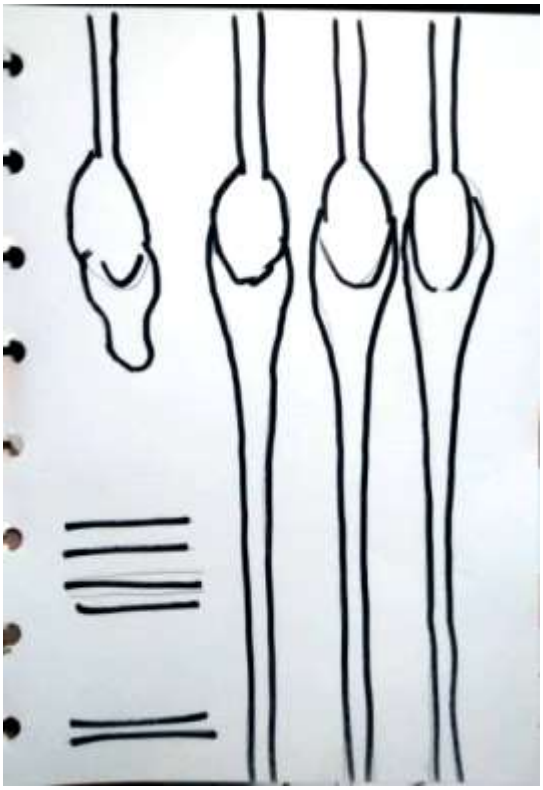
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1 Proses Perancangan

Proses perancangan iklan poster terdiri dari 3 tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pascaproduksi

IV.1.1 Pra Produksi

Pada tahapan pra produksi adalah pembuatan sketsa dasar untuk menentukan ide visual, setealah ide di dapat maka proses selanjutnya adalah pemilihan properti, lokasi dan persiapan alat berupa kamera dan lampu.



Gambar IV.1 Sketsa
Sumber dokumen pribadi

IV.1.2 Produksi

Produksi yang dilakukan untuk merancang iklan poster dilakukan di sebuah kamar yang diatur agar terlihat seperti interior kantor, untuk model dipilih seorang pria yang menggunakan properti karyawan kantor. Pemotretan *indoor* dilakukan

dengan kamera DSLR Canon 750D dan lensa Canon 50mm f/1,8. Sedangkan untuk pencahayaan mengunakan Canon flash 270ex TTL



Gambar IV.2 Proses pemotretan

Sumber dokumen pribadi

Pada sesi pemotretan menggunakan latar belakang putih polos agar memudahkan pada saat proses edit foto. Untuk mendapatkan momen madu yang menetes, cahaya yang ditangkap oleh kamera semakin sedikit karena kamera memotret sangat cepat. Maka pemotretan dilakukan diruangg ruangan pada pagi hari agar medapatkan cahaya yang terang

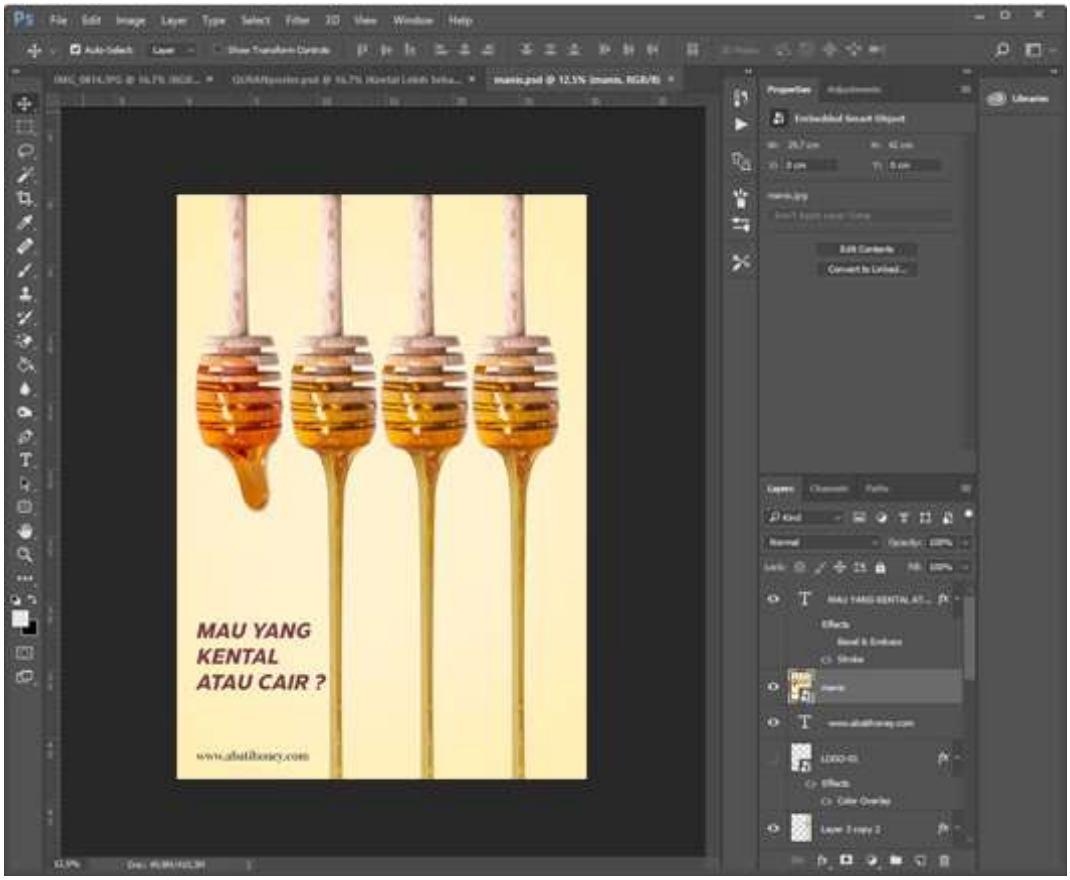


Gambar IV.3 Hasil pemotretan

Sumber dokumen pribadi

IV.1.3 Pasca Produksi

Setelah pemotretan, foto diolah dalam komputer dengan perangkat lunak Adobe Photoshop CC 2017. Dalam proses ini menambahkan kesan warna hangat agar foto terlihat seperti saat sore hari. Pada proses ini juga dilakukan perbaikan foto seperti, pemotongan, pencahayaan dan penambahan elemen visual seperti huruf dan logo. Setiap poster dapat dipublikasikan melalui cetak dan digital, sehingga untuk pemilihan warna cetak menggunakan sistem CMYK sedangkan untuk digital menggunakan sistem warna RGB. Latar belakang foto dirubah menjadi kuning agar mengesankan produk madu, pada tahap ini detail madu lebih ditonjolkan agar lebih menarik perhatian.



Gambar IV.4 Proses edit foto

Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.5 Media utama poster *attention*

Sumber dokumen pribadi

Spesifikasi Teknis :

Bahan : Kertas *art paper* 300gsm

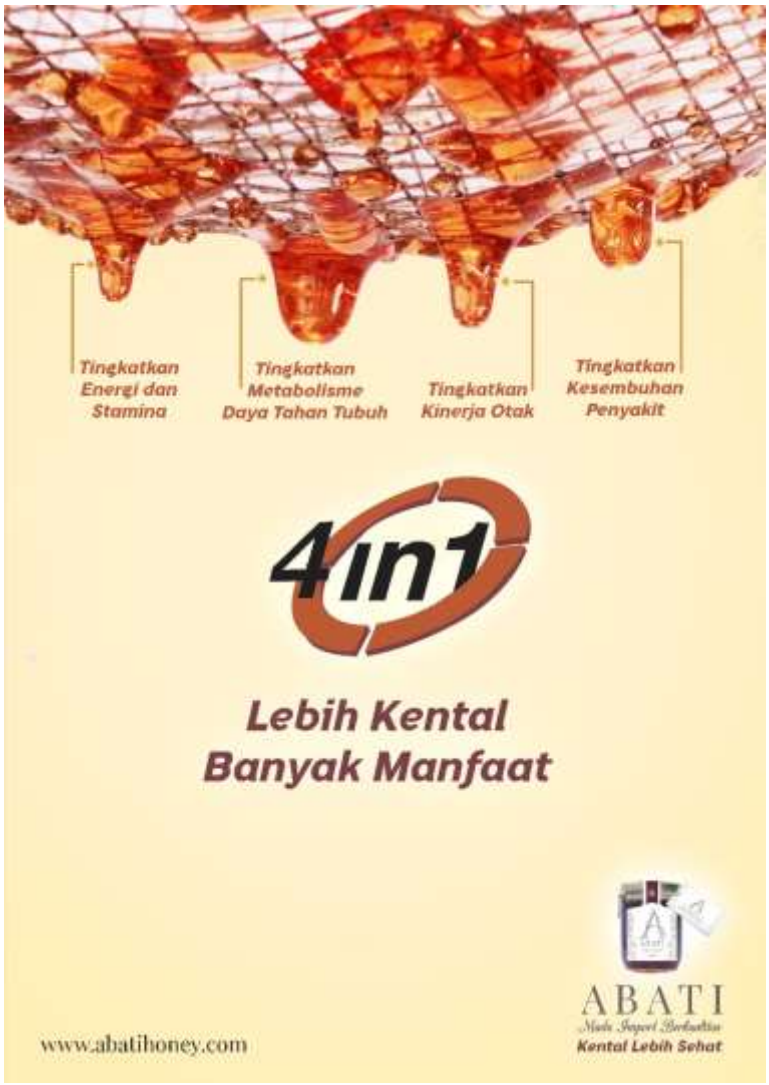
Ukuran : A3 29,7 cm x 42 cm

Teknis produksi cetak : Cetak *Offset*

Poster ini adalah media utama yang akan diproduksi dengan cetak dan digital, tata letak yang digunakan mengikuti rancangan tata letak metode Z pada bab III. Sedangkan hal yang berbeda pada poster ini tidak terdapat *mandatory* karena poster ini berfungsi untuk menarik perhatian dan penasaran sehingga pesan yang disampaikan tidak terlalu banyak. Poster cetak ini ditempatkan di dinding, mading dan jendela toko. Teknik cetak *offset* digunakan karena poster akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga bisa lebih menghemat uang produksi.

IV.2 Aplikasi Media

- Poster pendukung



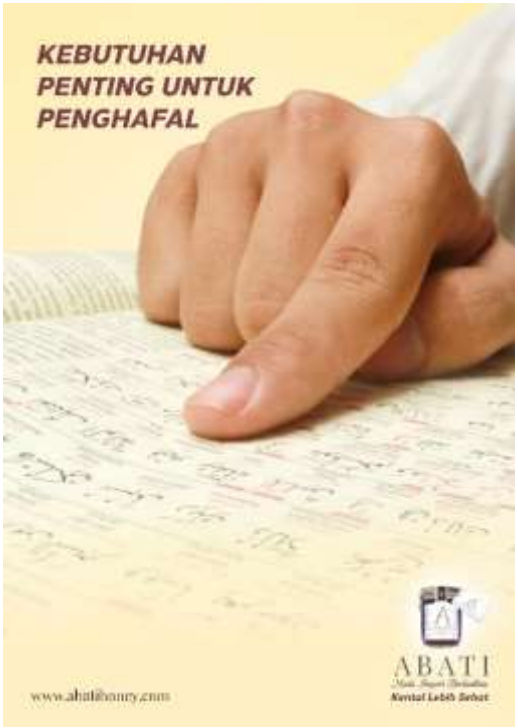
Gambar IV.6 Media utama poster *interest*

Sumber: dokumen pribadi



Gambar IV.7 Media utama poster *interest*

Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.8 Media utama poster *interest*

Sumber: dokumen pribadi

Bahan : kertas *art paper* 300gsm
Ukuran : A3 29,7 cm x 42 cm
Teknis Produksi : Cetak *offset*

Ketiga poster pendukung ini adalah media yang akan diproduksi dengan cetak dan digital, tata letak yang digunakan mengikuti rancangan tata letak metode Z pada bab III. *Mandatory* terletak pada bagian kanan bawah untuk menegaskan pesan dibenak konsumen bahwa ini adalah iklan madu Abati dan menjelaskan kesinambungan dari poster utama. Poster cetak ini ditempatkan di dinding, mading dan jendela toko. Teknik cetak *offset* digunakan karena poster akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga bisa lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 300gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik daripada kertas HVS.

Media Pendukung

- Video TVC





Gambar IV.9 Video TVC

Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.10 Video TVC

Sumber dokumen pribadi

Format : file digital MP4

Ukuran : Horizontal 1920px 1080px

Durasi : 00:15

Video ini berdurasi 15 detik sesuai standar video iklan, dengan durasi secepat itu sudah cukup untuk menyampaikan pesan agar konsumen tertarik mengetahui lebih lanjut. Video ini akan diiklankan di Youtube karena biayanya lebih murah daripada iklan di TV, namun Youtube juga memiliki jangkauan pemirsa yang cukup luas. Visual dari video ini adalah bentuk pengembangan ide dari poster yang bertemakan "tubuh selalu fit seharian" sehingga tata letak dan konsep ide tidak terlalu jauh dari perancangan media utama. Video ini berfungsi untuk menumbuhkan minat konsumen terhadap produk Abati.

- Video Instagram



Gambar IV.11 Video Media Sosial

Sumber dokumen pribadi

Format : file digital MP4

Ukuran : Vertikal 1080px x 1920px

Durasi : 00:15

Video ini berdurasi 15 detik sesuai standar video iklan pada Instagram *stories*, dengan durasi secepat itu sudah cukup untuk menyampaikan pesan agar konsumen tertarik mengetahui lebih lanjut. Video ini akan diiklankan di Instagram karena biayanya lebih murah daripada iklan di TV, namun beriklan di Instagram juga memiliki jangkauan pemirsa yang cukup luas dan dapat merancang iklan agar dilihat sesuai target pemirsa yang ingin dituju . Visual dari video ini adalah bentuk pengembagangan ide dari poster yang bertemakan "mau yang kental atau yang cair?" sehingga tata letak dan konsep ide tidak terlalu jauh dari perancangan media utama. Video ini berfungsi untuk menumbuhkan rasa ketertarikan dan penasaran konsumen terhadap produk Abati. Resolusi video yang vertikal menyesuaikan dengan ukuran aplikasi Instagram yang lebih banyak digunakan secara vertikal oleh penggunanya.

- *Flyer*



Gambar IV.12 *Flyer*
Sumber dokumen pribadi

Bahan : Kertas *art paper* 150gsm
Ukuran : A5 (14,8 cm x 21 cm)
Teknis Produksi : Cetak *Offset*
Penyebaran : Toko penjualan, Pameran.

Setelah aktifitas membangun kesadaran telah mencapai target diperlukan media *flyer yang* digunakan sebagai salah satu media promosi produk Abati untuk menumbuhkan minat konsumen dan sebagai media perantara tersebarnya *merchandise*, pesan yang disampaikan pada media ini adalah mengajak kosnumen mencoba membeli 2 madu Abati dengan bonus *merchandise* kalender dan *mug cantic*. Hal ini bertujuan agar konsumen yakin dengan membeli madu Abati lebih banyak berarti menimbun produk yang kadaluarsanya lama karena madu Abati adalah madu asli. Kemudian strategi yang dipilih bukanlah beli madu bonus produk atau beli madu dapat diskon, melainkan beli madu bonus *merchandise* agar menjaga citra madu Abati dari kesan negatif bahwa madu Abati bukanlah produk murahan. Media *flyer* ini memiliki karakteristik yang fleksibel dan mudah disebarkan dimanapun. Disebut *flyer* karena dilihat dari sejarah pada zaman peranga dunia II media ini disebarkan melalui udara dari pesawat trbang sebagai media propaganda, sekarang disitribusi media ini dapat dibagikan langsung ke pengunjung, diselipkan di pagar, ditempel ke dinding atau tiang, diselipkan pada kaca mobil saat parkir dan diletakkan pada *flyer stand* (Rustan, 2008:100). Teknik cetak *offset* digunakan karena *flyer* akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 150gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik daripada kertas HVS. Tata letak dari media ini adalah pengembangan dari rancangan media poster pendukung.

- *X-banner*



Gambar IV.13 X-Banner

Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.14 Penempatan *X-Banner*

Sumber dokumen pribadi

Material	: Flexi Jerman
Ukuran	: 60cm X 160cm
Teknis Produksi	: Cetak *offset*
Penyebaran	: Toko penjualan, Pameran.

Media ini digunakan untuk menumbuhkan minat kepada konsumen dan sebagai penanda *branding* madu Abati, media ini memiliki pesan yang berisi tentang 4 kelebihan madu Abati. Media ini dipilih karena dapat berdiri di bidang datar apapun, sehingga dapat diletakkan dimana saja selama dibidang datar. Material Flexi Jerman ini dipilih karena bahan ini tebal sehingga cocok ditempatkan didalam atau diluar ruangan, teknik cetak *offset* digunakan karena *x-banner* akan diproduksi dalam jumlah yang banyak sehingga lebih menghemat uang produksi. Media ini ditempatkan didepan toko atau ketika saat mengikuti acara pameran. Secara keseluruhan tata letak dari media ini adalah pengembangan dari rancangan media poster pendukung, hanya saja ada tambahan foto produk dan *mandatory* madu Abati dengan ukuran lebih besar untuk lebih menekankan kepada *branding* madu Abati. Dengan adanya foto produk, konsumen dapat melihat dan mengingat produk Abati dari jauh meskipun dengan waktu yang singkat.

- *Umbul-Umbul*



Gambar IV.15 Umbul-umbul

Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.16 Penempatan umbul-umbul

Sumber dokumen pribadi

Ukuran	: 500 cm X 60 cm
Teknis Produksi	: Cetak *offset*
Penyebaran	: Masjid, toko penjualan, mal
Material	: Kain TC 2

Umbul-umbul adalah media iklan luar ruang yang cukup efektif, bentuknya yang memanjang ke atas memiliki keunikan tersendiri, dalam satu lokasi umbul-umbul dapat dipasang lebih dari satu. Pemasangan umbul-umbul ini ditempatkan pada tempat yang sering dikunjungi konsumen seperti masjid agung, toko penjualan dan mal-mal. Tata letak mengikuti rancangan media utama, hanya saja sendok yang ditampilkan hanya 2 karena ukuran media yang sangat tinggi dan visual 2 sendok dianggap sudah cukup mewakili perbandingan madu kental dan cair. Diujung umbul-umbul terdapat lekukan berwarna oranye sebagai unsur grafis tambahan karena bagian ujung sering terlipat sehingga jika diisi tulisan atau gambar akan kurang terbaca maksimal, teknik cetak *offset* digunakan karena umbul-umbul akan diproduksi dalam jumlah yang banyak sehingga lebih menghemat uang produksi. Bahan material dipilih kain TC 2 pada umbul-umbul

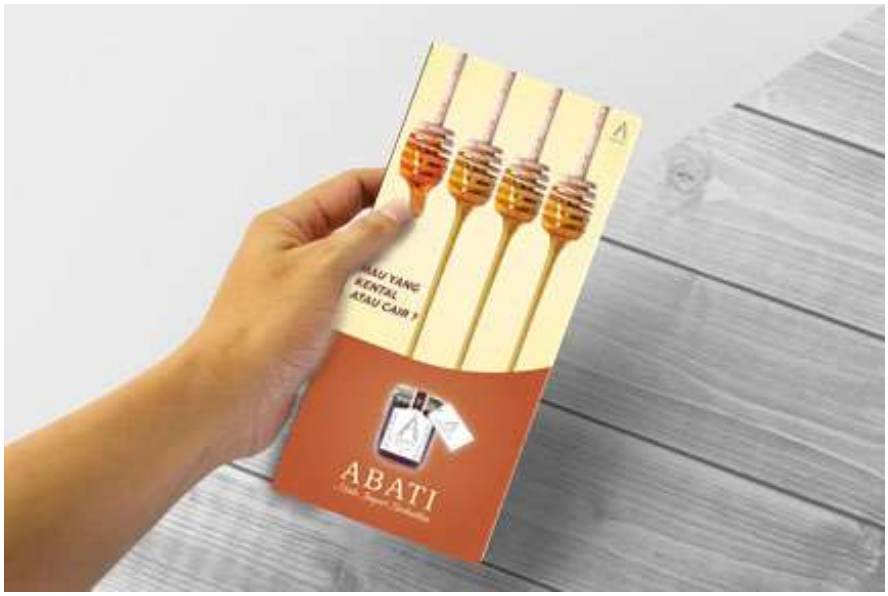
karena biasanya lebih tahan lama ketika ditempatkan pada luar ruangan yang sering terkena angin dan hujan.

- Brosur



Gambar IV.17 Brosur

Sumber dokumen pribadi



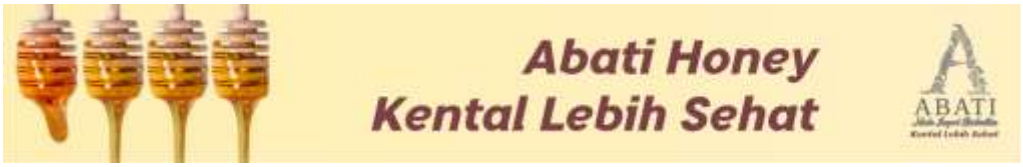
Gambar IV.18 Aplikasi brosur

Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 10 cm x 25 cm
Material : Kertas a*rt paper* 150gsm
Penyebaran : Masjid, toko penjualan, pameran
Teknis Produksi : Cetak *offset*

Media brosur digunakan untuk menyediakan informasi tentang madu Abati yang lebih banyak dan lengkap, media ini bertujuan agar konsumen dapat menggali informasi yang lebih banyak sehingga konsumen dapat mempertimbangkan madu Abati sebagai merk baru yang berkualitas. Teknik cetak *offset* digunakan karena brosur akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 150gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik daripada kertas HVS. Tata letak yang digunakan menyesuaikan seperti rancangan konsep visual dengan beberapa grafis tambahan agar desain setiap media tidak terlalu monoton, namun secara keseluruhan desain masih tetap terlihat memiliki kesatuan dengan media lain. Media ini disebarkan secara langsung kepada konsumen pada saat acara pameran, di toko atau diselipkan pada *paper bag* setiap pembelian madu Abati.

- *Banner* Aplikasi *Smartphone*



Gambar IV.19 *Banner* Aplikasi

Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.20 Penempatan *banner* aplikasi

Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 320px x 50px

Penempatan : Aplikasi Muslim Smartphone

Teknis Produksi : Digital

Media ini adalah iklan *banner* yang tampil di aplikasi Islami, ditempatkan di bawah atau atas tampilan *User Interface.* Media ini bertujuan sebagai pemberi rasa tertarik dan perhatian konsumen. Media ini akan mengisi celah dari media lain yang tidak semuanya diterima oleh konsumen, sehingga konsumen tetap diingatkan oleh pesan iklan. Tata letak media ini sesuai dengan rancangan konsep

visual, hanya saja ukuran media lebih lebar sehingga dilakukan beberapa penyesuaian.

- *Banner website* dan media sosial



Gambar IV.21 *Banner* facebook

Sumber dokumen pribadi



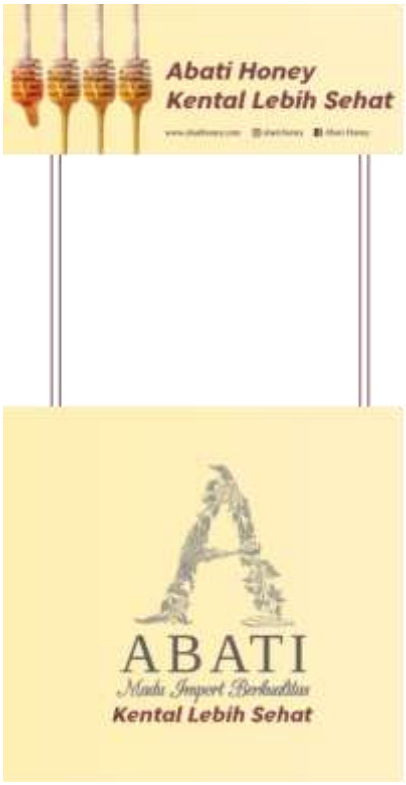
Gambar IV.22 *Banner website*

Sumber dokumen pribadi

Format	: file gambar digital JPEG
Ukuran	: 851px X 315px
Teknis Produksi	: Fotografi, olah digital
Penempatan	: Halaman facebook dan *website*

Kegemaran konsumen terhadap media sosial menjadi fenomena tersendiri, banyak yang sudah memiliki akun situs facebook dan dapat dengan mudah diakses baik melalui komputer maupun dari ponsel. Halaman di facebook juga dapat bertautan dengan *website* madu Abati yang memiliki informasi lebih banyak. Melalui pesan di beranda dan pesan personal, Iklan bisa dilakukan. Selain itu di facebook konsumen dapat berinteraksi dan memberikan testimoni sehingga pengalaman dari pelanggan dapat menjadi faktor calon konsumen lain lebih berminat membeli. Setelah konsumen mencari tahu tentang testimoni konsumen Abati, konsumen dapat digiring ke *website* untuk mencari tahu informasi madu Abati lebih banyak. Bahkan konsumen dapat melakukan pembelian secara *online* dengan mudah di *website* madu Abati.

- *Stand booth*



Gambar IV.23 *Stand Booth*
Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 80x75 cm
Bahan : PVC, alumunium, stiker vinyl
Teknis Produksi : Cetak *Digital*
Penempatan : Pameran, kajian Islam, festival makanan

Media ini digunakan saat promosi langsung kepada kosnumen ketika ada acara pameran, media ini berfungsi untuk menumbuhkan minat konsumen. Media ini dapat menampilkan produk madu Abati dan media promosi lain seperti brosur, *flyer*, *merchandise*, *display tester*. Media ini dapat dipasang berdampingan dengan *x-banner* agar terlihat lebih menarik. Teknis produksi cetak digital karena media ini tidak diproduksi banyak dan produsen di kota Bandung yang harga produksinya paling murah hanya melayani cetak digital. Tata letak mengacu kepada iklan *banner* namun ada penambahan *mandatory* yang bertujuan untuk menampilkan citra *branding* madu Abati.

- *Flag Chain*



Gambar IV.24 *Flag Chain*
Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.25 Penempatan *Flag Chain*
Sumber dokumen pribadi

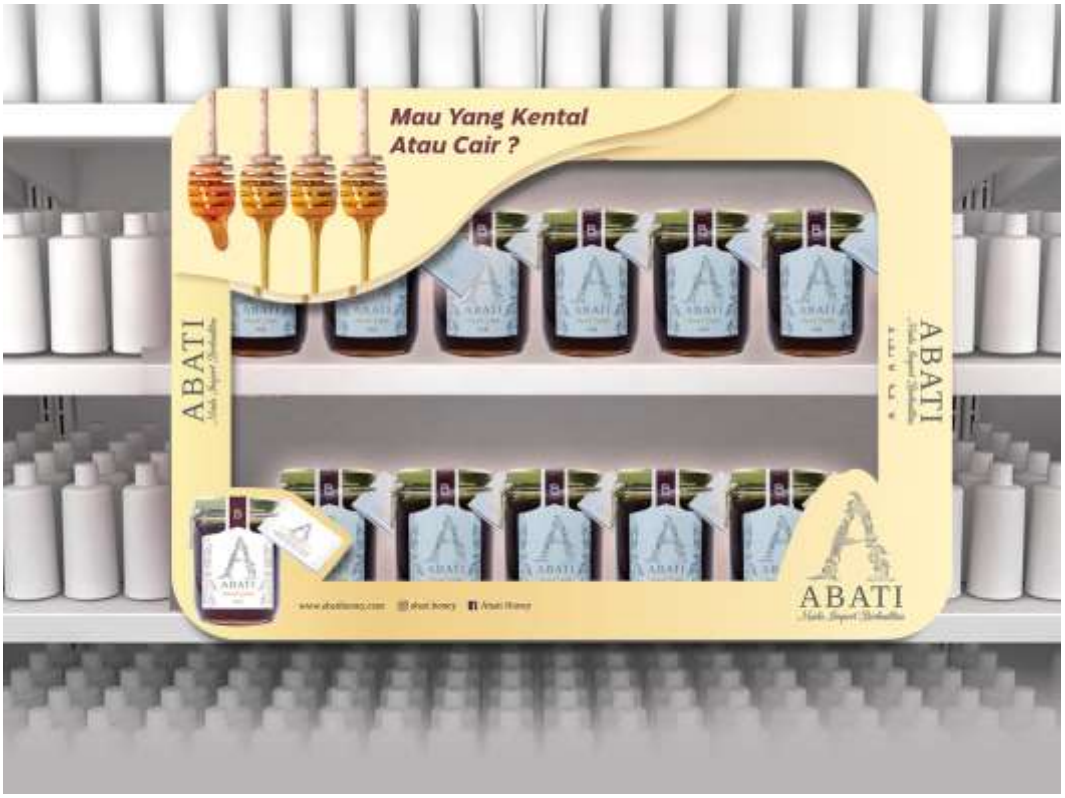
Ukuran Media : 21x15 cm
Bahan : Kertas *art paper* 150gsm
Teknis Produksi : Cetak *offset*
Penempatan : Langit-langit toko, retail, apotek.

Media ini adalah rangkaian bendera kecil dengan menampilkan slogan, ajakan dan *mandatory* madu Abati yang berfungsi sebagai media yang dapat merangsang tindakan konsumen untuk membeli di toko dan agar minat konsumen tetap terjaga ketika ingin membeli produk madu Abati meskipun di toko terdapat produk dari kompetitor. Teknik cetak *offset* digunakan karena akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 150gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik daripada kertas HVS. Tata letak menyesuaikan seperti rancangan konsep media poster *attention* yang mengusung tema sendok madu, namun ilustrasi yang digunakan adalah *vector* agar bentuk latar belakang dapat lebih kontras dengan tulisan.

- *Point Of Purchase*



Gambar IV.26 POP
Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.27 Penempatan POP

Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : A3 29,7x 42 cm
Teknis Produksi : Cetak *offset*
Material : Kertas *Art Paper* 300gsm, *polyfoam*
Finishing : *Cutting offset*
Penempatan : Rak toko, mal dan apotek

Media ini adalah bingkai yang menampilkan slogan, foto produk dan *mandatory madu Abati yang berfungsi sebagai media reminding untuk* mengingatkan konsumen atas merk madu Abati yang telah dipelajari dari media sebelumnya. Peran pengingat ini melengkapi tugas yang telah ditampilkan oleh iklan sebelum konsumen memasuki toko. Media ini ditempatkan pada rak toko penjualan sehingga madu Abati lebih menonjol daripada produk lain. Teknik cetak *offset* digunakan karena media akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 300gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik

daripada kertas HVS. Tata letak yang digunakan menyesuaikan seperti rancangan konsep visual dengan variasi *mandatory* yang ditempatkan pada kedua pojok desain.

- *Display tester*



Gambar IV.28 *Display Tester*
Sumber dokumen pribadi



Gambar IV.29 *Display Tester*
Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 18cm x 13cm x5cm
Teknis Produksi : Cetak Digital
Material : Kertas *art paper* 300gsm dan Plastik PVC
Penempatan : pameran, toko resmi dan agen madu Abati

Sampling penting digunakan untuk mendorong konsumen mencoba merk produk baru yang jelas lebih unggul dari merk lain. *Sampling* harus dilakukan jika anggaran promosi dapat menghasilkan percobaan konsumen dengan cepat. *Sampling* harus dilakukan jika konsep produk sulit dikomunikasikan apabila hanya dengan iklan saja. Secara umum, *sampling* memungkinkan para konsumen untuk mempelajari keunggulan produk sehingga para pemasar akan mengalami kesuitan untuk meyakinkan mereka melalui periklanan saja. Masalah pada *sampling* yaitu harganya yang bias mahal dan sampel-sampel yang dibagikan di lokasi yang lalu lintas yang ramai dapat tidak efektif karena boros dan tidak menjangkau pelanggan potensial. (Shimp, 2004, h.200-201).

Maka untuk mengatasi masalah tersebut sampel madu Abati didistribusikan melalui agen-agen resmi yang terpercaya, Nanti agen-agen tersebut akan membagikan sampel pada saat pameran dan menawarkannya kepada konsumen yang dianggap termasuk pelanggan potensial. Untuk membagikan sampel dibutuhkan media yang berfungsi sebagai tempat sampel madu Abati, dengan adanya sampel maka konsumen akan merasakan secara langsung kelebihan madu Abati. Teknis produksi media ini cetak digital karena media ini tidak diproduksi banyak. Sedangkan produksi material plastik PVC juga tidak banyak, namun desain plastik ini tetap menggunakan warna khas perancangan yaitu warna kuning agar tetap memiliki kesatuan. Tata letak media ini mengacu kepada desain x-*banner*, namun ada penambahan pesan ajakan agar konsumen tertarik untuk mecoba. Media ini dibagikan kepada agen madu Abati yang terpercaya, ditempatkan juga di toko madu Abati dan ditempatkan di atas *stand booth* pada saat pameran promosi langsung.

- *Paper bag*



Gambar IV.30 *paper bag*

Sumber dokumen pribadi

Media ini berfungsi sebagai tempat kemasan yang dapat membawa produk madu Abati dan *merchandise*. Tata letak yang digunakan adalah mengacu pada rancangan *mandatory* madu Abati pada konsep visual. Media ini disebarkan pada saat promosi langsung maupun saat penjualan di toko resmi. Teknik cetak *offset* digunakan karena media akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material kertas ivory dipilih karena cukup kuat untuk menahan beban berat produk dan *merchandise* madu Abati.

- *Mug*



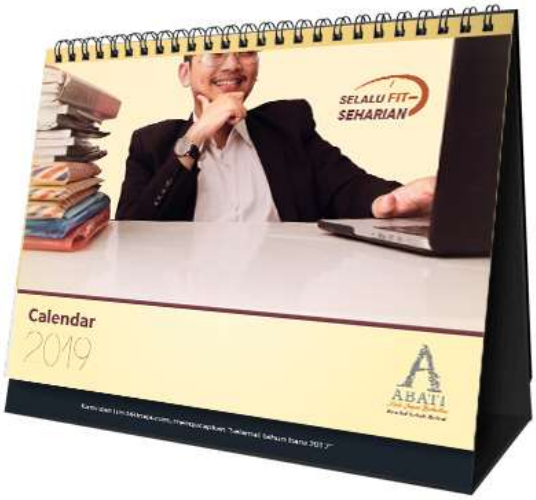
Gambar IV.31 *Mug*

Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 8 x 9,5 cm
Teknis Produksi : *Press Mug*

Kebiasaan konsumen yang meminum kopi, susu, atau teh di pagi hari atau sore hari yang juga dapat dibarengi dengan konsumsi madu menjadi alasan pemilihan *mug* sebagai media kampanye (*gimmick*). Media ini dapat menjadi media pengingat ketika konsumen yang menggunakan mug ini ingin minum. Penyebaran media ini dilakukan melalui promosi media *flyer* yang menampilkan pesan beli 2 botol Sumrah gratis hadiah *mug*. Teknik *press mug* ini digunakan agar gambar yang dihasilkan awet dan tidak mudah luntur ketika menempel dipermukaan *mug*, proses teknik ini dengan cara gambar ditempel pada permukaan *mug* kemudian di*press* menggunakan plat panas. Tata letak yang digunakan adalah mengacu pada rancangan *mandatory* madu Abati pada konsep visual.

- Kalender Meja



Gambar IV.32 Kalender meja
Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 21 x 15 cm
Teknis Produksi : Print Digital
Bahan : kertas a*rt paper* 300gsm
Finishing : Jilid *ring hardcover*

Kalender meja ini berfungsi sebagai informasi yang menampilkan tanggal pada tahun 2019 dan terdapat foto kampanye dari keseluruhan media poster. Kalender meja dianggap lebih elegan ketika ditempatkan pada meja kantor atau rumah

sehingga cocok untuk dibagikan kepada target audien. Teknik cetak *offset* digunakan karena media akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 300gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik daripada kertas HVS. Tata letak yang digunakan adalah mengacu pada rancangan konsep visual dengan penambahan grafis bingkai merah untuk menegaskan foto.

- Pembatas Al-Qur'an



Gambar IV.33 Pembatas Al- Qur'an
Sumber dokumen pribadi

Ukuran Media : 5 x 15 cm
Teknis Produksi : Cetakdigital

Bahan : Kertas *art paper* 300gsm
Finishing : *Print Cut*

Media pembatas buku berfungsi agar pembaca dapat dengan mudah menandai halaman Al-Qur'an yang sudah dibaca, membantu pembaca yang sering lupa akan tanda-tanda berhenti pada Al-Qur'an, membantu pembaca melakukan sunnah membaca doa sujud tilawah ketika membaca ayat-ayat sajdah dan sebagai media pengingat akan merk madu Abati kepada kosnumen karena media ini sangat tepat untuk konsumen dan berkaitan dengan iklan poster yang bertemakan madu Abati tingkatkan kecerdasan otak dalam membantu hafalan. Teknik cetak *offset* digunakan karena media akan diproduksi dalam jumlah yang banyak, sehingga lebih menghemat uang produksi. Material yang digunakan adalah *art paper* 300gsm, kertas ini dipilih karena memiliki tekstur yang *glossy* dan memiliki ketahanan yang lebih baik daripada kertas HVS. Tata letak yang digunakan menyesuaikan seperti rancangan umbul-umbul pada konsep visual dengan penyesuaian karena ukuran yang kecil dan tinggi. Pada bagian atas menggunakan teknik *Cutting* sehingga pembatas dapat menempel pada bagian atas halaman Al-Qur'an agar memudahkan pembaca dalam menandai halaman dan pembatas Al-Qur'an ini tidak mudah hilang..