BAB IV MEDIA & TEKNIS PRODUKSI

IV. 1 Media Utama

Proses perancangan media utama berupa video kampanye. Video yang dibuat digunakan sebagai sarana untuk melakukan kampanye sosial tentang mencegah intoleransi agama. Media video kampanye menggunakan visual foto dengan jumlah yang banyak dan digerakan secara berkala. Agar video kampanye lebih terlihat menarik serta tidak monoton maka ditambahkan beberapa elemen visual yang sesuai seperti musik latar belakang dan juga narasi. Video kampanye ini diharapkan dapat mengajak khalayak sasaran yang menontonnya sehingga dapat dimengerti oleh khalayak sasaran dan dapat dipahami pesan pada video tersebut yang ingin disampaikan. Video kampanye ini berjudul "Iklan Layana Masyarakat Mencegah Intoleransi Agama", adapun spesifikasi media utama berupa :

- Durasi

  Durasi yang digunakan adalah berkisar antara 30-59 detik dalam video tersebut sudah sangat cukup untuk memberikan ajakan yang lengkap terkait dengan mencegah intoleransi agama.

- Format Audio : Mp3

  Format mp3 digunakan untuk menjaga hasil suara yang tetap baik serta banyak media *audio player* yang mendukung untuk memutar suara dengan format ini.

- Format Video : Mp4 (codec.H.264)

  Format Mp4 dalam (codec.H.264) digunakan untuk menjaga hasil video tetap jernih dan merupakan stardart format dalam video serta banyak media player yang mendukung.

- Preset : High Bitrate

  Untuk menampilkan gambar lebih besar serta detal gambar terlihat lebih jernih.

IV.1.1 Teknis Produksi Media

Pembuatan media visual berupa video kampanye dibutuhkan beberapa *software* dan *hardware* untuk membantu proses membuat video kampanye pada saat pengambilan gambar dan proses *editing*.

1. *Hadware*
    - Kamera DSLR

      Kamera DSLR merupakan salah satu kamera pendukung untuk melakukan rekam visual gambar dalam proses pembuatan video kampanye tentang mencegah intoleransi agama.

    - Canon EOS 6D dan Canon EOS 60D

      Dalam proses pembuatan video kampanye intoleransi agama digunakan dua jenis camera dari perusahaan kamera ternama yaitu Canon. Kamera yang digunakan yaitu kamera Canon EOS 6D dan 60D untuk pengambilan visual gambar secara bergantian. Berikut contoh gambar kamera Canon EOS 6D dan 60D



Gambar IV.1 Kamera Canon EOS 6D
Sumber: Sumber: https://www.google.co.id
(Diakses tanggal 9 July, 2018)



Gambar IV.2 Kamera Canon 60D
Sumber: Sumber: https://www.google.co.id
(Diakses tanggal 9 July, 2018)

- Penggunaan lensa pada pengambilan gambar pun sangat penting. Lensa yang digunakan yaitu Canon EFS series 18-55 mm f/3.5-5.6 IS STM dan Lensa Canon EF 50mm f/1.8 STM. Lensa yang digunakan untuk mengambil angle yang sesuai dengan kebutuhan dalam mengambil visual gambar.



Gambar IV.3 Lensa Canon EF series 17-40 mm f/4.0L USM
Sumber: https://www.google.co.id
(Diakses tanggal 9 July, 2018)



Gambar IV.4 Lensa Canon EF 50 mm f/1.8 STM
Sumber: https://www.google.co.id
(Diakses tanggal 9 July, 2018)

- Tripod merupakan sebuah alat yang dipakai untuk menyangga dan menahan beban kamera agar tidak gampang jatuh dan juga goyang sehinggaa kameran menjadi stabil pada saat pengambilan gambar. Tripod yang digunakan disini yaitu tipe Excell Motto 2830 dan Tripod Excell Somita ST 3520



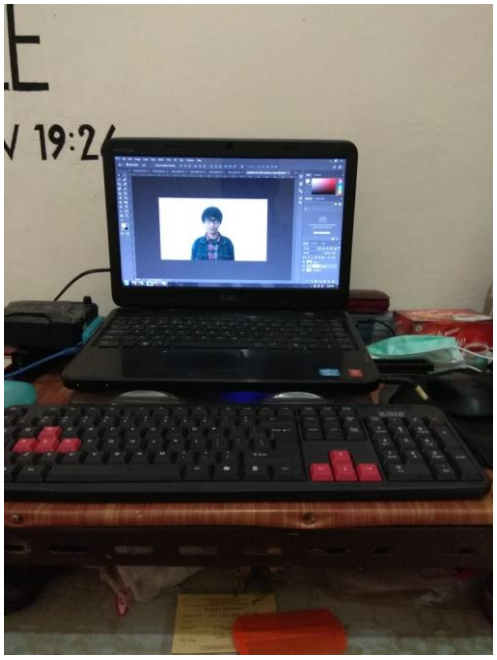
Gambar IV.5 Tripod Excell Motto 2830
Sumber: https://www.google.co.id
(Diakses tanggal 9 July, 2018)



Gambar IV.6 Tripod Somita ST 3520
Sumber: https://www.google.co.id
(Diakses tanggal 9 July, 2018)

- Laptop

  Laptop merupakan suatu perangkat eloktronik yang digunakan untuk menyimpan dan mengolah data. Hasil data yang sudah direkam kemudian diolah menggunakan perangkat elektronik ini.



Gambar IV.7 Komputer
Sumber: Data Pribadi

2. *Software*

- *Adobe Primer CC*

  Digunakan sebagai *software* dalam pengeditan video serta untuk memasukkan berbagai kebutuhan element video seperti *voice over, subtitle, color grading, effect* dan hingga *finishing.*

- *Adobe Photoshop CC*

  Digunakan sebagai editing media pendukung, merchandise dan juga proses editing gambar yang diambil sebelum diedit pada *software Adobe Primer CC*, karena lebih mempermudah memberikan variasi effect gambar lebih lengkap serta hasil file editan dalam format jpg berkualitas bagus.

- *Adobe Illustrator CC*

  Digunakan sebagai *software* dalam proses penyusunan dalam manual book, karena lebih mempermudah untuk mengatur dan menyesuaikan untuk dicetak.

IV.1.2 Pra Produksi

Sebelum pada tahapan produksi, proses *shooting* dimulai dari tahapan awal yaitu melakukan riset lapangan maupun wawancara terhadap ahli sosiologi, komunikasi, hingga tokoh-tokoh dari semua agama kemudian tahap penetuan ide, konsep visual. Kemudian data yang diperoleh diolah kembali untuk pembuat video iklan setelah itu masuk pada proses membuat *Storyline* dan *storyboard* untuk mempermudah pekerjaan dalam pembuatan video kampanye.

IV.1.3 Produksi

Setelah tahapan persiapan pada pra produksi telah selesai dilakukan, maka masuk ketahapan produksi menggunakan peralatan maupun perlengkapan yang sudah

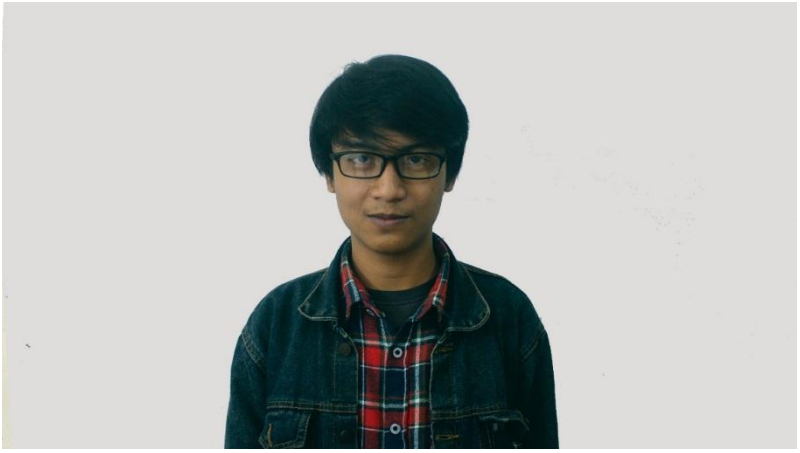
disediakan dan melakukan *take shoot* ke berbagai tempat yang telah ditentukan pada konsep visual.

IV.1.3.1 Tahap Pengambilan Gambar

Tahap pengambilan gambar yang dilakukan mengacu kepada *storyboard* yang sudah dibuat sebelumnya pada tahap pra produksi, namun saat dilapangan adanya kemungkinan melakukan improvisasi pada pengambilan gambar bertujuan untuk mendapat beberapa gambar yang menjadi opsional pada proses *editing*.

- ***Medium Close Up***

  Pengambilan gambar yang paling banyak diambil disini dominan lebih dekat dengan objek dan menjadikan titikan fokus pada pengelihatan. Pengambilan ini dilakukan dari atas kepala hingga kebagian perut.



Gambar IV.8 *Medium Close Up*
Sumber: Data Pribadi

- ***Group Shot***

  Pengambilan gambar yang diambil dan memiliki 2 objek atau lebih, bisa berdua atau pun berkelompok.



Gambar IV.9 *Group Shot*
Sumber: Data Pribadi

- ***Full Shot***

  Pengambilan gambar menjadikan titikan fokus pada keseluruhan badan. Pengambilan ini dilakukan secara keseluruhan hingga terlihat seluruh tubuh.



Gambar IV.10 *Full Shot*
Sumber: Data Pribadi

- ***Extreme Long Shot***

  Pengambilan gambar menjadikan titikan fokus pada keseluruhan objek. Pengambilan ini dilakukan secara jauh hingga terlihat seluruh objek yang ada seperti rumah maupun sebuah tempat tertentu.



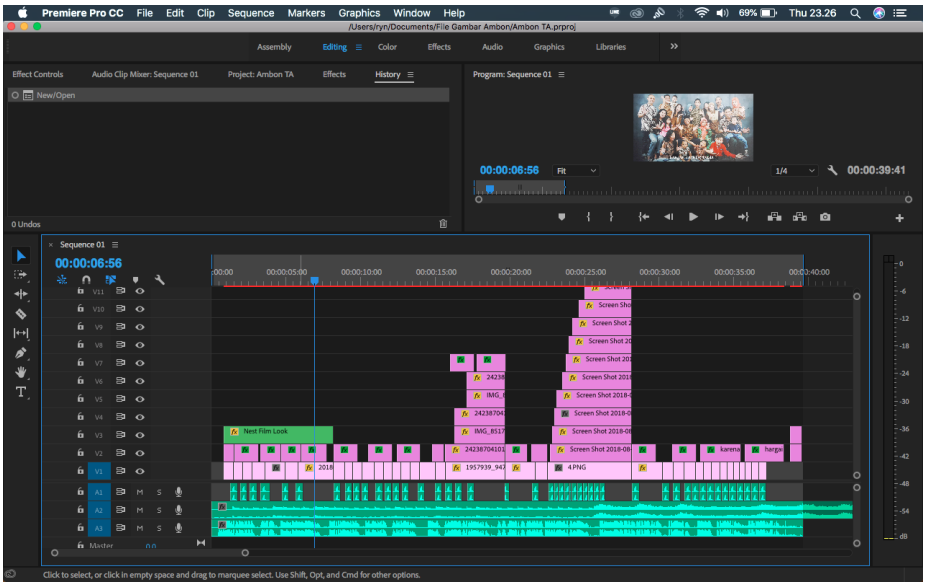
Gambar IV.11 *Extreme long shot*
Sumber: Data Pribadi

IV.1.4 Pasca Produksi

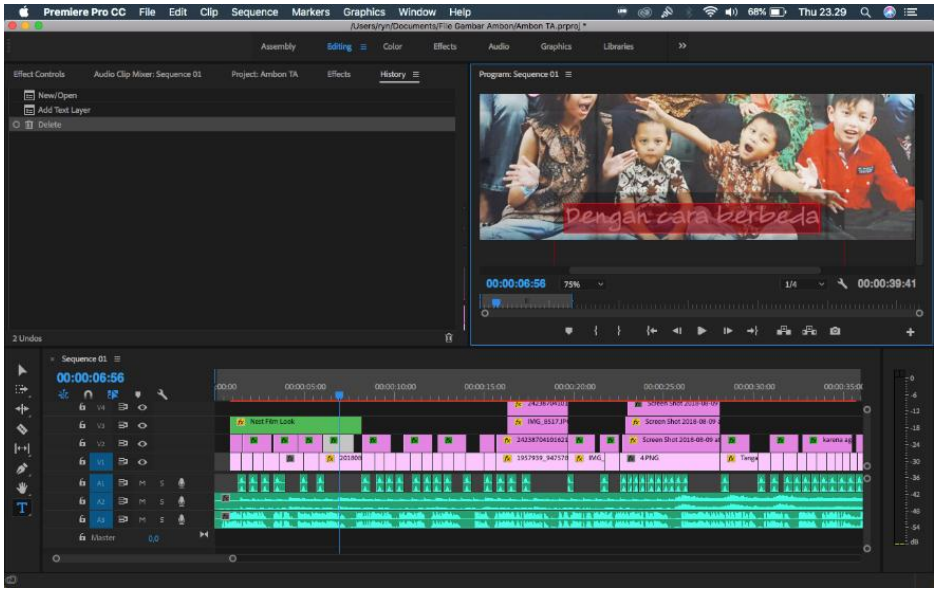
Setelah dilakukan produksi langkah selanjutnya yaitu proses pengolahan hingga *finishing* dengan menggunakan *software Adobe Photoshop CC* dan *Adobe Primer CC* sebagai pendukung dalam tahap pengolahan video kampanye.



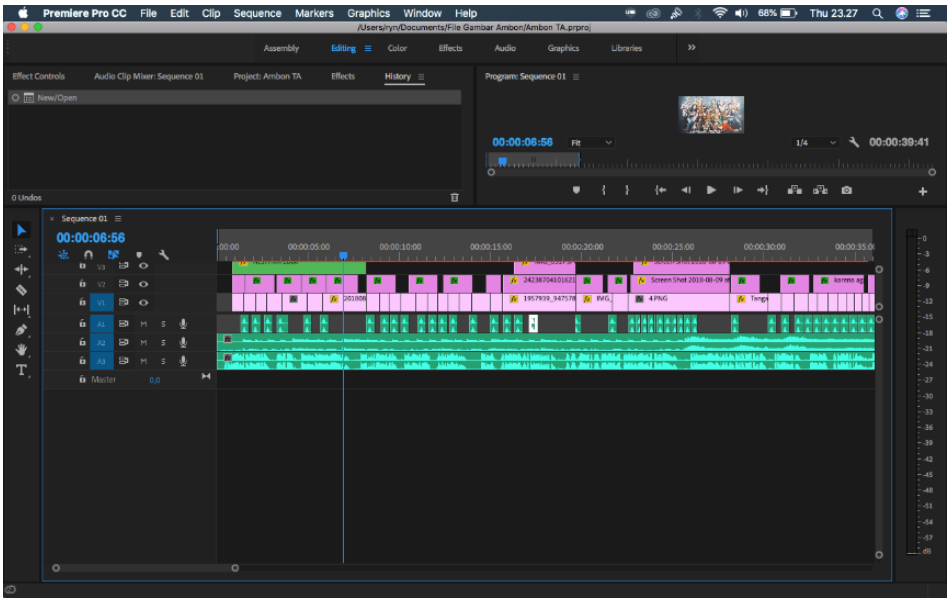
Gambar IV.12 Proses pengolahan foto sebelum diolah menjadi video
Sumber: Data Pribadi



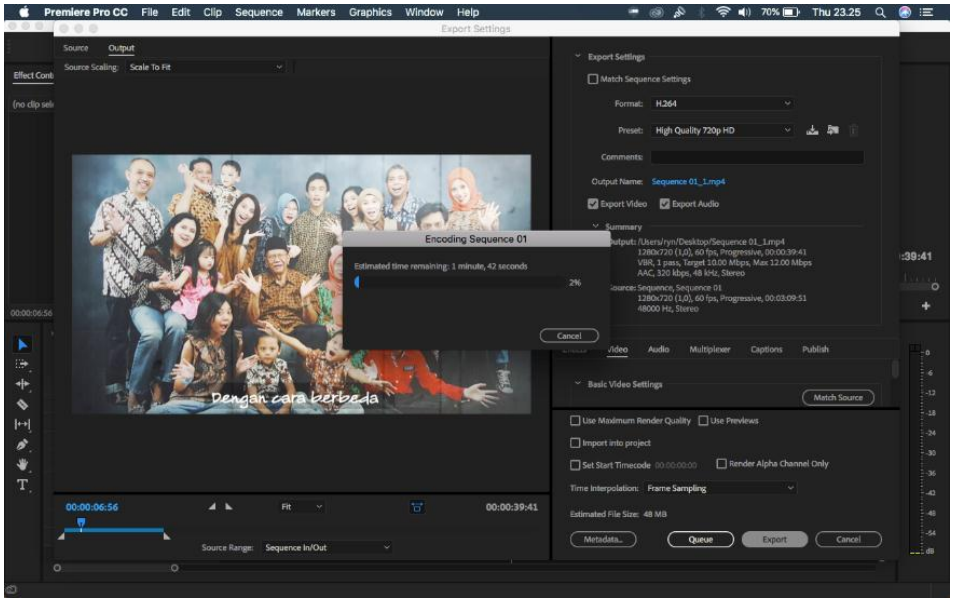
Gambar IV.13 Proses pengolahan foto yang sudah diolah menjadi video
Sumber: Data Pribadi



Gambar IV.14 Proses penambahan *subtitle*
Sumber: Data Pribadi



Gambar IV.15 Proses pengolahan audio
Sumber: Data Pribadi



Gambar IV.16 Proses merender video
Sumber: Data Pribadi

IV.1.5 Media Utama

Setelah tahap produksi selesai, maka video informasi menghasilkan format Mp4 (codec.H.264) High Bitret untuk menghasilkan kualitas gambar yang lebih baik dan terlihat lebih jelas. Format Mp4 ini juga medukung banyak media player sebagai pemutar video dan dapat mempermudah khalayak sasaran dalam memutar video informasi ini



Gambar IV.17 *Highlight* Media Utama
Sumber: Data Pribadi

IV.1.6 Media Pendukung

- Poster

  Poster merupakan media informasi yang memadukan antara gambar atau tulisan bertujuan untuk memberikan informasi serta ajakan. Poster biasanya dipasang di dalam ruangan maupun di luar ruangan agar pesan yang dinginkan dapat tersampaikan kepada khalayak sasaran.

  Material : Kertas Art Paper

  Ukuran : A3 (29,7cm x 42cm)

  Teknis : Cetak Offset



Gambar IV.18 *Poster*
Sumber: Data Pribadi

- *X-banner*

  X-banner adalah sebuah media informasi dimana digunakan untuk meninformasikan isi dari kampanye. *X-banner* berisi dari beberapa konten yang mewakili dari kampanye.

  Material : Luster

  Ukuran : 160 cm x 60 cm

  Teknis : Cetak Offset



Gambar IV.19 *X-banner*
Sumber: Data Pribadi

- *Merchandise*

  Merchandise merupakan salah satu bagian dari media pendukung dalam sebuah kampanye dan dapat diperjual belikan maupun dibagikan secara gratis agar khalayak dapat mengingat kampenye tersebut. Beberapa *merchandise* yang dibuat antara lain:

- *T-Shirt*

T-Shirt merupakan sebuah media yang sering digunakan sebagai identitas dari suatu pesan yang ingin disampaikan. Media ini juga dapat dijadikan *merchandise* pada khalayak sasaran yang dinginkan.

Material : Cotton Combad 30s

Ukuran : Medium – Extra Large

Teknis : Sablon Manual



Gambar IV.20 *T-Shirt*
Sumber: Data Pribadi

- Jam Dinding

Jam dinding merupakan alat sebagai pengingat waktu. Selain itu juga jam dinding sebagai media untuk promosi dari kampanye yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran.

Material : Plastik

Ukuran : 30 cm

Teknis : Cetak gambar dan diaplikasikan pada jam



Gambar IV.21 Jam Dinding
Sumber: Data Pribadi

- Mousepad

Mousepad merupakan media yang sering digunakan sebagai media promosi yang menunjukkan suatu identias dari media kampanye. Media ini banyak digunakan karena lebih praktis dan lebih efisen. Selain itu juga dapat digunakan sebagai *Merchandise* terhadap khalayak sasaran.

Material : Karet dan dilapisi Kertas Khusus pada bagian atas

Ukuran : 20cm x 17cm

Teknis : Sablon Manual



Gambar IV.22 Mousepad
Sumber: Data Pribadi

- Sarung Kitab Suci

Sarung Kitab Suci merupakan media yang sering digunakan sebagai media promosi yang menunjukkan suatu identias dari media kampanye. Media ini banyak digunkan karena lebih praktis dan lebih efisen. Selain itu juga dapat digunakan sebagai *Merchandise* terhadap khalayak sasaran.

Material : Kain Katun

Ukuran : 14 cm x 10 cm

Teknis : Sablon dan jahit dan Jahit



Gambar IV.23 Sarung Kitab Suci

Sumber: Data Pribad

- Thumbler

Thumbler merupakan media yang sering digunakan sebagai media promosi yang menunjukkan suatu identias dari media kampanye. Media ini banyak digunkan karena lebih praktis dan lebih efisen. Selain itu juga dapat digunakan sebagai *Merchandise* yang dijual kepada khalayak sasaran.

Material : Plastk PVC

Ukuran : Diameter 6 cm dan tinggi 25 cm

Teknis : Cetak Digital dan diaplikasikan pada tumbler



Gambar IV.24 Thumbler
Sumber: Data Pribadi

- Topi

Topi merupakan media yang dapat dipakai sebagai media promosi dalam meninformasikan sebuah kampanye. Media ini juga praktis dan dapat digunakan oleh semua kalangan usia. Topi juga dapat dijadikan *merchandise* yang dijual kepada khalayak sasaran.

Material : Kanvas

Ukuran : Medium

Teknis : Sablon Manual



Gambar IV.25 *Topi*

Sumber: Data Pribadi

- *Phone Case*

Phone Case adalah wadah pelingdung *handphone* yang dapat dijadikan media dalam sebuah kampanye. *Phone case* akan selalu menjadi pengingat kepada pemakainya agar selalu teringat akan kampanye. *Phone case* juga dapat dijadikan *merchandise* yang dijual kepada khalayak sasaran

Material : Plastik

Ukuran : Menyesuaikan *handphone*

Cetak : Digital Printing



Gambar IV.26 *Phone Case*
Sumber: Data Pribadi

- *Flashdisk*

Flashdisk merupakan tempat penyimpan data secara praktis dan dapat dibawa kemana-mana. Penggunaan *flashdisk* model seperti dibawah bisa menjadi media dalam kampanye, dan menjadi pengingat kepada khalayak sasaran setiap kali menggunakannya. *Flashdisk* juga dapat di jadikan *merchandise* yang dijual kepada khalayak sasaran

Material : Plastik

Ukuran : 9 cm x 5 cm

Cetak : Digital Printing



Gambar IV.27 *Flashdisk*
Sumber: Data Pribadi

- *Gimmick*
  - Pin

Pin adalah hiasan yang sering digunakan di baju, tas, hingga topi. Pin juga menjadi salah satu media yang dapat digunakan sebagai media kampanye. Pin juga dapat dijadikan *merchandise* yang dibagikan secara gratis kepada khalayak sasaran guna mengingat kampanye.

Material : Plastik

Ukuran : Diameter 5 Cm

Cetak : Digital Printing



Gambar IV.28 Pin
Sumber: Data Pribadi

- Stiker

Stiker adalah media kertas yang dapat diaplikasikan ke semua media dengan cara ditempel. Stiker juga menjadi salah satu media yang dapat digunakan sebagai media kampanye. Stiker juga dapat dijadikan *merchandise* yang dibagikan secara gratis kepada khalayak sasaran guna mengingat kampanye.

Material : Kertas vinil

Ukuran : 10 cm x 5 cm (menyesuaikan)

Cetak : Digital Printing



Gambar IV.29 *Stiker*

Sumber: Data Pribadi

- Gantungan Kunci Akrilik

Gantungan Kunci Akrilik merupakan media yang dapat dipakai sebagai media promosi dalam menginformasikan sebuah kampanye. Media ini juga praktis dan dapat digunakan oleh semua kalangan usia. Gantungan Kunci Akrilik juga dapat dijadikan *merchandise* yang diberikan secara gratis kepada khalayak sasaran untuk menjadi pengingat kampanye.

Material : Akrilik

Ukuran : 6 cm x 4cm

Cetak : Digital Printing



Gambar IV.30 Gantungan Kunci Akrilik
Sumber: Data Pribadi

- Totebag

Totebag merupakan media yang dapat dipakai sebagai media promosi dalam meninformasikan sebuah kampanye. Media ini juga dapat digunakan untuk menyimpan sesuatu. Totebag juga dapat dijadikan *merchandise* yang diberikan secara gratis kepada khalayak sasaran untuk menyimpan *merchadise* yang dibeli.

Material : kanvas

Ukuran : 20 cm x 25 cm

Cetak : Sablon Manual



Gambar IV.31 Totebag
Sumber: Data Pribadi