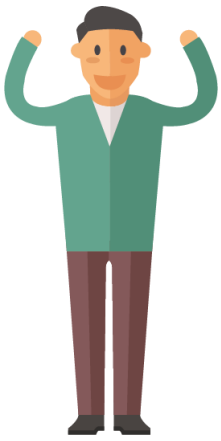
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

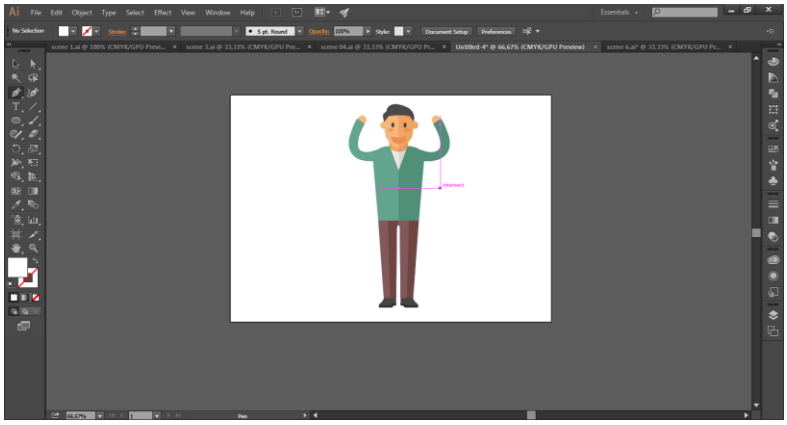
Untuk mencapai tujuan perancangan kampanye sosial ini harus memperhatikan segala aspek, mulai dari strategi konsep, pemilihan media dan juga teknis produksi. Proses perancangan kampanye ini dilakukan secara bertahap. Berikut adalah proses perancangan video infografis ini :

IV.1.1 Teknis Produksi Media Utama

Pada perancangan media utama informasi mengenai behan kimia dalam minuman teh kemasan siap minum ini, membutuhkan beberapa langkah dalam proses pengerjaannya. Mulai dari *study* karakter visual, *tracing*, dan *finishing*.

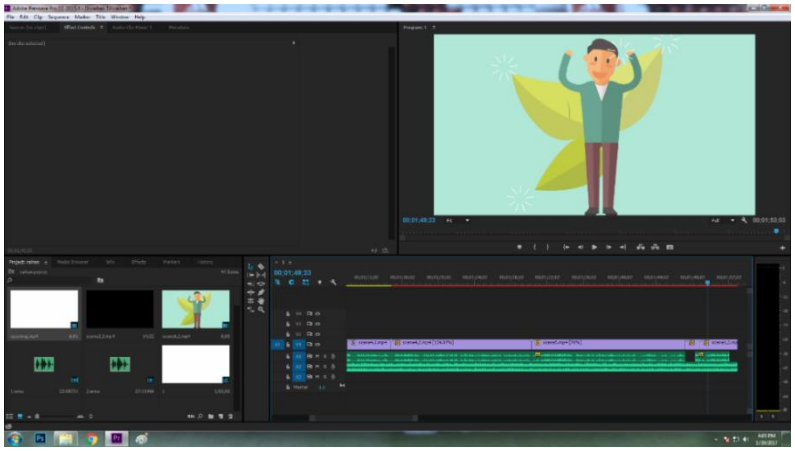


Gambar IV.1 karakter
Sumber : Dokumen pribadi (2016)



Gambar IV.2 Proses pembuatan karakter
Sumber : Dokumen pribadi(2016)

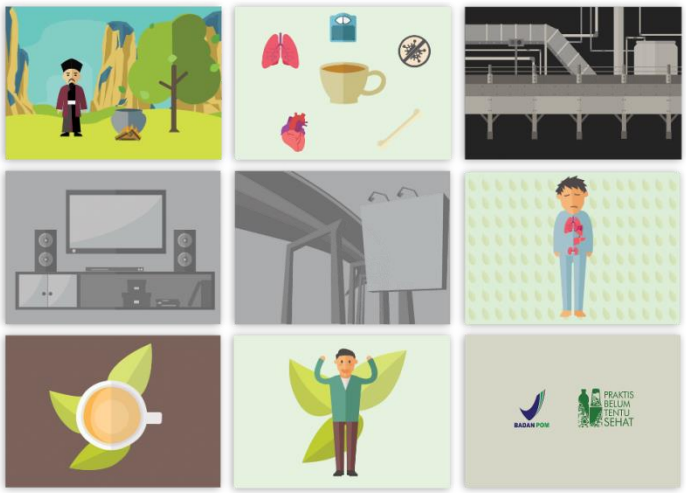
Setelah melakukan *study* karakter, selanjutnya mulai proses pembuatan animasi karakter untuk konten di dalam video dengan menggunakan *software Adobe Illustrator CC.* Setelah proses ini pembuatan aset-aset selesai, mulailah proses pembuatan *motion graphic* menggunakan *software adobe after effect CC*



Gambar IV.3 Gambar perancangan *motion graphic*
Sumber : Dokumen pribadi (2016)

IV.1.2 Konten Video *Motion Graphic*

Video *motion graphic* ini, berisi pesan mengenai informasi tentang bahan kimia yang terdapat di dalam minuman teh kemasan, yang dapat mengganggu kesehatan pengonsumsinya. Setelah dibuat video *motion graphic* ini berdurasi 01.52 detik.



Gambar IV.4 *Screenshoot* video *motion graphic*
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

IV.2 Teknis Media Pendukung

A. Poster

Poster dihadirkan ke tengah-tengah masyarakat untuk menarik perhatian disampaikan secara jelas dan tegas dengan langsung menyampaikan kandungan bahan kimia yang terkandung di dalam minuman teh kemasan.

Gaya visual dari tiga poster dibawah menggunakan pendekatan komunikasi secara stilasi atau menyederhanakan gambar, dengan ditampilkannya *shilouete* dari minuman teh kemasan. Pendekatan komunikasi secara sederhana ini dilakukan agar khalayak sasaran dapat terfokus kedalam isi pesan yang hendak disampaikan.

Media poster yang dirancang dibuat menjadi tiga varian desain dengan menguraikan atau membagi konten yang terdapat pada logo, yaitu penyederhanaan gambar dari kemasan minuman teh instan, berupa botol plastik, kemasan kotak, dan gelas plastik, dimana pada tiap poster diterapkan satu gambar stilasi dari kemasan minuman teh instan yang diletakan ditengah dengan ukuran yang dominan atau cukup besar agar masyarakat yang melihat dapat terfokus dengan jelas pada isi pesan yang terkandung pada media.

Kemudian, media postrer ini disertai informasi mulai dari kandungan bahan kimia, *tagline* hingga poster promosi yang mengarahkan supaya masyarakat mengunjungi akun Youtube yang menjadi tempat dimana media utama diterapkan.

Media poster juga dibuat dengan penerapan nuansa dari warna hijau. Warna hijau dipilih untuk hampir seluruh media cetak karena sebagaimana yang disampaikan oleh national.geographic.com, bahwa warna hijau sangat kental sebagai penggambaran ekologi yang bermakna segala sesuatu yang alami, tidak terkecuali teh, teh yang baik adalah air seduhan teh alami dan bukan minuman teh kemasan. Artinya walaupun sorotan utama dari media informasi ini adalah bahan kimia berbahaya, namun dengan menggunakan nuansa warna hijau diharapkan secara tidak langsung dapat mengingatkan masyarakat bahwa minuman teh yang terbaik adalah air seduhan dari daun teh asli.



Gambar IV.5 Poster 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)



Gambar IV.6 Poster 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)



Gambar IV.7 Poster 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

Teknis Media

Format : A3

Bahan : *Art papper* 260 gram

Ukuran : 42 cm x 29.7 *cm*

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : *Digital printing*

B. Brosur

Media ini berfungsi sebagai media yang akan menyampaikan informasi dengan singkat. Atau sebagai pemberi salah satu informasi tambahan mengenai video *motion graphic* yang akan diluncurkan untuk menarik rasa ingin tahu masyarakat yang membacanya.

Pendekatan visual berupa stilasi atau penyederhanaan bentuk kembali dilakukan agar masyarakat dapat terfokus pada isi pesan, terutama pada media brosur yang lebih banyak memuat informasi di dalamnya.

Pada media brosur bagian luar, selain kembali menggunakan nuansa warna hijau. Konten yang terdapat pada sisi ini juga berisi logo pada bagian terluar setelah dilipat dengan ukuran yang dominan agar terlihat dengan jelas, yang dikomposisikan dengan *headline* dari media informasi, penggabungan ini dilakukan untuk memperjelas pesan yang terkandung pada isi konten dari media yang bersangkutan. Lalu terdapat *tagline* dengan ukuran yang besar sesuai dengan tinggi brosur ketika dilipat agar dapat terbaca dengan mudah oleh masyarakat. Kemudaian pada sisi yang lain terdapat sebuah pernyataan tentang bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh.



Gambar IV.8 Brosur 1
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

Pada brosur bagian dalam diterapkan nuansa warna cokelat yang merupakan warna khas dari air seduhan the yang digunakan pula oleh produsen minuman teh kemasan. Lalu terdapat warna hitam pada *background* di salah satu sisi brosur dimana terdapat informasi mengenai perkembangan produksi minuman teh yang sarat dengan bahan kimia berbahaya didalamnya. Kemudian pada bagian terakhir kembali menggunakan nuansa warna hijau untuk kolom informasi mngenai penutup dari rangkaian *text* yang ada pada brosur dengan menyertakan logo dan berisi pernyataan yang memuat atas fakta yang disampaikan sebelumnya mengenai bahaya dari minuman teh kemasan dan secara tidak langsung menghimbau masyarakat bahwa air seduhan daun teh alami yang tentu lebih baik bagi kesehatan tubuh.



Gambar IV.9 Brosur 2

Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

Teknis Media

Format : A4

Bahan : *Art papper* 160 gram

Ukuran : 21 cm x 29.7 *cm*

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : *Digital printing*

C. Kalender

Media ini digunakan sebagai cinderamata bagi khalayak yang datang pada *event car free day*. Kalender merupakan sebuah media yang hamper pasti akan digunakan oleh semua kalangan masyarakat, oleh karenanya, kalender tentu

dinilai dapat menjadi media pengingat setidaknya hingga batas waktu kalender ini habis.

Dengan nuansa visual yang tidak jauh berbeda dengan media sebelumnya yaitu pemilihan nuansa warna hijau yang dimaksudkan supaya mengingatkan masyarakat pada sesuatu yang alami, artinya bahwa tujuan isi pesan yang ada pada media informasi yang dirancang adalah mengenai kandungan baik dari air seduhan teh yang alami, bukan minuman teh kemasan yang mengandung bahan kimia, dimana kandungan tersebut dapat membahayakan kesehatan tubuh. Ditambahkan logo pada bagian sampul depan dengan menggunakan penyederhanaan bentuk atau gaya stilasi dari kemasan minuman teh instan.

Tata letak dari logo yang diterapkan pada sampul depan kalender diposisikan ditengah dengan ukuran yang cukup besar, agar dapat terlihat dengan jelas dan terfokus pada maksud dari isi pesan yang terkandung dalam visual logo yang ditampilkan.



Gambar IV.10 Kalender
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

Teknis Media

Format : A5

Bahan : *Art papper* 260 gram

Ukuran : 21 cm x 14,8 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : *Digital printing*

D. STIKER

Media stiker ini digunakan sebagai tahap pengingat bagi masyarakat terhadap infromasi yang sudah disampaikan. Stiker sangat mungkin untuk diterapkan dimana saja sesuai dengan kehendak penggunanya. Oleh karena itu, stiker dinilai dapat menjadi media pengingat hingga waktu yang akan datang.

Dibuat menjadi tiga varian desain, berisi logo yang diuraikan atau dibagi ke dalam tiga bentuk varian desain, dengan tambahan *tagline* atau slogan pada masing-masing varian desainnya.

Konsep desain menggunakan gaya stilasi tetap diterapkan dengan tujuan yang sama, yaitu supaya masyarakat lebih terfokus pada konten serta isi pesan yang disampaikan melalui media yang bersangkutan.



Gambar IV.11 Stiker
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

Teknis Media

Bahan : Stiker *cromo*

Ukuran : 6 cm x 6 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : *Digital printing*

E. X Banner

Media ini digunakan sebagai salah satu sarana informasi tentang bahan kimia dalam minunman teh siap minum terkait berbagai informasi serta maksud isi pesan hingga *link* pada media berbagi video yakni Youtube. Terdapat dua buah *X Banner* yang dirancang untuk ditempatkan pada *stand* yang terdapat di *car free day* pada minggu kedua dibulan Nopember.

Penggunaan warna hijau pada kedua *x banner* sebagaimana yang dikutip melalui national.geographic.com, warna hijau berarti penggambaran ekologi yang alami. Oleh karenanya sebagaimana tujuan dari perancangan media informasi ini yang mendukung agar masyarakat tetap meminum air seduhan teh yang alami.

Desain yang ditampilkan mulai dari rupa hingga tata letak yang dipakai dalam media *x banner* ini, tetap menggunakan gaya stilasi atau penyederhanaan gambar dari minuman teh kemasan serta ornament gambar yang merupakan penggambaran dari bentuk bahan kimia yang terdapat pada minuman teh kemasan. Dan diletakan di tengah agar masyarakat terfokus pada isi pesan yang terkandung dalam media.



Gambar IV.12 *X Banner*
Sumber : Dokumen Pribadi(2016)

Teknis Media

Format : *Potrait*

Bahan : Korea cina

Ukuran : 160 cmx 60 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : *Digital Printing*

F. Merchandise

Merchandise disebarkan dalam acara *car free day* pada minggu kedua bulan Nopember yang bertepatan dengan Hari Kesehatan Nasional.

1. *T Shirt*

Konsep desain dari *T Shirt* ini menampilkan logo dari media informasi yang berupa penyederhanaan gambar dari rangkaian minuman teh kemasan dengan menampilkan *shilouete* berwarna hijau yang menutupi hampir seluruh bagian dada karena diposisikan di tengah agar perhatian terfokus pada objek yang ditampilkan. Dibagian belakang terdapat logo berukuran kecil dengan disertai *tagline* sebagai identitas dari media informasi kandungan bahan kimia pada minuman teh kemasan melalui video *motion graphic*. Ditempatkan pada bagian pundak agar lebih mudah terbaca.



Gambar IV.13 *T Shirt*
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)

Teknis Media Baju

Format : *Size* L

Bahan : 30s *cotton*

Ukuran Sablon : 20 cm x 20 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : Sablon

2. Gelas (*Mug*)

Konsep desain dari *Mug* ini kembali menampilkan logo dari media informasi yang berupa penyederhanaan gambar dari rangkaian minuman teh kemasan dengan menampilkan *shilouete* berwarna hijau disatu sisi, dan *tagline* pada

sisi yang lain, sebagai identitas dari media informasi kandungan bahan kimia pada minuman teh kemasan melalui video *motion graphic*. Ditempatkan di tengah agar masyarakat lebih memperhatikan kepada objek yang ditampilkan.



Gambar IV.14 Gelas
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)

Teknis Media

Bahan : Keramik

Ukuran : 8 cm x 8 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : cetak *digital*

3. Pin

Konsep desain dari pin ini berisi logo serta *tagline* sebagai identitas dari media informasi kandungan bahan kimia pada minuman teh kemasan melalui video *motion graphic*. Ditempatkan di tengah agar masyarakat lebih memperhatikan kepada objek yang ditampilkan. Objek logo yang tertera pada pin ini berupa penyederhanaan gambar dari rangkaian minuman teh kemasan dengan menampilkan *shilouete* berwarna hijau untuk varian warna pertama, serta *shilouete* berwarna hijau muda untuk varian pin yang kedua.



Gambar IV.15 Pin
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)

Teknis Media

Format : *Circle*

Bahan : plastik pin

Ukuran : 5,8 cm x 5,8 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : cetak *transfer papper*

4. *Tote Bag*

Konsep desain dari *tote bag* ini menampilkan logo serta *tagline* sebagai identitas dari media informasi kandungan bahan kimia pada minuman teh kemasan melalui video *motion graphic*. Ditempatkan di tengah agar masyarakat lebih memperhatikan kepada objek yang ditampilkan. Objek logo yang tertera pada *tote bag* ini berupa penyederhanaan gambar dari rangkaian minuman teh kemasan dengan menampilkan *shilouete* berwarna hijau, pada bahan kanvas berwarna putih.



Gambar IV.16 Totebag
Sumber : dokumentasi pribadi (2016)

Teknis Media

Bahan : Kanvas

Ukuran : 20 cm x 18 cm

Resolusi : 300 dpi

Teknis produksi : Sablon