bagian, pertama *t-shirt* sebagai media *attention* dimana hanya memuat *tagline* dari kampanye yaitu "kita punya…" dan digunakan panitia pada saat buka *stand* kampanye di beberapa tempat seperti *Car Free Day* dan *Mall*. Bagian kedua *t-shirt* memuat logo kampanye dan akan digunakan pada saat *event* berlangsung.

- Pin

  Pin adalah media pendukung yang termasuk kategori *merchandise* untuk sebuah hadiah pada saat *event* kampanye berlangsung.



Gambar IV.12 Pin *button* kampanye

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : Diameter 5 cm

Material : Pin akrilik

Jenis cetak : *Printing*

Pada pin ini terbagi menjadi 2 bagian seperti media kaos, pertama sebagai media *attention* dimana hanya memuat *tagline* dari kampanye yaitu "kita punya…" dan disebar panitia pada saat buka *stand* kampanye di beberapa tempat seperti *Car Free Day*, kampus dan *Mall.* Bagian kedua pin memuat logo kampanye dan akan digunakan pada saat *event* berlangsung serta digunakan sebagai *merchandise event*.

- *Totebag*

  Totebag adalah media berupa tas jinjing yang dapat digunakan sebagai hadiah untuk bingkisan paket *merchandise* pada saat *event* berlangsung. Secara praktis, *totebag* juga dapat digunakan untuk membawa barang apa saja.



Gambar IV.13 *Totebag* kampanye

Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : A4

Material : *Canvas*

Jenis cetak : Sablon

Pada media *totebag* ini konten yang dimuat yaitu logo kampanye "Aksi Peduli dan Warnai" karena diharapkan dengan media *totebag* ini dapat membantu aksi kampanye yang terselenggara. Pembagian *totebag* akan dilakukan pada saat kampanye pra *event* di *Car Free Day* dan pada saat *event* kampanye berlangsung sebagai *merchandise event*.

- *Notebook*

  Media ini digunakan dan dibagikan sebagai hadiah pada saat *event* kampanye berlangsung, media ini dipilih karena memiliki fungsi yang efektif digunakan oleh target audiens yang masuk pada usia dewasa awal.



Gambar IV.14 *Notebook* kampanye
Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : A5
Material : *Artpaper* 210 gr (*cover*)
HVS 80 gr (isi)
Jenis cetak : *Printing*

Konsep *cover design* pada *notebook* ini menggunakan konsep desain dari turunan poster yang sudah dibuat, dan sesuai konsep warna kampanye, penggunaan warna pada poster ini menggunakan warna dominan biru. Selain itu pada poster ini menggunakan *copy driven* dimana penyampaian informasi dominan dengan teks dan warna kampanye yaitu warna biru.

- Stiker

  Stiker jenis *cutting sticker* akan dibagikan pada saat *event* berlangsung sebagai media berupa *merchandise*.





Gambar IV.15 Stiker kampanye dengan jenis *cutting*
Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : 5 cm x 5 cm
Material : Stiker *print*
Jenis cetak : *Printing*

Pada stiker ini menggunakan konsep yang dapat membantu tahap *action* dan *share* dimana akan menjadi media pendukung pada saat *event* berlangsung dan dapat dibagikan kepada khalayak secara gratis, adapun konsep yang digunakan *emphasis* dimana penekanan pada logo kampanye dan maskot kampanye.

- *Tumbler*

  Merupakan perlengkapan alat minum yang dapat dibawa kemanapun untuk menemani aktifitas sehari-hari, untuk usia pelajar dan pekerja *tumbler* adalah salah satu media yang cocok untuk digunakan.



Gambar IV.16 *Tumbler*
Sumber : Pribadi (2017)

Ukuran : Tinggi 23 cm
Material : Plastik
Jenis cetak : *Printing*

Pada media ini, konsep yang digunakan berdasarkan konsep visual kampanye "Aksi Peduli dan Warnai". Penekanan pada warna biru yang memiliki makna komunikasi dan menyertakan nama aksi kampanye sebagai pengingat pada khalayak. Pendistribusian media *tumbler* akan dilakukan pada saat *event* berlangsung sebagai hadiah atau *merchandise event*.

Share

- Sosial Media

  Di era teknologi pada saat ini, membuat iklan kampanye di sosial media adalah salah satu cara yang baik untuk memberikan informasi secara luas dan efektif mengenai kampanye ini. Iklan kampanye yang dibuat akan didistribusikan melalui *instagram* dan *facebook* karena kedua media sosial ini adalah media sosial yang paling sering di akses oleh khalayak umum.





Gambar IV.17 Sosial Media *instagram* dan *facebook*

Sumber : Pribadi (2017)