BAB IV Media dan Teknis Produksi

IV.1 Media Utama

Iklan *Display* merupakan sebuah iklan produk atau jasa dengan menggunakan gambar yang bisa menarik perhatian dari khalayak sasaran dimana mengandung pesan dan bisa di baca serta di mengerti oleh khalayak sasaran (Alma Buchari, 2004, h.189).

Iklan *Display* yang digunakan sebagai media utama yaitu poster dimana poster merupakan lembaran plakat yang berfungsi untuk menyampaikan informasi dan dipasang di tempat-tempat umum atau tempat yang bisa dibaca oleh umum. Bahasa yang digunakan untuk membuat poster harus singkat, padat, menarik, dan persuasif karena bersifat mengajak dan membuat pembaca merasa penasaran.

IV.1.1 Teknis Produksi Media Utama

a. Pra Produksi

Dalam masa pra produksi yaitu pendalam konsep dari iklan yang akan dibuat dimana dibagi menjadi 4 iklan diantaranya :

1. *Attention*

Konsep dalam iklan yang termasuk dalam media *attention* yaitu 1 iklan dengan konsep anak yang memakai ban renang serta handuk dan hendak siap bermain, dan *headline* yang digunakan yaitu “Gak Sabar Mau Main Ombak” sebagai media dalam *attention*, *headline* itu mewakili main ombak dimana anak itu ketika membawa ban pelampung renang beserta memakai handuk.

2. *Interest*

Konsep dalam iklan yang termasuk dalam media *interest* yaitu ada 3 iklan dimana konsepnya adalah sebagai berikut :

- **Iklan *Interest* 1**

  Konsep dalam iklan *interest* yang pertama adalah seorang anak yang sedang belajar di meja belajar dengan selain ditemani alat belajar juga ada ban renang dan *bodyboard* sebagai alat pendukung dalam konsep yang akan dibuat, dan *headline* yang akan digunakan adalah “Gak Sabar Main Air” memberikan kesan anak itu sudah tidak sabar ingin bermain air ketika sedang belajar.

- **Iklan *Interest* 2**

  Konsep dalam iklan *interest* yang kedua hanya menggunakan peralatan renang ban pelampung dan *bodybooard* saja yang mana digantung dan tidak tersentuh menunggu untuk dimainkan maka menggunakan *headline* "Saatnya Main !!" dan siap dipakai kapan saja dibutuhkan sehingga digantung di gantungan.

- **Iklan *Interest* 3**

  Konsep dalam iklan *interest* yang ketiga yaitu menggunakan model laki-laki dan perempun yang menggunakan pakaian bunga-bunga yang sangat berkaitan dengan pantai beserta seorang anak yang hendak pergi liburan ke pantai dengan tujuan ingin menikmati deburan ombak pantai namun setelah pergi ke pantai hasilnya tidak sesuai dengan ekspektasi dimana bibir pantai dipenuhi batu karang dan tidak bisa menikmati deburan ombaknya secara langsung hanya bisa melihatnya, untuk *headline* yang digunakan dalam konsep ini yaitu "Nikmati Yang Lain Saja" maka kata kunci dari konsep ini kenapa harus jauh pergi ke pantai yang tidak tentu bisa menikmati deburan ombaknya, maka tidak perlu jauh jika ingin menikmati deburan ombak cukup datang saja ke Taman Air Sabda Alam yang mana telah membuka wahana baru kolam ombak yang bisa dinikmati yang berada di Kota Garut dengan jangkauan harga untuk kalangan menengah ke bawah.

Dari semua konsep diatas dalam perancangan iklan nantinya digunakan elemen visual ombak dibawah iklan disertai dengan *mandatory* logo Taman Air Sabda Alam dan juga logo Kolam Ombak dari Taman Air Sabda Alam disertai *Tagline* dari semua perancangan yaitu "Beriak Bikin Ceria" di dalam logo Kolam Ombak tersebut.

b. Produksi

Dalam masa produksi untuk mendukung proses pengambilan gambar, alat yang digunakan berupa kamera, *tripod*, dan *flash External*. Pengambilan gambar dilakukan dengan menggunakan model untuk visual utama dalam poster, berikut alat-alat yang digunakan beserta alasannya kenapa memakai alat tersbut :

1. Canon EOS 60D



Gambar IV.1. Kamera Canon EOS 60D
Sumber : https://www.usa.canon.com

(Diakses Pada 02/08/2018)

Alasan mengapa memakai kamera Canon EOS 60D seperti pada Gambar IV.1 karena memiliki fokus yang tajam memudahkan juga ketika memakai autofokus, selain itu karena kamera ini memiliki fitur LCD dengan resolusi kamera 18 MP (*megapixel).*

2. *Tripod*



Gambar IV.2. *Tripod* Excell EX 383
Sumber : https://www.plazakamera.com
(Diakses Pada 02/08/2018)

Alasan kenapa memakai *tripod* excel ex 383 seperti pada Gambar IV.2 karena memiliki keunggulan kakinya yang memiliki 2 *section* atau bisa dibuka tutup untuk mengatur ketinggian dari *tripod* memiliki kuncian dan bisa diposisikan *vertical* saat ingin mengambil gambar potret.

3. *Flash External*



Gambar IV.3. Cannon Speedlite 580EX II
Sumber : https://www.the-digital-picture.com
(Diakses Pada 02/08/2018)

Alasan kenapa memakai *flash external* Cannon *Speedlite* 580EX II seperti pada Gambar IV.3 karena membantu memantulkan cahaya ketika melakukan aktifitas fotografi dengan memakai *trigger* pada saat kamera mulai memotret agar kualitas gambar dalam ruangan lebih bagus hasilnya.

Dalam proses produksi pengambilan gambar menggunakan set tempat di dalam ruangan dan diluar ruangan, untuk set di dalam ruangan untuk pengambilan gambar dengan set di dalam kamar dengan meja belajar dan pengambilan gambar untuk aksesoris atau alat untuk berenang seperti ban dan *bodyboard.* Kemudian set diluar ruangan untuk pengambilan gambar keluarga yang berlibur.



Gambar IV.4. Set Meja Belajar
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Set di meja belajar didalam kamar seperti pada Gambar IV.4 ini dilakukan untuk mengambil gambar dengan konsep anak yang sedang belajar belajar namun ditemani dengan perlengkapan berenang seperti ban renang dan *bodyboard*.



Gambar IV.5. Gambar untuk *Interest* 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam konsep foto pada Gambar IV.5 ini anak sedang belajar di meja belajar dengan dilengkapi perlengkapan berenang yang menggambarkan seolah tidak sabar ingin bermain air menggunakan perlengkapan yang ada disana.



Gambar IV.6. Gambar untuk *Attention* 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam konsep foto pada Gambar IV.6 ini anak menggunakan ban renang serta handuk dengan konsep sama anak yang sudah tidak sabar ingin bermain air.



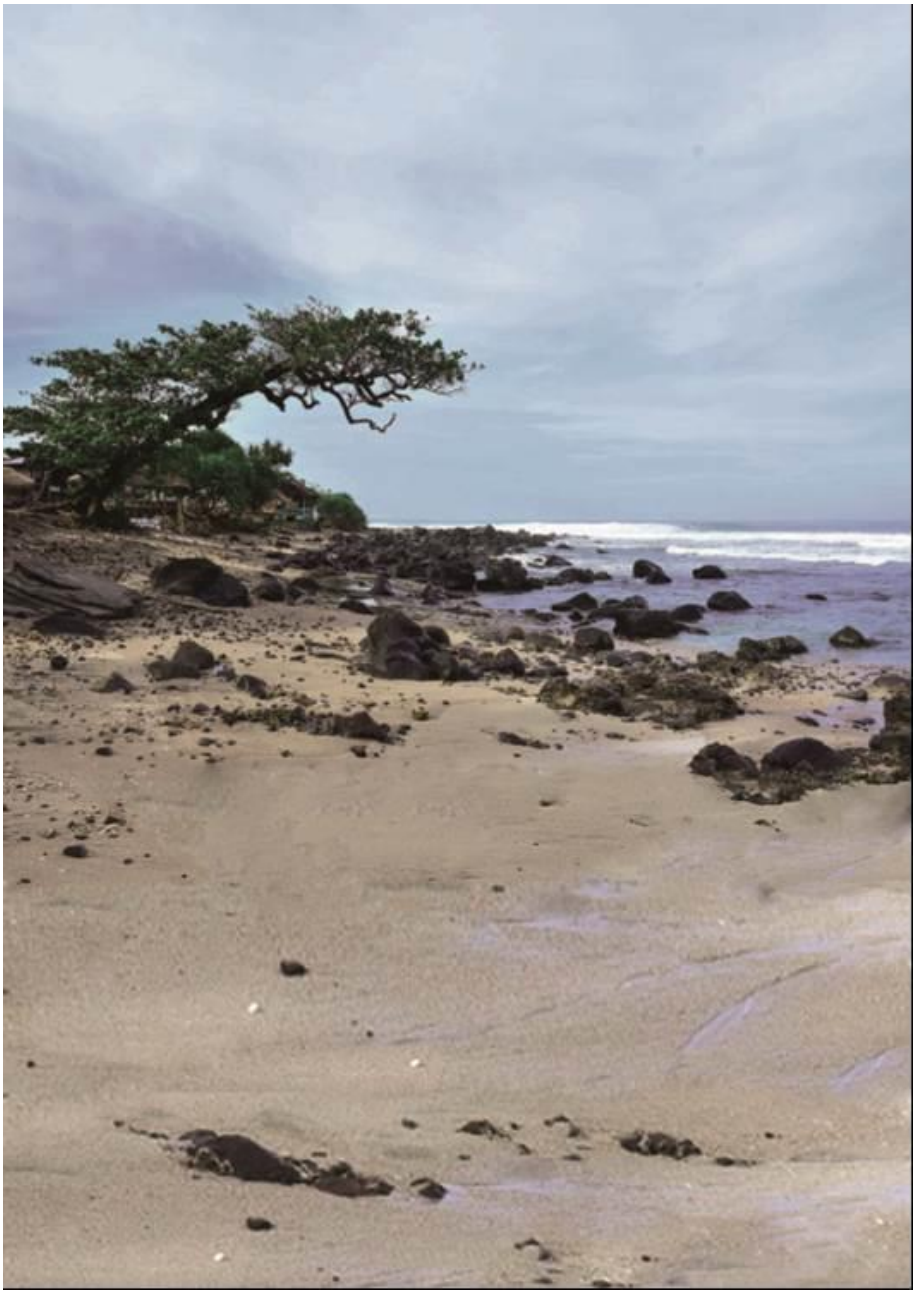
Gambar IV.7. Gambar untuk *Interest* 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam konsep foto pada Gambar IV.7 ini anak menggunakan menggunakan perlengkapan berenang yaitu ban renang dan *bodyboard.* Dengan kondisi dugantung dan tidak tersentuh memberikan kesan ingin dipakai untuk bermain air.



Gambar IV.8. Gambar untuk *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam konsep foto pada Gambar IV.8 ini menggunakan teknik *digital imaging* dan gambar disini menggunakan model laki-laki dan perempun beserta seorang anak yang hendak pergi liburan ke pantai dengan tujuan ingin menikmati deburan ombak pantai namun setelah pergi ke pantai hasilnya tidak sesuai dengan ekspektasi dimana bibir pantai dipenuhi batu karang dan tidak bisa menikmati deburan ombaknya secara langsung hanya bisa melihatnya, maka kata kunci dari konsep ini kenapa harus jauh pergi ke pantai yang tidak tentu bisa menikmati deburan ombaknya, maka tidak perlu jauh jika ingin menikmati deburan ombak cukup datang saja ke Taman Air Sabda Alam yang mana telah membuka wahana baru kolam ombak yang bisa dinikmati yang berada di Kota Garut dengan jangkauan harga untuk kalangan menengah ke bawah.



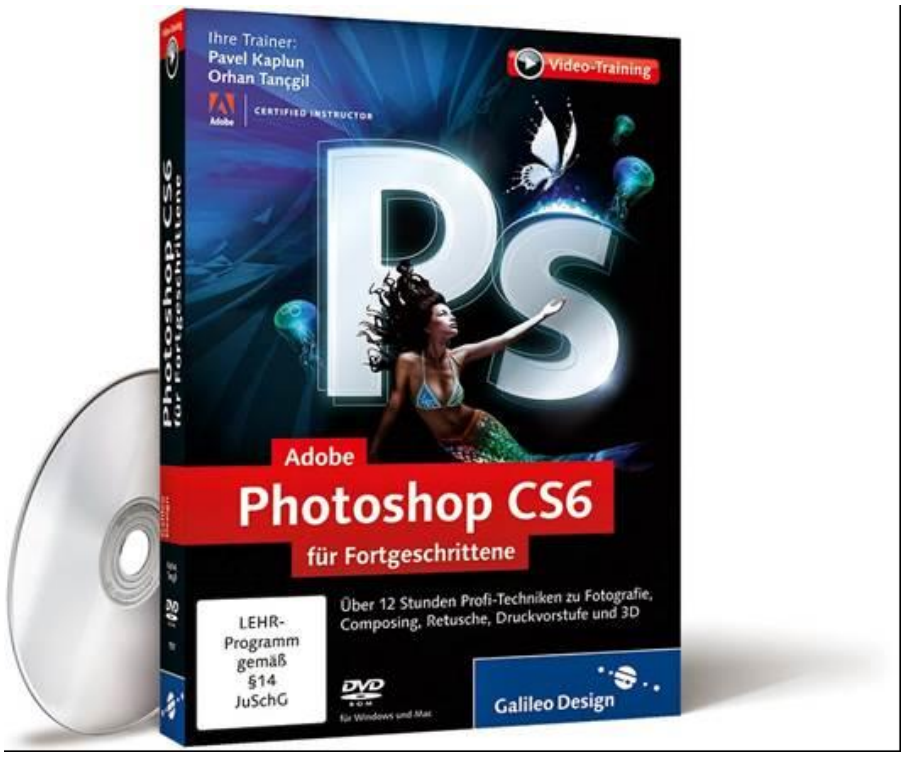
Gambar IV.9. Gambar *Background* untuk *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Pada Gambar IV.9 ini menjadi *background* dari konsep pada foto sebelumnya di Gambar IV.8 menggunakan teknik *digital imaging.* Karena kondisi tidak bisa memotret secara langsung di pantai dengan membawa anak kecilnya dan posisi pantai di Rancabuaya, Kab.Garut. Maka dilakukannya teknik *digital imaging* pada konsep ini.

c. Pasca Produksi

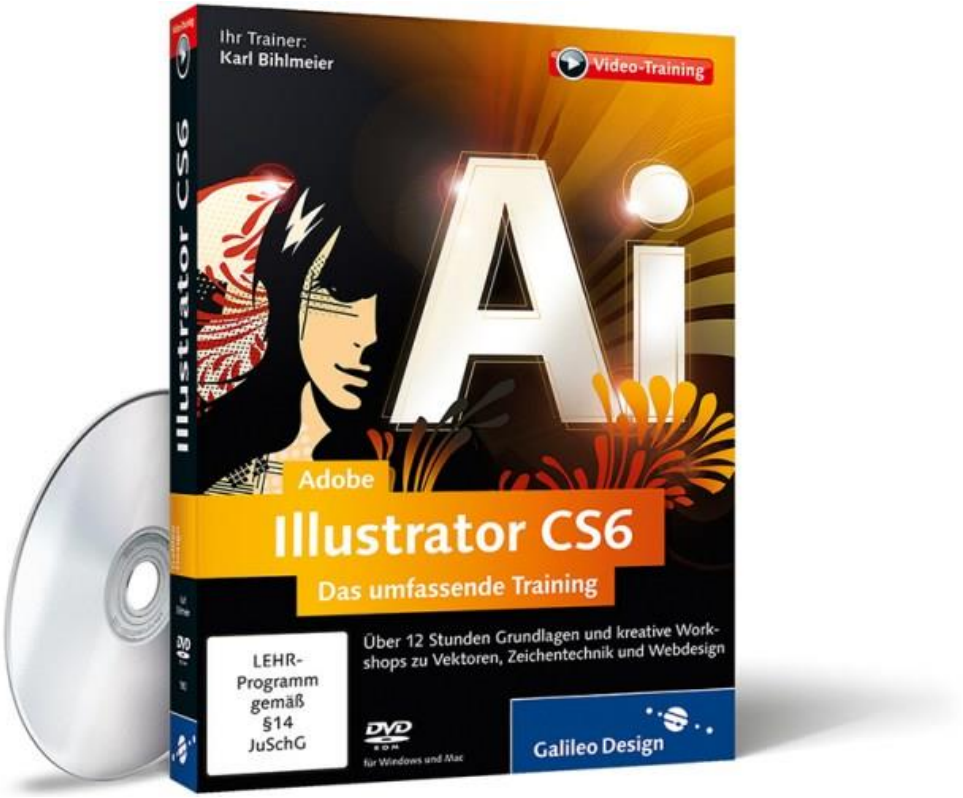
Teknis Produksi yang digunakan dalam perancangan menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop CS6 dan perangkat lunak Adobe Illustrator CS6 dimana mempunyai peranan masing-masing yang membatu proses produksi. berikut adalah perangkat lunak pendukung dalam proses produksi :

1. Adobe Photoshop CS6



Gambar IV.10. Adobe Photoshop CS6
Sumber : https://mirzahaji.blogspot.com/2018/04/adobe-photoshop-cs6-full-registered.html
(Diakses Pada 29/07/2018)

Perangkat lunak Adobe Photoshop CS6 seperti pada Gambar IV.10 digunakan untuk mengatur pengeditan kecerahan dan warna dari foto, selain itu juga membantu proses *digital imaging* dimana menggabungkan foto menjadi satu bagian.



Gambar IV.11. Adobe Illustrator CS6
Sumber : https://www.moreontech.in/adobe-illustrator-cs6-v16-0-3-free-download/
(Diakses Pada 29/07/2018)

Perangkat lunak Adobe Illustrator CS6 seperti pada Gambar IV.11 digunakan untuk membuat elemen visual ombak beserta pembuatan visual dari *headline* yang digunakan untuk kemudian dimasukan kedalam iklan sesuai konsepnya dan yang terakhir untuk penambahan *mandatory* beserta *tagline* kedalam iklan sehingga terciptanya poster iklan secara keseluruhan

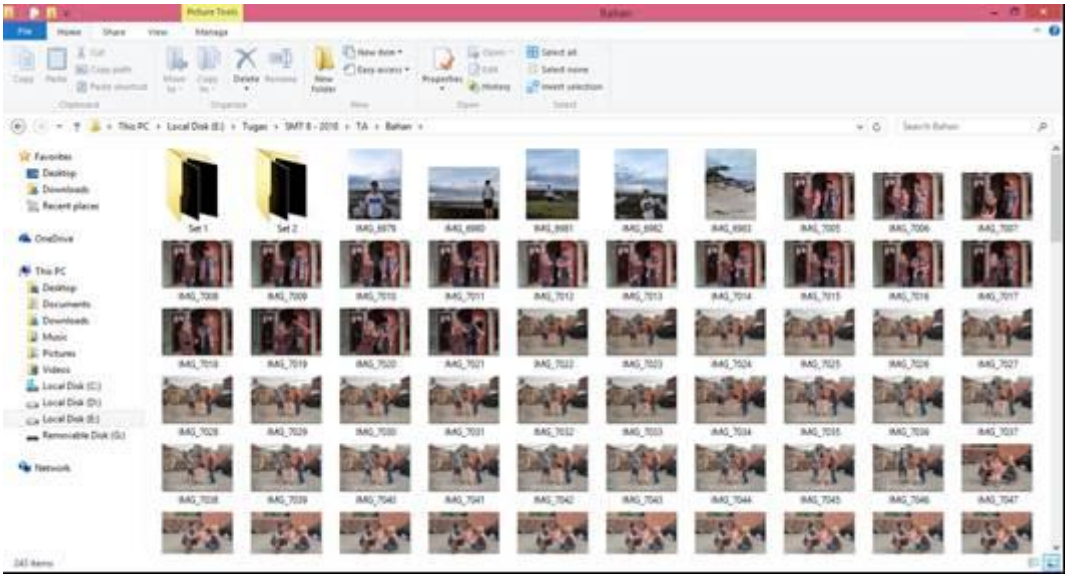
Proses parca produksi *editing* dimulai dari membuka perangkat luna Adobe Photoshop CS6 untuk mengedit hasil gambar yang diambil pada masa produksi, prosesnya sebagai berikut :



Gambar IV.12. Membuka Perangkat Lunak Adobe Photoshop CS6
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)



Gambar IV.13. Membuka Perangkat Lunak Adobe Illustrator CS6
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)



Gambar IV.14. Membuka *File* Bahan Foto
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Langkah selanjutnya adalah proses memilih *file* yang akan di *edit* dalam *file exploler* seperti pada Gambar IV.14.



Gambar IV.15. Seleksi Gambar *Attention*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses pada Gambar IV.15 dilakukannya proses seleksi gambar memisahkan dari *background* menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop CS6.



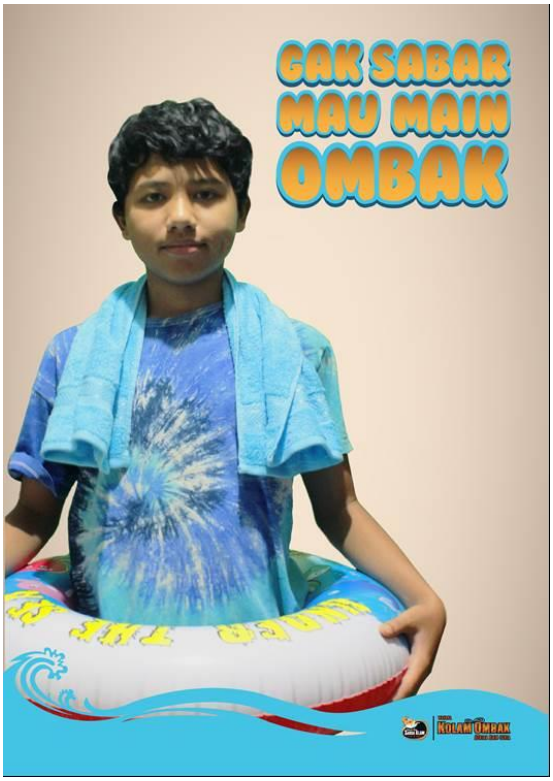
Gambar IV.16. Hasil Seleksi Gambar *Attention*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.16 adalah hasil seleksi dan hasil edit dengan mengatur *Brightness and Contrast, Level, Curve, Exposure, Hue/Saturation,* dan *Color Balance*.

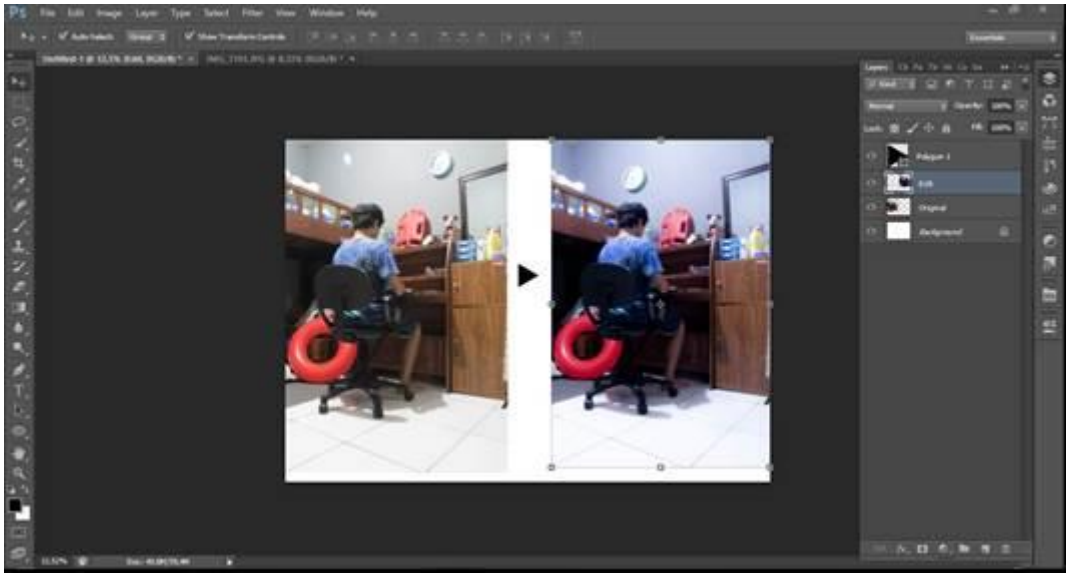


Gambar IV.17. *Editing* Akhir Gambar *Attention*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.17 adalah proses edit dalam perangkat lunak Adobe Illustrator CS6 dengan menambahkan *background, headline, mandatory* dan elemen visual sebagai visualisasi akhir.

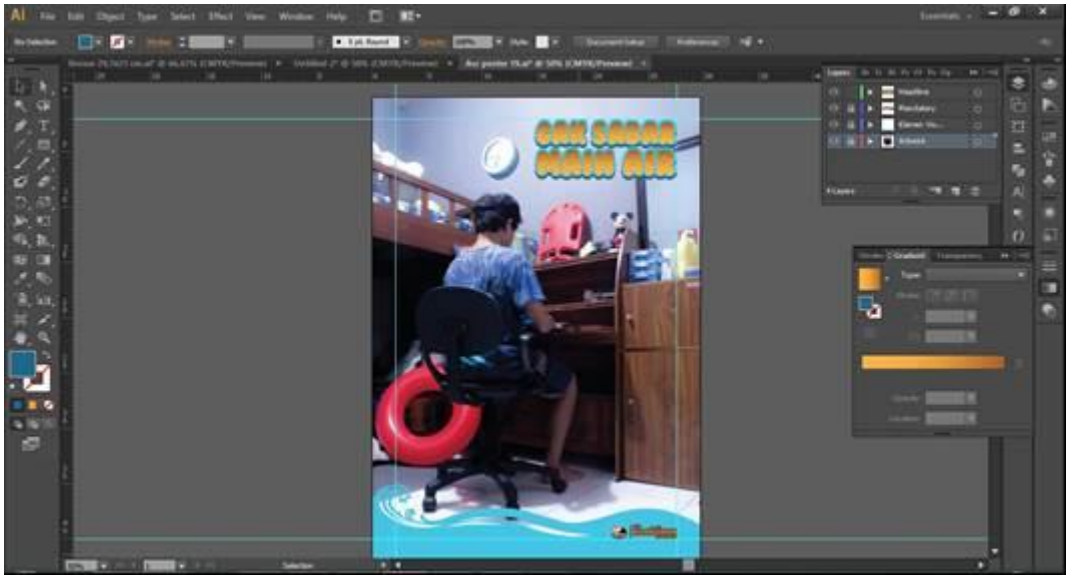


Gambar IV.18. Hasil Akhir Gambar *Attention*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)



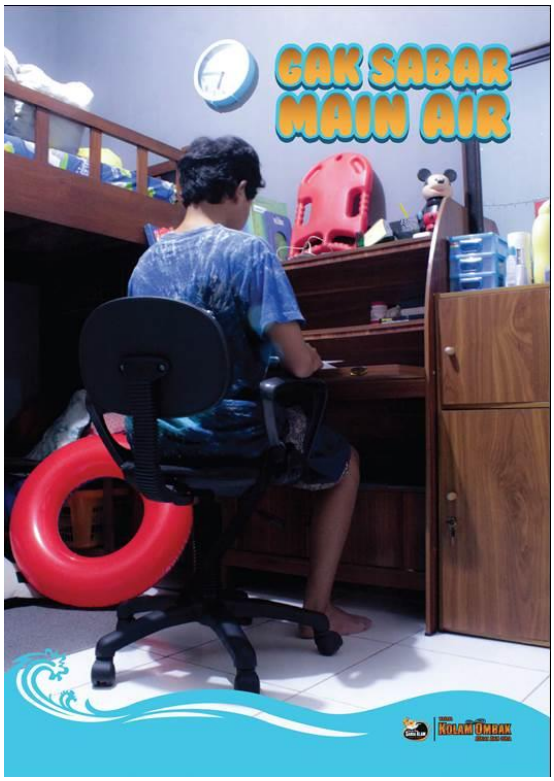
Gambar IV.19. Proses *editing* Gambar *Interest* 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Proses *editing* foto seperti pada Gambar IV.19 dilakukan pada perangkat lunak Adobe Photoshop CS6 dengan mengatur *Brightness and Contrast, Level, Curve, Exposure, Hue/Saturation,* dan *Color Balance*.

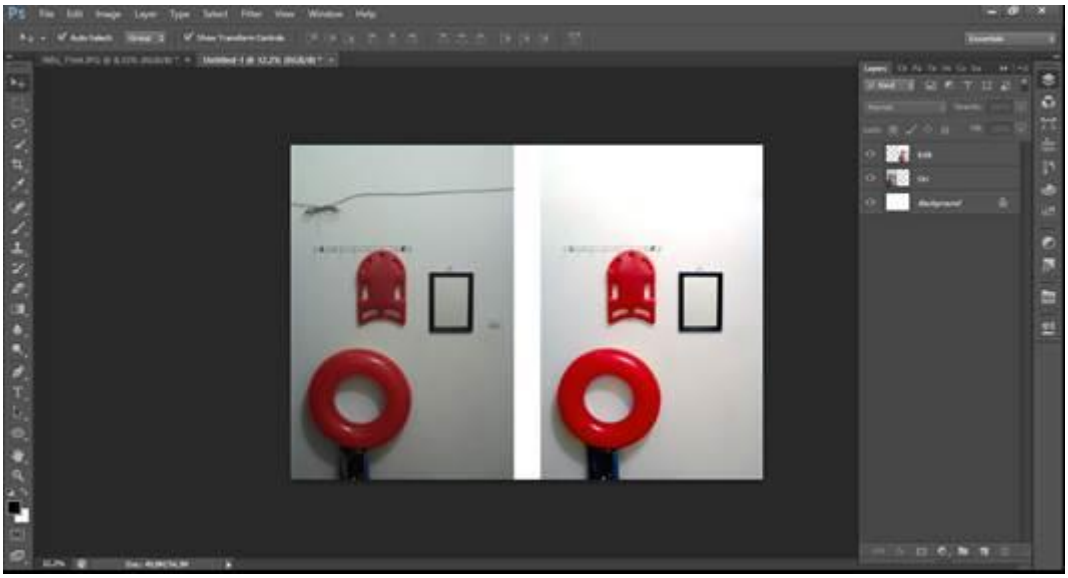


Gambar IV.20. *Editing* Akhir Gambar *Interest* 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.20 adalah proses edit dalam perangkat lunak Adobe Illustrator CS6 dengan menambahkan *headline*, *mandatory* dan elemen visual sebagai visualisasi akhir.

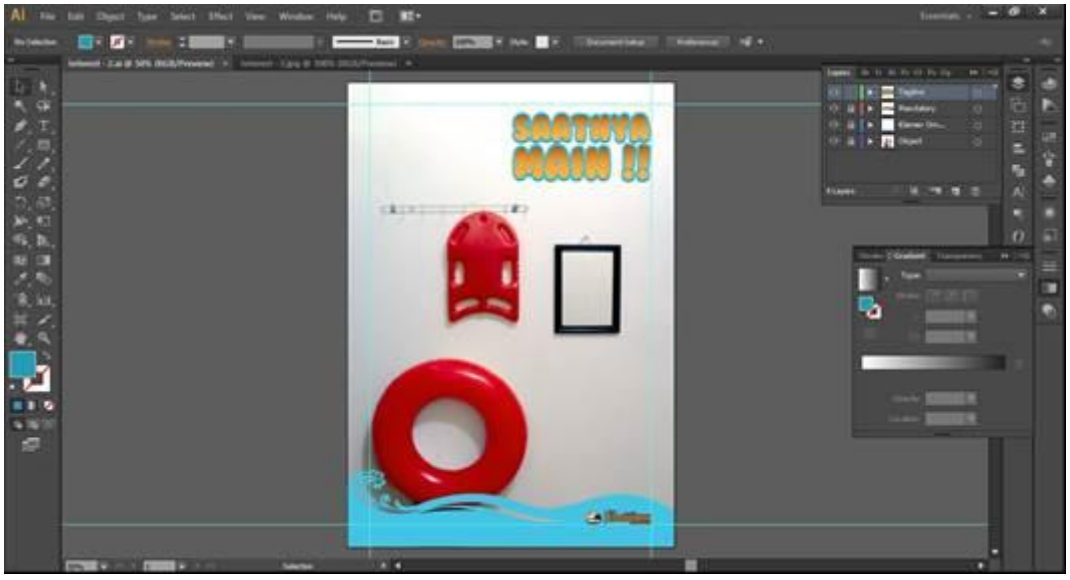


Gambar IV.21. Hasil Akhir Gambar *Interest* 1
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)



Gambar IV.22. Proses *editing* Gambar *Interest* 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Proses *editing* foto seperti pada Gambar IV.22 dilakukan pada perangkat lunak Adobe Photoshop CS6 dengan membalik gambar asli dan mengatur *Brightness and Contrast, Level, Curve, Exposure, Hue/Saturation,* dan *Color Balance*.

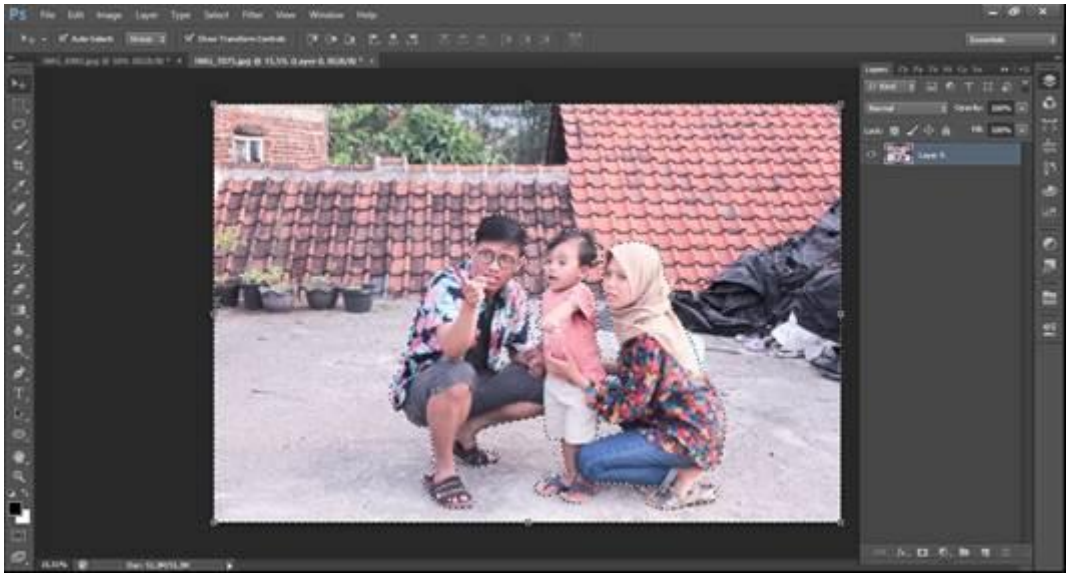


Gambar IV.23. *Editing* Akhir Gambar *Interest* 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.23 adalah proses edit dalam perangkat lunak Adobe Illustrator CS6 dengan menambahkan *headline, mandatory* dan elemen visual sebagai visualisasi akhir.



Gambar IV.24. Hasil Akhir Gambar *Interest* 2
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)



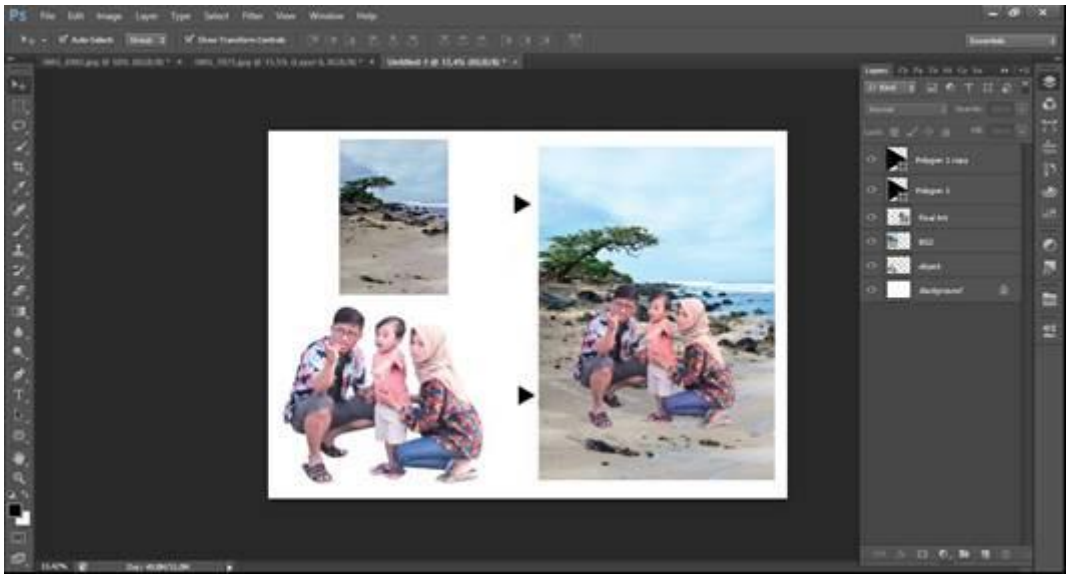
Gambar IV.25. Seleksi Gambar *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses pada Gambar IV.25 dilakukannya proses seleksi gambar memisahkan dari *background* menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop CS6.



Gambar IV.26. Hasil Seleksi Gambar *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.26 adalah hasil seleksi dan hasil edit dengan mengatur *Brightness and Contrast, Level, Curve, Exposure, Hue/Saturation,* dan *Color Balance*.



Gambar IV.27. Proses *Digital Imaging* Gambar *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.27 adalah proses penyatuan gambar yang sudah di seleksi digabungkan dengan *background* yang digunakan sebagai konsep dari iklan *interest* 3.



Gambar IV.28. *Editing* Akhir Gambar *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Dalam proses seperti pada Gambar IV.28 adalah proses edit dalam perangkat lunak Adobe Illustrator CS6 dengan menambahkan *headline*, *mandatory* dan elemen visual sebagai visualisasi akhir.



Gambar IV.29. Hasil Akhir Gambar *Interest* 3
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Hasil akhir dari perancangan media utama iklan *display* dalam bentuk poster yang sudah melalui proses *editing* dan *finishing* dicetak dengan format sebagai berikut :

Material	:	Kertas *Artpaper* 210 gsm (*gram per square meter*)
Ukuran	:	42 cm x 29,7 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	*Digital Printing*



Gambar IV.30. Hasil Cetak
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Semua iklan *display* yang sudah dicetak seperti pada Gambar IV.30 berupa hasil akhir dengan menggunakan media *infraboard* sebagai papan tempelnya.

IV.2 Media Pendukung

IV.2.1 Brosur

Pemilihan brosur sebagai media pendukung alasannya adalah untuk memuat informasi yang lebih banyak tentang Taman Air Sabda Alam berupa fasilitas unggulan yang menjadi kekuatan serta informasi mengenai pembukaan wahana baru Kolam Ombak yang menjadi fokus utama dalam perancangan promosi dari Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.31. Brosur
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Material	:	Kertas *Artpaper* 110 gsm (*gram per square meter*)
Ukuran	:	29,7 cm x 21 cm - *Trifold* dilipat 3
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	Cetak *Offset*

IV.2.2 *Flyer*

Pemilihan *flyer* sebagai media pendukung alasannya adalah untuk memuat informasi tentang Taman Air Sabda Alam seperti brosur namun lebih diringkas dalam hal harga, jam buka, kontak dan wahana baru Kolam Ombak yang menjadi fokus utama dalam perancangan promosi dari Taman Air Sabda Alam.



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

Material	:	Kertas *Artpaper* 110 gsm (*gram per square meter*)
Ukuran	:	21 cm x 14,8 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	Cetak *Offset*

IV.2.3 *X-Banner*

Pelimihan media *X-Banner* sebagai pendukung alasannya karena media ini sangat mudah untuk dibawa kemana saja karena bisa dilipat dan dirangkai kembali, untuk penempatan media ini sangat fleksibel bisa disimpan dimana saja baik itu didalam ruangan atau diluar ruangan. Distribusinya diperkantoran dan juga sekolah karena menyesuaikan dengan khalayak sasaran sekunder dan primer dari perancangan promosi Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.33. *X-Banner*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Material	:	Flexi Jerman
Ukuran	:	60 cm x 120 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	*Digital Printing*

IV.2.4 *Banner*

Banner merupakan media yang digunakan sebagai pendukung promosi yang berisi slogan, visual dan penempatannya di ruas jalan, diatas pintu masuk sebuah kawasan. Alasan pemilihan media *Banner* sebagai media pendukung karena penempatannya diluar ruang sehingga bisa dilihat banyak orang dan menimbulkan rasa penasaran ingin mencari tahu TASA.



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

Material	:	Flexi Jerman
Ukuran	:	60 cm x 120 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	*Digital Printing*

IV.2.5 *Video*

Pemilihan media *video* sebagai media pendukung dalam perancangan promosi TASA ini alasannya karena *video* dapat menampilkan emosi, ekspresi dan juga sensasi melalui *visual* dan *audio.* Distribusi media pendukung *video* ini berdurasi dibawah 1 menit karena penempatannya di media sosial *youtube, instagram* dan *instastory.*

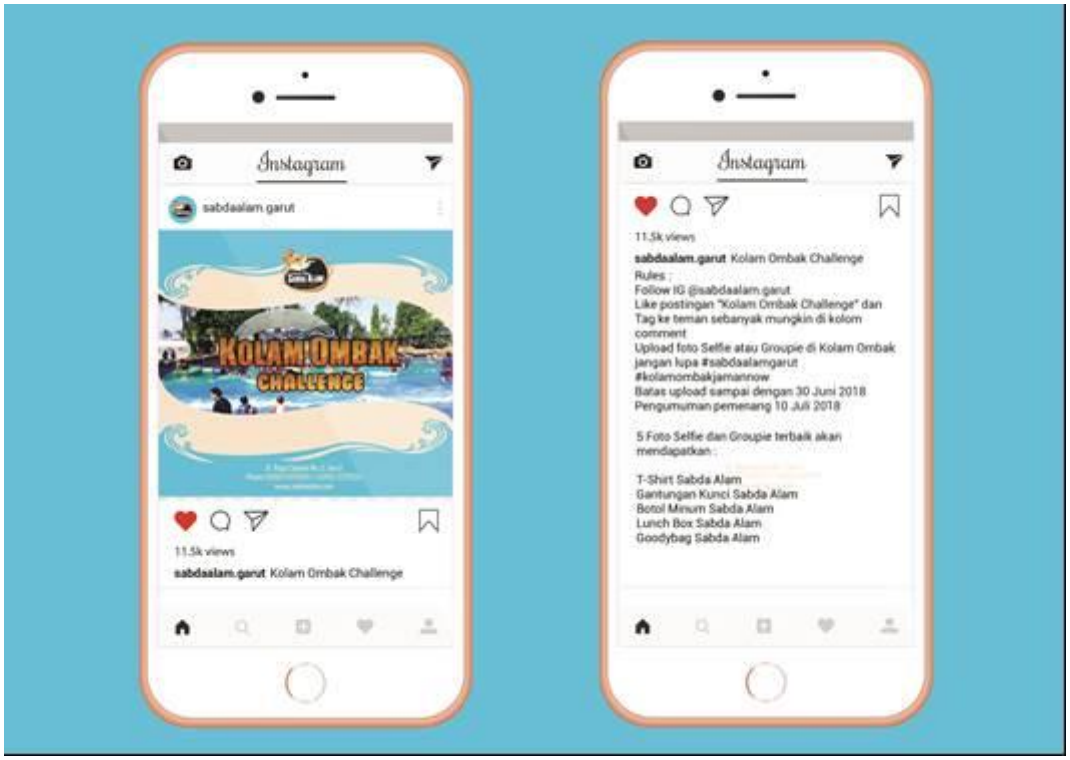


Gambar IV.35. *Scene Video*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Quality	:	Best
Frame rate	:	29,97
Aspect	:	Square pixels (1.0)
Tv Standard	:	NTSC
Dimensions	:	1.920 x 1.080
Audio rate	:	48kH

IV.2.6 Media Sosial

Sosial media seperti pada Gambar IV.36 adalah media yang digunakan sebagai *event* atau lomba yang diadakan untuk menarik minat dengan adanya wahana baru dan pemenang lomba bisa mendapatkan *merchandise.*



Gambar IV.36. Media Sosial
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Material	:	Kertas *Artpaper* 210 gsm (*gram per square meter*)
Ukuran	:	29,7 cm x 21 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	*Digital Printing*

IV.2.7 *Website*

Website sebagai media yang bisa diakses oleh siapa saja menampilkan wahana baru kolam ombak dalam bagian *header website* seperti pada Gambar IV.37 agar calon pengunjung bisa lebih mendapat informasi mengenai wahana baru yang ditawarkan oleh Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.37. *Website*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Material	:	Kertas *Artpaper* 210 gsm (*gram per square meter*)
Ukuran	:	29,7 cm x 21 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	*Digital Printing*

IV.2.8 Tiket

Media pendukung tiket dibuat alasannya untuk memberikan desain baru seperti pada Gambar IV.38 dengan menambahkan elemen visual ombak sebagai hal yang bisa menarik perhatian dengan dibukanya wahana kolam ombak serta sebagai media dimana bisa mendapatkan salah satu media *merchandise* berupa stiker ketika mengunjungi Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.38. Tiket
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Material	:	Kertas *Artpaper* 110 gsm (*gram per square meter*)
Ukuran	:	14,85 cm x 6,99 cm
Resolusi	:	*High* (300 ppi)
Warna	:	CMYK
Teknis	:	Cetak *Offset*

IV.3 Media *Gimmick*

IV.3.1 Botol Minum Plastik

Botol minum plastik merupakan botol minum yang mudah dibawa kemana saja. Alasan pemilihan media ini sebagai media pendukung karena fungsi dari *tumbler* untuk minum pada saat pengunjung kehausan, dan digunakan sebagai *souvenir* untuk dijual, dan juga bisa dipakai sebagai hadiah dalam *event-event* atau bazar yang diadakan atau diikuti oleh Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.39. Botol Minum Plastik
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Ukuran	:	Tinggi : 21cm
		Diameter atas : 4cm
		Diameter bawah : 6,5cm
		Liter : 0.5 ltr
Material	:	Plastik
Teknis	:	*Sticker Print*

IV.3.2 *Lunch Box*

Alasan pemilihan media ini karena pengunjung pasti membutuhkan tempat makan ketika berpergian dan media ini sebagai pengingat bahwa pengunjung pernah ke TASA, dan digunakan sebagai souvenir untuk dijual, dan juga bisa dipakai sebagai hadiah dalam *event-event* atau bazar yang diadakan atau diikuti oleh Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.40. *Lunch Box*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Bentuk	:	Kotak
Ukuran	:	800ml bentuk Oval
Material	:	Plastik
Teknis	:	*Sticker Print*

IV.3.3 *Goodybag*

Media ini untuk digunakan oleh pengujung untuk membawa pakaian renangnya, media yang diberikan sebagai cindera mata karena telah mengunjungi Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.41. *Goodybag*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Bentuk	:	*Goodybag*
Ukuran	:	-
Material	:	Kain Furing Spunbond 50gr
Teknis	:	Sablon *Press*

IV.3.4 Stiker

Stiker merupakan media *merchandise* yang paling bisa menunjukan identitas dari Taman Air Sabda Alam bersama dengan *goodybag* dijadikan cinderamata bagi pengunjung yang mengunjungi Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.42. Stiker
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Bentuk	:	Stiker
Ukuran	:	24,69 cm x 3,53 cm
Material	:	*Vinyl*
Teknis	:	Cetak *Offset*

IV.3.5 Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan media yang sama hal nya seperti stiker dimana menjadi media yang menunjukan identitas dari Taman Air Sabda Alam karena bisa dibawa kemana-mana menjadi gantungan tas misalnya, diberikan secara Cuma-Cuma bagi pengunjung Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.43. Gantungan Kunci
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Bentuk	:	Gantungan
Ukuran	:	4 cm x 6 cm
Material	:	*Acrylic*
Teknis	:	*Hotpress*

IV.3.6 *Tshirt*

Tshirt merupakan media yang digunakan sebagai souvernir penjualan dari Taman Air Sabda Alam dan juga bisa digunakan sebagai hadiah pada event atau bazar tertentu dari promosi Taman Air Sabda Alam, asalan memilih media ini sebagai pendukung karena *Tshirt* bisa dipakai kapan saja dan bisa menjadi media pengingat bagi pengunjung bahwa mereka telah mengunjungi Taman Air Sabda Alam.



Gambar IV.44. *TShirt*
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

Bentuk	:	T-shirt
Ukuran	:	S,M,L,XL
Material	:	*Cotton combed*
Teknis	:	Sablon *Press*