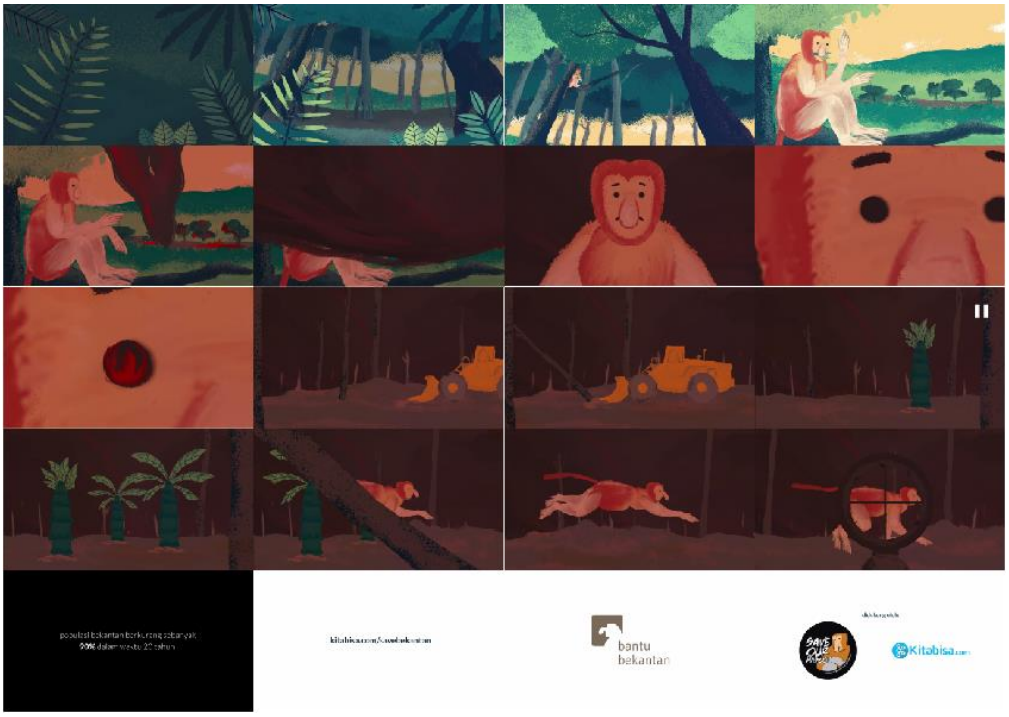
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media utama yang dibuat untuk mendukung kampanye sosial terhadap bekantan dalam penyampaian pesan untuk mengembangkan rasa kepedulian audiance terhadap keberlangsungan bekantan adalah video animasi *motion graphic*. Adapun tampilan berupa scene dari video animasi *motion graphic* yang menjadi media utama dalam kampanye sosial ini adalah sebagai berikut:

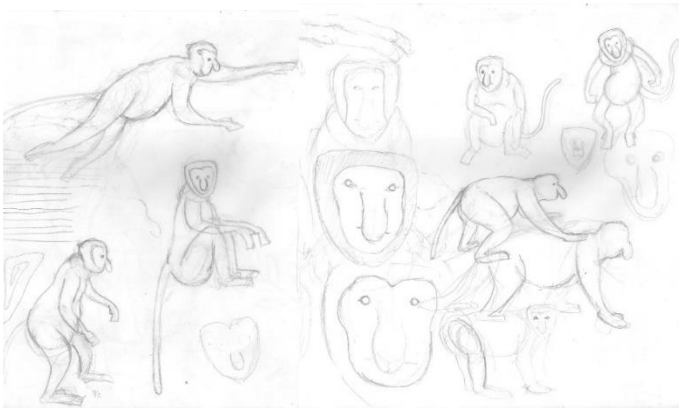


Gambar IV.1 Media Utama (*Motion Graphic* Kampanye Bantu Bekantan).
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

IV.1.1 Tahap Sketsa

Sketsa digunakan untuk mempermudah perancangan karakter, latar tempat, dan properti ke dalam versi digital. Sketsa dilakukan di kertas HVS dengan ketebalan 80gsm menggunakan berbagai pensil dengan ketebalan garis pensil H3, 2B, dan 4B. Sketsa yang akan dijadikan versi digital untuk media video animasi *motion graphic* kampanye Bantu Bekantan adalah sebagai berikut:

- Sketsa karakter bekantan jantan

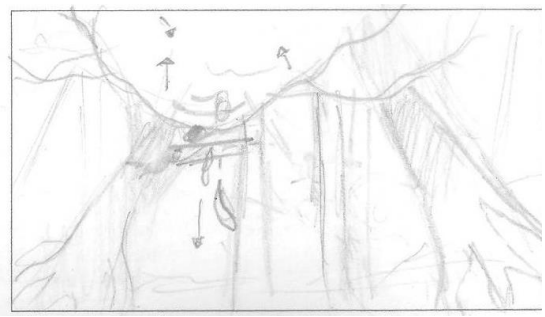


Gambar IV.2 Sketsa Karakter Bekantan Jantan.
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

Karakter bekantan jantan dalam animasi *motion graphic* kampanye Bantu Bekantan adalah objek penderita yang mengalami berbagai faktor yang mengancam kehidupannya sebagai perwakilan seluruh populasi bekantan. Karakter Bekantan Jantan dipilih karena bekantan jantan memiliki ciri khas yang menonjol dengan hidungnya yang besar dan perut yang buncit. Ciri khas tersebut memudahkan audiance mengenali karakter dalam animasi *motion graphic* Bantu Bekantan ini adalah hewan bekantan.

- Sketsa latar tempat

  Latar tempat pada video animasi *motion graphic* ini digambarkan berdasarkan keadaan dan habitat asli bekantan yaitu hutan bakau. Berikut latar tempat yang dirancang dalam animasi *motion graphic* kampanye Bantu Bekantan



Gambar IV.3 Sketsa Latar Hutan Bakau.
Sumber: Dokumen pribadi (2018).



Gambar IV.4 Sketsa Latar Kebakaran Hutan dan Penggerusan Pohon Menggunakan Bulldozer.

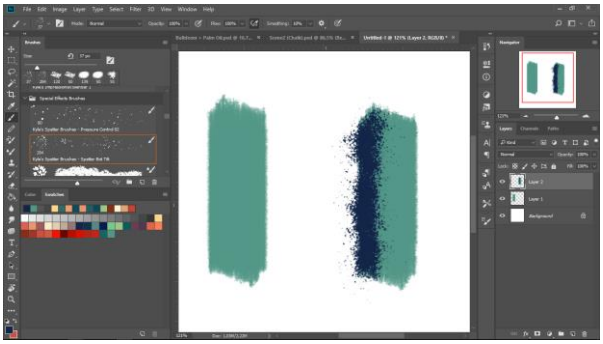
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

IV.1.2 Tahap Digital

Dalam perancangan animasi *motion graphic* kampanye Bantu Bekantan, dibutuhkan beberapa aplikasi atau *software* pengolah grafis. Adapun *software* yang digunakan dalam perancangan perancangan animasi *motion graphic* kampanye Bantu Bekantan adalah sebagai berikut:

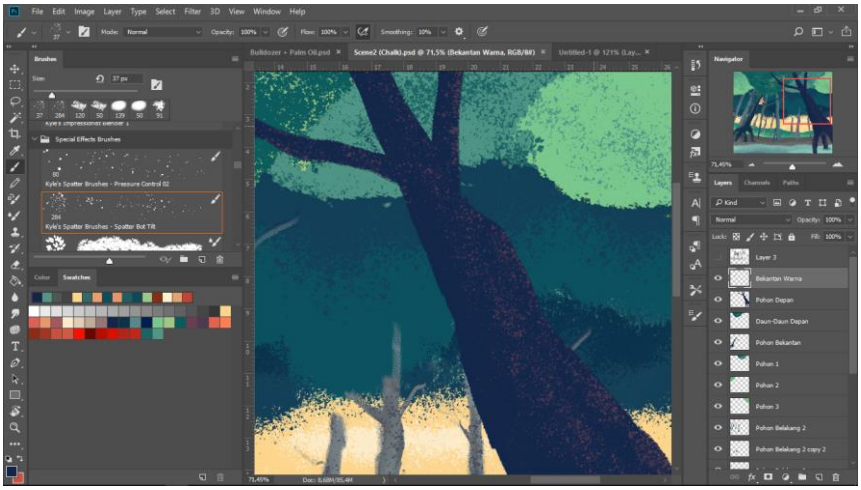
- Adobe Photoshop CC 2018

  Adobe photoshop digunakan untuk merancang *illustrasi* dari sketsa di kertas menjadi versi digital. Beberapa sketsa juga dirancang langsung pada aplikasi Adobe Photoshop tanpa menggunakan kertas terlebih dahulu Proses perancangan illustrasi dan pewarnaan menggunakan brush yang disediakan dengan efek menyerupai *gouace* dan efek spatter yang menyerupai percikan tinta.



Gambar IV.5 Pewarnaan dengan brush Gouace dan Spatter.

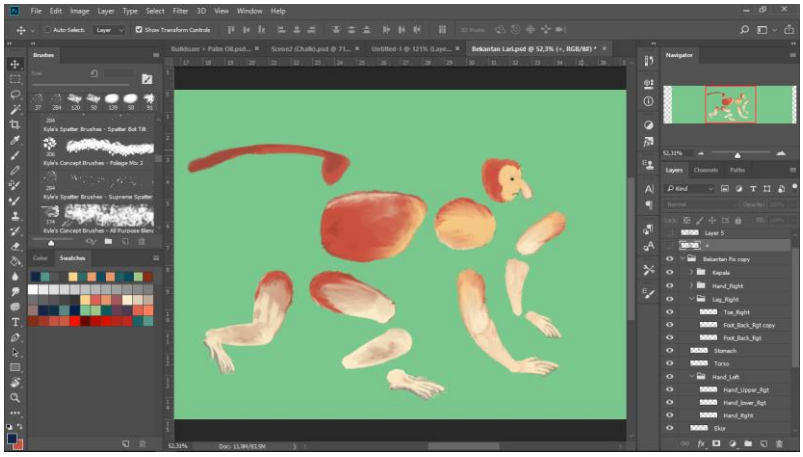
Sumber: Dokumen pribadi (2018).



Gambar IV.6 Hasil Illustrasi dengan Brush Gouace dan Spatter.

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

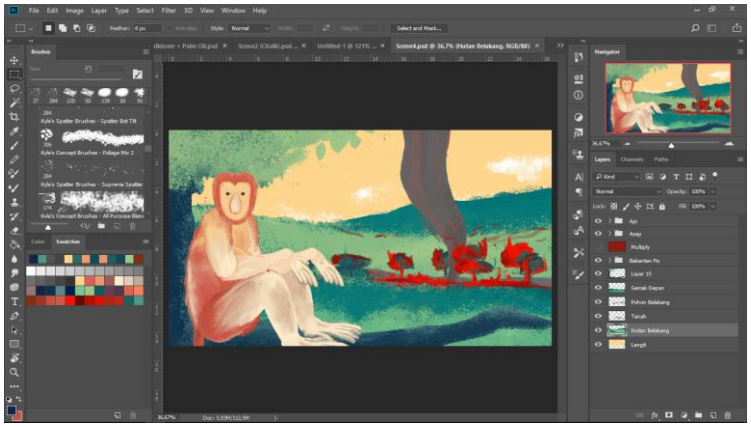
Untuk menyiapkan illustrasi untuk digerakkan, bagian-bagian yang akan digerakan seperti anggota tubuh bekantan, daun-daun, dipisahkan ke dalam layer yang berbeda.



Gambar IV.7 Pemisahan bagian-bagian.

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

Adobe Photoshop juga digunakan untuk menyatukan karakter, latar, dan properti dalam satu bingkai dan dipisahkan oleh layer-layer.

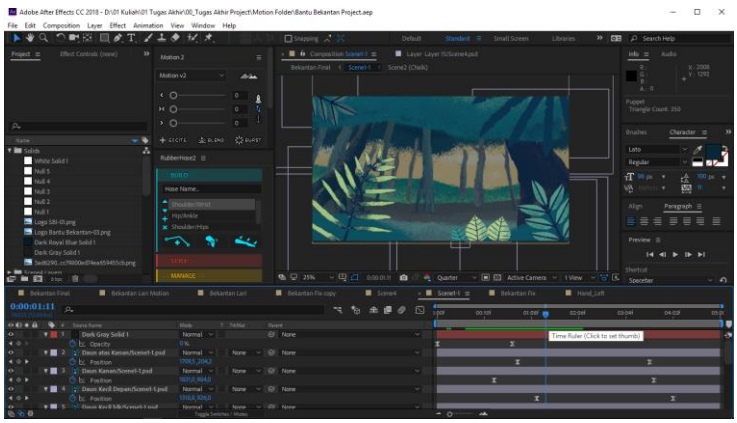


Gambar IV.8 Hasil akhir penggabungan illustrasi.

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Adobe After Effect CC 2018

  Adobe After Effect digunakan untuk mengolah illustrasi menjadi animasi bergerak dengan hasil akhir berupa video animasi *motion graphic*. Pada tahap ini, illustrasi digerakan menggunakan komposisi seperti perubahan ukuran, rotasi, dan lain-lain juga penggunaan keyframe sebagai penanda perubahan gerak pada timeline atau rentan waktu yang berbeda. Selain itu illustrasi atau elemen visual dapat diberikan efek seperti *fade, blur*, dan lain-lain



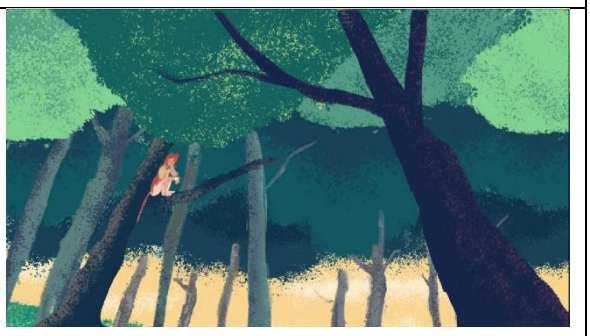
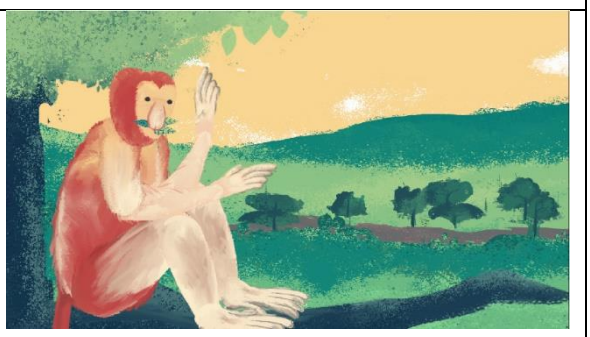
Gambar IV.9 Hasil akhir penggabungan illustrasi menjadi *motion graphic*.

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

Setelah proses perancangan gerak selesai, animasi *motion graphic* ditambahi backsound dan efek suara yang disesuaikan pada timeline tertentu. Tahap terakhir adalah dengan proses rendering menghasilkan file dengan format video MP4 dan format suara mov.

IV.1.3 Penjelasan Media Utama

Tabel IV.1 Penjelasan Media Utama
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

Scene	Deskripsi	Sketsa
1	Hutan bakau yang merupakan habitat bekantan siperlihatkan masih asri pada scene ini.	
1	Di dalamnya terdapat bekantan yang sedang bersantai di dahan pohon.	
2	Diperlihatkan bekantan sedang asyik memakan daun rambai	

2	Tiba-tiba muncul asap tebal dan kobaran dari kedalaman hutan lalu menyelimuti seisi hutan dan juga bekantan	
3	Bekantan terlihat panik dan juga sedih karena habitatnya dirusak	
3	Dari mata bekantan tersebut terlihat kobaran api yang semakin membesar dan mendekat	
4	Bulldozer menggerus habitat bekantan dan pohon-pohon ditebang	
	Pohon-pohon yang ditebang tersebut digantikan oleh kelapa sawit	

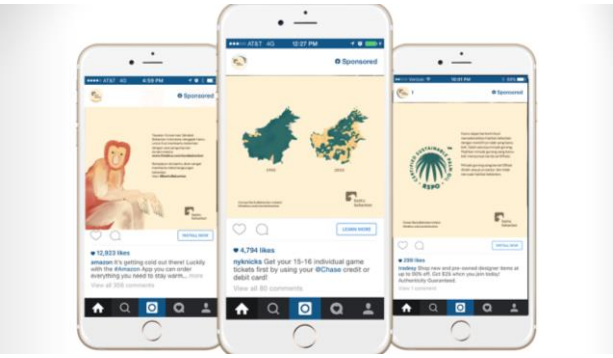
5	Karena habitatnya dirusak, bekantan lari ketakutan	
	Sayangnya bekantan tersebut diburu untuk diperjual-belikan	
6	Setelah memperlihatkan faktor-faktor yang menyebabkan berkurangnya bekantan tersebut, fakta-fakta dipaparkan untuk menambah kepedulian terhadap bekantan	
6	Di bagian akhir video, dipaparkan alamat web untuk berkontribusi dalam donasi untuk konservasi bekantan.	

IV.2 Media Pendukung

Selain media utama animasi *motion graphic*, untuk menyampaikan pesan kampanye sosial Bantu Bekantan, dibutuhkan media-media yang membantu dan mendampingi media utama dalam penyampaian pesan. Adapun media pendukung keberadaan kampanye sosial Bantu Bekantan adalah sebagai berikut:

- Akun sosial media

Akun sosial media akan dimanfaatkan sebagai media sharing tentang informasi terkait bekantan dan informasi alamat situs donasi yang dengan mudah dapat audiance akses. Akun sosial media yang dibuat adalah sosial media yang sering digunakan generasi millenials yaitu Instagram, Youtube, dan Facebook. Akun sosial media berperan banyak dalam pendistribusian pesan dari kampanye sosial Bantu Bekantan ini karena menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, sebanyak 65,98% dari 143,26 juta orang pengguna internet di Indonesia, menggunakan internet setiap hari, salah satunya untuk mengakses sosial media.



Gambar IV.10 Akun Sosial Media

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Poster digital

  Poster digital dirancang dengan ukuran 800 x 800px. Poster digital akan dipasang di media sosial seperti facebook dan instagram.



Gambar IV.11 E-Poster.

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Iklan Web

  Iklan web dipilih sebagai media yang diiklankan pada situs forum atau situs berita online. Audience yang sering berinteraksi dengan internet berpeluang besar untuk melihat iklan ini. Selain itu iklan web terhubung langsung dengan link situs donasi bekantan.

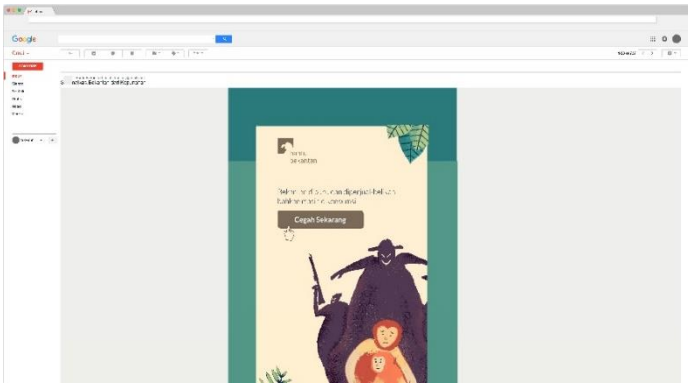


Gambar IV.12 Media Iklan Web

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Newsletter

  Newsletter adalah iklan yang dikirim kepada audience melalui email. Newsletter akan dikirim setelah adanya kontribusi dari audience seperti memfollow akun sosial media, dan melakukan donasi. Karena itu Newsletter sesuai untuk reminding orang-orang yang sudah menjadi audience kampanye Bantu Bekantan.

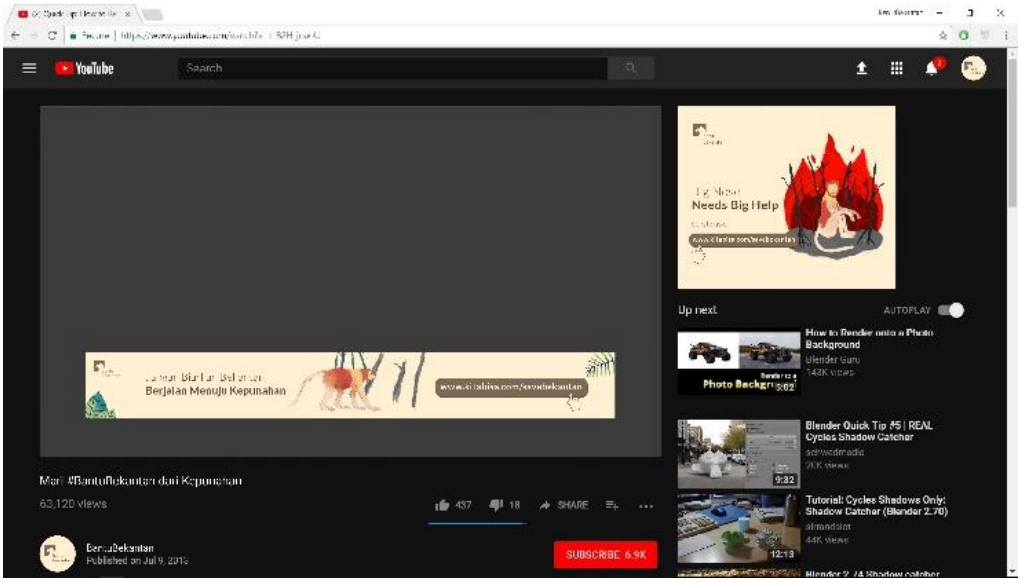


Gambar IV.13 Media newsletter .

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Iklan Banner Youtube

  Banner Youtube muncul bersamaan dengan pengiklanan media utama di youtube. Banner youtube mampu bertahan beberapa waktu setelah iklan media utama selesai.



Gambar IV.14 Iklan Youtube.

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Pin

  Pin dipilih sebagai media yang dapat mengingatkan audiance kepada kampanye Bantu Bekantan, selain itu tertera juga informasi seperti link donasi dan tanda pagar #BantuBekantan untuk audiance baru yang mencari link tersebut di internet. Pin dapat digunakan oleh target audience seperti pada jaket dan tas yang mereka pakai dalam kegiatan sehari. Pin dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan pin tersebut disumbangkan untuk konservasi bekantan. Pin mempunyai diameter 5,8 cm dan diproduksi dengan cara print digital



Gambar IV.15 Pin

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Totebag

  Totebag dipilih sebagai media yang dapat mengingatkan audiance kepada kampanye Bantu Bekantan, selain itu tertera juga logo kampanye Bantu Bekantan untuk audiance baru dan dapat mereka cari nama kampanye Bantu Bekantan di internet. Totebag dapat digunakan oleh target audience untuk membawa barang keperluannya dan dapat digunakan sehari-hari. Totebag dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan totebag tersebut disumbangkan untuk konservasi bekantan. Totebag yang diproduksi mempunyai ukuran 35cm x 40cm dengan material berbahan blacu premium. Totebag tersebut diproduksi dengan menggunakan transfer paper atau dengan print digital.

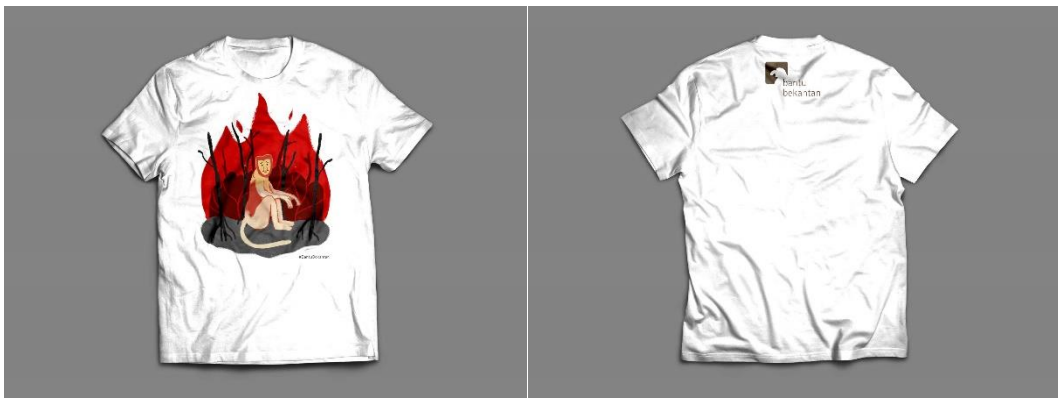


Gambar IV.16 Media Totebag
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- *T-shirt*

  T-shirt dipilih sebagai media pendukung karena dapat mengingatkan target audiance kepada kampanye Bantu Bekantan. T-shirt dapat digunakan oleh

target audience untuk beraktivitas dan menambah lingkup distribusi kampanye Bantu Bekantan dengan banyaknya orang yang melihat T-shirt yang digunakan selama beraktivitas T-shirt dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan t-shirt tersebut disumbangkan untuk konservasi bekantan. Illustrasi pada t-shirt diproduksi dengan cara digital printing. Bahan t-shirt yang digunakan adalah cotton combed 24s.



Gambar IV.17 Baju Illustrasi

Sumber: Dokumen pribadi (2018).



Gambar IV.18 Baju Logo

Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- *Tumbler*

  Tumbler merupakan tempat minum yang bisa di bawa bepergian. Salah satunya apabila pergi beraktifitas seperti ke kantor dan berolahraga,

mengingat gaya hidup target audience yaitu millennials yang cenderung memiliki gaya hidup sehat. Tumbler dipilih sebagai media pendukung karena dapat mengingatkan target audiance kepada kampanye Bantu Bekantan. Tumbler dibawa oleh target audience untuk beraktivitas dan menambah lingkup distribusi kampanye Bantu Bekantan dengan banyaknya orang yang melihat tumbler yang dibawa selama beraktivitas. Tumbler dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan tumbler tersebut disumbangkan untuk konservasi bekantan.



Gambar IV.19 Tumbler
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Boneka

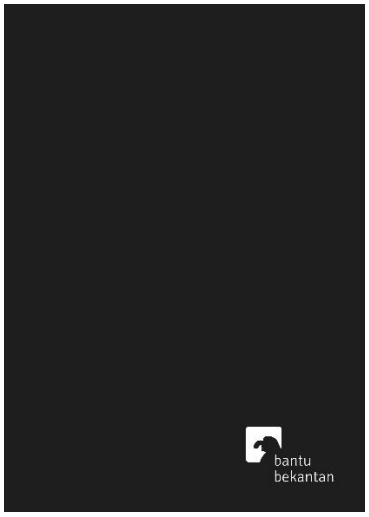
  Boneka dipilih sebagai media yang dapat mengingatkan audiance kepada kampanye Bantu Bekantan. Boneka bekantan yang lucu dapat menarik target audiancee terutama perempuan untuk berkontribusi dan mengenal lebih jauh tentang Bantu Bekantan. Boneka dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan boneka tersebut akan disumbangkan untuk konservasi bekantan.



Gambar IV.20 Boneka
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Buku Catatan

  Buku catatan dipilih sebagai media yang dapat mengingatkan audiance kepada kampanye Bantu Bekantan. Buku catatan dapat digunakan audience dalam pekerjaan sehingga berpotensi menarik audience lain dengan ruang linkup kerja yang sama. Buku catatan ini memiliki ukuran A5. Yang menarik dari buku catatan ini adalah bahannya yang terbuat dari kertas daur ulang sehingga ramah lingkungan. Buku catatan dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan buku catatan tersebut akan disumbangkan untuk konservasi bekantan.



Gambar IV.21 Buku Catatan
Sumber: Dokumen pribadi (2018).

- Sticker

  Sticker dipilih sebagai media yang dapat mengingatkan audiance kepada kampanye Bantu Bekantan, selain itu tertera juga informasi seperti link donasi dan tanda pagar #BantuBekantan untuk audiance baru yang mencari link tersebut di internet. Sticker dapat ditempel oleh target audience seperti pada laptop, buku yang mereka gunakan dalam kegiatan sehari. Sticker dapat dibeli secara online dan hasil dari penjualan pin tersebut disumbangkan untuk konservasi bekantan. Pin mempunyai diameter 5,8 cm dan diproduksi dengan cara print digital



Gambar IV.22 Sticker

Sumber: Dokumen pribadi (2018).