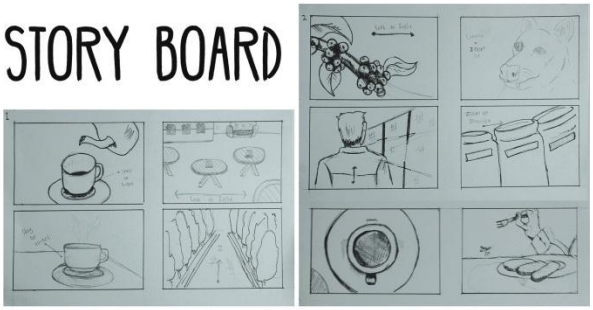
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Teknis Produksi Media

Proses pembuatan video promosi Kopi Luwak Cikole ini dimulai dengan pembuatan sinopsis yang menjadi *storyline*. Kemudian dikembangkan kembali hingga menjadi *storyboard*. Storyboard di gambar manual dengan tangan, untuk menjadi panduan pada saat pengambilan video di lokasi Kopi Luwak Cikole. Setelah proses pengambilan video selesai dilakukan proses editing, proses editing ini menggunakan dua *software* yaitu Adobe After Effect cc 2015 dan Adobe Premier Pro cc 2015. Kedua *software* tersebut adalah *software* yang diajarkan sebelumnya dalam mata kuliah Desain Komunikasi Visual. Dalam pembuatan video ini dilakuan dua tahapan editing, editing pertama dilakukan untuk penambahan efek, pada tahap ini perancang menggunakan *software* Adobe After Effect cc 2015. Kemudian tahap editing kedua dilakukan untuk penggabungan video, *croping*, menambah efek transisi, penambahan efek warna dan penambahan background suara. Setelah proses editing selesai perancangan ini memasuki tahap pasca produksi, proses pasca produksi ini adalah tahapan dimana video yang telah melalui proses penambahan efek, *background* suara dan telah di gabungkan video per video dijadikan satu dalam kesatuan yang utuh pada proses *rendering*.

IV.1.1 Pra Produksi

Tahap Pra produksi merupakan tahap yang harus dilakukan sebelum memasuki proses produksi, dari pembuatan sinopsis kemudian dikembangkan menjadi *storyline* dan *stroryboard*.



Gambar IV.1 *Storyboard*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

IV.1.2 Produksi

Tahapan produksi ini adalah tahapan dimana dilakukan kegiatan pengambilan gambar sesuai dengan konsep *storyboard* yang telah dibuat. Proses ini dilakukan sesuai dengan tahapan dan prosedur yang telah disusun dengan matang dalam *storyboard.*

IV.1.3 Pasca Produksi

Tahapan Pasca Produksi ini adalah dimana video yang telah diambil dalam proses produksi di proses atau lebih dikenal dengan proses editing, proses editing sendiri dibagi menjadi dua proses, berikut adalah penjelasanya :

a. *Editing* dengan Adobe After Effect cc 2015

Software Adobe After Effect cc 2015 ini digunakan untuk penambahan efek, efek yang digunakan pada video ini adalah efek *Motion Tracking, Motion Tracking* sendiri adalah efek penambahan text atau objek gambar lain yang fungsiya untuk menempatkan suatu text atau gambar agar dapat mengiti gerakan objek yang ada di dalam video tersebut. Kemuadian penambahan efek *Scrible,* efek *scrible* ini dapat dikatakan dengan menggambar di bagian video *frame* per *frame* agar dapat menciptakan gerakan gambar yang bergerak di dakam video.



Gambar IV.2 Proses editing Adobe After Effect cc 2015

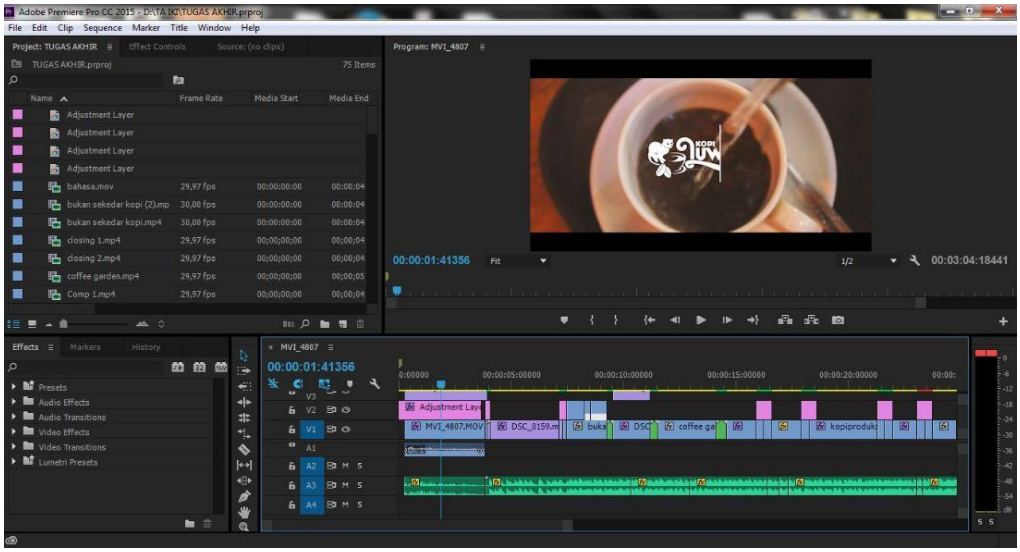
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)



Gambar IV.3 Proses editing Adobe After Effect cc 2015
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

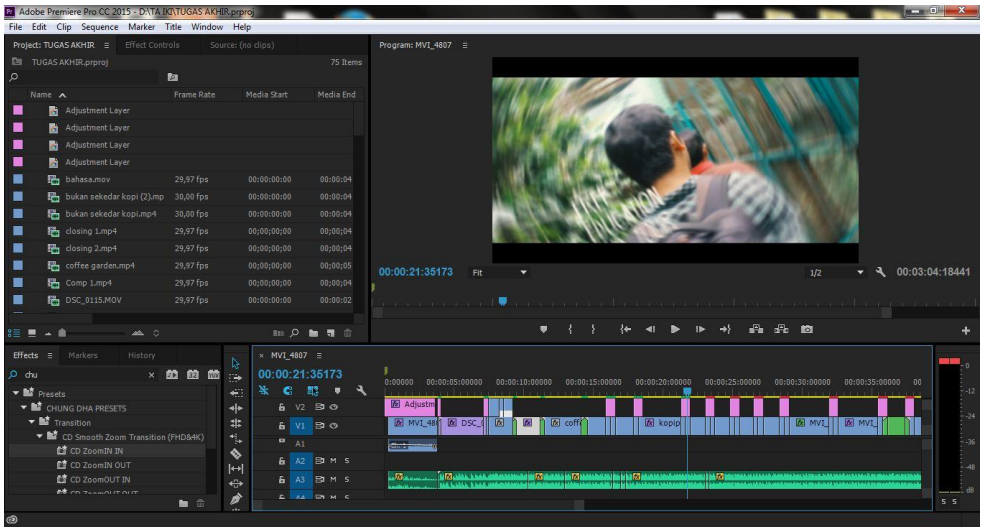
b. Proses editing kedua dilakukan dengan *software* Adobe Premire Pro cc 2015, pada proses ini video yang telah diberikan efek pada proses editing pertama di gabungkan dengan video lain, diberi efek transisi dan di atur warnanya serta ditambahkan background suara yang telah disiapkan sebelumnya.

- Proses penggabungan video



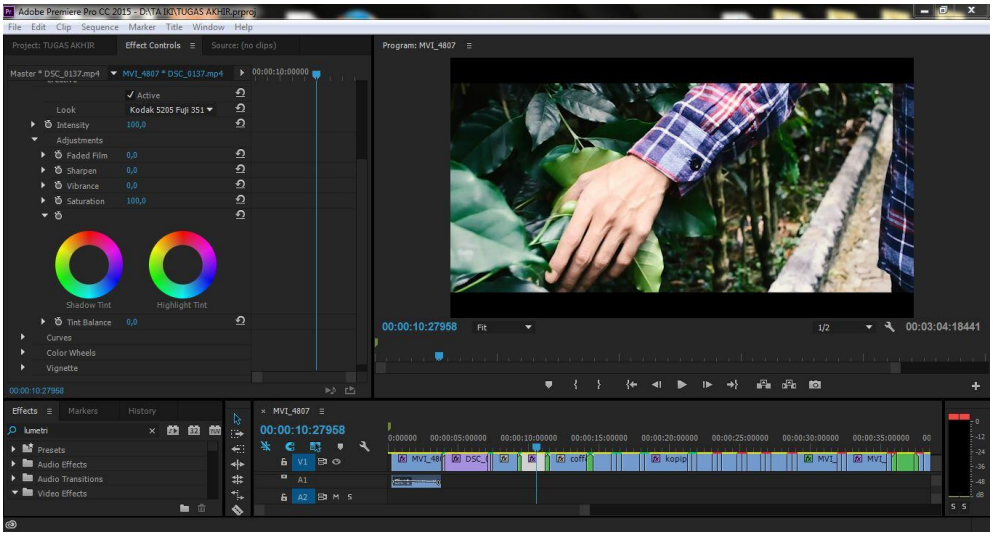
Gambar IV.4 Proses penggabungan video
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

- Proses Penambahan efek transisi



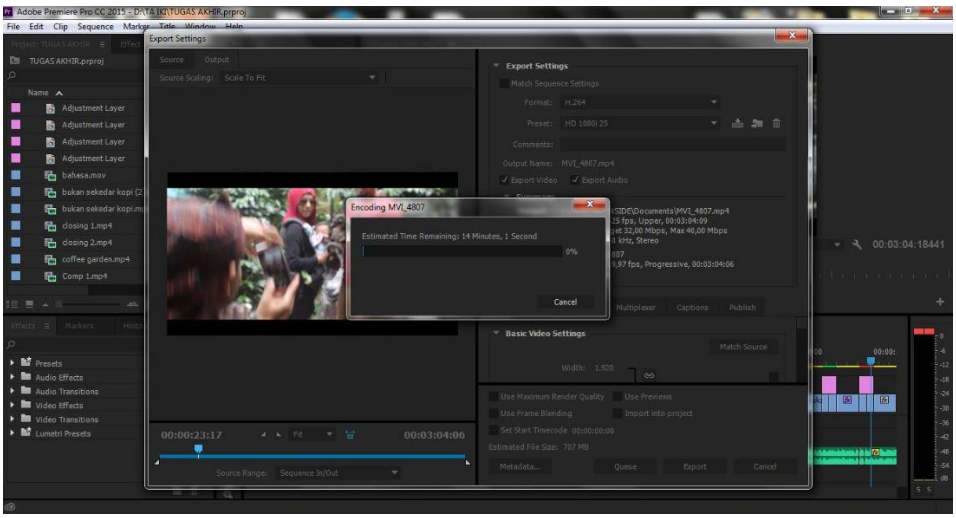
Gambar IV.5 Proses efek transisi
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

- Proses pengaturan warna



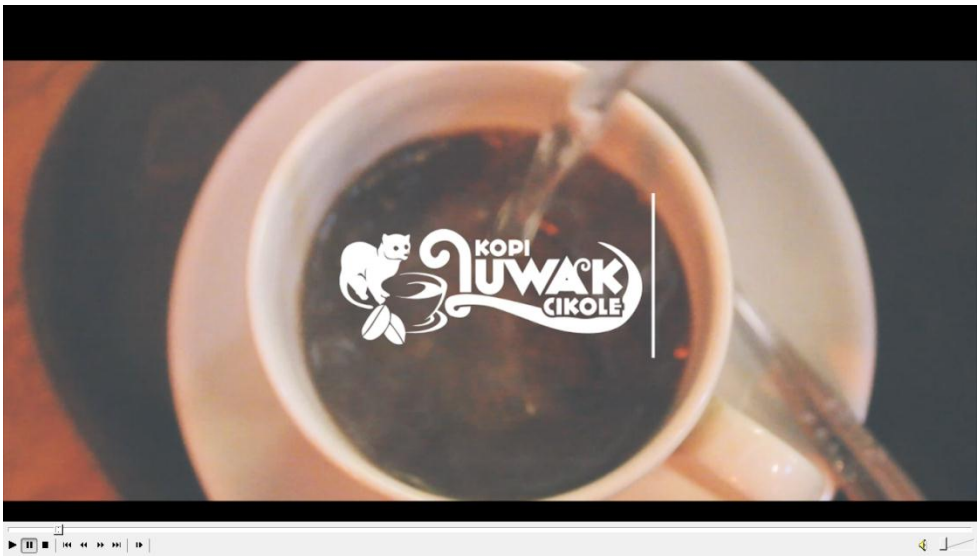
Gambar IV.6 Proses pengaturan warna
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

- Proses *rendring*



Gambar IV.7 Proses *rendring* video
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

IV.2 Media Utama



Gambar IV.8 Tampilan awal video promosi Kopi Luwak Cikole
Sumber : Dokumentasi pribadi (2017)

Spesifikasi media utama video promosi Kopi Luwak Cikole :

Format / bentuk : *Wide Screen* 16:9

Ukuran Frame : 1920 px x 1080 px

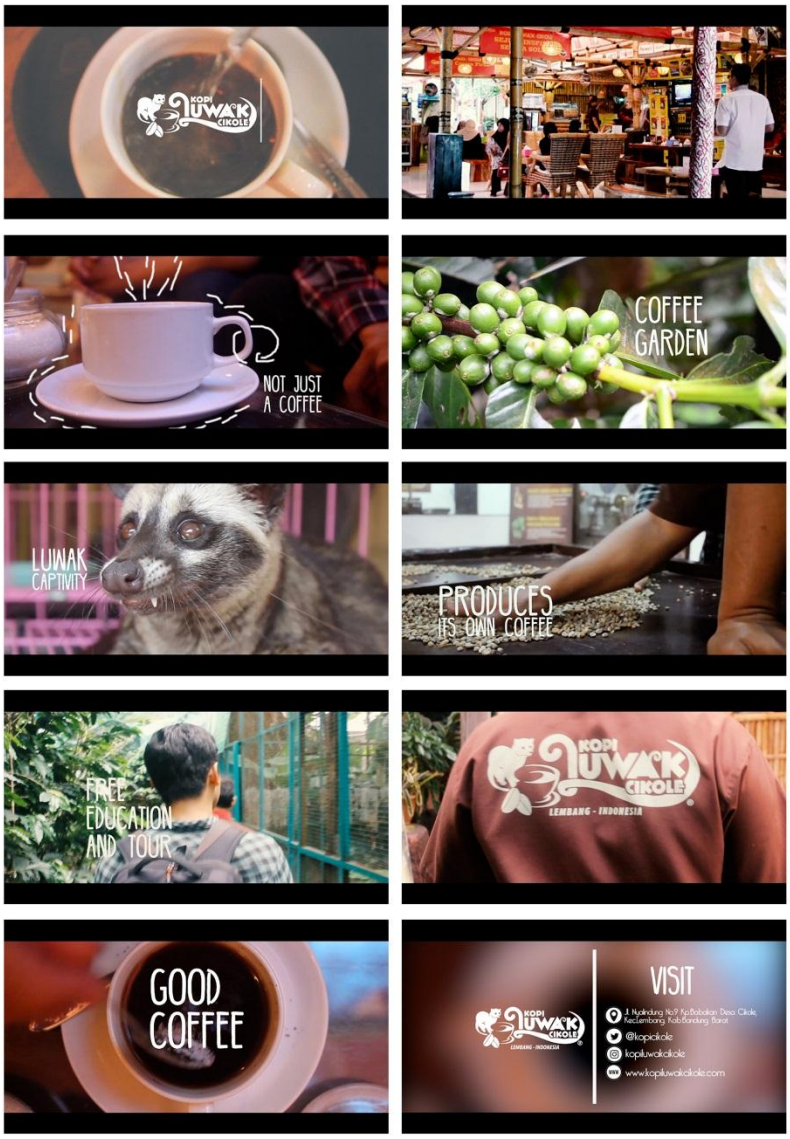
Durasi : 53 Detik

Material : Kamera, lensa,slider, monitor.

Teknik produksi : Digital

IV.2.1 Tahap Produksi Video Promosi Kopi Luwak Cikole

Pada tahap pelaksanaan dilakukannya proses visual ini adalah dengan mengambil gambar dari lokasi Kopi Luwak Cikole , mengambil gambar-gambar yang menarik dan khas dan juga dirasa bisa menarik *audiens.*



Gambar IV.9 Tampilan *scene* video
Sumber : Dokumentasi pribadi, (2017)

IV.2.2 Teknik Pengambilan Gambar

Teknik dalam pengambilan gambar yang dilakukan sebagai berikut :

- Dalam teknik pengambilan gambar video promosi Kopi Luwak Cikole ini menggunakan sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek *Eye Level*, pengambilan dari atas, *bird eye view* dan pengambilan dari bawah *cat eye view*.

- *Moving Camera* (Gerakan Kamera) dengan *Pan/Panning* merupakan gerakan kamera menoleh kekiri (*Pan left*) dan kekanan (*Pan right*). Ada banyak fungsi dalam *shoot* ketika melakukan *paning* meski pada prinsipnya dengan menggunakan gerakan yang sama. Gerakan ini untuk mempertahankan komposisi visual agar tetap proporsional dalam *frame*, memberi *head space* maupun *walking space* sehingga subyek tidak terpotong saat melakukan gerakkan tertentu.

IV.2.3 Tahap Akhir

- Brosur

  Ukuran Media : 10 cm x 25 cm

  Teknis Produksi : *Print Art Paper*



Gambar IV.10 Brosur

Sumber : Data pribadi (2017)

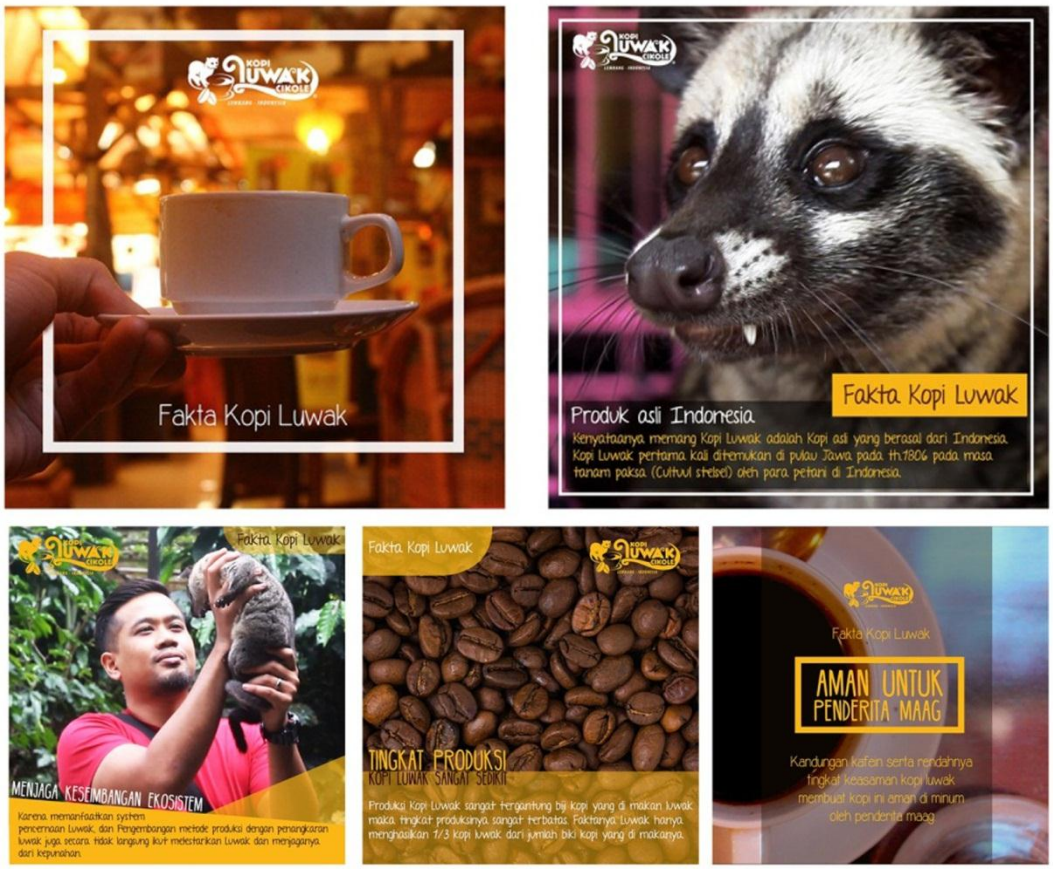
- Poster

  Ukuran Media : *Web page* (1000x1000)px

  Ukuran : 905 Kb

  Teknis Produksi : Digital

  Media poster digunakan sebagai media pendukung dalam prancangan promosi Kopi Luwak Cikole dan termasuk pada bagian *Attention* pada stratregi AISAS dan akan di unggah di media sosial *Instagram*.



Gambar IV.11 Poster

Sumber : Data pribadi (2017)

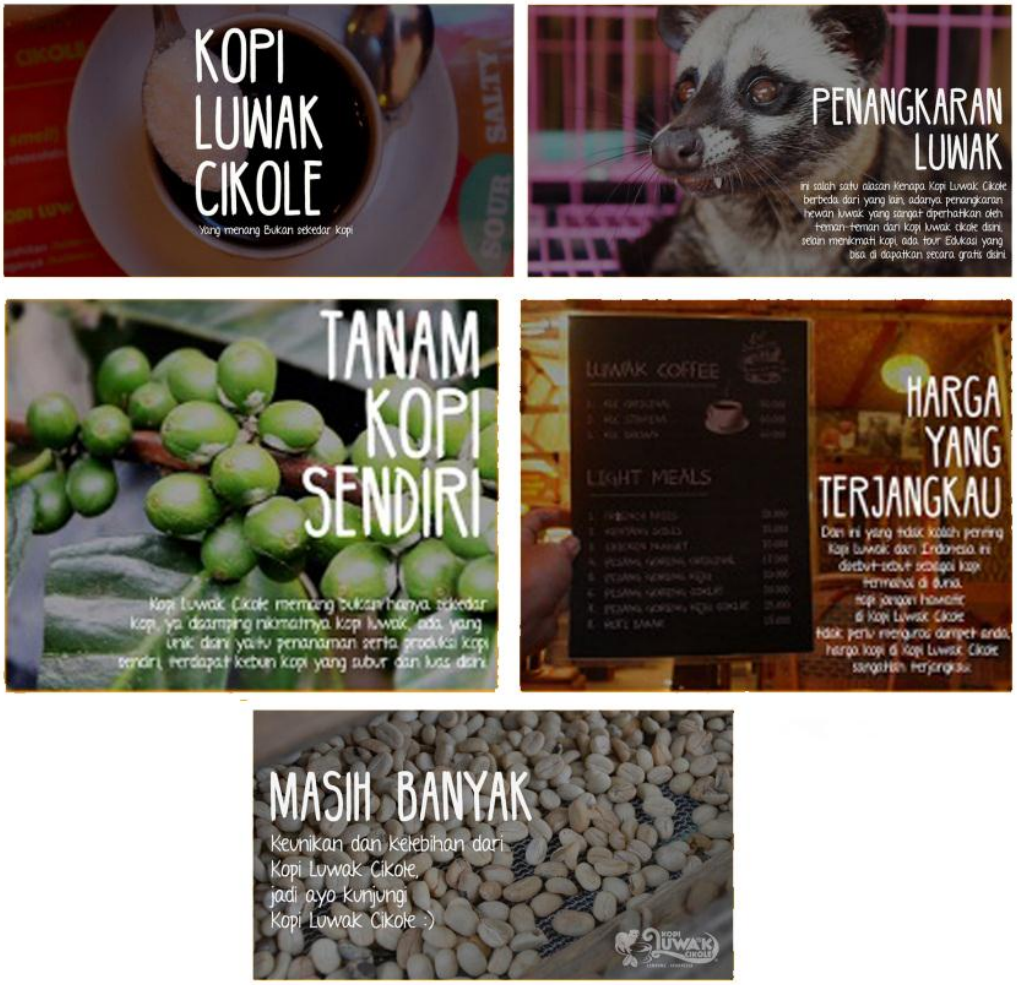
- Foto *esay*

  Ukuran Media : 1300x700px

  Ukuran : 1.2mb

  Teknis Produksi : Digital

  Foto Essay digunakan sebagai media pendukung dalam prancangan promosi Kopi Luwak Cikole dan termasuk pada bagian *Search* pada stratregi AISAS memanfaatkan website Kopi Luwak Cikole yang sudah ada.



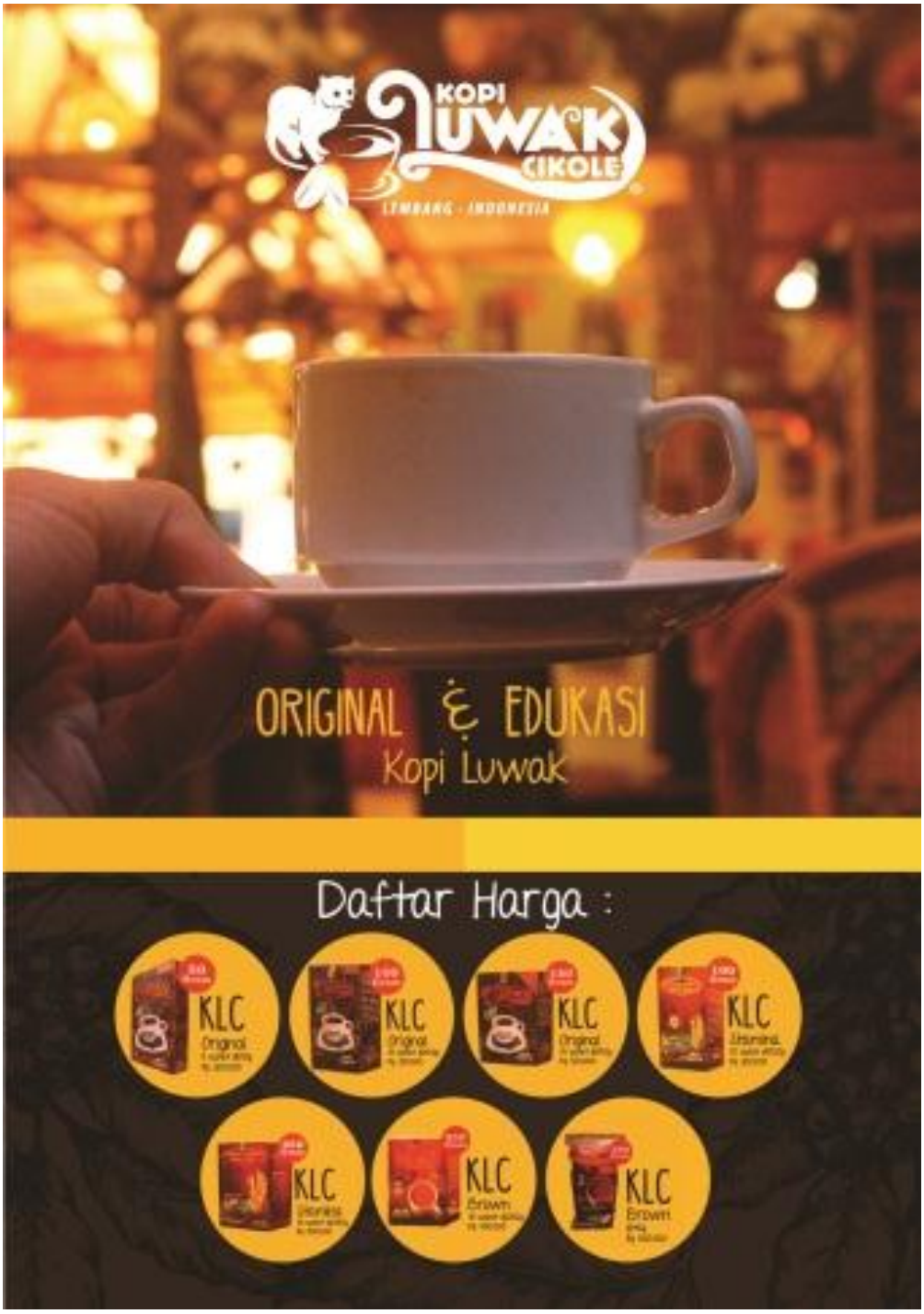
Gambar IV.12 Foto Essay

Sumber : Data pribadi (2017)

- *Flyer*

  Ukuran Media : 148x21cm

  Teknis Produksi : Cetak *Art Paper*



Gambar IV.13 *Flyer*

Sumber : Data pribadi (2017)

- Pin/bros

  Ukuran Media : 5x5cm

  Teknis Produksi : Cetak *Art Paper* Laminasi *Doff*



Gambar IV.14 Pin/Bros

Sumber : Data pribadi (2017)

- Gantungan Kunci

  Ukuran Media : 5x5cm

  Teknis Produksi : Cetak *Art Paper* laminasi *Doff*



Gambar IV.15 Gantungan kunci

Sumber : Data pribadi (2017)

- Stiker

  Ukuran Media : 5x5cm dan 10x4cm

  Teknis Produksi : Cetak print

  Material : *Vinyl* laminasi *Doff*



Gambar IV.16 Stiker

Sumber : Data pribadi (2017)

- Kaos

  Ukuran Media : L*(Large)*

  Teknis Produksi : Print DTG

  Material : *Cotton Combed*



Gambar IV.17 Kaos

Sumber : Data pribadi (2017)

- *X-banner*

  Ukuran Media : 160x60cm

  Teknis Produksi : Cetak

  Material : *Fronlite*



Gambar IV.18 *X-Banner*

Sumber : Data pribadi (2017)

- Totebag

  Ukuran Media : 30x40cm

  Teknis Produksi : *Transfer Paper*

  Material *: Canvas*



Gambar IV.19 *Totebag*

Sumber : Data pribadi (2017)

- Mug

  Ukuran Media : Standar

  Teknis Produksi : Print



Gambar IV.20 Mug

Sumber : Data pribadi (2017)