BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Teknik Produksi

IV.1.1 Pra Produksi

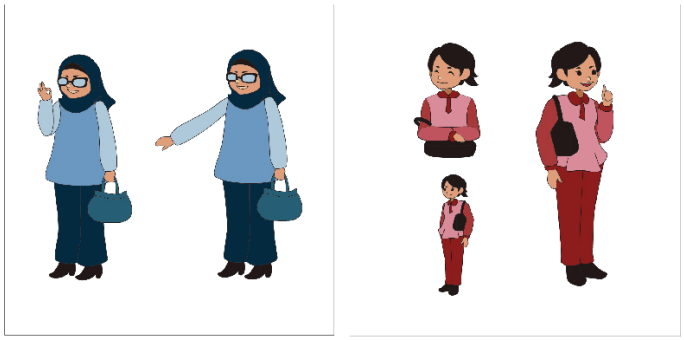
Tahap pra produksi adalah tahapan dimana konsep dan ide dibuat, tahapan ini adalah pondasi dari keseluruhan proses perancangan. Ada beberapa hal yang dilakukan pada tahapan ini yaitu :

- Pencarian referensi visual ataupun karya.
- Pembuatan karakter yang diperlukan dalam kampanye sosial
- Pembuatan logo kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih
- Menyiapkan materi informasi yang akan dimasukan dalam media utama brosur
- Pembuatan ilustrasi yang berkaitan dengan informasi yang hendak disampaikan

Berikut adalah contoh karakter yang telah di buat melalui proses digital setelah melakukan pencarian referensi visual :



Gambar IV.1 Karakter sopir angkot yang ramah dan rapih
Sumber : Data pribadi



Gambar IV.2 Karakter penumpang
Sumber : Data pribadi

Setelah pembuatan karakter selesai, kemudian dibuatlah logo kampanye. Logo kampanye dibuat seteah pembuatan karakter karena konsep utama logo kampanye ini adalah menggunakan ilustrasi sopir angkot yang ramah dan rapih. Berikut adalah logo dari kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih:



Gambar IV.3 Logo kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

Proses berlanjut kepada penyiapan materi informasi yang akan disampaikan pada media utama, terdapat beberapa informasi yang selanjutnya dibuat beberapa ilustrasi yang bisa mewakili beberapa poin informasi yang disampaikan. Berikut adalah beberapa ilustrasi yang terdapat pada media utama kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih:



Gambar IV.4 Ilustrasi point-poin informasi
Sumber : Data pribadi

IV.1.2 Produksi

Tahap produksi adalah tahapan dimana konsep dan ide disusun sebelumnya direalisasikan. Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan pada tahap produksi :

- Pengetikan text informasi
- Menyusun poin-poin informasi yang hendak disampaikan pada media utama
- Pembuatan *background* untuk media utama
- Menyusun berbagai visual dan text yang ada sesuai tata letak yang sudah dikonsepkan

IV.1.3 Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi, yang dilakukan adalah proses cetak media utama pada media cetak kertas *art paper* tipis. Proses cetak dilakukan dengan *format* sebagai berikut:

- Ukuran kertas : A4
- Jenis Kertas : *Art Paper* 100gr
- Format warna : CMYK

Setelah proses cetak selesai, maka media utama sudah dapat dipublikasikan ke khalayak sasaran. Media utama ini termasuk kedalam media tahapan *Interest.*

IV.2 Konsep Media dan Desain

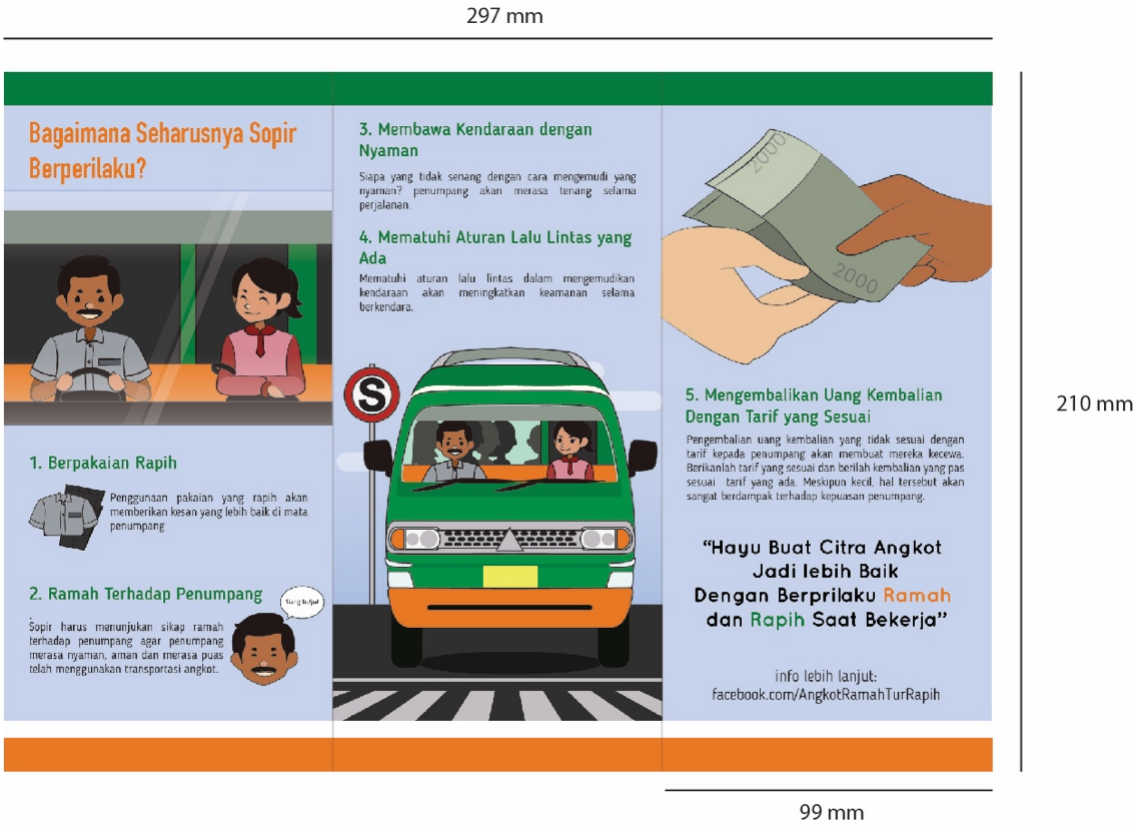
IV.2.1 Media Utama

Konsep utama brosur ini adalah dengan membagi kertas ukuran A4 *Landscape* yang dibagi menjadi 3 lipatan sehingga memunculkan 6 halaman brosur. Setelah proses pembuatan secara digital, brosur tersebut dicetak dengan cara *offset printing* sebanyak 5000 lembar. *Offset printing* digunakan karena kemampuannya untuk mencetak dalam jumlah banyak, sehingga dapat menghemat biaya. Media ini memiliki informasi yang memberitahukan khalayak bagaimana semestinya perilaku mereka saat bekerja, kemudian supaya khalayak sasaran mau melakukan hal tersebut, diberikan informasi hal hal yang akan terjadi bila khalayak sasaran melakukan saran tersebut, yang mana pada kasus ini adalah banyaknya penumpang yang akan menggunakan transportasi umum angkot.

Berikut adalah tampilan media brosur sebagai media utama kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih:



Gambar IV.5 Media utama brosur sisi a
Sumber : Data pribadi



Gambar IV.6 Media utama brosur sisi b
Sumber : Data pribadi

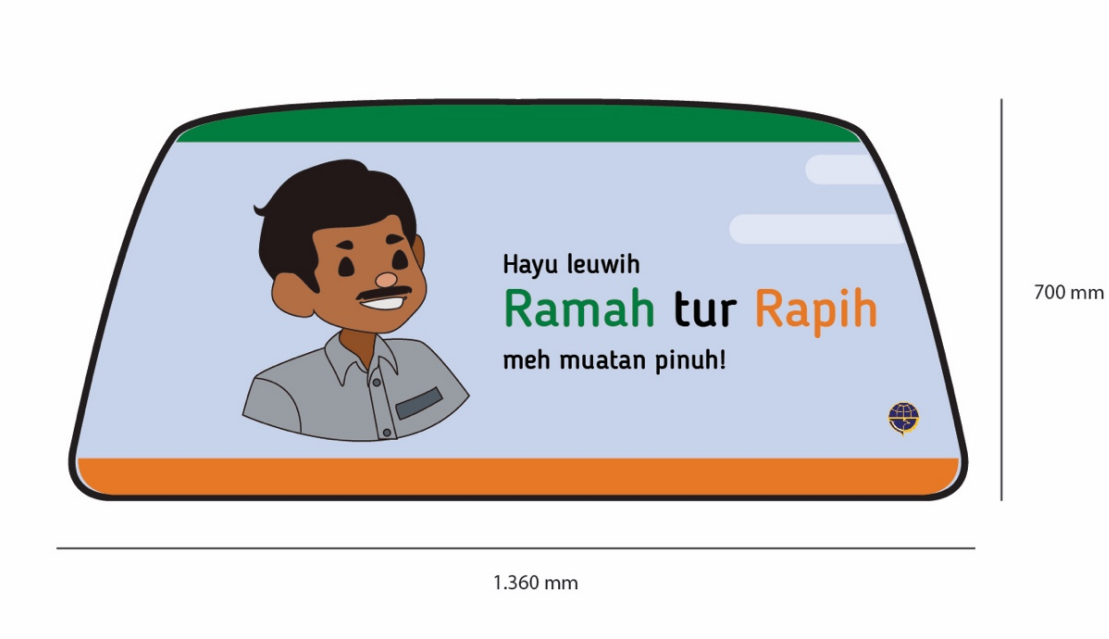
Media utama brosur akan dibagikan kepada para sopir angkot di Kota Bandung disaat sopir angkot bekerja.

IV.2.1 Media Pendukung

Berikut adalah media pendukung dalam kampanye sosial Angkot Ramah tur Tertib :

- Media Pendukung Sticker pada Kaca Mobil

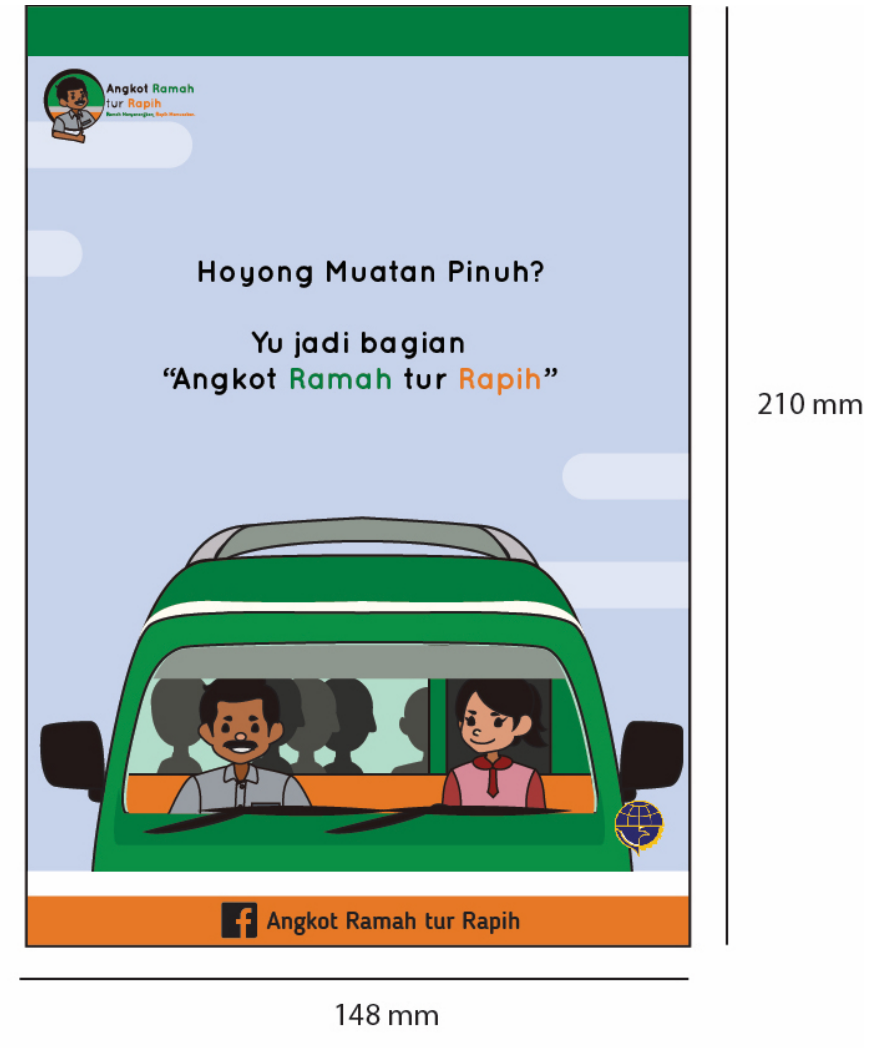
  Sticker tersebut berukuran sebesar jendela kaca angkot pada umumnya. Dicetak dengan *color mode* CMYK pada kertas berbahan *vynil* dengan teknik *cutting sticker* sehingga tidak akan luntur jika terkena hujan. *Sticker* tersebut berisi ajakan kepada khalayak sasaran untuk lebih ramah dan rapih supaya muatan angkotnya penuh. Berikut adalah tampilan *sticker* pada kaca mobil yang akan dipublikasikan pada tahap *Attention*:



Gambar IV.7 Sticker kaca mobil
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung *Flyer*

  Flyer akan memiliki konten *copywriting* yang menanyakan *insight* khalayak sasaran, kemudian dilanjutkan dengan ajakan kepada mereka untuk berpatisipasi dalam kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih sebagai jawaban pertanyaan tersebut. *Flyer* akan dicetak pada kertas *Art Paper* tipis berukuran A5 dengan *color mode* CMYK. Dicetak dengan menggunakan mesin cetak *offset* karena akan diproduksi dalam jumlah banyak. Berikut adalah tampilan *flyer:*



Gambar IV.8 Fyler kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung Spanduk

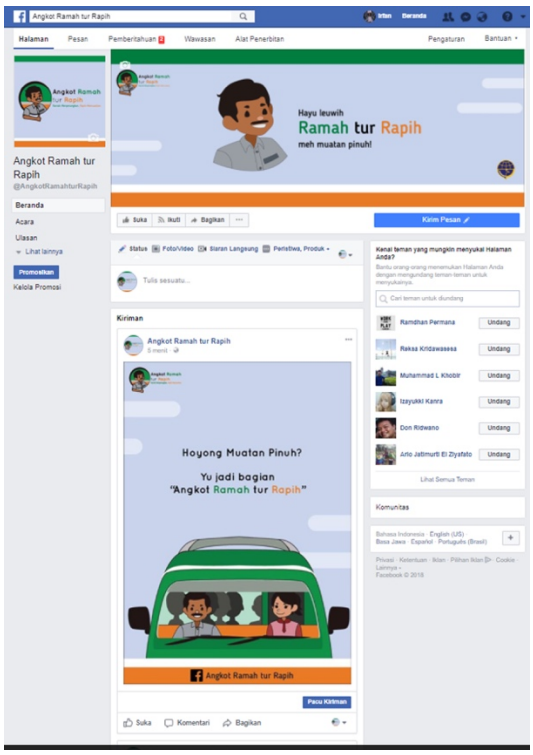
  Spanduk akan dicetak pada ukuran 1x5 Meter, berbahan dasar Flexi China, menggunakan teknik *digital printingt* yang akan ditempatkan dibeberapa terminal di Kota Bandung. Dalam media ini terdapat ajakan kepada khalayak sasaran untuk membuat citra angkot menjadi lebih baik dengan ikut andil dalam kampanye tersebut. Berikut adalah tampilan spanduk kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih:



Gambar IV.9 Spanduk kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung *Facebook Fanspage*

  Fanspage pada media *facebook* yang berisikan informasi lengkap terkait kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih digunakan untuk tahapan *Search.* Berikut adalah tampilan *fanspage* tersebut:

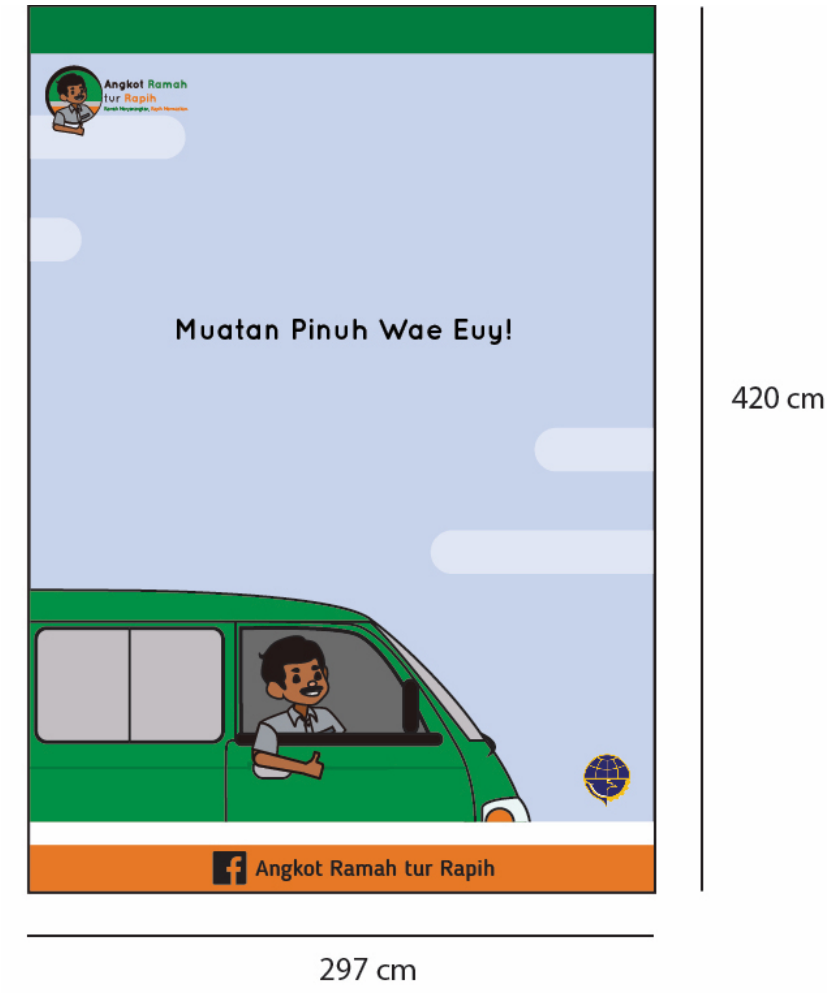


Gambar IV.10 Fanspage Facebook Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung Poster

  Poster pertama yang berada pada tahap *Attention* ini dicetak pada kertas *art paper* tebal berukuran A3 dengan *color mode* CMYK, dicetak dengan teknik

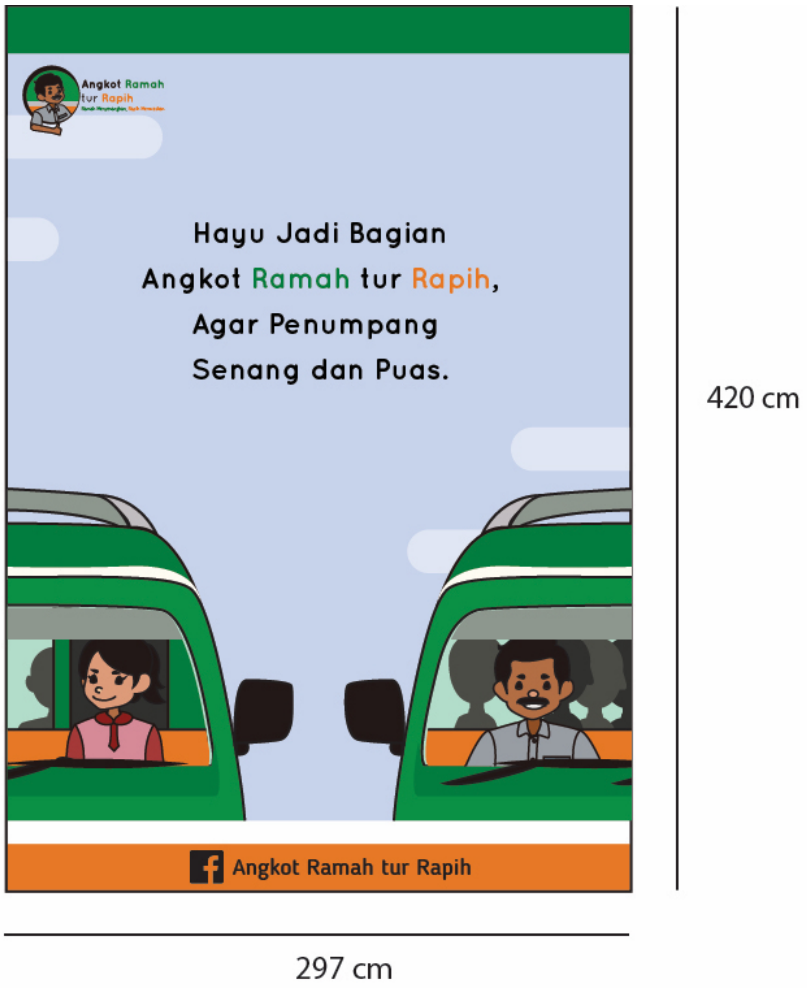
cetak *offset.* Berisikan *copywriting* yang dapat menarik perhatian khalayak sasaran sesuai dari *consumer insight.* Selain itu ilustrasi karakter sopir angkot juga dimunculkan untuk menguatkan bahwa pernyataan tersebut berasal dari sopir angkot yang memang ramah dan rapih saat bekerja. Berikut adalah tampilan poster yang berada pada tahap *Attention:*



Gambar IV.11 Poster Attention Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

Poster kedua yang berada pada tahap *Interest* ini dicetak pada kertas *art paper* tebal berukuran A3 dengan *color mode* CMYK, dicetak dengan teknik cetak *offset.* Berisikan ajakan kepada khalayak sasaran untuk lebih ramah dan rapih sehingga penumpang bisa senang dan puas saat menggunakan transportasi

umum angkot. Berikut adalah tampilan poster yang berada pada tahap *Attention:*



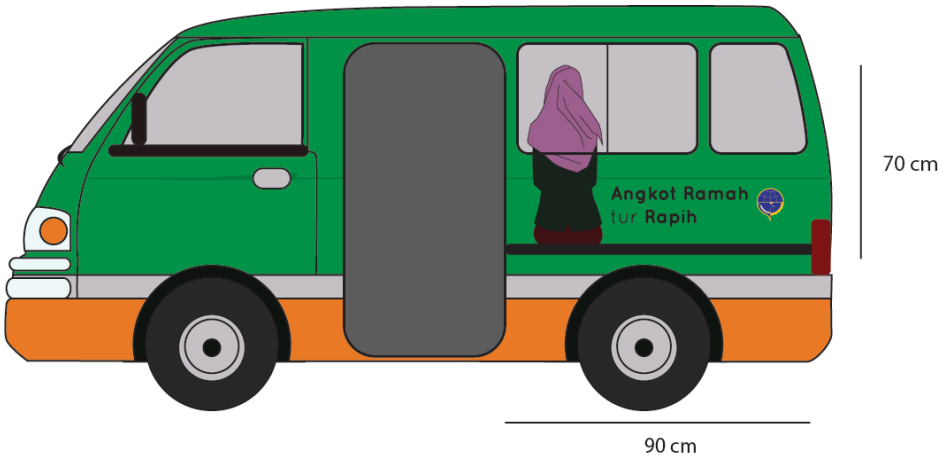
Gambar IV.12 Poster Interest Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung Ambient Media

  Ambient Media akan digunakan pada sisi bagian badan angkot. Konsep yang digunakan adalah dengan memunculkan ilustrasi penumpang yang terlihat sedang duduk diangkot dibarengi dengan *tagline* kampanye sosial Angkot Ramah tur Rapih. Menggunakan sticker berbahan *Vynil* dengan teknik *cutting-sticker*. Berikut adalah tampilan ambient media yang digunakan:



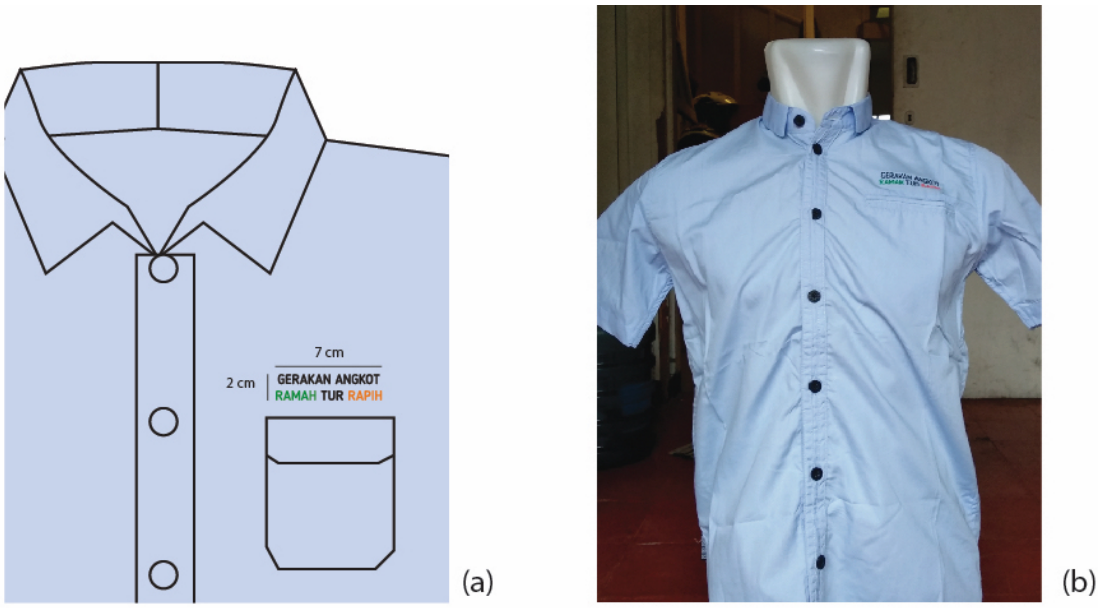
Gambar IV.13 Ambient Media Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi



Gambar IV.14 Ambient Media Angkot Ramah tur Rapih
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung Kemeja

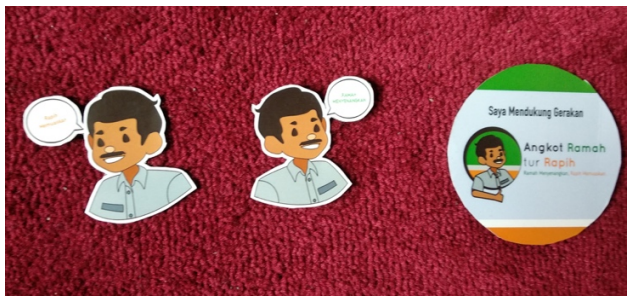
  Kemeja dibuat menggunakan bahan kain *Oxford,* dipilih warna biru muda sesua dengan warna yang terdapat pada strategi kreatif. Diatas saku terdapat bordir sulam yang bertuliskan "Gerakan Angkot Ramah tur Rapih". Bordiran berukuran 2 x 7 cm. Berikut adalah tampilan kemeja yang akan digunakan oleh sopir angkot yang ikut serta dalam kampanye sosial angkot ramah tur rapih:



Gambar IV.15 Kemeja Gerakan Angkot Ramah tur Rapih
(a) Prototipe kemeja (b) hasil akhir kemeja
Sumber : Data pribadi

- Media Pendukung *Merchandise*

  Sticker, gantungan kunci dan topi adalah *merchandise* yang akan dibagikan pada kampanye ini, berikut adalah tampilan nya:



Gambar IV. 16 Sticker Merchandise
Sumber : Data pribadi

Sticker tersebut dicetak dengan bahan *vynil* dengan ukuran 6x6 cm. Konsepnya memunculkan karakter sopir angkot yang ramah dan rapih. Diiringi dengan beberapa *tagline* yang sudah ada pada bagian strategi kreatif. *Sticker* tersebut dicetak dengan teknik cetak *offset* karena akan dicetak dengan jumlah yang sangat banyak.



Gambar IV.17 Gantungan Kunci Merchandise
Sumber : Data pribadi

Gantungan kunci yang dibuat menggunakan bahan akrilik dengan ukuran 6 x 6 cm. Konsep yang digunakan adalah dengan memunculkan ilustrasi sopir angkot Ramah tur Rapih dengan 2 slogan utama yaitu ramah menyenangkan dan rapih memuaskan.



Gambar IV.18 Topi Merchandise
Sumber : Data pribadi

Topi yang digunakan pada tahap *merchandise* ini menggunakan bahan kanvas. Menggunakan warna biru gelap sehingga selaras dengan kemeja biru muda yang sudah ada pada tahap *action.* Diberikan borderan sulam yang bertuliskan Gerakan Angkot Ramah tur Rapih dengan ukuran 7 x 2 cm.