BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

Tahapan akhir dari proses yang telah disusun sebelumnya dimana seluruh ide, gagasan dan materi yang telah dirancang sebelumnya akan diproses untuk menjadi sebuah tampilan yang diharapkan.

IV. 1 Media Utama

Iklan TVC Perumahan Cigadung Greenland menjangkau khalayak masyarakat secara luas terutama di wilayah Jawa Barat dan DKI. Dampak yang ditimbulkan dari iklan televisi yaitu konsumen dapat termotivasi untu membeli rumah hunian di Cigadung Greenland.

IV.1.1 Pra-Produksi

Adapun rangkayan proses dalam pembuatan laporan sampai dengan pembuatan media iklan TVC ini yaitu :

1. Pengumpulan data

   Pada tahap awal, pengumpulan data mutlak dilakukan. Pengumpulan data dan informasi di lapangan akan digunakan untuk menjawab permasalahan dan keputusan pembuatan media. Data diperoleh dari berabagai sumber seperti wawancara, buku, dan internet.

2. Penyusunan naskah

   Pada tahap ini yakni proses urutan adegan seperti, lokasi, keadaan, suasana dan dialog, yang disusun dalam konteks struktur Cinematik. Pada tahap ini proses yang dilakuakn diantaranya Merumuskan ide, Penulisan synopsis, dll.

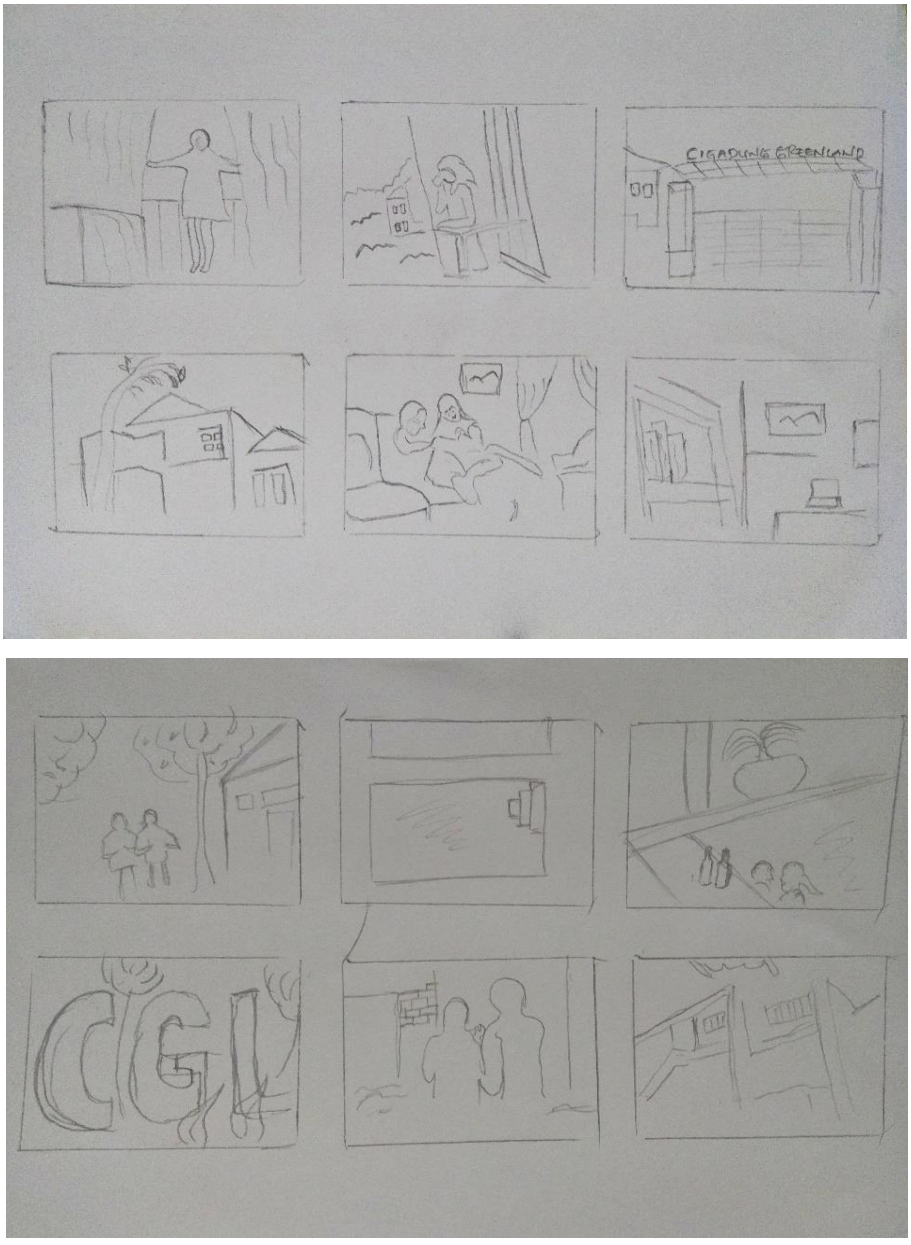
3. Pembuatan Storyline

   Storyline merupakan inti dari sebuah naskah yang di ambil dari ide dan gagasan utama, storyline berbentuk naskah yang dibuat seperti alur cerita.

4. Pembuatan Storyboard

   Story board merupakan naskah yang dibuat dalam bentuk serangkaian gambar atau sketsa adegan, yang seakan-akan memberikan gambaran nyata

tentang naskah pada storyline. Pada tahap ini perencanaan sudah menggambarkan urutan kejadian berupa kumpulan gambar dalam sketsa sederhana.



Gambar IV.1 Sketsa Visual Media Iklan Televisi

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

5. Pemilihan lokasi shooting

Pemilihan lokasi syuting yang dipakai dalam Iklan TVC Perumahan Cigadung Greenland adalah gerbang masuk perumahan, Taman, Jalan utama perumahan Cigadung Greenland, dan salah satu pemilik rumah Cigadung Greenland termasuk dengan beberapa ruangan.



Gambar IV.2 Pemilihan Lokasi Shooting

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

6. Pembuatan jadwal shooting

Setelah lokasi dan spot sudah ditentukan, lankah selanjutnya adalah mencatat jadwal shooting. Jadwal shooting berfungsi untuk mencatat atau merencanakan proses produksi video yang akan dilakukan dalam pembuatan Iklan TVC Prumahan CIgadung Greenland.

7. Perlengkapan pengambilan gambar

Perlengkapan pengambilan gambar merupakan suatu alat yang akan digunakanketika proses pengambilan gambar. Alat-alat yang digunakan diantaranya, kamera, lensa, Glidecame, lighting, tripod, slider, reflektor, dan Continues flash, dll.



Gambar IV.3 alat shootong yang digunakan

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

IV.1.2 Produksi

Produksi adalah tahapan dimana proses melakukan adegan shooting iklan TVC Perumahan Cigadung Greenland yang menerapkan segala aspek seperti ide dan konsep pengambilan gambar yang sudah di rancang pada saat pra produksi.

IV.1.3 Shooting / Proses Pengambilan Gambar

Proses pengambilan gambar menggunakan kamera Canon Eos 60D DSLR, 18. Megapixel, Full HD 1080 sehingga pengambilan gambar dirasa cukup. Selain itu digunakan juga media pendukung seperti lighting, Glidecame, reflector, dll. Pengambilan gambar menggunakan long shoot, medium shoot, dan close up. Pengambilan gambar disesuaikan dengan beberap shooting list, diantaranya :

KETERANGAN	GAMBAR
Suasana pagi hari saat pemilik rumah bangun tidur, pengambilan ini ditujukan sebagai intro dan menggunakan teknik panning dari kiri ke kanan tujuannya untuk memberitahu detail satu subjek satu ke subjek lainnya	

Permepuan membuka tirai di pagi hari tujuannya masih sebagai intro, tekniknya menggunakan frog eye dengan tujuan untuk membuat kesan tinggi dan megah daru subjek utama	
Perempuan menikmati secangkir teh hangat di balcon rumah tujuannya sebagai awal aktifitas sehari hari penghuni rumah dan menggunakan teknik *crab* dimana pergerakan kamera mengikuti objek dari samping	
Pengambilan *scene* nvironmental media CGL dibagian depan pintu gerbang masuk Perumahan Cigadung Greenland untuk memberi pesan penanda zona tersebut adalah zona perumahan Cigadung Greenland	
Suasan komplek perumahan diambil dengan maksud untuk memberikan pesan luas dari perumahan dan diambil dari sudut *Aerial photography* dengan menggunakan teknik *camera movement* agar tampilan visual terkesan hidup	

Proses perundingan layout rumah antar konsumen dan arsitek dari pihak perumahan Cigadung Greenland tujuannya untuk menekankan pesan *free concept design* yang dimiliki perumahan Cigadung Greenland. Pengambilan *scene* ini menggunakan *tilt up*, tujuannya untuk menggiring mata penonton dari suatu aktifitas atau objek ke objek lainnya	
Suasana salah satu rumah yang telah selesai dibangun, tujuannya untuk memberi pesan hasil dari pengaplikasian *free concept design*. Pengambilan teknik ini menggunakan teknik pan left tujuannya untuk mempercantik visual dari segi komposisi bagian kanan ke bagian kiri	
Aktivitas di dalam rumah bertujuan untuk menekankan pesan utama yaitu menghabiskan waktu luang bersama dan menikmati segala fasilitas di perumahan Cigadung Greenland. Scene ini menggunakan kombinasi teknik *pan left* dan *tilt up*, bertujuan untuk menempatkan objek pada komposisi yang pas	

Closing pemilik rumah sedang menikmati sampanye di kolam renang bertujuan memberi pesan sangat menikmati telah tinggal di perumahan Cigadung Greenland. Scene ini menggunakan teknik *pan left* dengan tujuan untuk menempatkan objek pada titik komposisi yang pas	

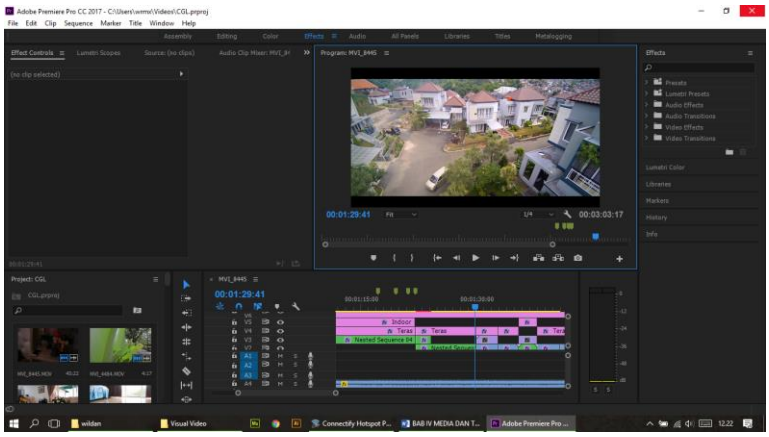
Tabel 4.1 bagian Shooting list

Sumber : hasil observasi pribadi berdasarkan target konsumen yang dimaksud

IV.1.4 Paska Produksi

Paska produksi adalah proses dimana setelah dilakukannya proses produksi, misalnya proses editing. Setelah video diambil, video-video tersebut di edit agar menjadi satu kesatuan iklan yang utuh. Pada tahap produksi pekerjaan yang dilakukan yaitu menyatukan video agar menjadi satu kesatuan, koreksi warna, memasukan musik,Dll.

Proses awal tahap editing dalam video ini adalah menggunakan adobe premier pro CC 2017. Untuk menggabungkan video satu dengan video yang lain sehingga menjadi satu kesatuan film yang utuh.



Gambar IV.4 proses editing video dengan adobe premiere pro CC 2017

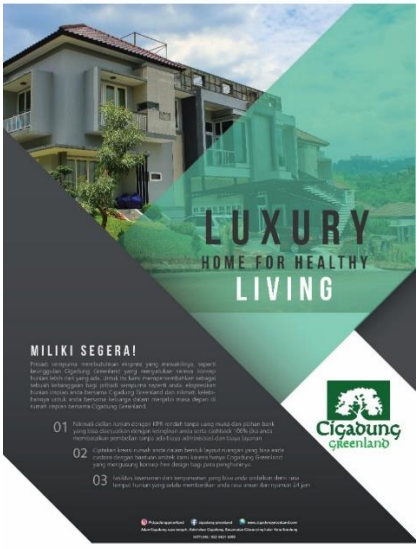
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

IV.2. Tahap Akhir

Tahap akhir ini adalah tahap penentuan media pendukung dengan menggunakan metode AISAS, yakni *Attention, Interest, Search, Action, Share*. Artinya, mencari dan mendapatkan *attention* dilakukan hanya pada tahap awal saja dalam siklus produk. Setelah itu dilakukan tahap *interest* kemudian didapat ketertarikan konsumen terhadap produk, selanjutnya masuk ke tahap *search* dimana konsumen mencari informasi lebih detail mengenai sebuah produk. Setelah konsumen merasa informasi yang didapat sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, maka tahap selanjutnya adalah *action* diamana *action puchasing* berhasil dilakukan oleh konsumen, yang selanjutnya akan berbagai *(sharing)* tentang produk/jasa yang baru saja dibeli. mulai dari kelebihan hingga kekurangan, sampai dengan sentimen positif atau negatif. sharing ini kemudian melahirkan hasil searching, dan proses action purchasing kembali terjadi pada calon konsumen yang selanjutnya, dan seterusnya siklus ini terus berulang. Urutan metode tersebut dapat di aplikasikan melalui beberapa media pendukung diantaranya.

IV.2.1 Media *Attention,* seperti :

- **Poster**



Gambar IV.5 Poster

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Poster ini dibuat untuk media promosi penunjang dari media utama. Selain itu poster ini dapat dijadikan sebagai identitas iklan dan memberikan *attention* kepada calon konsumen Perumahan Cigadung Greenland.

Pada elemen desain poster terdiri dari foto rumah sebagai identitas dari pesan yang ditanpilkan pada poster, ditambah dengan elemen garis lebar bertumpuk yang saling menyambung dengan sudut 90 derajat. Elemen desain tersebut mewakili bagian-bagian sudut rumah yang mayoritas berbentuk kotak dengan sudut 90 derajat. Serta penggunan warna hijau tosca adalah penerapan 2 warna dari logo Cigadung Greenland. Penyampaian isi teks disematkan diantara elemen desain garis yang bertujuan untuk menginformasikan dan membuat daya tarik kepada konsumen, serta penempatan informasi lebih detail seperti social media, hotline, dan website di posisikan di bagian footer.

Format media : Poster

Bahan : Art Paper 210g

Teknis produksi : Cetak

- ***Billboard***



Gambar IV.6 Billboard

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Billboard dibuat untuk media promosi penunjang selanjutnya, billboard ini adalah point of attention yang paling kuat yang akan di letakan pada lokasi yang paling strategis di kota Bandung, misalnya di jalan Pasteur.

Sama seperti pada poster, desain dan elemen desain yang digunakan pada billboard ini yaitu merujuk keterkaitan dari bentuk sudut yang tajam 90 derajat dengan bentuk rumah yang berbentuk kotak bersudut 90 derajat. Penggunaan warna, teks, logo dan informasi lebih lanjut di sematkan pula pada billboard

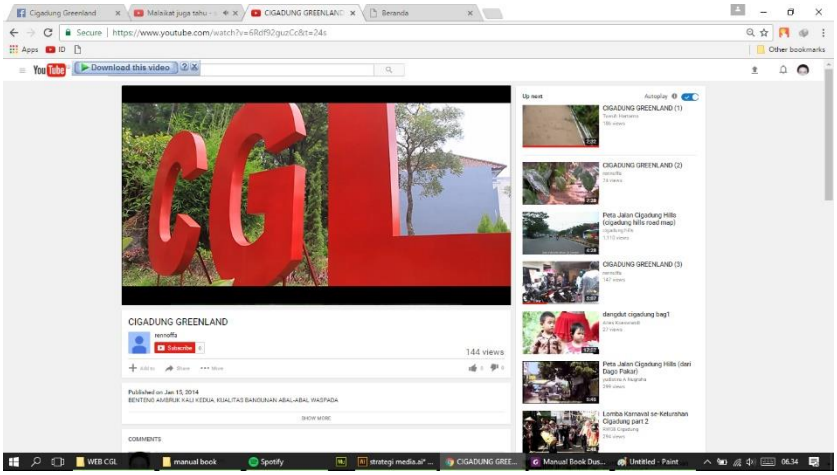
Format media : Billboard

Bahan : Spandex

Teknis produksi : Cetak offset

IV.2.2 Media *Interest,* seperti :

- **Iklan Youtube**



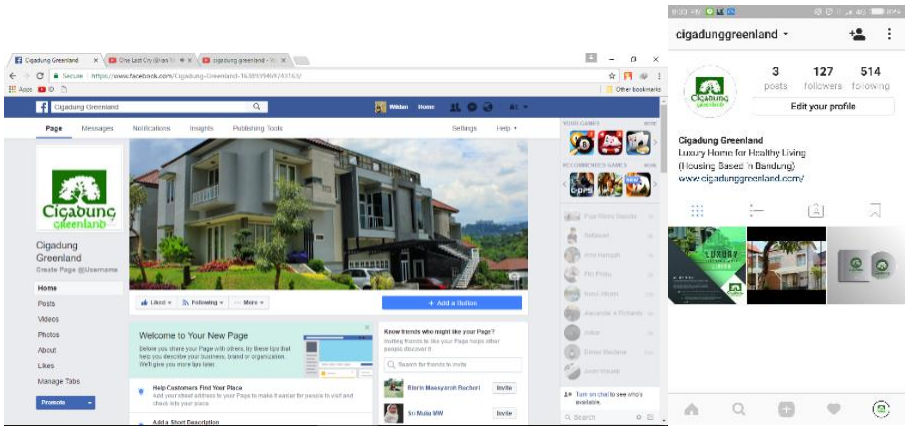
Gambar IV.7 iklan youtube

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Selain di tayangkan di Televisi Nasioanal Iklan *TVC* Perumahan Cigadung Greenland ditayangkan juga di media internet seperti youtube media ini berfungsi sebagai media promosi dan memberikan informasi mengenai Perumahan Cigadung Greenland.

IV.2.3 Media *Search,* seperti :

- **Sosial Media**

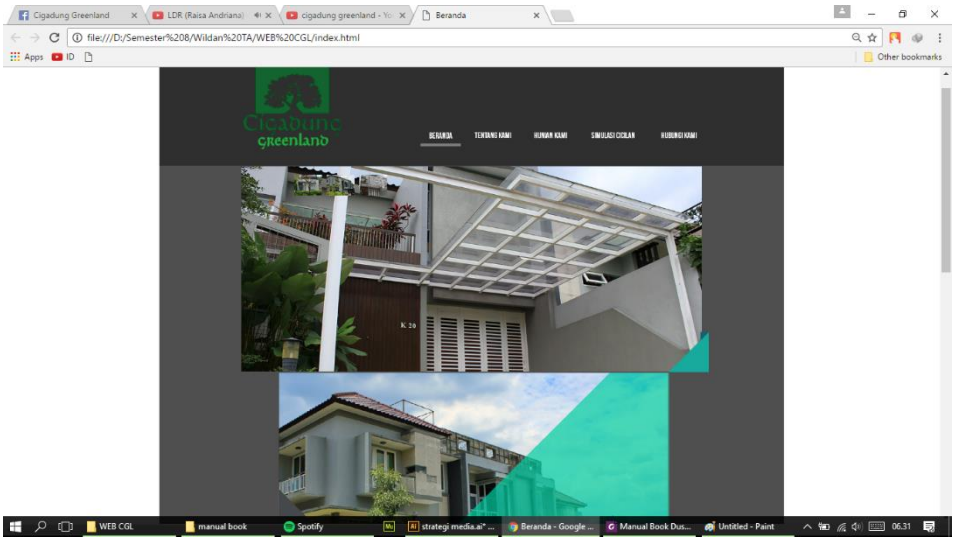


Gambar IV.8 Sosial Media

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Sosial media media yang digunakan adalah sosial media yang paling sering dipakai saat ini yakni facebook dan instagram.

- ***Website***



Gambar IV.9 Website

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media ini berfungsi sebagai media promosi dan memberikan informasi mengenai Perumahan Cigadung Greenland, video Iklan *TVC* Cigadung ini di publikasikan juga melalui media Website agar bisa di lihat secara keseluruhan semua fasilitas yang ada di Perumahan Cigadung Greenland.

IV.2.4 Media *Action,* seperti :

1. *Event*

Event berjudul *LUXURY HOME FOR HEALTHY LIVING* akan diadakan di Hotel-hotel berbintang di kota Bandung. Event ini akan diadakan seminar dan workshop gratis kepada para pengunjung hotel disaat gala *dinner*. Hal ini meningkatkan kesadaran bagi masyarakat bahwa rumah yang sehat akan menjamin kehidupan yang sehat pula.

Event ini berisi beberapa program seperti : konsultasi kepada pihak property dalam membangun sebuah rumah yang ideal sesuai dengan kebutuhan konsumen yang berada di event tersebut, dan bazaar berupa diskon menarik mengani penawaran harga perumahan di Cigadung Greenland juga memberikan beberapa souvenir atau gimmick seperti polo shirt, *tote bag,* mug, stiker, kalender, Packaging CD yang berisikan video sebagai media utama, gantungan kunci dan pin.

- ***Polo Shirt***



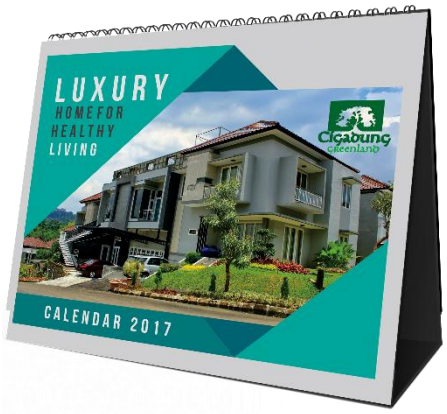
Gambar IV.10 Polo shirt
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media *Polo shirt* berguna sebagai pengingat/reminder. Media *polo shirt* dipakai sebagi stationary oleh karyawan dan staff yang bekerja di perumahan Cigadung Greenland. Pada bagian sebeleah kiri dan belakang kaos polo shirt ini juga disematkan logo Cigadung Greenland sebagai penguat identitas.

Format media : *Polo shirt*
Bahan : *Lacoste Cotton*

Teknis produksi : Sablon *Digital Polyflex*

- **Kalender**



Gambar IV.11 Kalender
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media Kalender berguna sebagai pengingat/reminder. Media Kalender diberikan ketika pada saat konsumen membeli hunian di perumahan Cigadung Greenland. Desain dari kalender ini yaitu kalender meja atau kalender duduk yang dapat berdiri pada suatu alas.

Format media : Kalender meja
Ukuran : A5
Bahan : *Art Paper* 150gr

Teknis produksi : Cetak

- ***Sticker***



Gambar IV.12 Sticker

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media *sticker* berguna sebagai pengingat/reminder. Media *sticker* dibagikan kepada konsumen yang sudah sah menjadi penghuni perumahan Cigadung Greenland. *Sticker* ini merupakan logo dari perumahan Cigadung Greenland itu sendiri tanpa mengubah logo asli.

Format media : *Sticker*

Bahan : Plastik *Sticker*

Teknis produksi : *Cutting sticker*

- ***Tote bag***



Gambar IV.13 Tote bag

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Tote bag berguna sebagai pengingat/reminder. Media *sticker* dibagikan kepada konsumen yang sudah sah menjadi penghuni perumahan Cigadung Greenland. Bahan dari totebag tersebut menggunakan bahan kain blacu, selain tipis dan ringan, bahan blacu juga dinilai cukup kuat untuk mengangkut barang-barang berat.

Teknik sablon yang digunakan adalah sablon digital dengan menggunakan bahan polyflex. Penempatan logo dan *tagline* dari perumahan Cigadung Greenland di tempatkan *center* atau di tengah serta bentuk yang besar bertujuan agar identitas dari yang di tampilkan totebag ini dapat dilihat secara tegas.

- ***Packaging CD***



Gambar IV.14 Packaging CD
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media utama akan dikemas dengan semenarik mungkin sehingga dalam penggunaannya akan menarik mungkin yaitu spserti dompet berbentuk kotak dengan dua sisi yang didalamnya terdapat saku untuk menyelipkan kaset *CD* dan sisi lain untuk menyelipkan brosur. Packaging *CD* ini akan di berikan kepada pihak Perumahan Cigadung Greenland.

Format media : Packaging *CD*

Format : Kotak

Bahan : *Art Paper* 210g

Teknis produksi : Cetak + laminasi

- **Mug**



Gambar IV.15 Mug
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media *Mug* berguna sebagai pengingat/reminder. Media *Mug* diberikan ketika ada calon konsumen yang berkonsultasi dalam pra pembelian hunian di perumahan Cigadung Greenland dengan logo yang disematkan pada bagian tengah mug yang bertujuan untuk memperkuat identitas perumahan.

Format media : Mug keramik

Bahan : keramik

Teknis produksi : Cetak laser

- **Topi**



Gambar IV.16 Topi
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media Topi berguna sebagai pengingat/reminder. Dipakai oleh karyawan dan staff perumahan Cigadung Greenland. Pada desain topi ini disematkan pula logo Cigadung Greenland pada bagian depan top, serta di bagia sisi kanan dan kiri topi disematkan tagline dari perumahan Cigadung Greenland.

Format media : Pin dan gantungan Kunci Plastik

Bahan : Kanvas

Teknis produksi : Bordir

- **Gantungan Kunci**



Gambar IV.17 Pin dan Gantungan Kunci
(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017)

Media Gantungan Kunci dan pin berguna sebagai pengingat/reminder. Diberikan kepada konsumen yang berhasil membeli hunian di perumahan Cigadung Greenland.

Format media : Pin dan gantungan Kunci Plastik

Bahan : Plastik

Teknis produksi : Cetak

IV.2.4 Media *Share,* seperti :

Media Sosial Instagram



Gambar IV.18 media sosial Instagram
(Sumber: Dokumen pribadi 2016)

Instagram digunakan untuk memberikan informasi seputar acara *event,* diskon, suasana perumahan dll. Media ini jug bisa digunakan untuk memposting testimoni konsumen yang telah tinggal di perumahan Cigadung Greenland.