BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

- Konsep Desain

Pada desain kemasan keripik buah Qrezz, memiliki tema yakni spesial hari raya dengan konsep oleh-oleh yang berbentuk parcel dan mudah dibawa kemana-mana, cemilan sehat, renyah, enak, dan dapat dinikmati bersama keluarga pada saat kumpul hari raya, tidak perlu repot saat dibawa mudik. Foto cangkir dan teko pada kemasan menunjukan bahwa keripik buah Qrezz merupakan cemilan yang sehat, tidak membuat sakit tenggorokan dan nyaman di perut serta lambung karena tidak mengandung pengawet ataupun bahan berbahaya lain karena murni dari alam, kemudian keripik buah Qrezz ini cocok dimakan bersama keluarga saat kumpul dan bersantai di rumah.

- Pemilihan Warna

Menurut psikologis warna C. J Jones, warna hitam melambangkan kemakmuran, pusat perhatian, ketenangan dan lebih menyukai yang alami daripada yang palsu, serta menarik perhatian bila dikombinasikan dengan warna lain.

Anak remaja mayoritas menyukai warna ini karena jiwanya penuh misteri dalam mencari jati dirinya, dalam segi penampilan, warna ini juga sering digunakan karena memiliki kesan kurus dan juga langgeng.

Bandung merupakan wilayah dataran tinggi yang memiliki atmosfer lembab dan berkabut yang menyebabkan rona cenderung gelap.

Berdasarkan psikografis anak muda cenderung ingin terlihat mewah, berkelas, anggun dan ekslusif untuk golongan menengah hingga menengah atas yang mengedepankan suatu penampilan atau hal kecil lainnya pada saat hari raya karena akan bertemu dengan keluarga dan kerabat. Anak muda di kota Bandung juga menyukai warna hitam dengan alasan lebih dramatis, *modern* dan juga elegan.

- Teknis Produksi

Pertama yakni susun keripik menjadi nama buah dengan skala 1:2 kemudian foto menggunakan kamera dslr seperti berikut:



Gambar IV.1 Teknik Produksi Keripik Buah Apel
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.2 Teknik Produksi Keripik Buah Apel
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar IV.3 Teknik Produksi Keripik Buah Nangka
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada proses foto, alas yang digunakan yakni karton berwarna hitam, dan juga hiasan dekorasi lainnya seperti cangkir, teko, piring, serbet, bunga, pita dan lain-lain, pengambilan gambar dilakukan pagi hari hingga menjelang sore hari dengan berulang-ulang untuk mendapatkan hasil terbaik.

Setelah mendapatkan hasil terbaik lalu edit menggunakan *photoshop* kemudian seleksi menggunakan *Quick Selection Tool* pada nama keripik kemudian beri kontras dan pencahayaan agar terlihat lebih nyata dan nyaman dipandang.



Gambar IV.4 Proses Edit Foto Keripik Apel
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemudian masukan semua foto menjadi satu, dengan latar berwarna hitam yang telah di foto dengan membuat layer baru berukuran 10x33cm, lalu tambahkan teks dan elemen lain yang diperlukan.

Bahan : kertas *art paper* tipis



Gambar IV.5 Hasil Akhir
Sumber: Dokumentasi Pribadi

IV.2 Media Pendukung

- *Papercraft* kereta batik

Digunakan sebagai bentuk gambaran ketika keripik buah Qrezz memasang iklan pada gerbong dan lokomotif kereta. Hal ini dipilih karena kereta memiliki ukuran yang cukup panjang untuk memasang iklan dan lebih mudah mendapatkan perhatian khalayak terlebih pada saat kereta melewati jalan raya. Iklan pada kereta juga dipilih sebagai bentuk kerjasama dengan pihak PT Kereta Api Indonesia untuk mempromosikan produk lokal agar lebih dikenal luas oleh masyarakat. Motif batik menjadi dominan karena Pekalongan dikenal sebagai kota batik dan salah satu daerah penghasil batik terfavorit karena coraknya yang beragam dan warna warni. Bahan yang digunakan yakni karton dengan ukuran 33x5 cm yang dibentuk berdasarkan pola. Distribusi untuk miniatur ini hanya diberikan kepada masyarakat yang telah membeli kemasan box spesial hari raya dan dibatasi hanya untuk 100 orang pertama.



Gambar IV.6 Miniatur Kereta Batik
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Kaos penjaga toko

Digunakan sebagai seragam penjaga toko yang bertugas di area stasiun kereta api Bandung, pemilihan warna disesuaikan dengan konsep desain pada kemasan agar selaras. Pembuatan kaos dilakukan berdasarkan jumlah karyawan yang bertugas pada toko yang terdapat di stasiun kereta api Bandung. Kaos dengan material *cotton combed* dipilih karena memiliki tekstur yang lembut, dan mudah menyerap keringat, cocok ketika digunakan pada saat bekerja dan memerlukan banyak tenaga sehingga berkeringat. Bahan yang digunakan pada kaos yakni *cotton combed* 27s dengan print sablon DTG ukuran A3. Kaos ini tidak diperjualbelikan, melainkan hanya digunakan oleh karyawan yang bekerja di toko.



Gambar IV.8 Kaos Penjaga Toko
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Sarung kursi kereta

Digunakan sebagai media iklan berbentuk sarung kursi yang dipasang di setiap kursi yang ada di dalam kereta baik kereta ekonomi maupun bisnis. Sarung kursi kereta yang biasa dipasang berisi iklan atau promosi suatu produk ataupun sebuah acara, hal tersebut menjadi inspirasi baru ketika ingin mempromosikan produk baru kepada khalayak secara massal. Karena penumpang kereta api biasanya duduk menunggu perjalanan hingga berjam-jam dan pasti melihat tulisan yang tertera di depan kursi tersebut, dan bisa berpotensi sebagai pembeli karena iklan tersebut terus dipandang dan akhirnya mencari tahu seperti apa produk tersebut melalui informasi kontak yang biasanya tertera. Bahan yang digunakan yakni kain lotto dengan ukuran 33,5x38 cm yang diberi karet pada bagian kanan untuk memudahkan dalam penyesuaian terhadap kursi kereta. Logo depan dijahit bordir dengan ukuran 25cm x 10cm dan bagian belakang menggunakan sablon press. Sarung kursi kereta ini diproduksi dalam satu kereta khusus yang menuju ke Pekalongan yakni kereta api Ciremai, di produksi sesuai dengan jumlah kursi pada kelas ekonomi hingga eksekutif/VIP yang berkisar lebih dari 500 kursi. Pemilihan jenis kereta dan kota tujuan yakni Bandung-Pekalongan yang melewati berbagai kota seperti Tegal, Cimahi, dan sebagainya karena oleh-oleh keripik Qrezz ini berasal dari Pekalongan dan target pemasaran pertama yakni Bandung dan sekitarnya.



Gambar IV.9 Sarung Kursi Kereta
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Topi penjaga toko

Digunakan sebagai perlengkapan seragam satu set dengan kaos untuk penjaga toko yang sedang bertugas sebagai ciri khas dan identitas perusahaan. Topi selain sebagai seragam karyawan, bisa juga sebagai penutup dan pelindung kepala dari panasnya terik matahari atau dari hujan agar tidak langsung mengenai pusat kepala, karena pada saat ini kota Bandung memiliki udara yang cukup panas namun bisa seketika berubah menjadi dingin, topi jenis ini juga lebih banyak dipakai oleh anak muda karena selain elegan, bentuk lengkung pada topi memberi kesan gagah dan juga keren dibandingkan topi dengan bentuk yang lainnya. Topi ini sama halnya dengan kaos yang tidak diperjualbelikan, hanya sebagai bagian dari atribut seragam yang dikenakan oleh para karyawan yang bertugas.



Gambar IV.10 Topi Penjaga Toko
Sumber: https://s2.bukalapak.com/img/7930767391/w-1000/Topi_Baseball_Polos_Hitam_Putih_Merah_Marun_Kasual_Basebal_U.jpg
(Diakses pada 09/06/2018)

- Papan menu

Digunakan sebagai petunjuk variasi produk yang ditawarkan dan di pajang di bagian depan untuk menarik khalayak dan memudahkan untuk mengambil keputusan. Papan kayu dipilih untuk menyesuaikan tema yakni tradisional *modern* yang mengedepankan nilai estetika, keunikan, dan keselarasan. Papan ini ditulis menggunakan kapur putih agar lebih terlihat dan berisi tipografi ataupun *quote* anak muda jaman sekarang yang diharapkan dapat menarik perhatian. Terbuat dari bahan kayu jati yang berukuran 19x15 cm, tidak diperjualbelikan dan diproduksi hanya beberapa buah sebagai media informasi harga kepada pengunjung yang juga berfungsi sebagai pemanis atau hiasan. Tulisan ditulis menggunakan tangan dengan kapur putih.



Gambar IV.11 Papan Menu
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Kemasan *pouch*

Kemasan dalam bentuk *alumunium foil* ini bertujuan untuk pembeli yang ingin merasakan kenikmatan keripik buah Qrezz dengan membeli satuan, namun harga yang ditawarkan pada setiap keripik berbeda-beda, kemasan *pouch* ini juga lebih praktis dan mudah disimpan dimana saja dan dapat dimakan kapan saja sehingga dengan adanya kemasan baru berbentuk *pouch* ini mampu memberikan pengalaman baru bagi khalayak dalam menikmati keripik buah yang tentunya berbeda kualitas dan rasa dari yang lainnya.



Gambar IV.13 Kemasan *Pouch*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemasan pouch ini juga digunakan sebagai alternatif pilihan ketika para pemudik ingin membeli keripik buah Qrezz dengan kemasan yang berbeda dan ingin membeli sebagai cemilan di dalam kereta saat perjalanan, ataupun ketika menunggu kereta datang. Bahan yang digunakan yakni *alumunium foil* dengan ukuran 12x18 cm. Desain dilakukan pada software *adobe ilustrator* cs6, desain yang dipilih pda kemasan pouch sama dengan kemasan kaleng, hanya saja pada kemasan *pouch* tidak ditampilkan foto keripik pada bagian depan karena pada kemasan bawah *pouch* sudah terlihat bagian isi produknya. Kemasan ini dicetak secara masal/*offset* pada hari raya idul fitri, natal dan juga imlek dan dijual setiap hari karena bukan bagian dari edisi spesial.

- *Paperbag*

Digunakan sebagai wadah untuk menyimpan kemasan *pouch* satuan agar tidak repot saat dibawa kedalam kereta, bisa juga digunakan sebagai wadah penyimpanan barang lainnya yang sudah tidak muat di dalam tas. *Paperbag* dinilai praktis karena mudah dibawa dan tidak memiliki volume yang berat sehingga para pemudik bisa dengan nyaman membawa barang ataupun oleh-oleh untuk keluarga tanpa takut repot kekurangan tempat penyimpanan. Bahan yang digunakan adalah kertas laster dilapisi dengan duplek abu agar mudah dalam

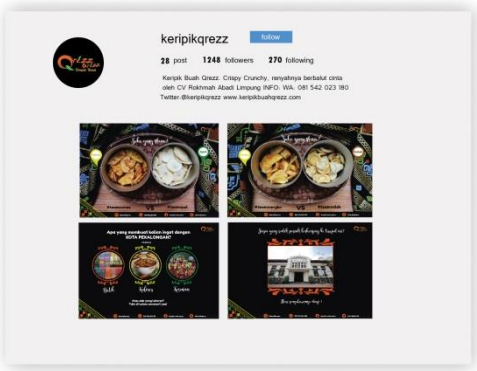
proses melipat dan menggunting. *Paperbag* ini dicetak secara massal untuk kebutuhan khalayak yang membeli kemasan *pouch* setiap harinya.



Gambar IV.14 *Paperbag*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Iklan media sosial

Instagram sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh remaja hingga dewasa dijadikan sebagai salah satu peluang untuk mempromosikan keripik buah qrezz yang menginformasikan seputar produk dan juga promosi yang sedang diadakan. Instagram memudahkan khalayak untuk mengetahui produk apa saja yang ditawarkan. Konten instagram antara lain menginformasikan keunggulan produk, memancing keingintahuan khalayak, memancing antusias khalayak, serta memberi ruang kepada khalayak untuk berpendapat berdasarkan yang disukainya, instagram juga dinilai lebih efektif karena penggunanya yang mayoritas masyarakat Indonesia sering mengakses, dan mencari informasi seputar suatu produk, lembaga, entertain, dan sebagainya, serta instagram memiliki respon atau tanggapan yang lebih cepat dbandingkan media sosial yang lain dan lebih mudah menjadi viral ketika sudah banyak orang yang melihatnya. Konten di *update* setiap harinya dengan rutin mengunggah minimal satu foto dalam sehari.



Gambar IV.15 Iklan Media Sosial
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Apron

Digunakan sebagai atribut pelengkap dan penunjang seragam penjaga toko sekaligus sebagai pelindung pakaian dan celana agar tidak cepat kotor. Dibagian tengah terdapat saku untuk menyimpan peralatan kecil yang ditutupi dengan kain batik prada Pekalongan. Apron ini tidak diperjual belikan, dan diproduksi hanya untuk karyawan yang bekerja diruang produksi dan untuk pelayan toko saja. Bahan yang digunakan yakni *american drill* dengan menambahkan motif batik pada bagian tengahnya.



Gambar IV.16 Apron
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Pin

Salah satu atribut pegawai sebagai tanda pengenal yang berbentuk logo, sedangkan untuk pin bertuliskan *quote* dapat dibeli di toko keripik buah qrezz ataupun melalui hadiah yang diberikan pada waktu tertentu dan diproduksi

atau dicetak secara masal dengan jumlah yang banyak untuk kebutuhan karyawan serta sebagai barang pembelian.



Gambar IV.17 Pin
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Tampilan Toko

Memperlihatkan tampilan tampak depan dari toko keripik buah Qrezz yang berada didalam stasiun kereta api Bandung, tampilan menggunakan nuansa kayu untuk memberikan kesan tradisional dan antik.



Gambar IV.18 TampilanToko
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Kartu Nama

Digunakan sebagai identitas pegawai yang berisi nama dan juga foto yang ditampilkan dibagian depan, kartu nama memudahkan seseorang dalam mengenal nama dan mengetahui jabatan seseorang. Kartu nama ini tidak diperjualbelikan dan hanya diproduksi untuk karyawan pada bagian tertentu seperti admin, manajer dan sebagainya. Dicetak menggunakan kertas *art paper* tebal ukuran A4 yang dipotong menjadi beberapa bagian yang dibuat dengan *adobe illustrator* cs6.



Gambar IV.19 Kartu Nama
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- *Sign Board*

Digunakan sebagai penanda toko untuk para pengunjung stasiun kereta api yang lewat, dan diletakan dibagian atas toko untuk menjangkau penglihatan. Diproduksi hanya satu untuk bagian depan toko, terbuat dari bahan utama besi.



Gambar IV.20 *Sign Board*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- *Chalk Board*

Digunakan sebagai bentuk iklan kepada pengunjung yang lewat, berisi tentang kegiatan promosi yang sedang diadakan menjelang hari raya. Diproduksi menggunakan kayu jati dan hanya satu buah yang diletakan dibagian depan toko, ditulis menggunakan tangan dengan bantuan kapur tulis berwarna putih.



Gambar IV.20 *Chalk Board*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Mug

Digunakan sebagai alat untuk minum yang dapat dibeli di toko sebagai bentuk oleh-oleh ataupun didapatkan ketika ada kegiatan promosi tertentu. Mug dipilih karena selain ukurannya yang cukup besar, harganya pun lebih murah dibandingkan dengan gelas beling pada umumnya, sehingga siapapun dapat membelinya. Mug ini diproduksi secara masal untuk dijual satuan pada toko Qrezz. Mug ini dicetak dengan menggunakan *hot press.*



Gambar IV.21 Mug
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Poster

Poster merupakan suatu media promosi yang langsung disampaikan kepada khalayak melalui beberapa tempat, poster bisa bersifat cetak dan digital tergantung pada kebutuhan. Pada kemasan kali ini pemasaran difokuskan kepada anak muda kota Bandung yang memiliki kebiasaan yaitu berkumpul bersama teman di sebuah *cafe,* poster ini memiliki arti yakni menikmati keripik buah Qrezz sangat cocok ketika sedang bersantai seorang diri ataupun bersama teman dan keluarga dirumah maupun di luar rumah. Teh merupakan suatu bentuk kehangatan, kebersamaan, kelembutan, dan ketentraman jiwa seseorang yang dapat dirasakan ketika mencium aroma wangi teh. Teh juga merupakan minuman yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dan disukai oleh berbagai jenis usia, teh juga memiliki kandungan yang baik untuk kesehatan tubuh, sehingga tidak heran apabila banyak yang mengkonsumsi teh bahkan yang sudah lanjut usia. Pada *tagline* bertuliskan Jangan Lupa Nyantai, maksud dari penulisan tersebut adalah sesibuk apapun pekerjaan seseorang didalam ataupun diluar rumah, maka harus utamakan beristirahat dan jangan memaksakan suatu kehendak untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Karena pekerjaan yang melelahkan ataupun sikap ego pada diri seseorang dapat menumbuhkan penyakit dan membahayakan kesehatannya baik fisik maupun mental. Kain batik pada bagian belakang menandakan sisi tradisional daerah penghasil keripik buah Qrezz yakni Pekalongan. Poster dicetak menggunakan kertas *art paper* tebal ukuran A3 dan diproduksi masal dan ditempel pada setiap toko dan jalan yang ada dikota bandung serta diposting dalam media sosial



Gambar IV.22 Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- *X-Banner*

X-banner merupakan media untuk mempromosikan produk dengan cara dicetak kemudian dipajang di depan sebuah toko ataupun *stand* tempat berjualan. *X-banner* dipilih karena memiliki ukuran yang cukup besar dan mampu menulis informasi lebih banyak, serta lebih mudah terlihat oleh khalayak dibandingkan dengan poster, ataupun spanduk yang memiliki ukuran mini. Pada *x-banner* ini merupakan promosi untuk edisi spesial tahun baru cina yang dirayakan setahun sekali. Tahun baru Cina atau biasa disebut dengan Imlek merupakan hari raya masyarakat Tionghoa dan kini cukup banyak tersebar di Indonesia. Imlek identik dengan warna merah dan juga emas yang menandakan kesuburan, kesejahteraan, dan juga kemewahan. X banner dicetak menggunakan kertas jerman dengan panjang 160x60 cm dan diproduksi satuan yang dipajang pada bagian depan *booth* saat pameran dan juga pada bagian depan toko ketika hari raya.



Gambar IV.23 *X-Banner* Imlek
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Banner yang digunakan pada hari raya Idul Fitri memiliki warna dominan hijau dan juga kuning yang menjadi ciri khas dari hari raya Idul Fitri atau lebaran.



Gambar IV.24 *X- Banner* Idul Fitri
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada hari raya Natal dan tahun baru, warna merah dan kuning yang mendominasi *banner*, karena warna tersebut selain menjadi ciri khas Natal, merah dan kuning memiliki makna kesejahteraan dan juga pengorbanan.



Gambar IV.25 *X-Banner* Natal
Sumber: Dokumentasi Pribadi