BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media utama yang dipilih adalah video, karena dapat dengan baik untuk menyampaikan pesan secara lengkap dan mudah mengerti.

IV.1.1 Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahap awal untuk mempersiapkan konsep untuk video iklan Cuanki Instan Ginding. Konsep keseluruhan video iklan Cuanki Instan Ginding dibuat cerita yang sangat dekat dengan remaja sebagai khalayak sasaran, tujuannya tentu saja agar remaja mampu tertarik saat menikmati video – video tersebut.

Tabel IV.1 Menentukan Konsep dan Tujuan Pembuatan Video Iklan
Sumber: Pribadi (2018)

Tujuan Video Iklan	Untuk memperkenalkan produk Cuanki Instan Ginding kepada khalayak sasaran.
Durasi	Dibawah 1 menit. Karena media utama penyebaranya adalah sosial media seperti *instagram.*
Khalayak Sasaran	Remaja usia 18 – 22 tahun. (mahasiswa)
Tema	Kegiatan yang dilakukan oleh remaja.

Director : Jonathan
DOP : Muhamad Faldy Wirananda
Storyboard : Jonathan
Storyline : Jonathan
Cast : Muhammad Rizal Nur Hakim
- Muhammad Iqbal
- Agan Rachmadi
- Santi Lestari
- Dick Deki Jaya Kusuma

Editor : Muhamad Faldy Wirananda
Lighting : Sandi Nur Pratomo
Muhammad Lutfi Aris
Properti : Riki Nur Fadhilah

Agung Dharmawan

Musik : - *Retreat - Jason Farnham (No Copyright Music)*
- Energetic Background Music Driving Rock Instrumental Upligting Royalty-free Music – Ashamaluev
- Memories - benbig band
- Energy Drink Instrumental drum
-Epidemic Sound – Suffer Well

IV.1.2 *Storyline & Storyboard*

Storyline dan *storyboard* merupakan hal dasar dalam sebuah proses produksi, karena dengan adanya *Storyline* dan *storyboard* mampu mempermudah saat proses pengambilan gambar, hingga adegan yang harus dimainkan oleh pemain.

IV.2 Produksi

Pada tahap produksi, merupakan tahapan dalam merealisasikan apa yang sudah ada pada pra-produksi. Berikut beberapa tahapan dalam produksi:

IV.2.1 Persiapan Alat & Properti

- Alat Visual

  Muslimin (2018) Alat visual adalah alat untuk menangkap gambar (visual) dalam sebuah video. Dalam hal ini, tentu diperlukan kamera dan perangkat pendukungnya (h. 67). Dengan demikian alat yang digunakan dalam proses pembuatan video adalah:

  - Kamera : Canon 60 D
  - Lensa : Tamron 17 50mm f.2.8
    Canon ef 50mm f.1.8
    Canon L 100mm macro f.2.8
  - *Tripod* : Atantta vd-2500
  - *Slider* : Smooth
  - *Lighting* : YN300 LED
  - *Memory Card* : Sandisk Extreme Pro 32gb
  - *Hardisk* : Toshiba 500gb
  -

- Alat *Editing*

  Editing merupakan proses untuk menggabungkan video – video hasil dari pengambilan gambar. Dengan demikian alat yang digunakan dalam proses *editing* video adalah:

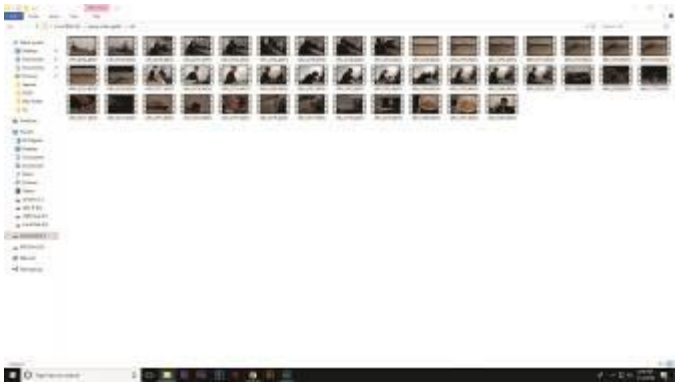
  - Komputer : Core i 7, 16gb RAM, 2gb VGA, Layar IPS
  - Aplikasi Editig : Vegas Pro 15

IV.3 Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi ini, merupakan tahapan pembuatan video iklan Cuanki Instan Ginding dalam tahapan *editing* untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka terdapat beberapa proses didalamnya, yaitu:

- Memindahkan video dari kamera ke *hardisk*.

  Setelah proses produksi selesai, maka dilajutkan kedalam proses *editing.* Tetapi sebelumnya harus memindahkan hasil pengambilan gambar ke dalam *hardisk* agar mempermudah saat proses *editing*.



Gambar 4.1 Pemindahan Video
Sumber: Pribadi (2018)

- Audio

  Audio merupakan salah satu hal penting bagi video, maka diawal sebaiknya mempersiapkan berbagai konsep audio yang akan digunakan pada video nantinya. Audio yang digunakan mengambil dari sumber yang membebaskan karyanya untuk dipergunakan oleh orang banyak atau biasa disebut *no copyright song*.



Gambar 4.2 Mempersiapkan Berkas Musik
Sumber: Pribadi (2018)

- Membuka Aplikasi *Editing*

  Aplikasi yang digunakan pada projek ini adalah Vegas Pro 2015, karena dirasa editor sudah sangat memahami mengenai aplikasi tersebut.



Gambar 4.3 Vegas Pro 2015
Sumber: Pribadi (2018)

- *Rough Cut*

  Proses ini biasanya merupakan proses penggabungan video – video sehingga sesuai dengan *storyboard* yang sudah ada. Video disusun agar dapat mengetahui bagian – bagian mana saja yang akan digunakan atau tidak.



Gambar 4.4 Proses *Rough Cut*
Sumber: Pribadi (2018)

- *Mastering*

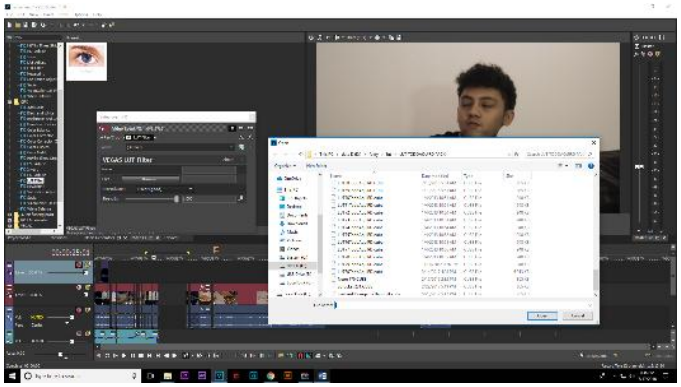
  Dalam proses ini, berbagai macam unsur mulai dari musik dan video menjadi satu kesatuan video yang baik.



Gambar 4.5 Proses Penggabungan Audio dan Video
Sumber: Pribadi (2018)

- *Color Grading*

  Color grading adalah tahapan untuk membantu menciptakan suasana pada video.



Gambar 4.6 Proses *Color Grading*
Sumber: Pribadi (2018)

- Menambahkan *Tagline*

  Tagline merupakan salah satu bagian dari keseluruhan video iklan Cuanki Instan Ginding, *tagline* digunakan sebagai penegas pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 4.7 Penambahan *Tagline*
Sumber: Pribadi (2018)

- Menambahkan *Logo Ginding*

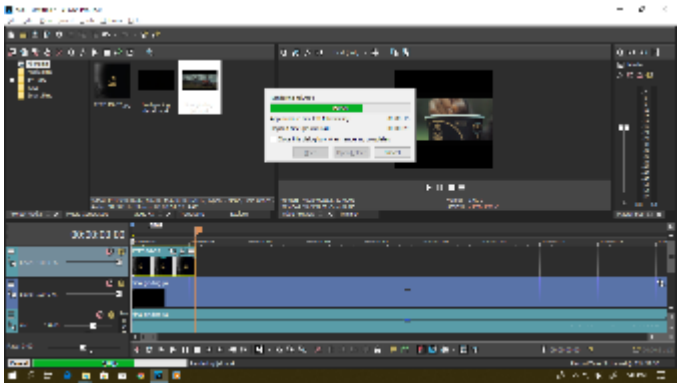
  Logo ginding dimasukan kedalam akhir video, yang dibuat agar khalayak sasaran mengetahui lebih jelas mengenai produk Cuanki Instan Ginding.



Gambar 4.8 Penambahan Logo
Sumber: Pribadi (2018)

- *Rendering*

  Proses *rendering* merupakan proses akhir dalam pembuatan video, dengan menggabungkan komponen – komponen diatas lalu dijadikanya sebuah kesatuan video yang lengkap.



Gambar 4.9 Proses *Rendering*
Sumber: Pribadi (2018)

IV.4 Media Utama

- Video

  Beberapa tampilan media utama yang sudah selesai proses *editing*.



Gambar 4.10 Video 1
Sumber: Pribadi (2018)

Video pertama, dibuat dengan konsep premium yang menampilkan produk Cuanki Instan Ginding sebagai objek utama, video ini menampilkan gambaran-gambaran mengenai produk Cuanki Instan Ginding mulai dari kemasan,isi, hingga proses pembuatan. Video ini digunakan sebagai untuk daya tarik konsumen.



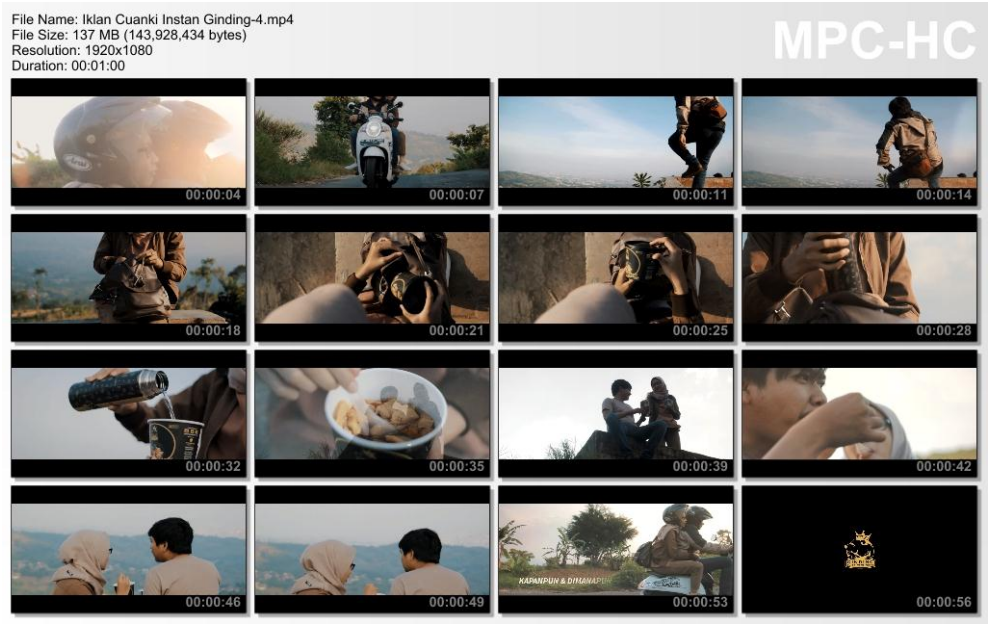
Gambar 4.11 Video 2
Sumber: Pribadi (2018)

Video kedua, menampilkan kegiatan remaja yang senang melakukan kegiatan *outdoor* yaitu berkemah, dimana kegiatan tersebut sangat digemari oleh remaja saat ini, dan Cuanki Instan Ginding hadir sebagai teman saat bekegiatan.



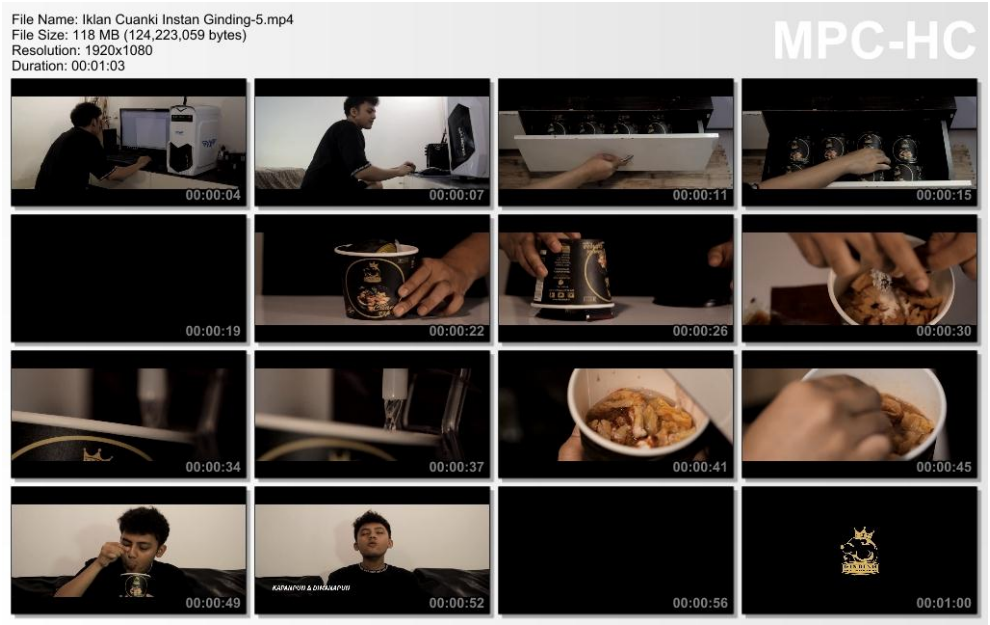
Gambar 4.12 Video 3
Sumber: Pribadi (2018)

Video ketiga, menggambarkan kegiatan remaja yang senang berjalan-jalan dan melakukan aktifitas mengendarai roda dua diluar jalan raya, kegiatan tersebut banyak dilakukan oleh remaja saat ini, dan Cuanki Instan Ginding hadir sebagai teman saat di perjalanan.



Gambar 4.13 Video 4
Sumber: Pribadi (2018)

Video keempat, menggambarkan sepasang kekasih yang sedang berjalan-jalan untuk menuju suatu tempat, kegiatan seperti ini sudah biasa dilakukan oleh remaja pada saat ini. Berjalan-jalan untuk menemukan tempat baru atau untuk menuju kesuatu tempat, lalu di tengah perjalanan ketika letih atauapun menemukan sebuah tempat baru untuk beristirahat, Cuanki Instan Ginding ada sebagai teman saat di perjalanan.



Gambar 4.14 Video 5
Sumber: Pribadi (2018)

Video kelima, menggambarkan kegiatan remaja yang sedang bosan saat berada didalam kamar, karena tidak ada aktifitas ataupun bosan karena banyak tugas, maka Cuanki Instan Ginding hadir sebagai teman saat bosan.

IV.5 Media Pendukung

Media pendukung dibuat berdasarkan *Consumer Journey* pada remaja usia 18 – 22 tahun, serta dibuat barang – barang yang dapat digunakan pada kegiatan target sehari – hari.

- **Baju**

  Ukuran : *All Size*

  Material : *Cotton combed 30s*

  Teknis Produksi : Sablon Manual (GL)



Gambar 4.15 Baju Cuanki Instan Ginding
Sumber: Pribadi (2018)

Baju digunakan sebagai salah satu media pendukung yang dibagikan kepada khalayak sebagai bentuk rasa terimakasih karena sudah mau membeli produk dalam jumlah tertentu, dan juga sudah mau membagikan pengalaman mereka setelah mencoba produk Cuanki Instan Ginding ke media sosial.

- **Kalender**

  Ukuran : 11 cm x 15 cm
  Material : *Art Paper* 230 gr
  Teknis Produksi : Cetak *Offset*



Gambar 4.16 Kalender
Sumber: Pribadi (2018)

Kalender yang digunakan adalah kalender yang dapat disimpan diatas meja, karena bentuknya yang unik dengan desain yang menarik

diharapkan dapat digunakan dan menjadi salah satu pengingat produk Cuanki Instan Ginding.

- **Pin & Gantungan Kunci**

  Ukuran : 5,7 cm x 5 cm (Pin)
  6,7 cm x 6 cm (Gantungan Kunci)
  Material : *Gravolpy & Acrylic*
  Teknis Produksi : *Laser Print & Laser Cut*



Gambar 4.17 Pin dan Gantungan Kunci
Sumber: Pribadi (2018)

Gantungan Kunci dan pin digunakan sebagai media promosi secara tidak langsung yang dibagikan kepada khalayak sasaran secara gratis, ukuran yang besar digunakan agar bentuk dan tulisan terbaca dengan jelas dan sangat cocok digunakan sebagia gantungan kunci kendaraan dan tempelan aksesoris pada tas ataupun jaket.

- **Tatakan Gelas**

  Ukuran : 14 cm x 17,5 cm
  Material : Kayu Albasia
  Teknis Produksi : Mesin Pemotong Kayu & Laser Kayu



Gambar 4.18 Tatakan Gelas
Sumber: Pribadi (2018)

Tatakan ini memiliki diameter yang cukup untuk menyimpan kemasan Cuanki Instan Ginding dan juga gelas, tempat ini memiliki kegunaan sebagai penyimpan panas agar tidak menyakiti tangan. Kayu Albasia dipilih karena ketahanan yang baik dan juga bahan dengan harga yang murah, selain itu jenis kayu albasia juga mudah utuk ditanam sehingga memiliki stok yang banyak.

- **Termos**

  Ukuran : 500 ml

  Teknis Produksi : *Laser Print*



Gambar 4.19 Termos
Sumber: Pribadi (2018)

Khalayak sasaran yaitu remaja, dimana kegiatan sebagian besar dilakukan diluar rumah sehingga sangat penting membawa tempat minum agar memudahkan dan tidak mengganggu padatnya aktifitas.

- ***Casing Handphone***

  Ukuran : 14cm x 7cm

  Teknis Produksi : *Laser Print*



Gambar 4.20 *Casing Handphone*
Sumber: Pribadi (2018)

Gawai merupakan salah satu teknologi yang sangat berkembang pesat pada saat ini, sehingga dengan berkembangnya jaman, khalayak sasaran yaitu remaja sangat dekat hubungannya dengan gawai. Hampir sebagian besar kegiatannya dilakukan di gawai, mulai dari mencaritahu informasi dan berinteraksi melalui sosial media. Dengan itu pemberian *casing* dapat menjadi sarana yang baik, karena dapat digunakan setiap hari oleh khalayak sasaran dan juga dapat menjadi media promosi secara tidak langsung.

- **Buku Catatan**

  Ukuran : 9 cm x 11 cm

  Material : Kertas HVS 80gram & *Art paper 180gr* & Plastik

  Teknis Produksi : Cetak *Offset* & *Laser Print*



Gambar 4.21 Buku Catatan dan Pulpen
Sumber: Pribadi (2018)

Khalayak sasaran yang masih menempuh pendidikan, pasti membutuhkan yang namanya buku catatan, dan penggunaan buku catatan sebagai media pendukung yang diberikan secara gratis kepada khalayak sasaran dirasa sangat tepat, karena dapat berguna bagi khalayak sasaran, dan juga dapat menjadi media promosi secara tidak langsung.

- **Stiker**

  Ukuran : 5 cm x 7,8 cm
  Material : *Vinyl*
  Teknis Produksi : *Laser Print & Laser Cut*



Gambar 4.22 Stiker
Sumber: Pribadi (2018)

Stiker digunakan sebagai media pendukung yang diberikan secara gratis kepada khalayak sasaran, stiker yang dibuat dengan teknik *kiss cut.* Dimana hanya bagian tengahnya saja yang dapat dibuka dan meninggalkan bagian latarnya. Desain dibuat logo ginding sebagai produsen dan juga stiker kemasan Cuanki Instan Ginding untuk menarik dan menjadi pengingat.

- **Payung**

  Material : *Nylon*

  Teknis Produksi : Sablon GL



Gambar 4.23 Payung
Sumber: Pribadi (2018)

Khalayak sasaran yaitu usia sekolah, dan masih ada yang berpegian tidak meggunakan kendaraan. Tentu saja membutuhkan payung untuk melindungi. Selain itu payung dapat dengan mudah menjadi sarana promosi secara tidak langsung.

- ***Billboard***

  Material : *Flexi*

  Ukuran : *5m x 10m*

  Teknis Produksi : *Print Laser*



Gambar 4.24 *Billboard*
Sumber: Pribadi (2018)

- **Poster & Konsep Sosial Media**

  Ukuran : 1500px x 1500px



Gambar 4.25 Poster *Digital* untuk Pengenalan video produk
Sumber: Pribadi (2018)

Poster ini merupakan 3 baris poster pertama yang diungguh di *instagram* Cuanki Instan Ginding untuk menarik perhatian dan juga sebagai pemanis tampilan video yang berada di tengah.



Gambar 4.26 Poster *Digital* sebagai Media Pendukung Video 1
Sumber: Pribadi (2018)

Poster ini merupakan 3 baris poster kedua yang diungguh di *instagram* Cuanki Instan Ginding untuk menarik perhatian dan juga sebagai pemanis tampilan video yang berada di tengah, konsep visual yang menyatu dari ketiga gambar tersebut dibuat visual yang mengikuti videonya, maka diberikan gambar potongan dari video yaitu seoarang yang sedang *camping.*



Gambar 4.27 Poster Digital sebagai Media Pendukung Video 2
Sumber: Pribadi (2018)

Poster ini merupakan 3 baris poster ketiga yang diungguh di *instagram* Cuanki Instan Ginding untuk menarik perhatian dan juga sebagai pemanis tampilan video yang berada di tengah, konsep visual pada gambar ini mengikuti video yang berada di tengah, yaitu Cuanki Instan Ginding yang dapat dibawa kemanapun dengan mudah.



Gambar 4.28 Poster Digital sebagai Media Pendukung Video 3
Sumber: Pribadi (2018)

Poster ini merupakan 3 baris poster keempat yang diungguh di *instagram* Cuanki Instan Ginding untuk menarik perhatian dan juga sebagai pemanis tampilan video yang berada di tengah, konsep ketiga gambar menyatu dengan memberikan gambaran mengenai video yang berada di tengah, yaitu kegiatan sepasang kekasih yang sedang menikmati Cuanki Instan Ginding.



Gambar 4.29 Poster Digital sebagai Media Pendukung Video 4
Sumber: Pribadi (2018)

Poster ini merupakan 3 baris poster kelima yang diungguh di *instagram* Cuanki Instan Ginding untuk menarik perhatian dan juga sebagai pemanis tampilan video yang berada di tengah, konsep gambar yang digunakan mengikuti video yang berada di tengah yaitu kegiatan remaja yang sedang menikmati Cuanki Instan Ginding.

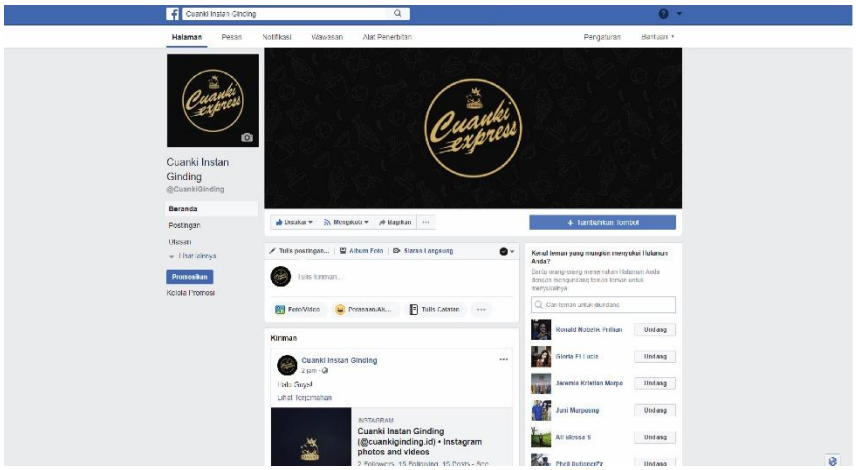


Gambar 4.30 Poster Digital sebagai Media Pendukung pada tahap action
Sumber: Pribadi (2018)

Poster ini merupakan 3 baris poster keenam yang diungguh di *instagram* Cuanki Instan Ginding untuk menarik perhatian dan juga sebagai mendia informasi bagaimana cara mendapatkan produk Cuanki Instan Ginding.

- ***Facebook page, Instagram Ads & Youtube Ads.***

  Facebook page digunakan sebagai media pendukung untuk promosi memberikan berbagai informasi, menarik mengenai Cuanki Instan Ginding dengan cepat kepada khalayak sasaran.



Gambar 4.31 Tampilan *Facebook Page*

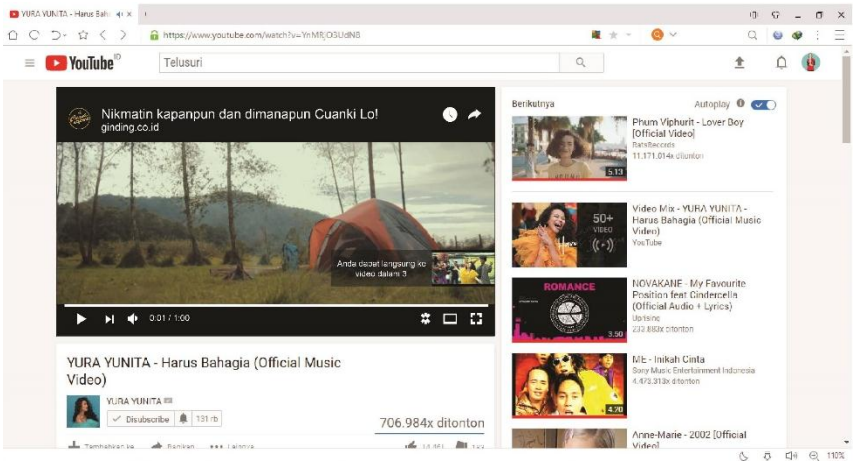
Sumber: Pribadi (2018)

Instagram ads digunakan sebagai media pendukung untuk promosi dengan memberikan informasi secara langsung kepada target audiens melalui bantuan *instagram ads.*



Gambar 4.32 Tampilan *Instagram Ads.*
Sumber: Pribadi (2018)

Youtube ads digunakan sebagai media pendukung untuk mengenalkan produk lebih luas lagi, dengan menempatkan video iklan pada iklan sebelum mulainya video *youtube,* dengan begitu akan lebih banyak orang yang mengetahui akan Cuanki Instan Ginding.



Gambar 4.33 Tampilan Iklan Pada *Youtube*
Sumber: Pribadi (2018)