BAB IV

MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

IV.1.1 Teknis Produksi Media

Berikut adalah alat-alat yang digunakan dalam proses pembuatan video promosi Kizz Tempe.

- Kamera

  Kamera yang digunakan adalah Nikon D5300 untuk mengambil gambar dalam perancangan video iklan Kizz Tempe. Kamera Nikon D5300 dipilih karena memiliki kemampuan yang baik untuk mengambil video, dan dapat menghasilkan video berukuran 1080p pada 60fps.



Gambar IV.57 Kamera Nikon D5300
Sumber : https://www.kameradigital.co.id/021769/kamera-dslr-nikon-d5300-indonesia/kelebihan-kekurangan-nikon-d5300/
(Diakses pada : 4/5/2018)

- Lensa

  Lensa yang digunakan adalah, Lensa zoom standar memiliki fokal lensa 18-55 mm, digunakan untuk mengambail gambar. Lensa Zoom Standar dipilih karena dapat memberikan kesan natural dan tidak berbeda jauh dengan apa yang dilihat oleh mata.



Gambar IV.58 Lensa Kit
Sumber : https://www.plazakamera.com/wp-content/uploads/2016/10/Jual-Nikon-D3400-Kit-AF-P-18-55mm-VR-toko-kamera-online-j.jpg
(Diakses pada : 4/5/2018)

- Komputer

  Komputer digunakan untuk proses penyuntingan dan *rendering* dalam perancangan video iklan Kizz Tempe.
- Adobe Premier CS6

  Adobe Premier CS6 digunakan dalam proses sunting video, termasuk didalamnya dalah pemberian efek, *voice over*, dan grafik. Adobe Premiere CS6 dipilih karena memiliki fitur yang lebih lengkap dan mempermudah proses penyuntingan video dengan jumlah potongan video yang cukup banyak.
- Adobe Illustrator CS5, digunakan untuk membuat grafik yang akan digunakan pada video iklan Kizz Tempe.

IV.1.2 Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap persiapan hal-hal yang dibutuhkan. Termasuk dalam tahap ini adalah menentukan ide kemudian dibuatkan *storyline* dan *storyboard* sesuai dengan ide serta hasil riset lapangan. Selain itu, tahap ini juga adalah tahap menentukan latar *setting* atau latar belakang, menentukan tokoh atau *talent*, dan sebagainya. Berikut adalah tokoh, *setting* atau latar tempat dan properti yang digunakan sesuai dengan ide cerita, *storyline* dan *storyboard.*

IV.1.2.1 Tokoh

Tokoh atau *talent* yang ditampilkan dalam video promosi Kizz Tempe memerankan sebagai seorang ibu rumah tangga berusia antara 20- 40 tahun sesuai dengan

khalayak sasaran yang telah ditentukan. Dengan acuan tersebut maka dipilihlah Rita Juliah, seorang ibu rumah tangga berusia 26 tahun yang telah memiliki 2 orang anak.



Gambar IV.59 Tokoh
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

Selain *talent* yang memerankan ibu rumah tangga terdapat juga *talent* lain yang tampil dalam perancangan ini yaitu anak-anak yang berperan sebagai anak dari Rita Juliah. Anak-anak tersebut adalah Muhamamad Zulvi Gunawan berusia 2 tahun dan Muhammad Satria Rubiansyah berusia 3.5 tahun.



Gambar IV.59 Tokoh Sampingang
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

Selain itu, terdapat juga *talent* yang tampil sebagai orang yang sedang membuat tempe. *Talent* tersebut adalah karyawan Rumah Tempe Zanada yang bertugas membuat Kizz Tempe setiap harinya.



Gambar IV.61 Karyawan Rumah Tempe Zanada
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 17/4/2018)

IV.1.2.2 *Setting* dan Latar Tempat

Setting atau latar tempat yang digunakan dalam perancangan video promosi Kizz Tempe adalah lokasi produksi Kizz Tempe yaitu berlokasi di Jl. Kayu Lawang, Blok DD 5 No. 7 Cibiru Hilir, Cileunyi Bandung. Dilokasi tersebut dilakukan pengambilan gambar proses produksi Kizz Tempe.



Gambar IV.62 Lokasi Produksi Kizz Tempe
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 17/12/2018)

Selain di lokasi produksi Kizz Tempe pengambilan gambar juga diambil di dapur. Dilokasi ini diambil gambar *talent* berbicara kearah kamera dan data tempe digoreng.



Gambar IV.63 Pengambilan Gambar di Dapur
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

IV.1.2.3 Properti

Properti yang digunakan dalam perancangan video promosi Kizz Tempe adalah peralatan yang digunakan dalam proses produksi Kizz Tempe. Berikut adalah beberapa properti yang digunakan.



Gambar IV.64 Timbangan dan Perapat Kemasan
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 17/4/2018)

Timbangan dan perapat kemasan digunakan dalam proses pengemasan kedelai yang telah ditiriskan dan diberi ragi.



Gambar IV.65 Tempat Penirisan Kedelai
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 17/4/2018)

Digunakan untuk meiriskan kedelai yang selesai direbus selain itu juga digunakan sebagai tempat mencampur kedelai dengan ragi.



Gambar IV.66 Rak Fermentasi
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 17/4/2018)

Rak fermentasi, digunakan sebagai tempat menyimpan kedelai yang telah dikemas untuk menjadi tempe.

IV.1.3 Produksi

Tahap ini adalah tahap gambar diambil sesuai dengan *storyline* dan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya serta menggunakan teknik yang telah ditentukan sebelumnya yaitu teknik pengambilan gambar *mid shot* dan *cut in.*

Berikut adalah salah satu potongan gambar yang diambil menggunakan teknik pengambilan gambar *mid shot. Talent* atau subyek ditampilkan dari kepala sampai dengan pinggang untuk memberi kesan sejajar kepada penonton.



Gambar IV.67 Teknik *Mid Shot*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

Contoh potongan gambar yang diambil menggunakan teknik pengambilan gambar *mid shot.* Menampilkan gerakan tangan untuk memberi detail tentang pembuatan Kizz Tempe.

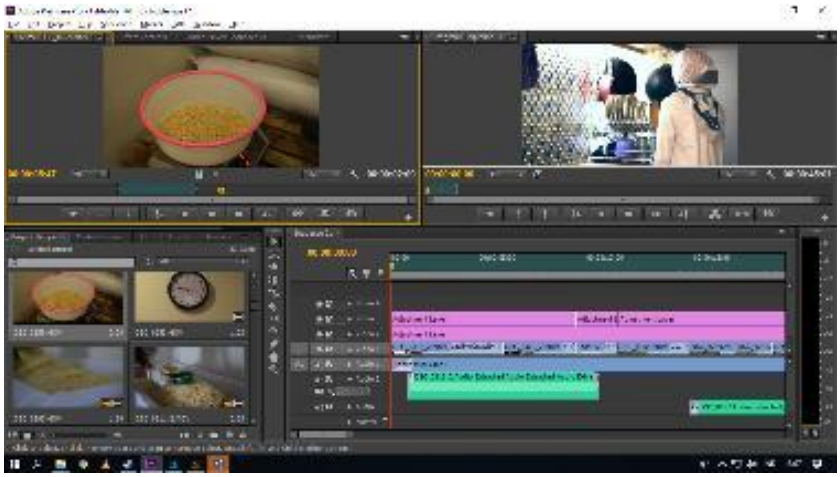


Gambar IV.68 Teknik *Cut in*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

IV.1.4 Pasca Produksi

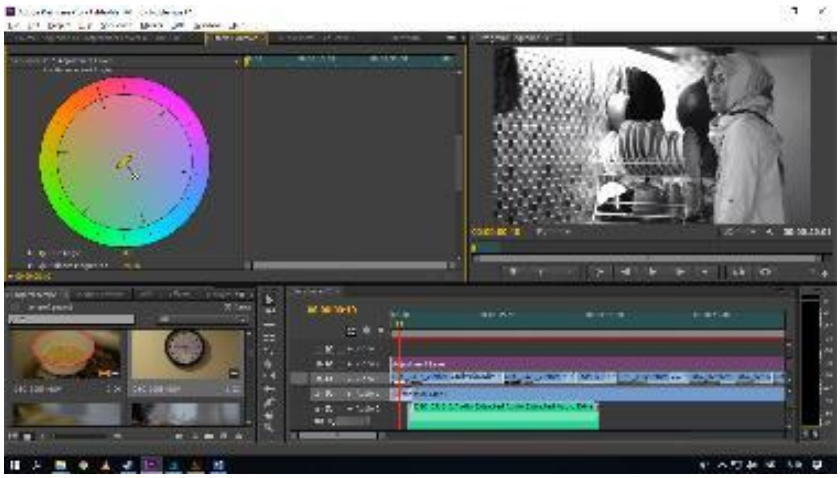
Pasca produksi adalah tahap yang dilakukan setelah tahap produksi selesai. Aktivitas yang termasuk dalam tahap ini adalah penyuntingan, pemberian efek,pemberian suara dan musik, dan pengoreksian warna atau *color grading*. Pada tahap ini digunakan *software* Adobe Premier CS6 untuk penyuntingan video dan Adobe Illustrator CS5 untuk pembuatan grafik.

- Proses pemotongan dan penataan video yang telah diambil sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat pada tahap pra produksi. Menggunakan Adobe Premiere CS6.



Gambar IV.69 Proses Pemotongan dan Penataan Video
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

- Proses *grading* warna video menyesuikan dengan pendekatan visual yang telah ditentukan sebelumnya.



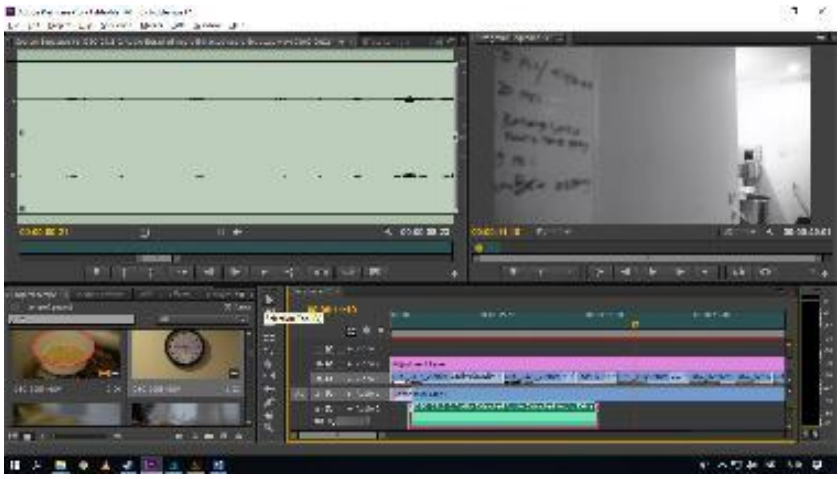
Gambar IV.70 Proses *Color Grading*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

Tone warna yang digunakan adalah *tone* warna biru, digunakan karena warna biru mampu memberi respon psikologis kebersihan dan teknologi (Kusrianto, 2007, h. 47). Berikut adalah potongan gambar sebelum dan sesudah melewati proses *grading.*



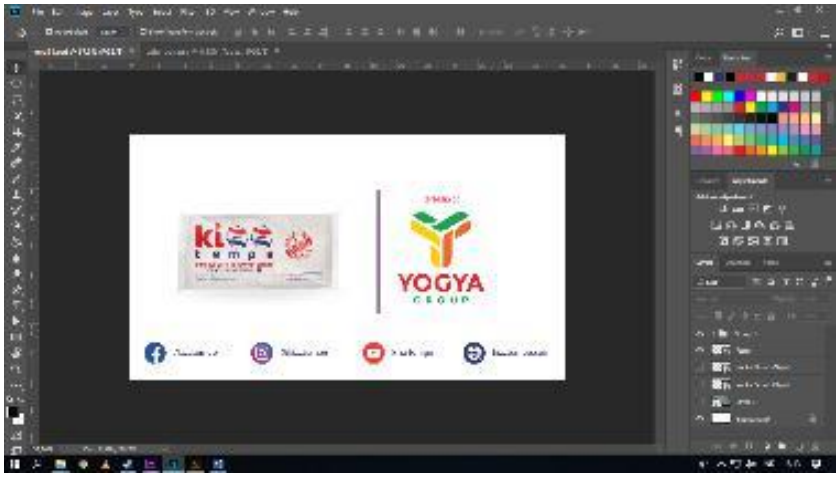
Gambar IV.71 Sebelum dan Sesudah *Color Grading*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

- Proses memasukkan narasi dan *backsound* sesuai dengan strategi *audio* dan strategi kreatif yang telah ditentukan sebelumnya.



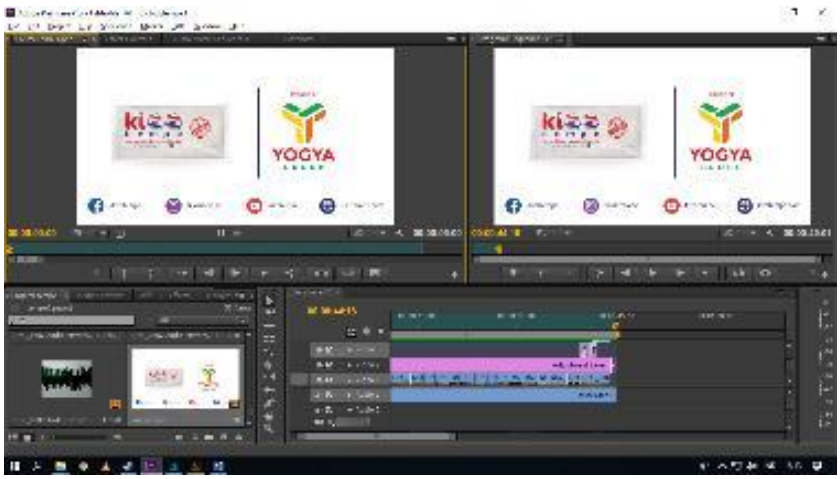
Gambar IV.72 Proses Penataan Audio
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

- Proses pembuatan grafis yang akan digunakan dalam video, menggunakan Adobe Photoshop CS5. Grafis yang telah selesai selanjutnya di *export* menjadi bentuk media .jpg dengan ukuran 1920 x 1080 *pixel* dan 300 dpi. Grafis berisi informasi tentang media sosial Kizz Tempe, tampilan produk Kizz Tempe logo Yogya Supermarket yang merupakan tempat dimana Kizz Tempe dijual dan didistribusikan.



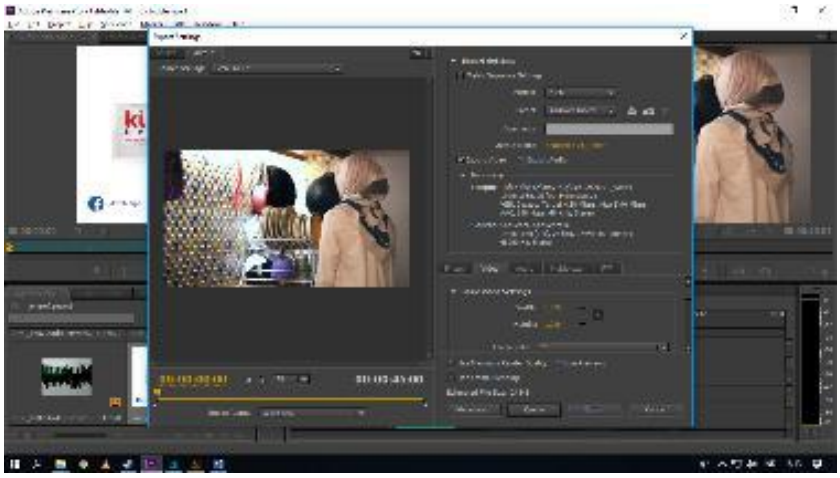
Gambar IV.73 Proses Pembuatan Grafis
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

- Proses memasukkan grafis yang telah selesai ke dalam video sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat. Grafis ditempatkan pada bagian akhir video untuk melengkapai informasi yang telah diberikan, karena pada bagian lain video informasi yang diberikan lebih kepada Kizz Tempe sebagai tempe higienis.



Gambar IV.74 Proses Menambahkan Grafis Pada Video
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

- Proses *rendering* video dilakukan setelah semua video dan *audio* selesai ditempakan sesuai dengan *storyboard.*



Gambar IV.75 Jendela Proses *Render*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

IV.1.5 Hasil Akhir

Berikut adalah detail lengkap dan hasil *screen shot* video promosi Kizz Tempe:

- *Frame size* : 1920 x 1080
- *Frame rate* : 25 fps
- *Aspect ratio* : 16 : 9
- *Channel* : RGB
- Warna : Millions of Colors+
- Format video : H.264 (mp4)
- Video *Codec* : H.264
- Durasi : 00:00:40
- *Audio sample rate* : 48 kHz
- *Audio channels* : Stereo
- *Format audio* : mp3


Rita Juliah
00:00:03
00:00:05
kizz
tempe
00:00:08
00:00:11
00:00:14
00:00:16
00:00:19
00:00:22
00:00:24
00:00:27
00:00:30
00:00:32



Gambar IV.76 *Screen Shot* Hasil AkhirVideo
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 25/7/2018)

IV.2 Media Pendukung

- **Poster**

Poster yang digunakan sebagai media pendukung dibagi menjadi 2 jenis yaitu poster cetak dan non-cetak. Poster cetak menggunakan orientasi *potrait*, dengan ukuran 29,7 cm x 21 cm serta model warna CMYK. *Art paper* dipilih karena dapat menghasilkan warna yang lebih tajam.

Diproduksi dengan teknik cetak *offset*. Teknik cetak *offset* dipilih karena kelebihannya yang dapat digunakan untuk mencetak secara masal dengan harga yang lebih murah. Teknik cetak *offset* adalah teknik dengan cara memindahkan tinta ke permukaan kertas menggunakan jenis tinta berbahan dasar minyak yang kemudian dicampur dengan air. (Kusrianto, 2007, h.131). Poster cetak akan didistribukan di tempat umum dan toko swalayan.



Gambar IV.77 Poster Cetak *Attention*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

Perbedaan antara poster untuk tahap *attention* dan tahap *interest* adalah jumlah informasi yang disajikan, sesuai dengan strategi kreatif yang telah ditentukan. Meski informasi yang disajikan berbeda, antara kedua poster tersebut masih memiliki keterkaitan satu sama lain, dengan mencantumkan elemen yang sama seperti penggunaan warna yang sama, penempatan informasi media sosial yang sama dan mencantumkan logo Kizz Tempe



Gambar IV.78 Poster Cetak *Interest*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

Sedangkan poster non-cetak berukuran 1080 x 1080 *pixel* dengan model warna RGB dan format .jpg. Poster non-cetak akan didistribusikan melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook.



Gambar IV.79 Poster Non-Cetak *Attention*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

Perbedaan antara poster untuk tahap *attention* dan tahap *interest* adalah jumlah informasi yang disajikan, sesuai dengan strategi kreatif yang telah ditentukan. Meski informasi yang disajikan berbeda, antara kedua poster tersebut masih memiliki keterkaitan satu sama lain, dengan mencantumkan elemen yang sama seperti penggunaan warna yang sama, penempatan informasi media sosial yang sama da mencantumkan logo Kizz Tempe.



Gambar IV.80 Poster Non-Cetak *Interest*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

- **Brosur**

Brosur dicetak menggunakan kertas *art paper* 180gr dengan orientasi *lanscape* berukuran 29,7 cm x 21 cm dengan model warna CMYK. *Art paper* dipilih karena dapat menghasilkan warna yang lebih tajam. Diproduksi dengan teknik cetak *offset* sama halnya dengan poster dan akan didistribukan di tempat umum dan toko swalayan.

Brosur sebagai media pendukung terdiri dari dua sisi yaitu sisi dalam dan sisi luar. Sisi luar terdapat bagian yang akan menjadi sampul depan, sampul belakang serta bagian dalam. Sementara itu sisi dalam adalah bagian yang akan menjadi bagian tempat informasi utama akan ditempatkan, yaitu informasi tentang produksi Kizz Tempe secara detail.



Gambar IV.81 Brosur Sisi Luar
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 24/7/2018)

Dalam proses pembuatan, brosur dibuat menggunakan campuran *picture window layout* dan *multipanel layout* serta bantuan grid kolom untuk mempermudah menentukan bagian-bagian brosur.



Gambar IV.82 Brosur Sisi Dalam
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 24/7/2018)

- ***X Banner***

X banner berukuran 160 cm x 60 cm dengan orientasi *potrait*. Menggunakan model warna CMYK. X banner akan dicetak dengan teknik cetak digital dan menggunakan bahan *flexi germany*. Cetak digital dipilih karena dapat dicetak sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. Sementara itu *flexi germany* dipilih karena dapat menghasilkan warna yang tajam.

X banner akan didistribusikan di toko swalayan tempat Kizz Tempe dipasarkan. Sementara itu, dalam penempatannya x banner akan diletakkan di dekat rak *display* Kizz Tempe atau di lorong pintu masuk toko swalayan agar mudah dilihat oleh konsumen.



Gambar IV.83 X Banner
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

- ***Shelf talker***

Shelf talker adalah media yang biasa ditempatkan pada rak *display* yang akan digunakan dibagi menjadi dua jenis ukuran, hal tersebut dikarenakan penempatannya yang berbeda.

Shelf talker pertama akan menggunakan ukuran 60 cm x 20 cm, berbahan *art paper* 250g, dengan orientasi *landscape* dan model warna CMYK. Diproduksi menggunakan teknik *offset* sama seperti poster dan brosur. Didistribusikan di

toko swalayan dan diletakkan di rak *display* Kizz Tempe untuk menarik perhatian konsumen.



Gambar IV.84 *Shelf talker* 1
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/7/2018)

Sementara *shelf talker* kedua akan menggunakan ukuran 60 cm x 5 cm dengan orientasi, bahan dan model warna yang sama.



Gambar IV.85 *Shelf talker* 2
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/7/2018)



Gambar IV.86 *Shelf talker* 3
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/7/2018)

- ***Wobbler***

Wobbler adalah media yang biasa di tempatkan di rak *display*. Berukuran 10 cm x 10 cm, bernahan *art paper* 250 gr, serta menggunkan model warna CMYK. Diproduksi menggunakan teknik cetak digital karena memiliki ukuran yang tidak terlalu besar. Didistribusikan di toko swalayan dan diletakkan menempel pada rak *display* untuk menarik perhatian konsumen.

Wobbler berisi teks *headline* tentang Kizz Tempe sebagai produk tempe higienis yang mendorong konsumen untuk membeli produk Kizz Tempe. *Wobbler* dibuat dengan menggunakan *type specimen layout* dan *manuscript grid.*



Gambar IV.87 *Wobbler* 1
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

Selain berisi *headline* Kizz Tempe sebagai produk tempe higienis, ada juga *wobbler* yang dibuat berisi tentang program Rumah Tempe Zanada sebagai produsen Kizz Tempe untuk datang dan belajar tentang proses pembuatan Kizz Tempe.



Gambar IV.88 *Wobbler* 2
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

- ***Flag chain***

Flag chain adalah media yang biasa ditempatkan menggantung. Berukuran 15 cm x 20 cm, berbahan *art paper* 250 gr, serta menggunakan model warna CMYK. *Flag chain* disusun secara bergantian agar lebih menarik perhatian. Diproduksi menggunakan teknik cetak *offset* karena jumlah yang harus dicetak cukup banyak untuk satu rangkai *flag chain*.

Sama seperti *wobbler*, *flag chain* dibuat dengan menggunakan *type specimen layout* dan *manuscript grid* karena hanya berisi teks *headline* saja. Didistribusikan di toko swalayan berdekatan dengan rak *display* Kizz Tempe.



Gambar IV.89 *Flag chain*
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

- **Kalender**

Kalender diposisikan sebagai *merchandise* dari program kunjungan untuk melihat proses pembuatan Kizz Tempe yang diadakan oleh Rumah Tempe Zanada. Tapi, berbeda dengan media lain, kalender didistribusikan pada awal tahun yaitu selama bulan Januari tahun 2019. Berukuran 21 cm x 15 cm, berbahan *art paper* 250 gr, serta menggunakan model warna CMYK. Kalender berisi beberapa gambar proses pembuatan tempe, seperti penyortiran, pencucian, penirisan, peragian, pengemasan dan fermentasi lengkap dengan penjelasannya.

Kalender dibuat dengan menggunakan *multipanel layout* dan *masucript grid.* Diproduksi menggunakan teknik cetak *offset*. Dipilih karena kelebihannya yang bisa digunakan dalam produksi masal.



Gambar IV.90 Kalender
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 7/8/2018)

- **Lap Tangan**

Lap tangan adalah media pendukung yang diposisikan sebagai *merchandise* bagi pengunjung yang ikut serta dalam program kunjungan untuk melihat proses pembuatan Kizz Tempe yang diadakan oleh Rumah Tempe Zanada. Berfungsi sebagai media pengingat bagi konsumen terhadap produk Kizz Tempe. Lap tangan dipilih karena menjadi salah satu objek *point of contact* khalayak sasaran sebagai benda yang sering ditemui di dapur.



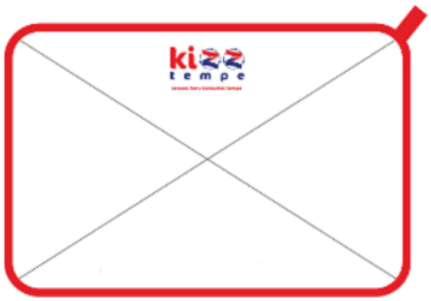
Gambar IV.91 Lap Tangan
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 24/5/2018)

Media ini diproduksi dengan menggunakan teknik bortir berukuran 13.5 cm x 9 cm untuk bagian identitas produk pada lap tangan katun berwarna putih berukuran 50 cm x 15 cm. Bordiran ditempatkan pada bagian kepala atau atas lap tangan.

- **Cempal**

Cempal adalah media pendukung yang diposisikan sebagai *merchandise* bagi pengunjung yang ikut serta dalam program kunjungan untuk melihat proses pembuatan Kizz Tempe yang diadakan oleh Rumah Tempe Zanada. Cempal digunakan sebagai media pengingat dan dipilih karena merupakan benda yang sering dijumpai di dapur dan objek *point of contact* khalayak sasaran.

Diproduksi dengan memberi logo identitas Kizz Tempe berukuran 4 cm x2.5 cm dengan cara dibordir pada kain cempal berbahan katun berukuran 15 cm x 10 cm. logo identitas Kizz Tempe diletakkan pada bagian tengah cempal. Teknik bordir dipilih karena permukaan cempal yang sama seperti handuk sulit untuk diberi sablon.



Gambar IV.92 Cempal
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 06/7/2018)

- **Celemek**

Celemek adalah media pendukung yang diposisikan sebagai *merchandise* bagi pengunjung yang ikut serta dalam program kunjungan untuk melihat proses pembuatan Kizz Tempe yang diadakan oleh Rumah Tempe Zanada. Dipilih karena celemek adalah salah satu objek *point of contact* yang khalayak sasaran dan sering digunakan di dapur pada saat memasak.



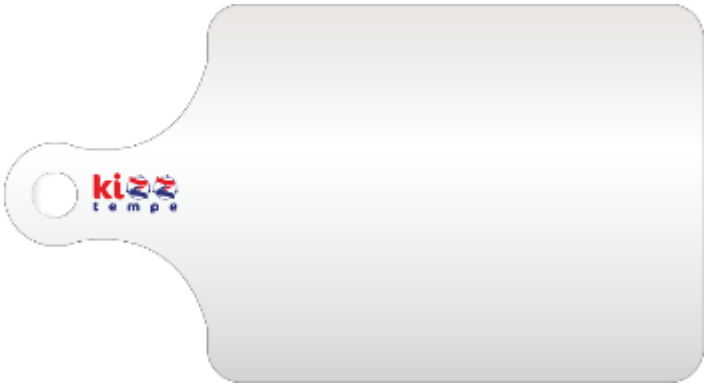
Gambar IV.93 Celemek
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 06/7/2018)

Celemek yang digunakan adalah celemek berwarna merah dan diberi logo identitas Kizz Tempe pada bagian atas kantung celemek berukuran13,5 cm x 9 cm dengan teknik *hot press*. Dipilih karena teknik tersebut memilki kelebihan yaitu waktu produksinya yang singkat serta dapat memberi detail yang lebih baik jika dibanding dengan teknik bordir.

- **Talenan**

Talenan adalah media pendukung yang diposisikan sebagai *merchandise* bagi pengunjung yang ikut serta dalam program kunjungan untuk melihat proses pembuatan Kizz Tempe yang diadakan oleh Rumah Tempe Zanada. Dipilih karena talenan adalah salah satu objek *point of contact* yang khalayak sasaran dan sering digunakan di dapur pada saat memasak.

Talenan yang digunakan adalah talenan berukuran S atau 33.5 cm x 16.6 cm x 0.5 cm berbahan plastik dengan warna putih. Logo identitas Kizz Tempe di letakkan pada bagian *handle* atau pegangan talenan berukuran 4 cm x 2.5 cm dengan *heat trans paper*.



Gambar IV.94 Talenan
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 06/7/2018)

- **Piring**

Piring adalah media pendukung yang diposisikan sebagai *merchandise* bagi pengunjung yang ikut serta dalam program kunjungan untuk melihat proses pembuatan Kizz Tempe yang diadakan oleh Rumah Tempe Zanada. Dilpilih karena talenan adalah salah satu objek *point of contact* yang khalayak sasaran dan sering digunakan sebagi tempat atau wadah tempe yang telah matang.



Gambar IV.95 Piring
Sumber : Dokumen Pribadi
(Diakses pada 06/7/2018)

Piring yang digunakan adalah piring melamin berukuran 19 cm x 15 cm dengan tinggi 4 cm. Identitas logo dan slogan diletakkan pada permukaan atas piring. Diproduksi dengan teknik yang sama dengan talenan yaitu *heat trans paper.*