BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media utama yang dipilih untuk perancangan *city branding* kota Bogor disampaikan melalui logo yang telah di rancang dan juga pada strategi distribusi aplikasi *environment media* yang ada di ruang publik seperti pada *logo usage manual*, *stationery kit, billboard, vertical banner, map, poster, postcard* serta pada media bus wisata *(uncal)*.

a. Logo Usage Manual

Pada media *logo usage manual*, merupakan media utama yang di publikasikan kepada masyarakat, agar masyarakat tahu akan maksud dari logo kota Bogor yang telah di rancang tersebut.



Gambar IV.1 *Logo Usage Manual*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 14.5 x 21.0cm
Bahan	: *Art paper* Tipis 150gr
Teknis	: *Print Digital*

b. Stationery Kit

Pada media *stationery kit*, merupakan media *offical* dalam penerapan yang terbagi dari berbagai macam media seperti *letterhead, envelope, bussines card, official car*, dan *rubber stamp.*



Gambar IV.2 *Letterhead, Envelope, Bussines Card*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)



Gambar IV.3 *Official Car*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 30cm – 1m
Bahan	: *3M Reflective Sheet Schootlite*
Teknis	: *Print Digital*



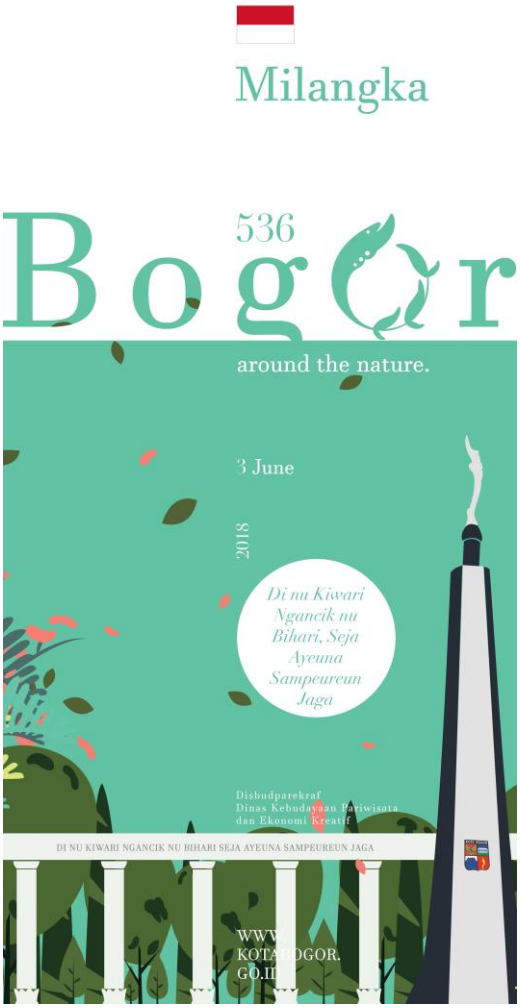
Gambar IV.4 *Rubber Stamp*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 4 x 4cm
Bahan	: *Rubber*
Teknis	: Cetak

c. Billboard

Media *billboard* dipasang di beberapa lokasi-lokasi strategis yang sering banyak dilewati oleh masyarakat kota maupun wisatawan, yaitu berada di wilayah setelah tol jagorawi masuk kota Bogor dan di beberpa pusat kota. Desain *billboard* menggunakan *layout*, gaya visual, dan illustrasi yang merepresentasikan ikon kota Bogor tersebut.



Gambar IV.5 *Billboard*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media : 6 x 12m

Bahan : Flexi Jerman

Teknis : *Print Digital*

d. Vertical Banner

Media *banner* yang digunakan adalah *vertical banner*. Media ini diaplikasikan pada lampu kota disepanjang jalan terutama dilokasi pusat alun-alun kota

Bogor. Terdapat beberapa variasi desain yang masing-masing memperlihatkan ilustrasi ikon yang ada di kota Bogor.



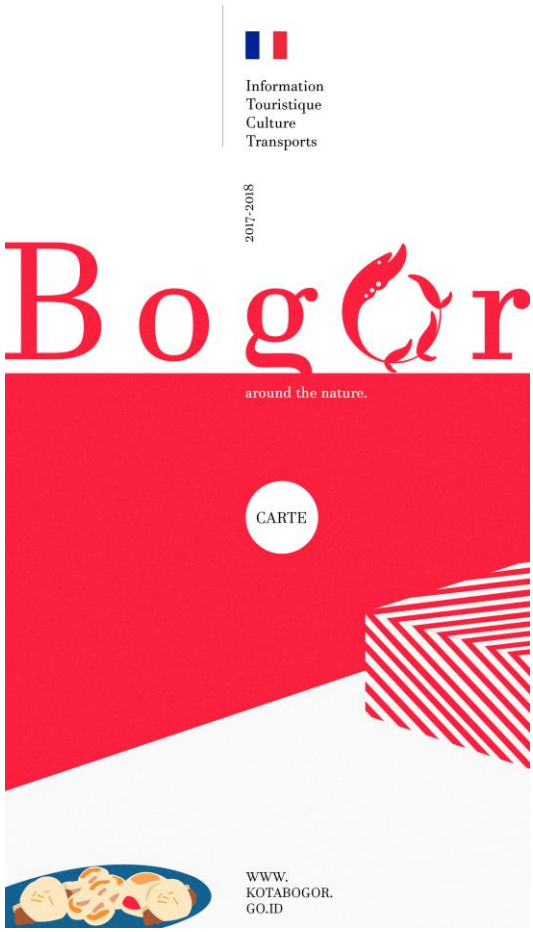
Gambar IV.6 *Vertical Banner*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 60 x 160cm
Bahan	: Flexi Cina
Teknis	: *Print Digital*

e. Map

Pada media *map* yang digunakan adalah dengan menjelaskan beberapa ikon yang ada di kota Bogor dalam berbagai macam bahasa dari berbagai negara. Media ini juga memperlihatkan denah lokasi kota Bogor agar mempermudah wisatawan terutama turis dari berbagai negara yang sedang berkunjung ke kota Bogor.



Gambar IV.7 *Map*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

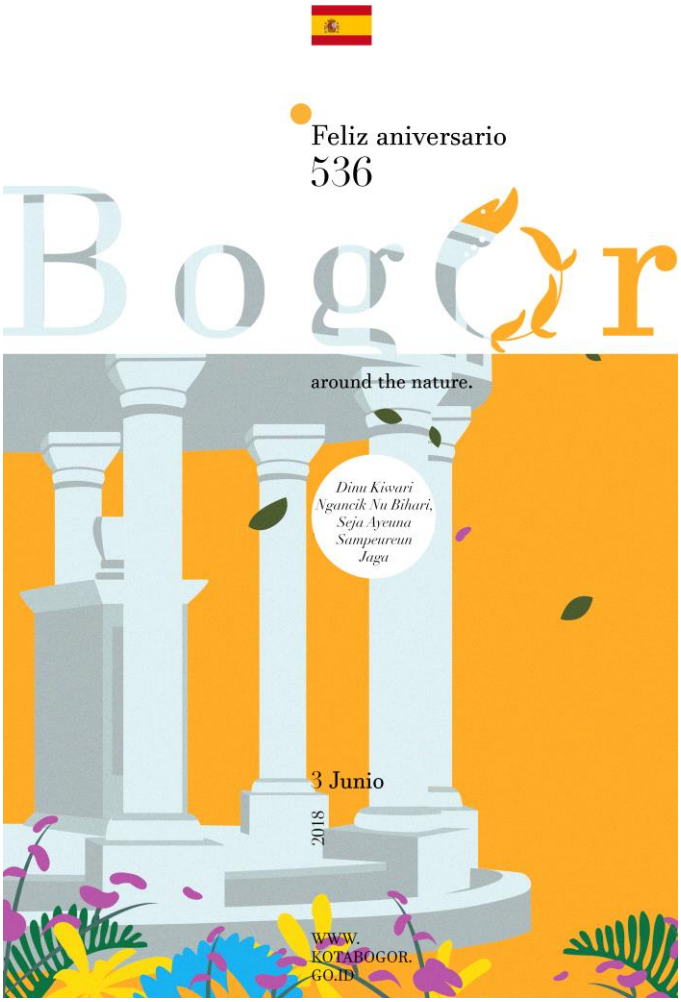
Ukuran Media : 9.89 x 17.36cm

Bahan : *Tik paper*

Teknis : *Print Digital*

f. Poster

Pada media poster dipasang dibeberapa lokasi strategis yang mudah dijangkau dan dilihat, seperti di beberapa tempat seperti tempat halte bus, media sosial dan ruang publik lainnya.



Gambar IV.8 Poster

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

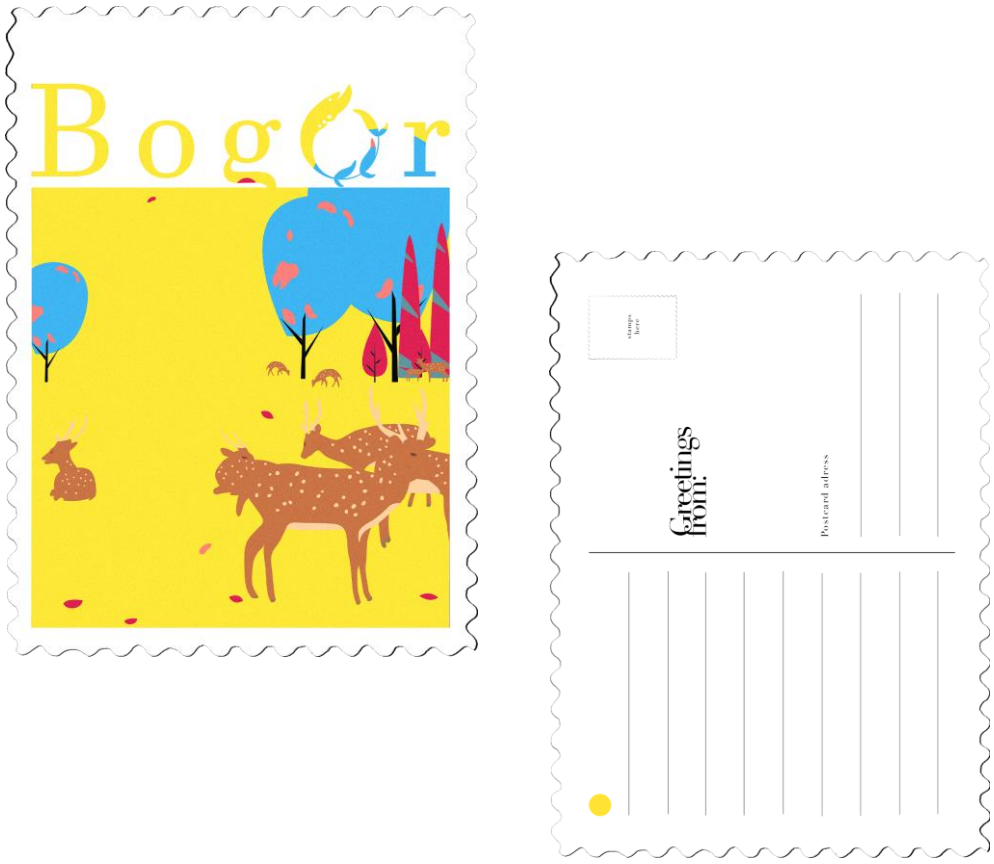
Ukuran Media : 29.7 x 42.0cm

Bahan : *Art paper* 150gr

Teknis : *Print Digital*

g. Postcard

Media *postcard* di buat agar para wisatawan turis atau masyarakat kota Bogor sendiri bangga terhadap ikon yang ada, karena pada dasarnya *postcar*d juga menjadi alat media pengiriman di seluruh dunia agar lebih mengenal kota Bogor ke kancah internasional.



Gambar IV.9 *Postcard*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 12.9 x 9.33cm
Bahan	: *Alkasia*
Teknis	: *Print Digital*

h. **Bus Wisata *(uncal)***

Pada ambient media yang diletakan di bus wisata *uncal* dibuat untuk agar lebih menarik dan mengenal terhadap beberapa ikon yang ada di kota Bogor.



Gambar IV.10 Bus Wisata *Uncal*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media : 6 x 10m

Bahan : *3M Reflective Sheet Schootlite*

Teknis : *Print Digital*

IV.2 Media Pendukung

Pada media pendukung, bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan *reminder* kepada masyarakat dan juga wisatawan lokal maupun mancanegara. Dengan dibuat beberapa pendekatan personal berupa media *t-shirt, sticker, x-banner, flyer, website,* dan sarana *media social*.

a. T-shirt

Media *t-shirt* sebagai media yang cukup umum digunakan sebagai pengingat dan juga sebuah pencapaian strategi media ketika *target audience* bisa dengan bangga menggunakan *t-shirt* tersebut. Secara tidak langsung media ini dapat menjadi media yang mudah tersebar sesuai pemakainya dan juga merupakan souvernir yang dapat dibeli/dibagikan secara gratis ketika event hari jadi kota Bogor.



Gambar IV.11 *T-shirt*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: M
Bahan	: Kaos
Teknis	: *Print Polyflex*

b. X-banner

X-banner digunakan untuk memberikan *awareness* terhadap masyarakat, dan dipasang di beberapa *stand booth* pada saat hari perayaan jadi kota Bogor dan juga ditempatkan di beberapa dinas-dinas yang terkait dengan *event* tersebut.



Gambar IV.12 *X-banner*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media : 60 x 160cm

Bahan : *Luster*

Teknis : *Print Digital*

c. *Stciker*

Media *sticker* yang digunakan sebagai media pendukung yang bertujuan untuk *reminder* dan *sticker* dibagikan secara gratis pada saat ada *event* tersebut.



Gambar IV.13 *Sticker*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 3.5 x 13.5cm
Bahan	: Sticker laminasi doff
Teknis	: *Print Digital*

d. Flyer

Flyer yang berisi sekilas informasi tentang penyelenggaran *event* tahunan pada hari jadi kota Bogor dengan dibagikan secara gratis kepada pengunjung yang hadir ke acara tersebut.



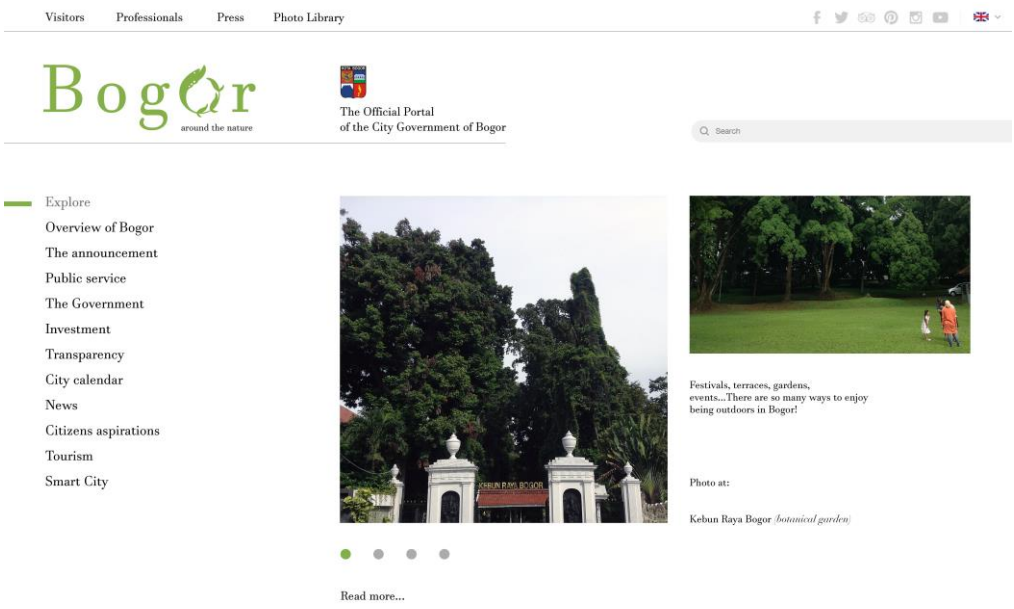
Gambar IV.14 *Flyer*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

Ukuran Media	: 10 x 21cm
Bahan	: *Art paper* 150gr
Teknis	: *Print Digital*

e. Website

Pada media *website* merupakan media yang bertujuan ketika khalayak sasaran mulai penasaran dan mencari tahu tentang *brand* kota Bogor yang baru. Maka *website* ini sebagai portal untuk menginformasikan tentang *brand* kota Bogor, dengan alamat www.kotabogor.go.id.



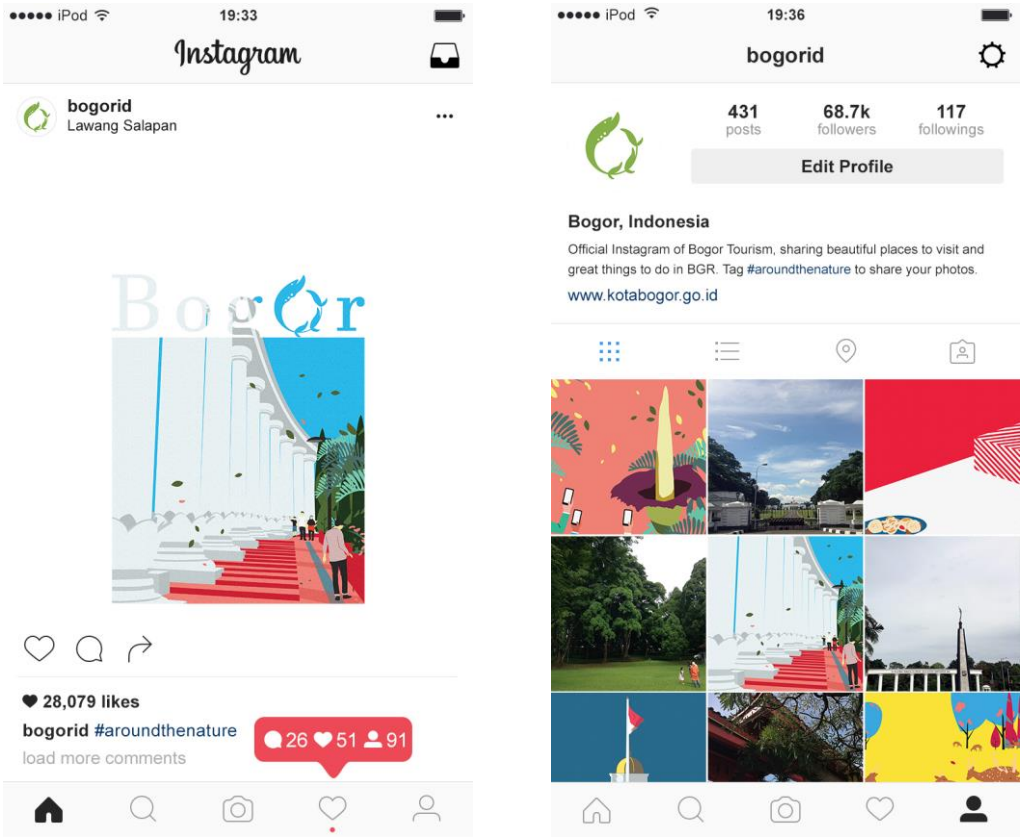
Gambar IV.15 *Website*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)

f. Sarana Media Sosial

Pada umumnya masyarakat aktif dengan memanfaatkan teknologi, terutama internet dengan media sosialnya saat ini. Kota Bogor mempunyai komunitas yang aktif di beberapa media sosial *instagram*, media tersebut yang saat ini banyak digunakan di seluruh dunia termasuk di kalangan masyarakat sendiri. Banyaknya informasi dan target promosi dari media tersebut karena seringnya digunakan oleh masyarakat kota Bogor maupun wisatawan. Dengan itu media

sosial ini sangat menguntungkan untuk meningkatkan promosi strategi *city branding* dengan tujuan sebagai media *awareness* serta *reminder*.



Gambar IV.16 Sarana Media Sosial *Instagram*

Sumber: Dokumen Pribadi (24/07/2017)