BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Teknis media utama yang digunakan dalam perancangan yaitu berupa audio visual atau videografi yang mempromosikan situs Gunung Padang melalui sisi mistis dan keindahannya. Adapun spesifikasi media utama video promosi situs Gunung Padang yaitu:

Format : H.264 (MP4)
Ukuran Frame : 1440 px X 1080 px
Material : Kamera, Lensa, Tripod
Durasi : 2 menit 33 detik

Dengan tampilan *landscap* supaya mempunyai kesan lebih luas dalam tujuan memperlihatkan keindahan area situs Gunung Padang.

IV.1.2 Perangkat Produksi

Perangkat produksi yang digunakan selama proses pembuatan video promosi situs Gunung Padang ini dibagi menjadi dua, yaitu perangkat lunak (*software*) dan perangkat pengambilan gambar.

IV.1.2.1 Perangkat Lunak *(software)*

Dalam pembuatan video promosi situs Gunung Padang memiliki perangkat pendukung supaya pembuatan dalam video ini lebih baik lagi, adapun perangkat lunak *(software)* yang digunakan yaitu:

- *Adobe Photoshop CS6*
- *Adobe Premier CS6*
- *Google Earth*

Beberapa *software* tersebut mendukung dari pembuatan atau proses *editing* dalam video situs Gunung Padang.

IV.1.2.2 Perangkat pengambilan gambar

Adapun perangkat dalam proses pengambilan gambar dari video situs Gunung Padang, karena dalam pembuatan video perangkat pengambilan gambar sangatlah

penting dan menjadi hal yang utama. Berikut perangkat pengambilan gambar dari pembuatan video promosi situs Gunung Padang:

- Kamera

Menggunakan kamera EOS Canon 550D dengan spesifikasi:
18.7 *million effective pixels, resolusi maximum* 5184 x 3456, *movie: Max* 1920 x 1080 (1080P, 16:9) *(Full HD), filetype:* RAW dan JPG, *high* ISO *speed noise reduction,* ISO *Auto* (100 - 6400), video *out NTSC / PAL, battery : lithium-ion LP-E8,* Berat 530 g, Ukuran (5.1 x 3.9 x 2.4 in).



Gambar IV.1 Kamera
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

- Tripod

Menggunakan tripod *Excel* dengan tipe EX-283 dengan kapasitas berat kamera 1500 gram, dibalut dengan warna titanium. Memiliki 3 Kaki penyangga yang bisa dipanjangkan hingga tinggi maksimum tripod 1.550 mm.



Gambar IV.2 Penggunaan Tripod
Sumber : Rani Oktaviani (2018)

IV.2 Teknik Produksi

IV.2.1 Teknik Produksi Media Utama

Dalam teknik produksi mempunyai tahapan-tahapan sebagai berikut:

- Praproduksi

Sebelum melakukan pembuatan video situs Gunung Padang, perancangan ini memiliki proses pencarian data dari wawancara dan data yang diperoleh dari pihak situs Gunung Padang salah satunya yaitu data menurunnya jumlah pengunjung dari tahun 2015-2018.

- Pembuatan Konsep Produksi

Dalam pembuatan atau produksi video situs Gunung Padang terdapat proses pembuatan *storyline* dan *storyboard* untuk konsep dalam pembuatan video situs Gunung Padang ini, yaitu sebagai berikut:

a. Storyline

Dalam pembuatan *storyline* merupakan rangkaian alur cerita yang diproduksi untuk mempermudah mencari konsep pertama.

1. Dari gelap menampilkan *mandatory* terlebih dahulu.
2. Muncul hamparan bebatuan situs Gunung Padang berbarengan dengan kata "mempersembahkan".
3. Pemandangan situs Gunung Padang yang memberikan kesan yang asri dan indah.
4. Muncul bola dunia yang terfokus kepada daerah Indonesia tetapi masih terlihat dari jauh.
5. Masuk dan menampilkan peta Indonesia.
6. Masuk lagi menampilkan daerah Jawa Barat.
7. Setelah itu kembali masuk ke daerah Cianjur.
8. Selanjutnya menampilkan situs Gunung Padang kembali tetapi berbeda sudut pandang dan lokasi (tengah situs).

9. Lalu muncul 3 orang remaja menampilkan tempat berbeda yang menggunakan motor dijalan yang berkelok-kelok dengan pakaian seperti anak remaja biasanya.
10. Memperlihatkan pemandangan yang berada dilokasi tersebut, untuk memperjelas bahwa tempat tersebut berada di pegunungan yang asri dan indah.
11. Kembali memperlihatkan 3 orang remaja dengan menggunakan motor.
12. Pindah *setting* latar tempat ke tempat lain, disana terdapat 2 remaja yang sedang terdiam dengan motor didekatnya.
13. Lalu A dan B berkomunikasi :

    A : *Aduh bro bokek euy teu boga duit, kur aya dua rebu* (mengambil uang saku celananya)

14. Pemeran B merespons pemeran A, yaitu seperti berikut :

    B : *Tenang bro ceunah di Gunung Padang aya harta karun*

    A : *Harta karun naon ieu teh* ?

    B : *Teuing nyaeta, aya weh cenah pokok namah harta karun*

    A : *Hayu atuh urang berangkat*

    B : *Hayu buru atuh kemon*

15. Setelah akan berangkat menghampiri motor saat hendak berangkat, datanglah 3 orang temannya yang berada diperjalanan yang menggunakan motor dan berhenti di dekat A dan B.
16. Terlihat lima orang dalam *frame* yang menampilkan keindahan disekitarnya.
17. Pemeran C menyetandarkan motornya didekat 2 temannya yang hendak berangkat.
18. Pemeran C bertanya kepada pemeran A dan B :

    C : *Bro arek ngilu moal ka Gunung Padang?*

    B dan A : *Hayu*

C : *Heeh urang ge panasaran cenah mah situs Gunung Padang Identik jeung angka lima tea, urang ge teu nyaho ngan panasaran we arek kaditu*

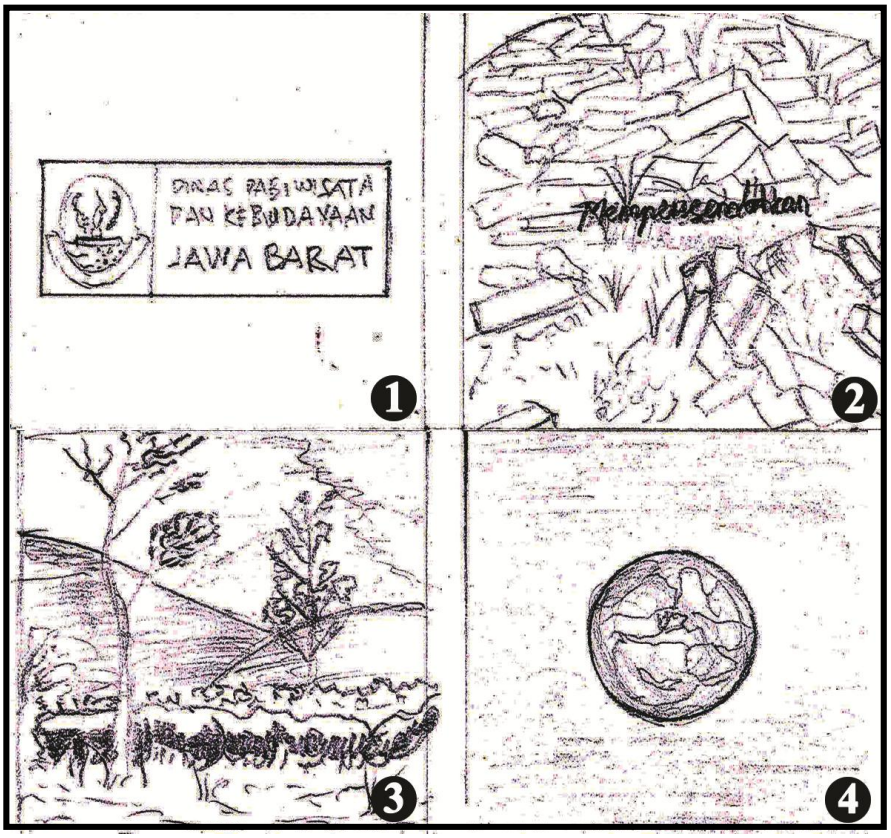
B : *Atuh pas ieu 1,2,3,4,5* (menghitung jumlah orang yang juga pas dengan mistis Gunung Padang yang identik dengan angka lima)

C : *Heeh hayu atuh berangkat*

19. Selanjutnya terlihat 5 orang tersebut menggunakan motor saling mengikuti dijalan yang berkelok.
20. Terlihat 5 motor dari jauh dengan sudut pandang yang berbeda.
21. Lalu terlihat kamera berjalan dari sudut pandang pemeran A berada di motor paling depan memperlihatkan pemeran B dan yang lainnya. Pemeran B berbicara "*Siga orai euy*".
22. Pemeran A menjawab "*Heehnya"* dipadukan dengan sudut pandang yang berbeda.
23. Kembali lagi ke sudut pandang dari pemeran A dan pemeran B berbicara kembali "*alus euy jiga orai digunung padang*" (ular yang dimaksud adalah mistis ular yang menjaga harta karun di situs Gunung Padang dengan si B melihat sudut pandang 5 orang yang menggunakan motor saling mengikuti dan berkelok-kelok seperti ular).
24. Lalu pindah ke area situs Gunung Padang dengan tampilan tangga Gunung Padang dan Gunung Gede.
25. Kembali dengan tampilan situs Gunung Padang dengan sudut pandang yang berbeda.
26. Pengambilan gambar situs Gunung Padang dari sudut yang lainnya, menampilkan dari teras paling atas.
27. Terlihat kembali batuan situs gunung Padang yang berada di teras keempat.
28. 5 orang yang berada di gerbang situs Gunung Padang berbicara serentak "*Hayu Sumping ka Bumi Buyut Situs Gunung Padang*".
29. Dalam penutupan menampilkan situs Gunung Padang yang memperlihatkan teras dua sampai teras lima.
30. Muncul *tagline* "*hayu sumping ka bumi buyut Gunung Padang*".

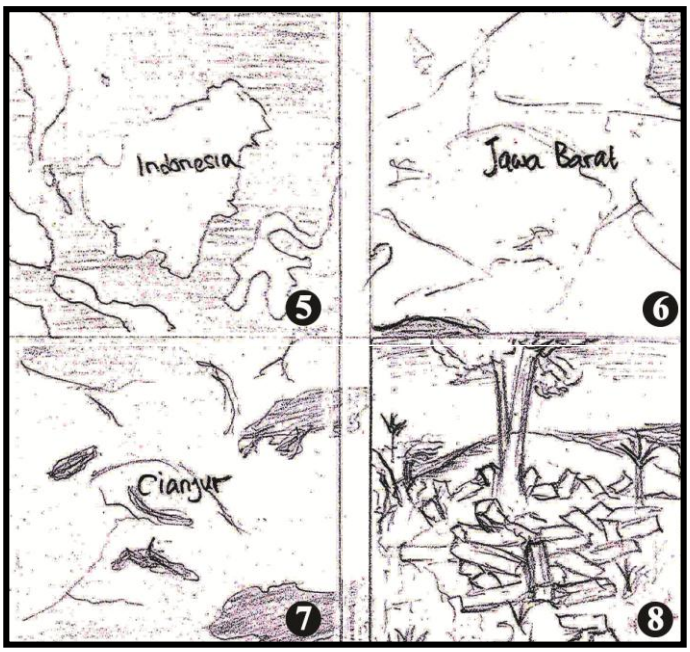
b. Storyboard

Pembuatan *storyboard* bertujuan untuk untuk memudahkan dalam pengambilan gambar dan memandu yang terlibat dalam pembuatan video. Memberikan arahan saat mengambil gambar supaya sesuai dengan cerita yang diinginkan.



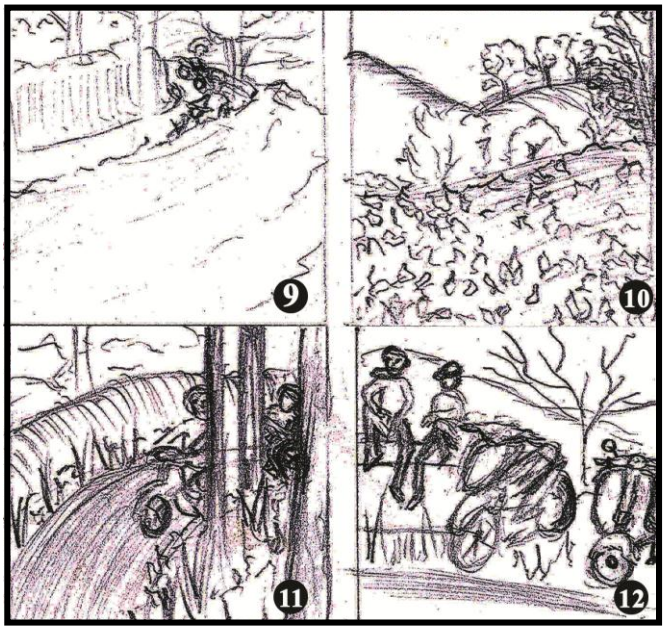
Gambar IV.3 *Storyboard* 1-4
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

1. Dari sisi kiri pertama adalah awal dari pembukaan yang menampilkan *mandatory* dengan teknik *zoom in*.
2. Menampilkan keberadaan batu situs Gunung Padang dan muncul tulisan "mempersembahkan" dengan latar belakang batuan situs Gunung Padang.
3. Pemandangan diarea situs Gunung Padang yang memberikan kesan yang asri dan indah.
4. Bola dunia yang terfokus kepada daerah Indonesia yang disusun mengunakan *Google Earth Pro*.



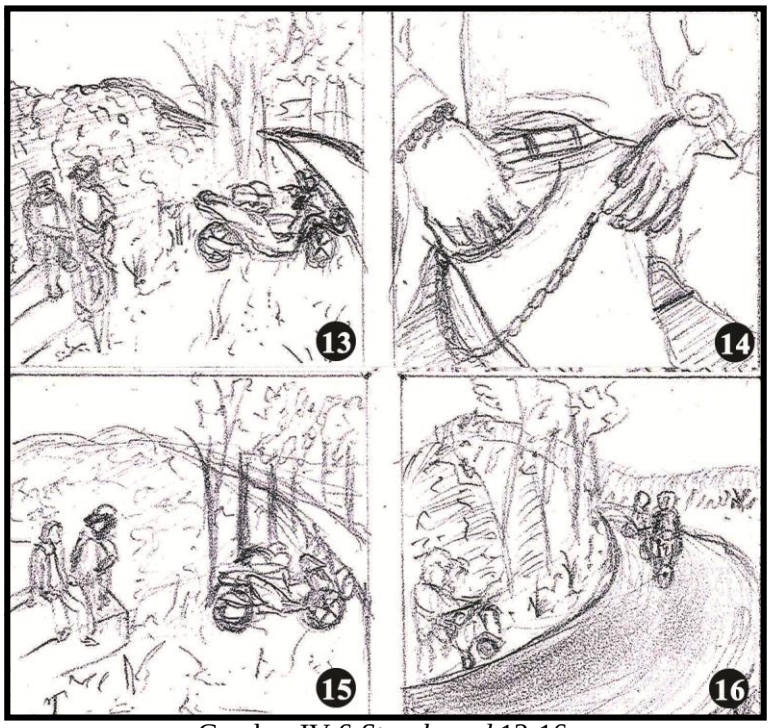
Gambar IV.4 *Storyboard* 5-8
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

5. Terlihat negara Indonesia dari tampilan atas.
6. Mendekat ke daerah Jawa Barat dengan teknik *zoom in*.
7. Terakhir yaitu Cianjur dan *zoom in* dengan memutar.
8. Masuk ke kawasan situs Gunung Padang dengan kamera berada ditengah situs Gunung Padang.



Gambar IV.5 *Storyboard* 9-12
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

9. Muncul 3 orang remaja yang menggunakan motor dijalan yang berkelok menggunakan teknik *follow* dan menggunakan transisi *dip to black.*
10. Pemandangan disekitar situs Gunung Padang dengan pengambilan gambar dari kiri ke kanan.
11. Memperlihatkan 3 orang remaja yang sedang naik motor sebelumnya. Efek transisi yang digunakan yaitu *film dissolve*.
12. Terdapat 2 remaja yang sedang diam disamping jalan dengan motor didekatnya menggunakan teknik *long shoot* supaya memperlihatkan pemandangan disekitarnya, menggunakan transisi *dip to black*.



Gambar IV.6 *Storyboard* 13-16
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

13. Lalu berkomunikasi :

    A : *Aduh bro bokek euy teu boga duit, kur aya dua rebu.* (Sambil mengambil uang di saku celananya) menggunakan teknik pengambilan gambar *close up*

    B : *Tenang bro ceunah di Gunung Padang aya harta karun*

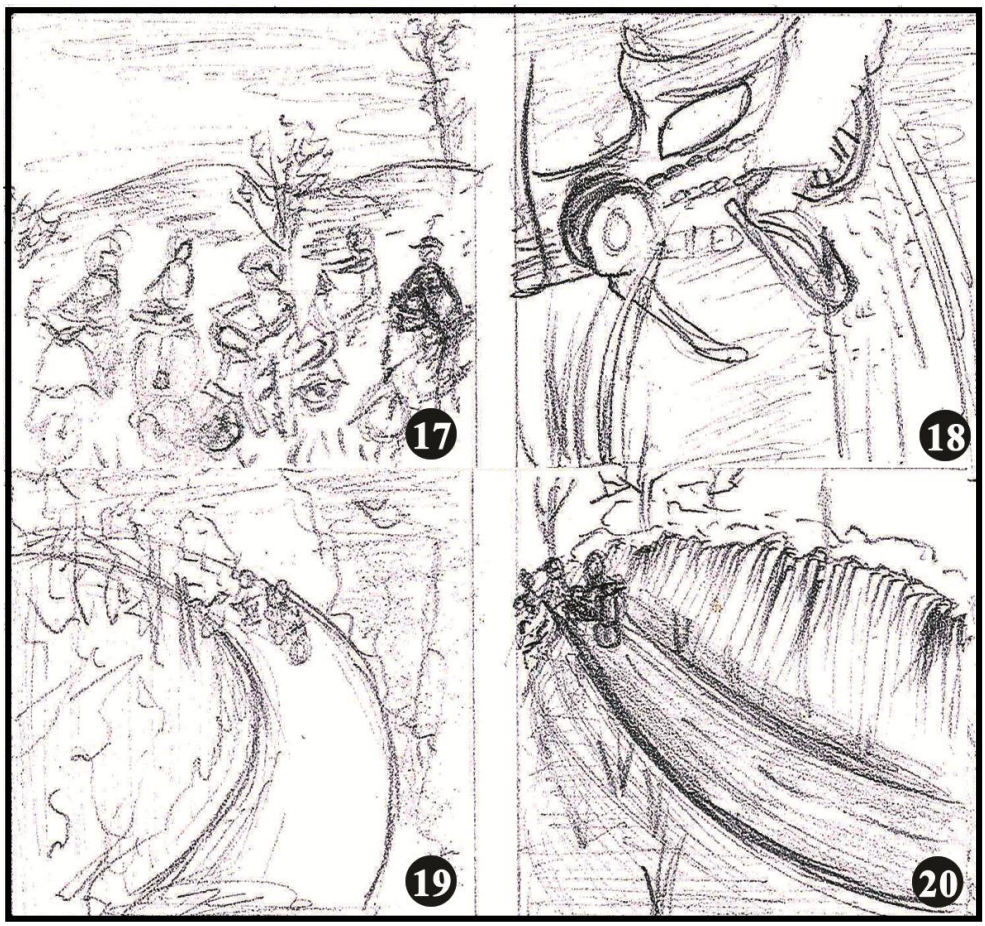
    A : *Harta karun naon ieu teh* ?

    B : *Teuing nyaeta, aya weh cenah pokok namah harta karun*

    A : *Hayu atuh urang berangkat*

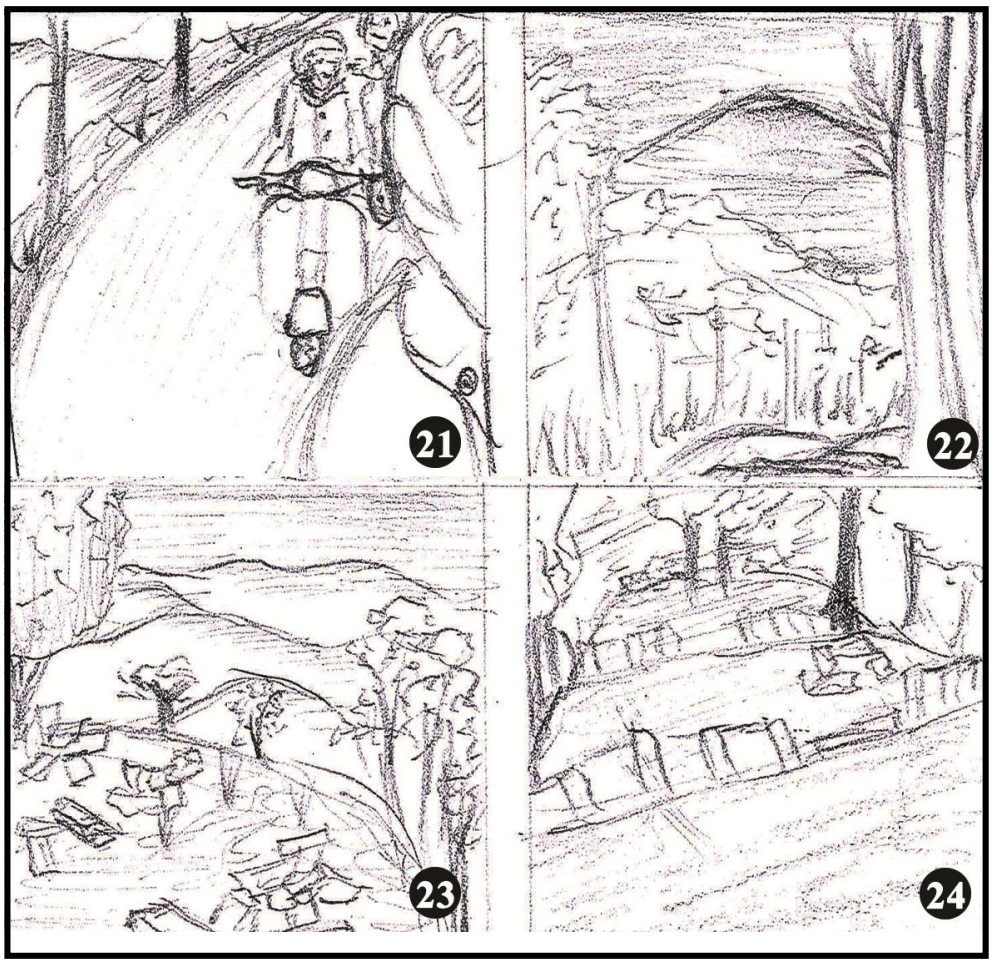
B : *Hayu buru atuh kemon*

14. *Close up* pemeran A sedang mengambil uang di celana sambil berbicara.
15. Kembali ke *anggle* nomor 13 dengan menggunakan teknik *long shoot.*
16. Disaat A dan B pergi ke motor untuk berangkat, datanglah 3 orang temannya dan berhenti didepan A dan B.



Gambar IV.7 *Storyboard* 17-20
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

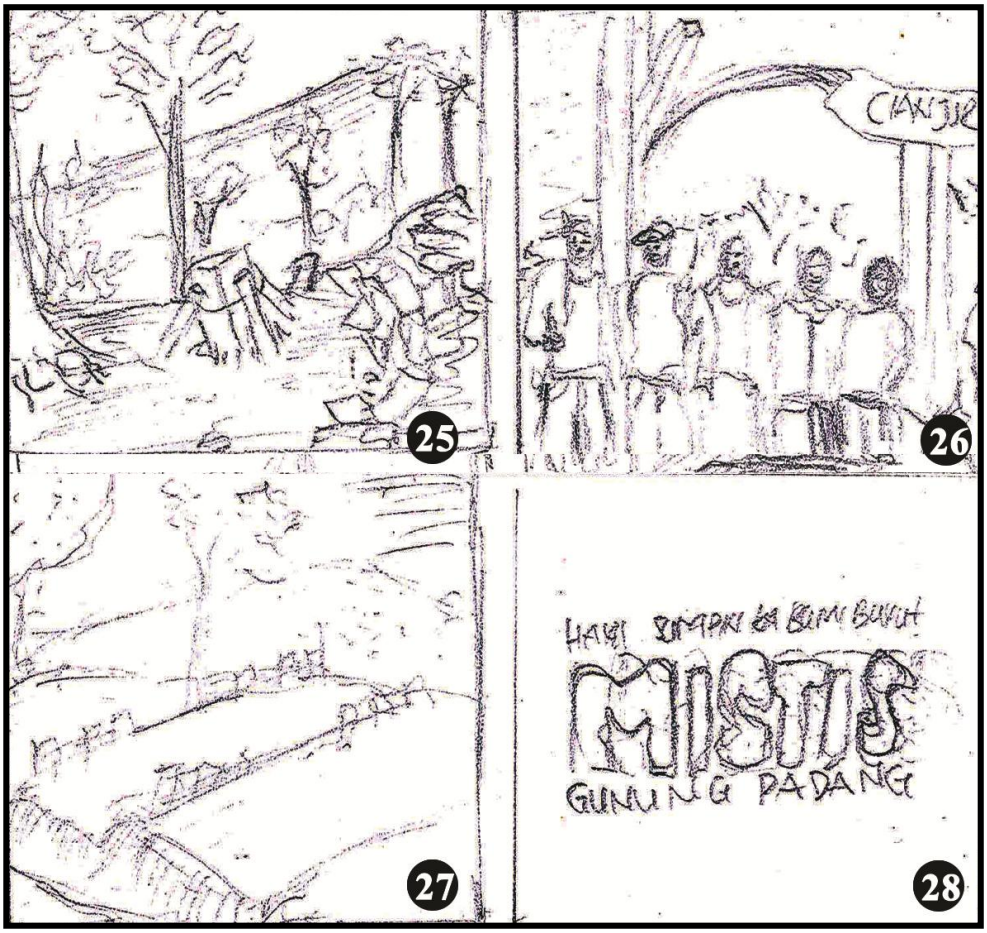
17. Terlihat lima orang dalam *frame* dengan menggunakan teknik *long shoot* dan transisi menggunakan *dip to black.*
18. Menurunkan standar dengan teknik pengambilan gambar *close up*.
19. 5 orang tersebut menggunakan motor saling mengikuti dengan mengambil gambar dengan teknik *bied eye view* pengambilan dari atas.
20. Terlihat 5 motor dari jauh saling mengikuti dengan menggunakan teknik *extreme long shoot.*



Gambar IV.8 *Storyboard* 21-24
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

21. Kamera berada dimotor paling depan yaitu menggunakan teknik *fast road effect* dengan menambahkan *slow motion* dan B berbicara dan berteriak ke temannya "*Jiga orai euy..".* A menjawab "*Heehnya".*
22. Tampilan tangga Gunung Padang dan Gunung Gede dengan pengambilan gambar dari atas situs Gunung Padang menggunakan teknik *tilting.*
23. Situs Gunung Padang dari sudut yang lainnya dengan memutar dari kanan ke kiri menggunakan transisi *dip to black.*
24. Pengambilan gambar dari sudut pandang teras 5 situs Gunung Padang.

Teknik-teknik pengambilan gambar yang digunakan rata-rata menggunakan teknik *long shoot* untuk memberikan gambaran yang jelas dalam keindahan situs Gunung Padang.



Gambar IV.9 *Storyboard* 25-28
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

25. Pengambilan gambar menggunakan teknik *crab left*..
26. 5 orang yang berada di gerbang situs Gunung Padang berbicara serentak "*Hayu Sumping ka Bumi Buyut Situs Gunung Padang*" dengan pengambilan gambar *Kneel Shoot* dan transisi menggunakan *Film Dissolve.*
27. Penutupan menggunakan teknik *Time Lapse* dengan mempercepat video dari ketinggian memperlihatkan situs Gunung Padang.

- Proses Edit Video

Dalam pembuatan video situs Gunung Padang terdapat proses yang penting yaitu melalui proses edit menggunakan *software Adobe Premier CS6,* supaya video yang ditampilkan dapat susuai keinginan.



Gambar IV.10 Proses *Editing*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

- Produksi

Video iklan promosi Gunung Padang lebih mengutamakan pada keindahan alam disekitarnya, berikut uraian dari video promosi situs Gunung Padang:



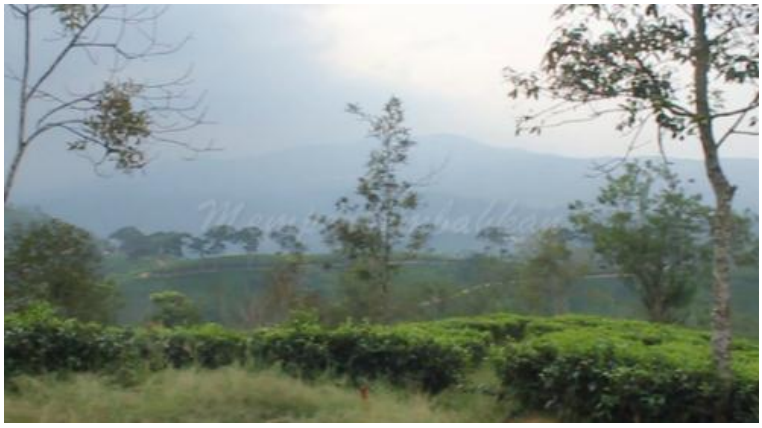
Gambar IV.11 *Scene* 1
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Dari gelap menampilkan *mandatory* dengan teknik *zoom in* dan menghilang dengan memberikan efek *film dissolve,* waktu (+/- 3 detik).



Gambar IV.12 *Scene 2*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Menampilkan keberadaan batu situs Gunung Padang dengan memutar *vertical* dari kiri ke kanan, dan muncul tulisan "mempersembahkan" dengan latar belakang situs Gunung Padang, menghilang dengan menggunakan efek *film dissolve*, waktu (+/- 4 detik).



Gambar IV.13 *Scene* 3
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pindah ke pemandangan diarea situs Gunung Padang yang memberikan kesan yang asri dan indah dengan pengambilan gambar memutar dari kiri ke kanan pindah *frame* menggunakan efek *cross dissolve*, waktu (+/- 3 detik).\



Gambar IV.14 *Scene* 4
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Muncul bola dunia yang terfokus kepada daerah Indonesia, lalu *zoom in* ke daerah Jawa Barat, setelah itu *zoom in* ke daerah Cianjur. Dari *frame* ke *frame* menggunakan efek *dip to black*, waktu (+/- 16 detik).



Gambar IV.15 *Scene* 5
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Selanjutnya menampilkan situs Gunung Padang dengan pengambilan gambar memutar dari kiri ke kanan dengan menggunakan efek transisi *film dissolve,* waktu (+/- 8 detik).



Gambar IV.16 *Scene* 6
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Lalu muncul 3 orang remaja ditempat yang berbeda yang menggunakan motor dijalan yang berkelok-kelok menggunakan teknik *follow* dan menggunakan transisi *dip to black,* waktu (+/- 1.5 detik).



Gambar IV.17 *Scene* 7
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Pemandangan disekitarnya dengan pengambilan gambar dari kiri ke kanan dan menggunakan transisi *dip to black,* waktu (+/- 8 detik).



Gambar IV.18 *Scene* 8
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Kembali menampilkan tiga orang yang menggunakan motor, dengan menempatkan dibagian kiri fokus dan bagian kanan terdapat pohon tidak fokus, pengambilan gambar ini menggunakan teknik *follow* dengan mengikuti objek. Efek transisi yang digunakan *film dissolve,* waktu (+/- 1 detik).



Gambar IV.19 *Scene* 9
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pindah *setting* latar tempat ke tempat lain, dan disana terdapat 2 remaja yang sedang terdiam dengan motor didekatnya menggunakan teknik *long shoot* supaya memperlihatkan pemandangan disekitarnya, menggunakan transisi *dip to black,* waktu (+/- 3 detik).



Gambar IV.20 *Scene* 10
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Berpindah *anggle* dengan memperlihatkan objek sudut kiri dan motor disudut kanan dengan menggunakan teknik *long shoot*, Lalu berkomunikasi:

A : *Aduh bro bokek euy teu boga duit, kur aya dua rebu.* (Sambil mengambil uang disaku celananya) menggunakan teknik pengambilan gambar *Close up*

B : *Tenang bro ceunah di Gunung Padang aya harta karun*

A : *Harta karun naon ieu teh* ?

B : *Teuing nyaeta, aya weh cenah pokok namah harta karun*

A : *Hayu atuh urang berangkat*

B : *Hayu buru atuh kemon*, waktu (+/- 18 detik).



Gambar IV.21 *Scene* 11
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Setelah akan berangkat menghampiri motor datanglah 3 orang temannya yang menggunakan motor dan berhenti di dekat A dan B menggunakan transisi *dip to black*, waktu (+/- 6 detik).



Gambar IV.22 *Scene* 12
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Menurunkan standar dengan teknik pengambilan gambar *close up*, waktu (+/- 1 detik).



Gambar IV.23 *Scene* 13
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Terlihat lima orang dalam *frame* dengan menggunakan teknik *long shoot* dan transisi menggunakan *dip to black*, waktu (+/- 2 detik).



Gambar IV.24 *Scene* 14
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Meletakan objek terlihat seperti dibawah dengan menggunakan teknik *bied eye view* supaya memperlihatkan keseluruhan dan memperlihatkan motor yang saling

mengikuti seperti ular. Dikombinasi dengan *slow motion* dan transisi *dip to black*, waktu (+/- 9 detik).



Gambar IV.25 *Scene* 15
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Meletakan objek yang muncul dari kiri dengan menggunakan teknik *low anggle* dan *extreme long Shoot* dipadukan dengan teknik *follow* yaitu mengikuti objek, waktu (+/- 6 detik).



Gambar IV.26 *Scene* 16
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Menggunakan teknik *fast road effect* dengan sudut pandang dari pengendara paling depan dan terdapat suatu ciri dari pengendara motor paling depan yaitu helm berwarna kuning untuk menunjukan bahwa diambil dari sudut pandang pengendara paling depan. Dengan menambahkan *slow motion* dan B berbicara dan berteriak ke temannya "*Jiga orai euy..*" , waktu (+/- 6 detik).



Gambar IV.27 *Scene* 17
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Penempatan objek yang muncul dari kiri ke kanan dengan *low anggle* untuk memperjelas bahwa sedang belok ke kiri, A menjawab "*Heehnya"* dipadukan dengan sudut pandang yang berbeda menggunakan teknik *low angle,* waktu (+/- 1 detik).



Gambar IV.28 *Scene* 18
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Kembali lagi menggunakan teknik *fast road effect* dan B berbicara "*alus euy jiga orai digunung padang*" (ular yang di maksud adalah mistis ular yang menjaga harta karun di situs Gunung Padang dengan si B melihat sudut pandang 5 orang yang saling mengikuti dan berkelok-kelok seperti ular) menggunakan transisi *Film dissolve,* waktu (+/- 3 detik).



Gambar IV.29 *Scene* 19
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Penempatan gunung didepan dan sekilas memperlihatkan tangga untuk memperjelas bahwa situs Gunung Padang berada diketinggian menggunakan teknik *tilting* dan transisi menggunakan *film dissolve,* waktu (+/- 3 detik).



Gambar IV.30 *Scene* 20
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pengambilan gambar dari ketinggian menggunakan teknik *bied eye view* dengan berhenti disebagian tampilan situs Gunung dengan menempatkan pohon disudut kiri, pengambilan gambar situs Gunung Padang tidak seluruhnya diambil karena supaya tidak bosan. Menggunakan transisi *film dissolve,* waktu (+/- 4 detik).



Gambar IV.31 *Scene* 21
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pengambilan gambar dengan menempatkan sudut pandang dibagian teras paling atas sisi kiri supaya bisa mengambil gambar sisi kanan dengan *crab left* atau pergerakan dari kiri ke kanan menggunakan transisi *dip to black*, waktu (+/- 8 detik).



Gambar IV.32 *Scene* 22
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pengambilan gambar dengan menempatkan objek batu gendong bagian tengah lalu *crab left* bergeser dari kiri ke kanan, waktu (+/- 8 detik).



Gambar IV.33 *Scene* 24
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Peletakan objek dari sudut kiri dan terdapat *space* sisi kanan, supaya memperlihatkan tempat berada di situs Gunung Padang Cianjur. 5 orang yang berada di gerbang situs Gunung Padang berbicara serentak "*Hayu sumping ka bumi buyut situs Gunung Padang*" dengan pengambilan gambar *kneel shoot* dan transisi menggunakan *film dissolve*, waktu (+/- 5 detik).



Gambar IV.34 *Scene* 25
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Penempatan *tagline* besar dan berada ditengah supaya *audience* membacanya lebih jelas.

VI.3 Media Pendukung

Strategi media pendukung tujuannya untuk mendukung media utama yang dirancang, supaya penyampaian promosi berjalan dengan baik. Berikut media pendukung dari media utama:



Gambar IV.35 Topi
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Media topi merupakan media pendukung yang cocok untuk tempat wisata seperti situs Gunung Padang, dikarenakan lokasinya yang berada diatas, dengan corak topi berwarna hitam putih yang memberikan visualisasi *tagline* dan mistis yang menonjol supaya yang melihatnya teringat kembali dan terlihat desain yang *simple* musim sekarang dengan ukuran 6cm X 6cm teknik cetak *polyflex*, menggunakan bahan kain *raffel*. Terdapat tulisan *tagline* belakang topi untuk memperkuat media utama yaitu "*Hayu sumping ka bumi buyut*" dengan teknik bordir.



Gambar IV.36 Pin
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Pin menjadi *merchandise* yang diberikan kepada masyarakat dengan gratis dan sekaligus menjadikan pin tersebut suatu bentuk promosi supaya situs Gunung

Padang lebih ramai lagi. Pin tersebut mempunyai diameter 6.5cm X 6.5cm dengan bahan kertas *art paper* yang dilapisi pelastik diluarnya (laminasi *glossy*).



Gambar IV.37 kaos tampak depan dan belakang
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Kaos merupakan *merchandise* dari media utama, mendukung media utama untuk promosi, dengan tampilan visual pemeran dalam iklan promosi, juga terdapat *tagline* untuk memperkuat pesan, ukuran visual dan *tagline* yaitu 1212 px X 1747 px, belakang terdapat *mandatory* dengan ukuran 590 px X 227 px. Menggunakan bahan kain *cotton combed 30s* dengan teknik cetak DTG dan menggunakan baju warna hitam karena supaya terasa kesan mistisnya.



Gambar IV.38 *Sticker*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Sticker media *merchandise* umumnya digunakan bagian belakang kendaraan, kaca rumah, laptop dan yang lainnya. Tujuan supaya promosi bisa lebih luas lagi. *Sticker* ini menggunakan kertas *sticker pinil obset sparasi* dengan ukuran 649 px X 298 px.



Gambar IV.39 *Tote bag*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Menggunakan kain putih *spunbond* dan mempunyai ukuran desain 1423 px X 664 px untuk desain atas, untuk desain bawah mempunyai ukuran 590 px X 227 px.



Gambar IV.40 Gantungan Kunci
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

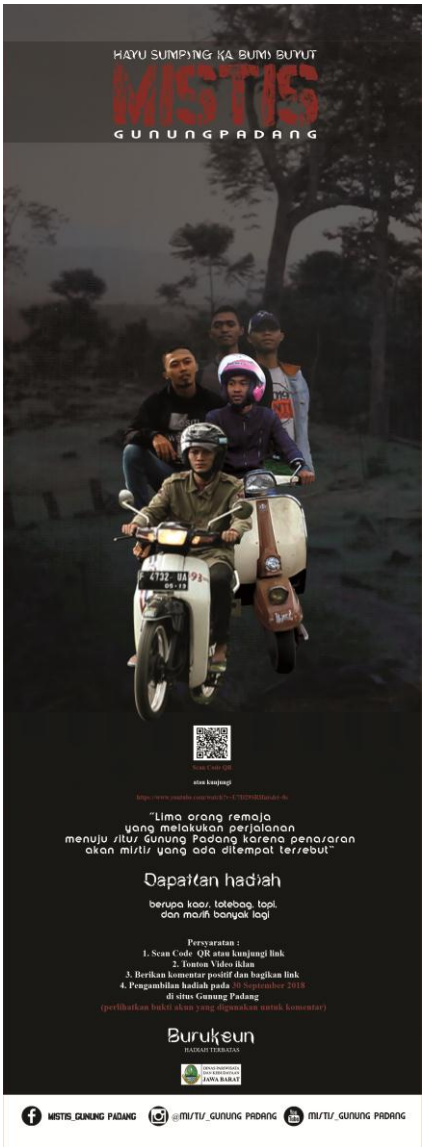
Menggunakan bahan *acrillyc* dengan ukuran 529 px X 517 px. Untuk memperkuat media utama dan promosi lebih luas lagi jika dipakai *audience* kemana-mana.



Gambar IV.41 Poster
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Dalam poster terdapat elemen-elemennya yaitu *tagline*, dan ajakan untuk menonton video iklan yang di distribusikan di *Youtube* dengan imbalan hadiah. Terdapat

pemeran dari video iklan yang menjadi media utama untuk memberikan gambaran dari video iklan dan dilengkapi uraian cerita singkat dari video tersebut. *Barcode* dibagian sisi kiri yang memudahkan mengunjungi *link*. Latar *background* yang digunakan yaitu memberikan kesan indah tetapi terasa mistis, dengan menggunakan tampilan JPG situs Gunung Padang sebagai *background* menggunakan warna yang sedikit gelap dibagian sekelilingnya supaya memunculkan kesan mistis. Poster dicetak diukuran A3 dengan bahan *art paper* tebal laminasi *doff* supaya lebih muncul kesan mistisnya.



Gambar IV.42 *X-Banner*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Komponen dalam *X-Banner* sama dengan poster, akan tetapi ada beberapa yang berbeda seperti *layout* untuk berada dibagian tengah termasuk pemeran dalam video

iklan yang disimpan dibagian tengah agar menjadi visual yang dilihat paling awal oleh *audience*, *X-Banner* dicetak menggunakan bahan *Germany* dengan ukuran 160 cm X 60 cm.



Gambar IV.43 Poster Digital
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Poster digital mempunyai ukuran A4 untuk didistribusikan melalui media sosial yaitu *Facebook* dan *Instagram* untuk mempromosikan video yang menjadi media utama, poster digital menampilkan beberapa gambar hadiah yang diberikan dan dalam poster digital tidak menampilkan *barcode* karena *link* sudah disediakan di media sosial, untuk mengunjungi *link* tersebut dengan klik *link* yang berada diatas. Proses perancangan poster digital dibantu menggunakan *Adobe Illustrator CS6* dan *Adobe Photoshop CS6.*