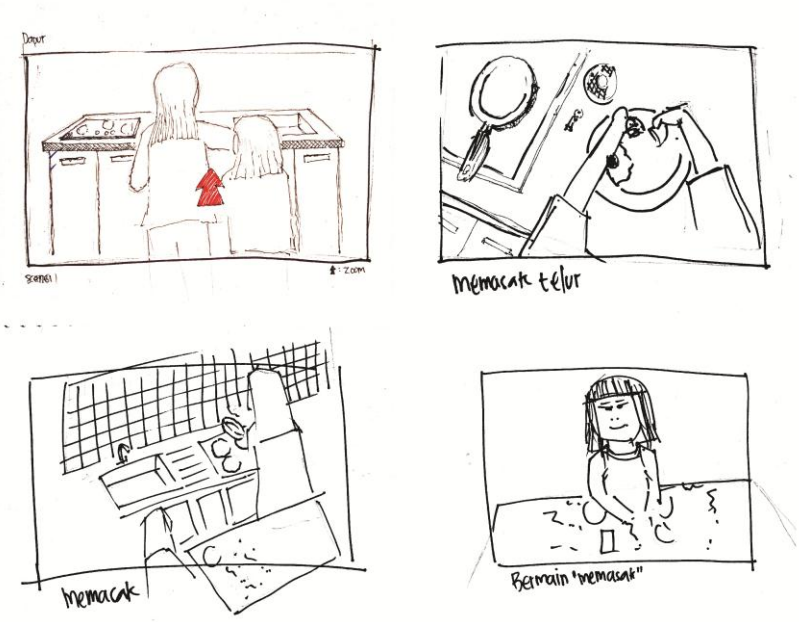
BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Hasil akhir dari perancangan ini memiliki media utama *audio visual* dan berupa narasi *visual* yang menceritakan tentang dua orang anak perempuan yang sedang "memasak". Pengambilan *video* dilakukan secara natural menggunakan kamera Sony A7S II, namun tetap mengacu kepada *storyboard* dan *storyline* yang telah dibuat.

IV.1.1 *Storyboard*



Gambar IV. 1 *Storyboard*

Sumber : Dokumen Pribadi (5/01/ 2017)

IV.1.2 Proses Pengambilan Gambar & *Editing*

Proses pengambilan gambar dilakukan secara natural yaitu membiarkan kedua tokoh bermain bebas.



Gambar IV.2 Pengambilan Gambar

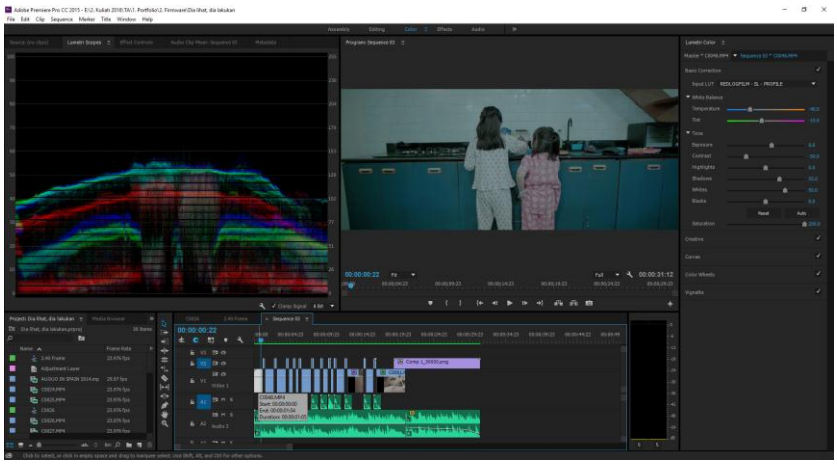
Sumber Pribadi (07/01/2017)



Gambar IV.3 *Screen Capture Video*

Sumber : Dokumen Pribadi (7/01/ 2017)

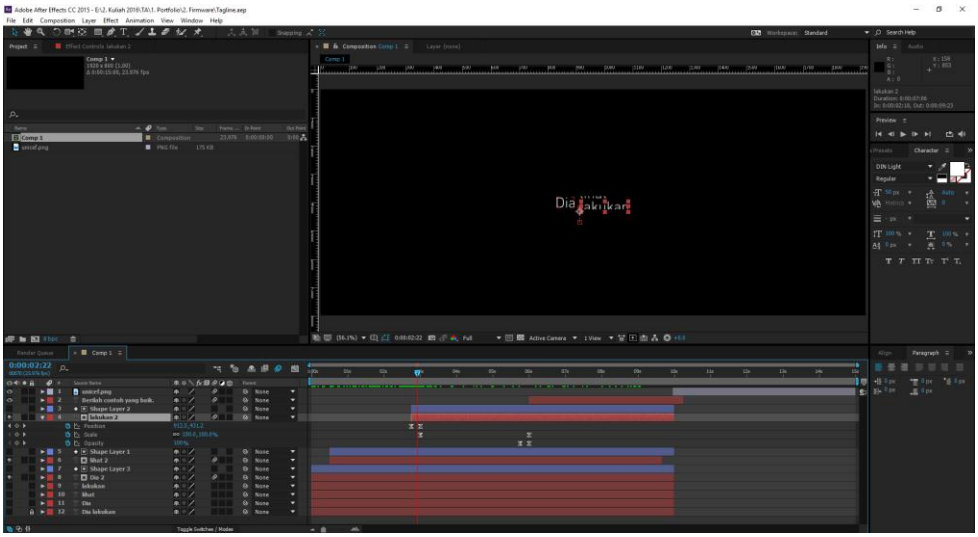
Proses *editing* dilakukan menggunakan Adobe Premier Pro CC 2015.



Gambar IV.4 Tahap *Editing* Menggunakan Adobe Premier CC 2015

Sumber : Dokumen Pribadi (9/01/ 2017)

Sedangkan untuk pengerjaan *copywriting* pada bagian akhir *video* ini menggunakan *software* Adobe After Effects CC 2015.Penggunaan software tersebut bertujuan agar lebih mudah menggerakan/menganimasikan objek.



Gambar IV.5 Pembuatan *Copywriting* Menggunakan Adobe After Effects CC

Sumber : Dokumen Pribadi (10/01/ 2017)

IV.1.3 Hasil Akhir

Berikut adalah hasil akhir dari media yang telah di buat;



Gambar IV.6 *Screen Capture* Keseluruhan Media Utama

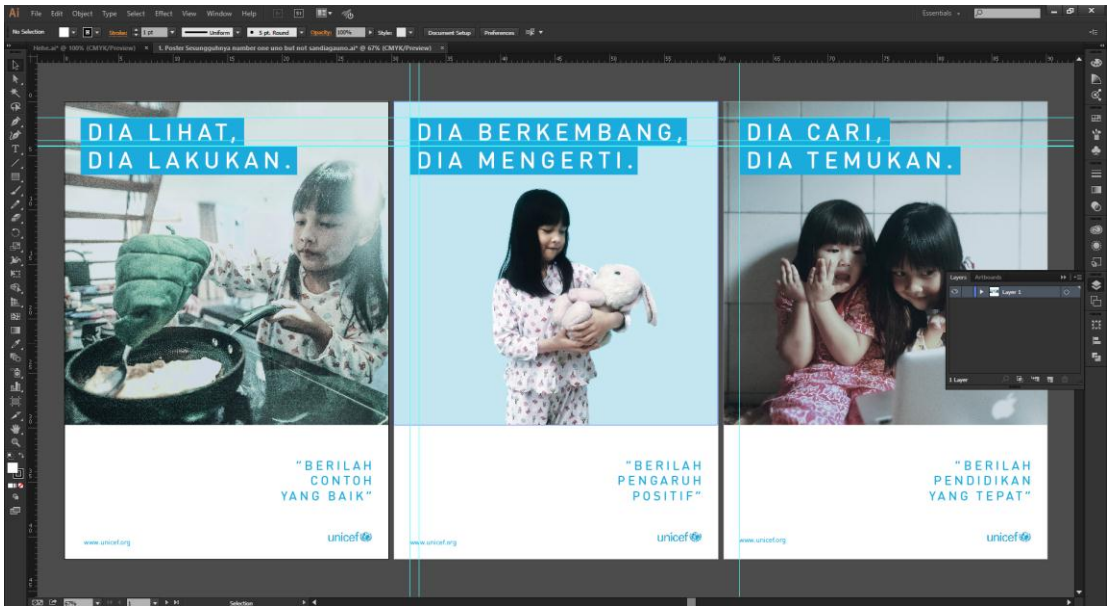
Sumber Pribadi (11/01/2017)

IV.2 MEDIA PENDUKUNG

Media pendukung diperlukan sebagai pelengkap dan membantu dalam penyampaian informasi maupun promosi media utama. Ada dua jenis poster yang akan disebar luaskan, yaitu secara *online* (melalui media sosial yang telah ditentukan) dan *offline* (ditempel ditempat yang telah dipilih).

IV.2.1 *POSTER OFFLINE*

Poster terdiri dari tiga jenis, masing-masing poster memiliki copywring dan ilustrasi fotografi yang berbeda. Pembuatan poster dilakukan dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2015. Berikut beberapa prosessnya;



Gambar IV.7 Poster *Offline*

Sumber Pribadi (12/01/2017)

Dan berikut adalah hasil akhir dari poster yang dibuat :

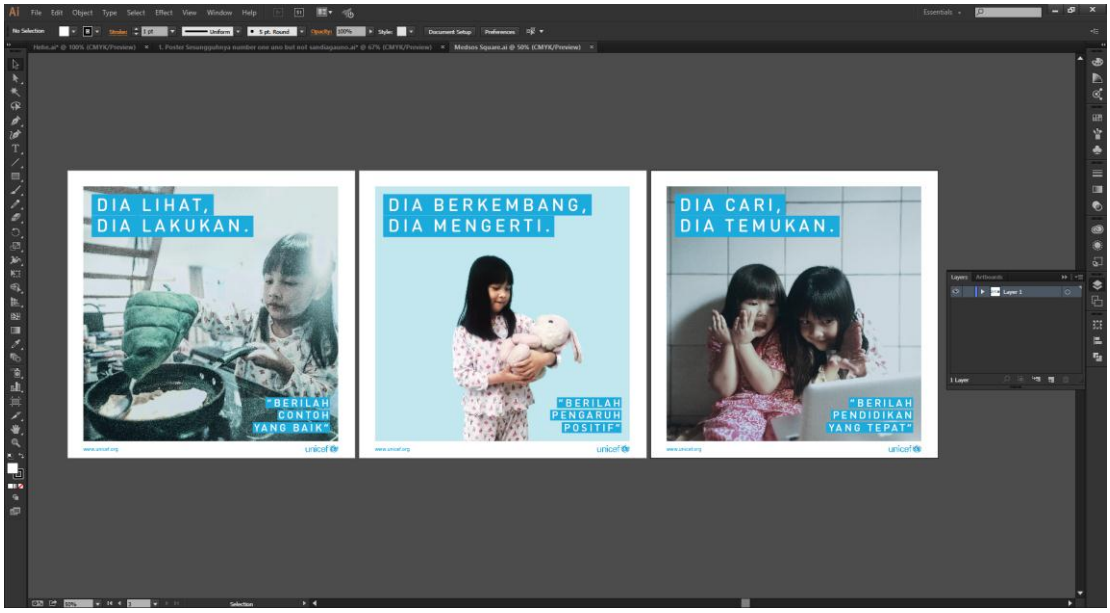


Gambar IV.8 Hasil Akhir Poster

Sumber Pribadi (27/01/2017)

IV.2.2 *POSTER ONLINE*

Tidak jauh berbeda dengan poster *offline*. Poster ini memiliki karakter yang sama tetapi tata letak dan bentuknya dibedakan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan media sosial yang telah ditentukan.



Gambar IV.9 Poster *Online*

Sumber Pribadi (13/01/2017)

Berikut adalah hasil akhir dari poster *online* yang telah dibuat :



Gambar IV.10 Hasil Akhir Poster

Sumber Pribadi (27/01/2017)

IV.2.3 *Flyer*



Gambar IV. 11 *Flyer*

Sumber : Dokumen Pribadi (5/01/ 2017)

Flyer memudahkan target audiens membaca informasi yang bersangkutan dengan media utama karena bersifat fleksibel dengan ukurannya yang kecil dapat dibawa kemana-mana. Desain sama dengan *poster* dengan tata letak disesuaikan dengan ukuran kertas.

- Ukuran : 10 x 21 cm
- Material : Kertas Art Paper 150 gram
- Teknis produksi : Cetak *Offset*

IV.2.4 *X-Banner*



Gambar IV.12 X-Banner

Sumber : Dokumen Pribadi (5/01/ 2017)

X-Banner berfungsi sebagai penanda keberadaan media utama dalam suatu lokasi, seperti lokasi yang telah ditentukan. Dengan adanya x-*banner* memudahkan Khalayak sasaran untuk melihat.

- Ukuran: 60 x 160 cm
- Material: Flexi Korea
- Teknis Produksi: *Digital printing*

IV.2.5 Kalender



Gambar IV.13 Kalender

Sumber : Dokumen Pribadi (5/01/ 2017)

Kalender kecil yang sederhana dan memungkinkan untuk dibawa kemana-mana tepat sebagai media pengingat, dengan begitu khalayak sasaran makin sering mengingat media utama yang telah dipilih.

- Ukuran : 10 x 15 cm
- Material : Art Paper 260 gram
- Teknis produksi : Cetak *Offset*

IV.2.6 Kaos



Gambar IV.14 kaos

Sumber : Dokumen Pribadi (5/01/ 2017)

Kaos yang sederhana dan memungkinkan untuk digunakan sehari-hari tepat sebagai media pengingat, dengan begitu khalayak sasaran makin sering mengingat media utama yang telah dipilih.

IV.2.7 Pin



Gambar IV.15 Pin
Sumber : Dokumen Pribadi (5/01/ 2017)

Pin memungkinkan untuk digunakan sehari-hari tepat sebagai media pengingat, dengan begitu khalayak sasaran makin sering mengingat media utama yang telah dipilih.