BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

IV.1.1 Video *Teaser*

Halaman pertama yang ditampilkan pada konsep video dengan menggambarkan jalan di Kota Bandung, salah satunya jalan Asia Afrika. Menampilkan bus kota Damri yaitu memancing khalayak sasaran yang melihatnya. Menunjukan keramaian yang berada di Kota Bandung yaitu jalan Asia Afrika serta menunjukan keberadaan dari tempat yang dibuat dari perancangan promosi Segundo Indonesia.



Gambar IV.1 Jalan Asia Afrika
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pada pengambilan gambar selanjutnya memperlihatkan keadaan dari rumah industri kreatif Segundo Indonesia yang beralamat di Jalan Mendut V Pharmindo, Cijerah, Kecamatan Cimahi Selatan. Pesan yang disampaikan bahwa selain Segundo Indonesia melakukan proses jual beli melalui media sosial, Segundo Indonesia mempunyai kantor dan proses pemesanan dan pengiriman barang. Harapan yang telah ditentukan khalayak sasaran dapat berkunjung langsung ke kantor Segundo Indonesia.



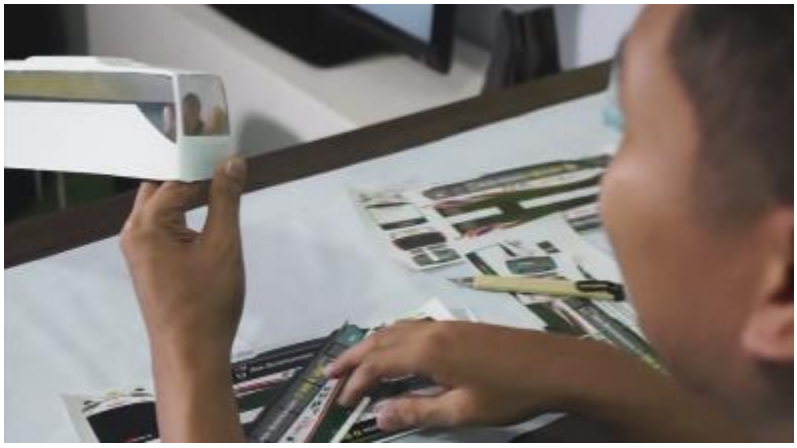
Gambar IV.2 Rumah industri kreatif Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pengambilan gambar selanjutnya yaitu memperlihatkan detail serta varian produk miniatur Segundo Indonesia yaitu dari elf, minibus, hingga bus. Menggunakan pengambilan *zoom in* sehingga terlihat *interior* dan bahan dasar dari miniatur bus buatan Segundo Indonesia.



Gambar IV.3 Produk dan varian dari miniatur bus Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pengambilan gambar selanjutnya yaitu proses pembuatan dari miniatur bus Segundo Indonesia. Menampilkan Sunarya Hadi yang merancang badan miniatur bus sebelum diberi warna, kursi, dan aksesoris lainnya.



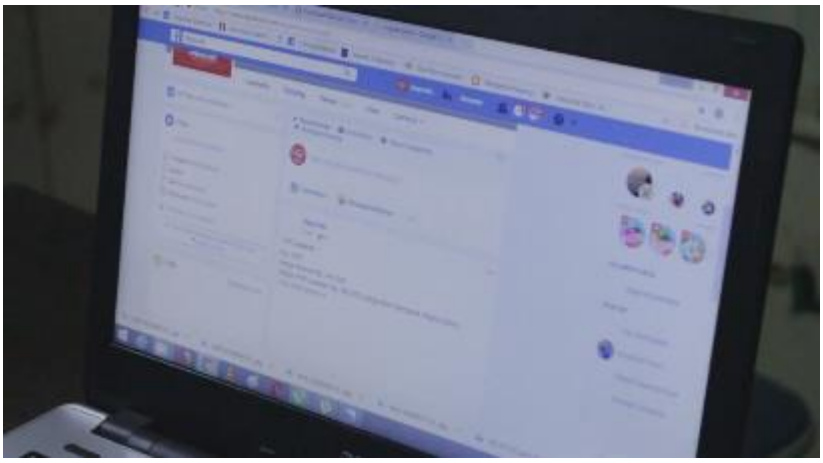
Gambar IV.4 Proses pembuatan miniatur bus Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pengambilan gambar selanjutnya yaitu menampilkan bahan dasar dari Segundo Indonesia memberikan pesan bahwa Segundo Indonesia membuat miniatur dengan skala 1:50 dan menggunakan bahan dasar yang kuat serta tidak mudah rusak.



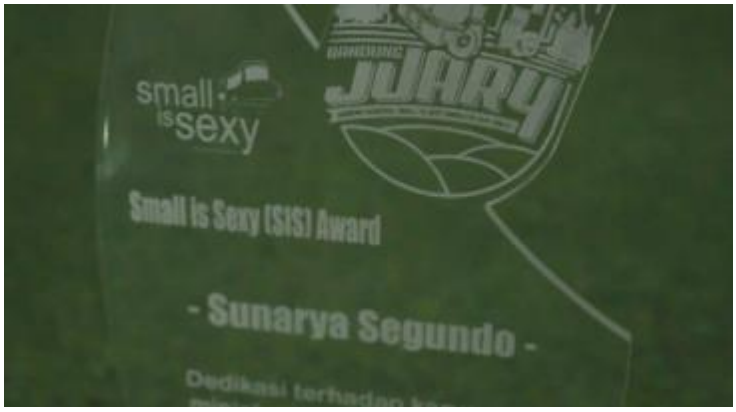
Gambar IV.5 Aksesoris dari buatan Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pengambilan gambar selanjutnya yaitu menampilkan media sosial dari Segundo Indonesia salah satunya media sosial Facebook, khalayak sasaran dapat membeli produk sesuai pesanan dari Segundo Indonesia melalui media sosial yang dimiliki oleh Segundo Indonesia.



Gambar IV.6 Media sosial Facebook dari Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pengambilan gambar berikutnya yaitu menampilkan penghargaan yang diraih oleh Segundo Indonesia dalam beberapa waktu kebelakang, yaitu penghargaan dari komunitas miniatur *"Small Is Sexy"* yang diberikan kepada pengrajin dari Segundo Indonesia yaitu Sunarya Hadi. Pesan yang disampaikan Khalayak sasaran bisa percaya kualitas produk dari bentuk prestasi yang diraih oleh Segundo Indonesia.



Gambar IV.7 Prestasi yang diraih oleh Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Hingga pengambilan gambar terakhir menampilkan kontak serta *mandatory* dari Segundo Indonesia. Pesan yang disampaikan setelah khalayak sasaran melihat video ini menjadi lebih ingin mencari tau tentang Segundo Indonesia.



Gambar IV.8 kontak dan *mandatory* dari Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- *Aspek Ratio*

Aspek Ratio yang digunakan dalam proses pembuatan video *teaser* yaitu NTSC *widescreen* dengan ratio 16:8 menggunakan resolusi 1920:1080. Kebutuhan yang disesuaikan untuk video tersebut untuk media seperti Instagram, Youtube, dan Facebook.

- *Depth Of Field*

Depth Of Field atau DOF digunakan untuk kedalaman agar beberapa objek dalam video *teaser* lebih terlihat jelas dan lebih fokus. DOF bisa didapat dibantu dengan kualitas lensa yang baik dengan bukaan lensa mencapai f/1.4 dan f/2.5 yang mempermudah untuk mendapatkan hasil DOF. Perancangan video *teaser* yang digunakan untuk Segundo Indonesia menggunakan lensa Canon 600D dengan bukaan lensa hingga f/1.4 agar objek terlihat lebih fokus dari *background* pada pengambilan gambar.



Gambar IV.9 pengambilan *Depth of Field*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- *Exposure Time*

Pada *Exposure* yang digunakan dalam pengambilan ini adalah dengan menggunakan 1/80, dalam keadaan pengambilan gambar pada sore hari *shutterspeed* 1/80 membantu dalam pengambilan cahaya yang masuk kedalam kamera serta dapat menghasilkan gambar yang lebih terang.



Gambar IV.10 pengambilan *Exposure Time*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- *Aperture*

Pada pengambilan gambar yang dilakukan malam hari dengan minimnya cahaya yang ada *Aperture* bisa membantu untuk meningkatkan pencahayaan pada video yang diambil. *Aperture* yang digunakan adalah dengan menggunakan f/1.4 hingga f/2.5 atau bukaan terendah yang bisa dihasilkan dari sebual lensa yang digunakan yaitu lensa Sigma 1.8 35 mm.

- *ISO speed*

Pada pengambilan gambar yang dilakukan sore hari dengan cahaya yang berkurang *iso speed* bisa membantu untuk meningkatkan pencahayaan pada video yang kurang pencahayaan. *Iso speed* yang digunakan menggunakan 6400.

- *Frame Length*

Frame Length yang digunakan yaitu 00:00:60 adalah *frameLength* yang dibutuhkan kerena untuk sebuah video *teaser* akan ditampilkan dimedia seperti Instagram dan Youtube yang durasinya tidak akan lebih dari 00:00:60.

- *Frame rate*

Frame rate yang digunakan untuk kemulusan video yang di ambil maka *frame rate* yang digunakan adalah dengan 25 *frame/second.* Dan pada tahap *editing frame rate* yang dipilih sesuai dengan *frame rate* yang ada pada saat pengambilan gambar.

- *Focal Length*

Focal Length yang digunakan yaitu 35 mm hingga 55 mm adalah *Focal length* yang dipilih karena menghasilkan gambar seperti *longshot* sesuai dengan yang dibutuhkan dan sesuai dengan *storyboard. Zoom in shoot* dipilih karena kebutuhan skenario yang ingin menampilkan detail miniatur serta bahan dasar yang ada pada pada saat pengambilan gambar dan pengambilan gambar menjadi lebih fokus kepada objek miniatur.

IV.2 Teknis Produksi

IV.2.1 Pra Produksi

Media yang telah dipilih yaitu pengambilan gambar melalui Video *Teaser,* sebelum diproduksi dibutuhkan tahap-tahap perancangan atau pembuatan konsep dari media yang akan di aplikasikan serta diproduksi. Tahap pra produksi dari perancangan media video *teaser* Segundo Indonesia yaitu:

- *Storyline*

  Storyline membuat alur cerita singkat dari apa yang akan dibuat serta disampaikan pesan kepada khalayak sasaran yang dituju agar karya dapat terarah dan jelas dengan konsep yang dibuat.
- *Storyboard*

  Storyboard membuat proses pengambilan gambar lebih mudah pada saat pengerjaan pengambilan gambar setelah dibuat sketsa *storyboard* serta alur pengambilan gambar yang tersusun sehingga pesan dapat disampaikan.
- Pengeditan Video

  Aplikasi yang digunakan untuk mendukung pengeditan video agar video dapat tersusun dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro CS 6.

IV.2.2 Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar dilakukan di pusat kota yaitu di Gedung sate, dan Jalan Asia Afrika di Kota Bandung. Pengambilan gambar selanjutnya dilaksanakan di kantor atau rumah industri Segundo Indonesia yaitu di Jalan Mendut V pharmindo, Cijerah, kecamatan Cimahi Selatan.

Peralatan yang digunakan dalam proses pengambilan gambat yaitu:

- Kamera Canon 600 D : 1 unit.

  Kamera Canon 600 D digunakan karena memiliki iso yang cukup tinggi dan baik untuk proses pengambilan video hingga mencapai 6400. Serta penggunaan kamera yang mudah dan menghasilkan warna yang baik. Pemilihan kamera karena objek yang cocok diambil pada suasana dalam ruangan, serta canon 600D salah satu kamera terbaru dari canon dengan memiliki ISO mencapai 12000.



Gambar IV.11 Kamera 600D
Sumber: https://www.kameradigital.co.id/0379/kamera-canon-eos-600d-harga-dan-spesifikasi-lengkap-terbarunya/ (diakses pada 17/07/2018)

- Baterai Canon 600 D : 1 unit.

  Baterai untuk pengisian daya dari kamera serta mengantisipasi kehabisan daya pada kamera saat pengambilan gambar melalui video.



Gambar IV.12 Batrai canon 600D
Sumber: https://www.kameradigital.co.id/0379/kamera-canon-eos-600d-harga-dan-spesifikasi-lengkap-terbarunya/ (diakses pada 17/07/2018)

- *Lighting STARK* : 2 unit

  Lighting STARK untuk membantu pencahayaan yang lebih terang sehingga pada saat pengambilan gambar tidak terlihat gelap serta memudahkan untuk pengeditan video. Pemilihan *lighting* karena pengambilan gambar didalam ruangan sehingga membantu cahaya tambahan agar objek tetap terlihat jelas dan terang.



Gambar IV.13 *Lighting Stark*
Sumber: https://www.massivelighting.co.uk/saxby-stark-ip65-100w-cool-white-60336-by-massive-lighting-5033-p.asp (diakses pada 17/07/2018)

- *Tripod EXEL* : 1 unit

  Tripod EXEL untuk menghindari guncangan pada saat pengambilan video karena sebagian besar video diambil dengan pengambilan *zoom in*, sehingga kemungkinan guncangan semakin kecil dan membuat kualitas gambar menjadi baik karena kestabilan dalam pengambilan gambar.



Gambar IV.14 *Tripod Exel*
Sumber: https://www.tokocamzone.com/Excell-EX-381 (diakses pada 17/07/2018)

- Lensa : 1 Lensa Kit 18-55mm dan 1 lensa Fix 50mm

  Penggunaan lensa diatas untuk menghasilkan DOF dan kedalaman pengambilan gambar karena objek yang diambil sebuah benda dengan skala 1:50 lensa yang cocok yaitu lensa dengan 18-55mm.



Gambar IV.15 Lensa kit 18-55 mm
Sumber: https://www.tokocamzone.com/Excell-EX-381 (diakses pada 17/07/2018)

- Latar dan tempat

Latar dan tempat yang digunakan yaitu di rumah industri kreatif dari Segundo Indonesia. Pemilihan tempat dipilih karena tempat memberikan informasi kepada khalayak sasaran tentang lokasi serta tempat produksi dari Segundo Indonesia. Latar tempat dipilih terdapat beberapa miniatur siap jual yang telah diberi kemasan, memberikan pesan kepada khalayak sasaran jika Segundo Indonesia memproduksi miniatur dengan proses cepat dan siap jual.



Gambar IV.16 Latar tempat pengambilan gambar
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

- *Talent*

Pemilihan *talent* dari media utama video *teaser* perancangan promosi Segundo Indonesia yaitu dari pengrajin serta pemilik Segundo Indonesia. Pengrajin tersebut yaitu Sunarya Hadi, pemilihan *talent* karena sudah mengetahui dengan produk yang dibuat serta ditampilkan kepada khalayak sasaran yaitu miniatur bus.



Gambar IV.17 Pengrajin miniatur bus Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

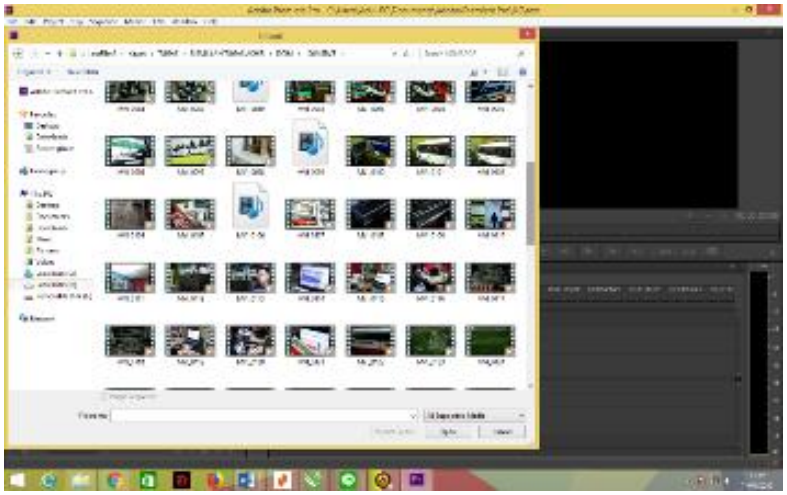
IV.2.3 Produksi Video

Produksi dari video dalam perancangan promosi Segundo Indonesia setelah melakukan pengambilan gambar sesuai dengan *storyboard* dan *storyline*, proses menjadikan beberapa potongan video menjadi satu video yang telah diatur dengan *editting* menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro CS 6.



Gambar IV.18 Menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro CS 6
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pemilihan aplikasi Adobe Premier Pro CS 6 karena penggunaan alat dari Adobe Premier Pro CS 6 lengkap serta mudah digunakan, dengan hasil kualitas dari video yang telah diedit sangat baik tanpa menurunkan kualitas hasil dari video.



Gambar IV.19 Mengambil berkas video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Setelah membuka aplikasi serta menyesuaikan *ratio* untuk video yang akan diedit, masukan beberapa berkas potongan video yang telah di ambil. Video menyesuaikan dengan yang telah disusun pada perancangan *storyboard.*



Gambar IV.20 Mengolah berkas video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pilih video yang akan dimasukan ke dalam *board* pengolahan video, berikan transisi serta *backsound audio.* Sesuaikan dengan pesan video yang akan disampaikan. Pesan yang disampaikan pada perancangan yaitu memberikan *image* dan memperkenalkan bahwa Segundo Indonesia pengrajin miniatur dengan skala 1:50, maka *audio* yang digunakan memberikan kesan dengan *mood happy*.

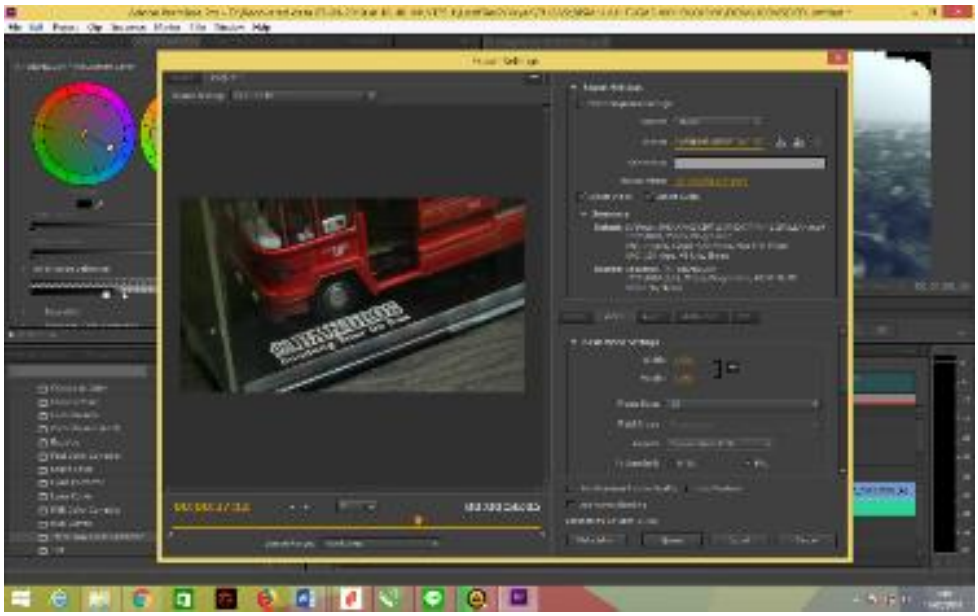


Gambar IV.21 Memberikan warna pada video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Setelah proses pemotongan dan pemberian *transisi* pada video, langkah selanjutnya memberikan *coloring* yaitu warna pada video dengan menyesuaikan waktu dan tempat pada saat pengambilan gambar. Menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro CS 6. Konsep warna yang telah ditentukan dengan beberapa perpaduan *tone* warna, biru, hijau, dan kuning.

IV.2.4 Pasca Produksi

Setelah semua video telah sesuai dengan *storyboard*, dan telah diberikan *transisi*, *audio*, serta kesan warna. Proses selanjutnya dengan *eksport* video, atau proses *rendering*. Pengaturan pada hasil akhir video ditentukan pada tahap ini yaitu resolusi, *ratio*, dan *audio* dari hasil akhir video setelah di *render*.

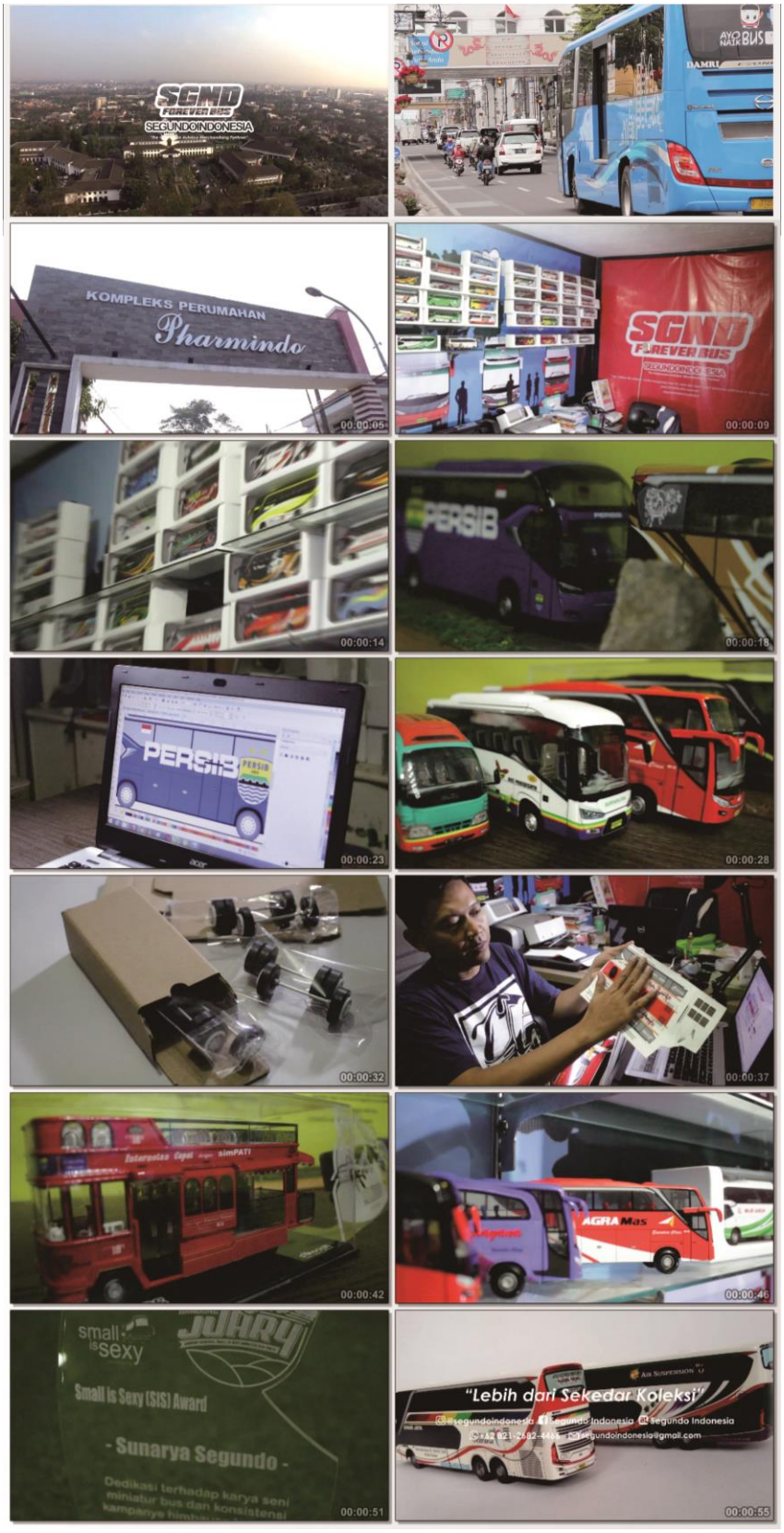


Gambar IV.22 Tahap *render* berkas video
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.2.5 Hasil produksi video *teaser*

Hasil dari video yang telah diolah menjadi video *teaser* yang siap untuk diunggah dalam beberapa media yang telah ditentukan, berikut format dan potongan video yang telah diolah dan siap di publikasikan.

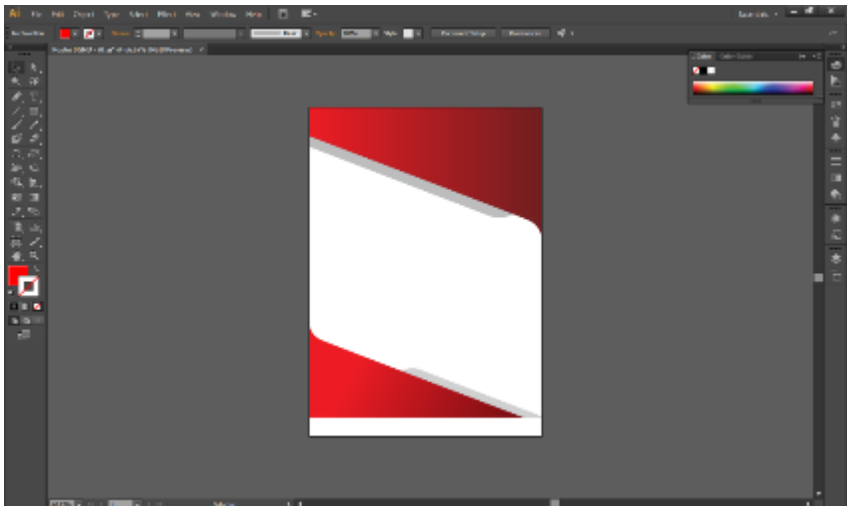
- *Frame size* : 1920 x 1080
- *Frame rate* : 29,97 fps
- *Aspect ratio* : NTSC *widescreen square pixel* 16 : 9
- *Channel* : RGB
- Warna : Millions of Colors+
- Format video : MPEG-4 (.MP4)
- Video *Codec* : H.264
- Durasi : 00:00:60
- *Audio sample rate* : 48 kHz MP3 format



Gambar IV.23 Hasil media utama yaitu video *teaser*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.3 Poster

Poster dalam perancangan menggunakan teknik *digital imaging* dengan *layout* menggunakan ilustrasi atau vektor. Proses digunakan karena ingin menyampaikan kepada khalayak sasaran tentang kualitas, bahan, dan proses produksi dari miniatur. Teknik sangat cocok karena secara langsung menggambarkan objek atau produk yang ingin disampaikan. Poster pada tahan *attention* serta *interest* digunakan lebih untuk memperlihatkan kualitas dari produk Segundo Indonesia. Teknis produksi menggunakan aplikasi Adobe Illustrator CS 6.



Gambar IV.24 Pembuatan *Layout*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Pembuatan *background* serta *layout* dari poster. Menggunakan warna merah dan putih karena warna tersebut telah digunakan oleh Segundo Indonesia menjadikan salah satu identitas yang ingin ditampilkan kepada khalayak sasaran.



Gambar IV.25 Penempatan Logo serta *Tagline*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Proses selanjutnya setelah *background* selesai dibuat. Menempatkan logo dan *tagline* dari Segundo Indonesia, penempatan logo di tengah dengan ukuran lebih besar dari objek lainnya karena khalayak sasaran dapat memahami bahwa pesan promosi serta produk tersebut disampaikan oleh Segundo Indonesia. Logo dan *tagline* telah di letakan pada poster kemudian diberikan sosial media serta *barcode* agar khalayak sasaran dapat melihat hasil video pada perancangan.



Gambar IV.26 Penempatan foto miniatur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Proses selanjutnya pemilihan objek foto miniatur yang akan diletakan pada poster, setelah ditentukan foto miniatur di potong dan disesuaikan dengan *layout.* Letakan

foto di tengah poster agar *point of contact* khalayak sasaran yang melihatnya langsung tertuju kepada objek miniatur yang akan disampaikan.



Gambar IV.27 Mengubah poster menjadi JPG
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Proses selanjutnya setelah poster dibuat yaitu menjadikan berkas menjadi JPG serta disesuaikan dengan proses percetakan yang akan dibuat. Poster untuk media cetak dibuat dengan format A3 yaitu berukuran 297 x 420 mm dan A2 berukuran 420 x 594 mm, dengan warna *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key),* dengan *Compression Baseline* Optimal, resolusi 300 ppi, untuk bahan menggunakan kertas *Art paper* 250gram. Proses cetak dengan produksi min 50 poster menggunakan *offset printing* karena ukuran kertas yang lebih besar serta jumlah banyak dan harga yang terjangkau. Poster untuk media digital dibuat dengan format A4 yaitu 210 x 297 mm dengan warna *RGB (Red, Green, Blue).* dengan *Compression Baseline standart*, resolusi 150 ppi



Gambar IV.28 Hasil akhir poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Poster selanjutnya yaitu dengan tahap *interest* dengan menambahkan informasi dari produk serta tahap produksi dan bahan yang digunakan. Pesan yang ingin disampaikan yaitu Segundo Indonesia merupakan salah satu pionir pengrajin miniatur bus dengan skala 1:50, dengan bahan yang tidak mudah rusak serta ramah lingkungan.



Gambar IV.29 Hasil akhir poster *Interest*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Media : Poster

Material : *Art Paper 250 gram*

Ukuran : A3 297 x 420 cm

Warna : *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key)*

Resolusi : 300 ppi.

Teknik produksi : *Offset printing*

Pemilihan kertas dengan *art paper 250 gram* karena kertas yang mudah ditemukan, kertas yang baik menggunakan warna-warna *premier* dan harga kertas yang terjangkau jika diproduksi dengan jumlah banyak. Menentukan ukuran dapat dilihat dalam penempatan media yang akan diletakan salah satu contoh media akan diletakan di agen-agen terminal bus dan *event* sehingga ukuran A3 membuat poster tidak terlalu kecil dan tetap terlihat oleh khakayak sasaran. Proses percetakan yang menggunakan *offset printing*, karena media poster akan dicetak dalam jumlah yang banyak sehingga proses percetakan tersebut sangat baik karena jumlah yang banyak dengan harga yang terjangkau.

IV.4 Brosur

Konsep pada perancangan brosur menggunakan ukuran kertas A4 210 x 297 mm menggunakan warna *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key),* dengan *Compression Baseline* Optimal, resolusi 300 ppi, untuk bahan menggunakan kertas *Art paper* 150gram, dengan lipatan kertas 3 serta *display* brosur menjadi 6 depan dan belakang. Konten yang diberikan yaitu semua informasi tentang Segundo Indonesia yaitu profil, foto produk, varian produk, proses produksi, kontak, *tagline*, serta keungulan dari Segundo Indonesia dibandingkan dengan kompetitor.

Media : Brosur

Material : *Art Paper 150 gram*

Ukuran : A4 210 x 297 mm

Warna : *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key)*

Resolusi : 300 ppi.

Teknik produksi : *Offset printing*

Pemilihan ukuran media yang menggunakan ukuran A4 karena media brosur akan diletakan di tempat seperti agen-agen perusahaan *outobus* dan terminal sehingga ukuran brosur yang A4 dengan dilipat menjadi 3 bagian tidak akan menghabiskan tempat untuk peletakannya. Proses produksi yang menggunakan *Offset printing*

karena brosur akan dicetak dengan jumlah banyak setiap tempat akan diletakan min 25 kertas brosur, serta harga yang terjangkau dan proses yang cepat.



Gambar IV.30 Tampilan depan Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar IV.31 Tampilan Belakang Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.5 *X - Banner*

X–Banner menjadi salah satu media yang dibutuhkan dalam perancangan promosi dengan beberapa informasi yang dapat disampaikan melalui media *X–Banner* kepada khalayak sasaran. Media dapat diletakan pada saat Segundo Indonesia mengisi *event* untuk menjadikan informasi kepada khalayak sasaran yang melihatnya. Ukuran dari media menjadi salah satu dipilihnya *X–Banner*. Konten akan dibuat semenarik mungkin dengan memberikan logo, *tagline*, profil, foto produk dan kontak dari Segundo Indonesia.

Media : *X–Banner*
Material : *Banner Flexi Germant*
Ukuran : 160 cm x 60 cm
Warna : *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key)*
Teknis Produksi : Teknik cetak *offset*

Pemilihan material yang mengguanakan *banner germant* karena bahan yang tahan lama jika diletakan pada *outdoor* karena media akan diletakan pada depan kantor Segundo Indonesia atau pada saat Segundo Indonesia membuka stand pada suatu *event*. Proses produksi menggunakan teknik cetak *offset* karena bahan yang tebal sehingga pemilihan proses produksi supaya warna yang ditampilkan tetap terlihat menarik dengan bahan dasar yang tebal dan tahan lama. Pemilihan bahan dasar serta teknik cetak yang disesuaikan pada distribusi serta penempatan media yang telah ditentukan. Harapan yang ingin diraih yaitu khalayak sasaran dapat menerima pesan atau informasi yang disampaikan dari konten yang ada pada media *X-Banner*.



Gambar IV.32 Tampilan depan Brosur
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.6 *Wobbler*

Wobbler adalah media yang biasa di tempatkan di meja dekat dengan peletakan media pendukung seperti brosur. Berukuran 12 cm x 12 cm, berbahan *art paper* 250 gr, serta menggunkan model warna CMYK. Diproduksi menggunakan teknik cetak digital karena memiliki ukuran yang tidak terlalu besar. Didistribusikan di agen dan perusahaan *outobus* dan diletakkan menempel pada tempat brosur untuk menarik perhatian khalayak sasaran sehingga membantu khalayak sasaran melihat brosur yang ditampilkan.



Gambar IV.33 Tampilan *wobbler*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

IV.7 *Merchandise*

Merchandise menjadi salah satu media pendukung yang secara tidak langsung bisa membantu proses promosi kepada Segundo Indonesia. Pesan dan proses promosi kepada khalayak sasaran akan tersampaikan secara tidak langsung, dari beberapa konsumen yang telah memiliki *merchandise* sebagai bentuk penghargaan dari Segundo Indonesia yang bisa didapatkan dengan membeli dalam jumlah banyak. Segundo Indonesia secara tidak langsung memperkenalkan produknya dari kontak serta alamat yang ditampilkan dalam *merchandise* yang digunakan oleh konsumen.

- *T-Shirt*

  T-shirt salah satu media pendukung yang dapat dimanfaatkan dalam salah satu proses promosi penyampaian pesan kepada khalayak sasaran, dengan ilustrasi yang diterapkan menggunakan logo Segundo Indonesia, ditambahkan dengan visual bentuk bus serta kontak memberikan informasi dari Segundo Indonesia.



Gambar IV.34 *T-Shirt* bagian depan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar IV.35 *T-Shirt* bagian belakang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Merchandise t-shirt dalam media pendukung Segundo Indonesia, *T-Shirt* menggunakan bahan dengan katun *combed* 24s. Teknis produksi yang digunakan yaitu dengan cara Sablon menggunakan print DTG yaitu *Direct To Garment* yaitu

metode tinta yang langsung menyerap ke kain *T-Shirt*. Pemilihan teknis produksi karena print DTG sangat bagus untuk gambar yang memiliki berbagai macam warna serta untuk proses produksi dalam jumlah banyak, dengan harga terjangkau dan kualitas warna yang bagus. Memiliki beberapa ukuran mulai dari S *(Small)* kecil hingga XL *(Extra Large)* ekstra besar.

Tabel IV.1 Ukuran *T-Shirt*
Sumber : Dokumetasi Pribadi (2018)

Size	Lebar (Dada) /cm	Tinggi (Panjang) /cm
S	48 cm	68 cm
M	51 cm	71 cm
L	54 cm	74 cm
XL	56 cm	76 cm
XXL	58 cm	78 cm

- *Totebag*

  Media pendukung *totebag* dipilih sebagai salah satu perancangan karena bisa digunakan sebagai proses kemasan alat untuk konsumen. yang telah membeli produk miniatur bus dari Segundo Indonesia. Berbagai fungsi bisa digunakan kembali oleh konsumen untuk beraktivitas. Menggunakan bahan *furing spundbond* dengan ketebalan hingga 2cm serta memiliki ukuran A3 yaitu 297 cm x 420 cm, teknis produksi dengan bahan *polyflex,* menggunakan warna putih dengan Ilustrasi warna merah disertai kontak media sosial.



Gambar IV.36 Desain *totebag*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Gantungan kunci dan Stiker

  Gantungan kunci dan stiker dipilih sebagai salah satu media pendukung karena menggunakan ilustrasi dari berbagai macam warna bus, khalayak sasaran yang membeli miniatur bus dengan warna sesuai keiinginan menjadi salah satu pemilihan dari desain serta warna. Gantungan kunci dengan akrilik dengan ketebalan 2 hingga 3 cm serta ukuran lebar 5 cm serta tinggi 2,5 cm. Stiker menggunakan kertas *vinyl* dengan menggunakan *laminasi doff*. Warna *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key)* Proses produksi dengan *digital printing.*



Gambar IV.37 Gantungan kunci dan stiker
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Buku Catatan

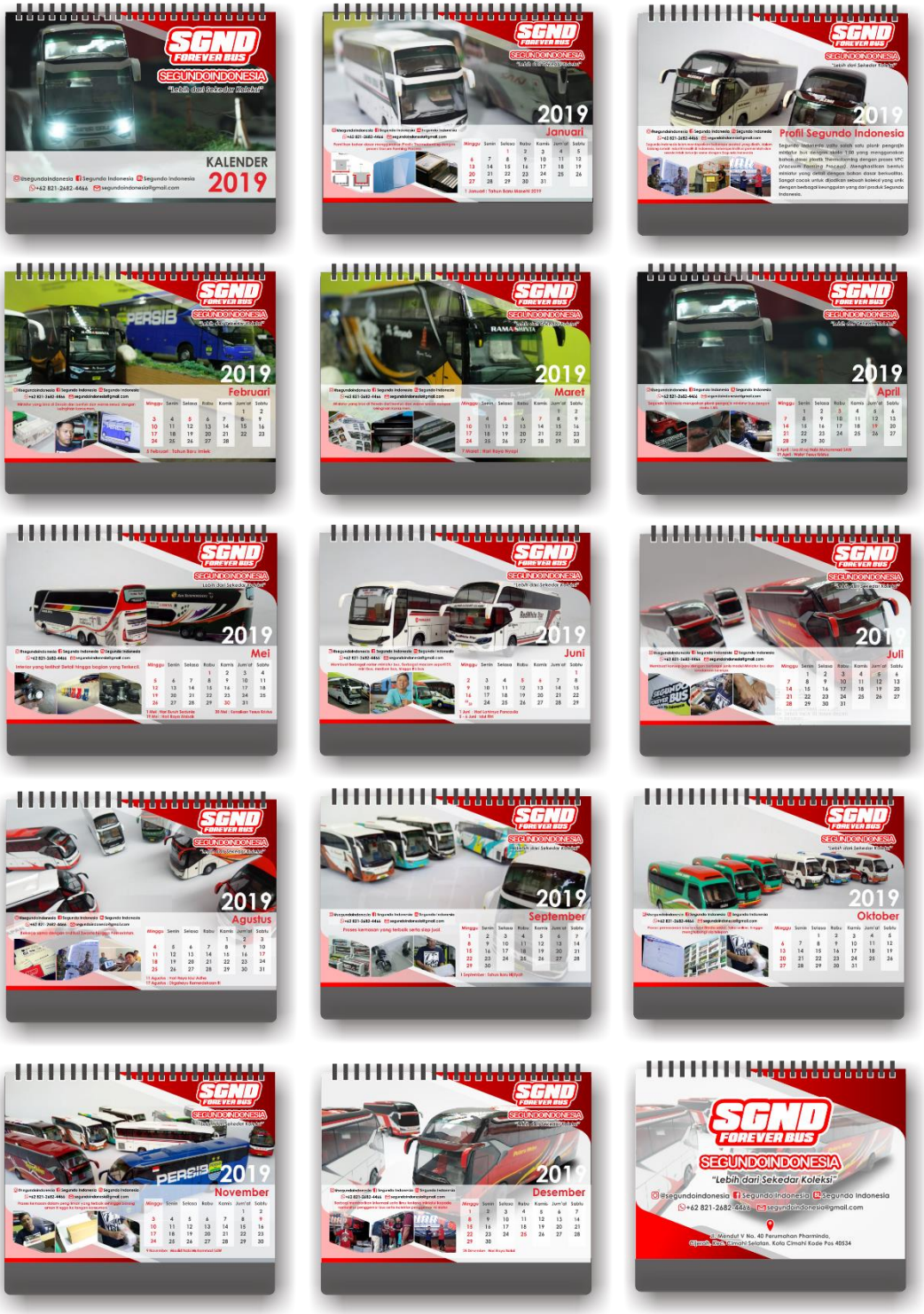
  Media pendukung buku catatan dipilih dari khalayak sasaran yang beraktivitas sebagai pejalar dari mahasiswa hingga masih sekolah. Menggunakan ukuran kertas A5 yaitu 105 yaitu x 210 cm dengan bahan dasar kertas 70gram, serta menggunakan *softcover*, warna *CYMK (Cyan, Yellow, Magenta, Key).* Proses produksi menggunakan teknik cetak *offset* karena dengan jumlah banyak serta penggunaan kertas hanya berukuran A5 yaitu 105 cm x 210 cm



Gambar IV.38 Buku catatan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Kalender Meja

  Media pendukung kalender meja dipilih karena sebagai salah satu distibusi kepada perusahaan *outobus* yang ada di Indonesia, penempatan kalender dapat diberikan kepada khalayak sasaran dari pegawai dan perusahaan outobus mengapa memiliki salah satu media pendukung kalender meja. Menggunakan kalender dengan ukuran A5 yaitu 14,8 x 21,0 cm. Teknis produksi yang digunakan dengan teknik cetak *offset,* pemilihan teknis produksi karena ukuran kalender yang menggunakan A5 sehingga teknik cetak *offset* sangat cocok dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang dihasilkan sangat baik.



Gambar IV.39 Kalender Meja
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- *E-Money Card*

  Media pendukung *e-money card* dipilih karena salah satu khalayak sasaran dari Segundo Indonesia yaitu menengah atas bekerja sama dengan pemilih perusahaan *outobus,* yang ada di pulau Sumatera hingga Jawa dan Bali. Pemilihan ditentukan juga dengan *driver* perusahaan outobus yang selalu menggunakan jalan tol dalam melakukan perjalanan menjadi salah satu alasan dipilihnya media *E-Money card.* Menggunakan ukuran 8 x 5,5 cm dengan produksi menggunakan *Indoor laser printing.* Jumlah produksi minimal 50 buah disesuaikan dengan penempatan media pada saat *event,* dan lain lain. berisi konten logo, *tagline*, kontak, sosial media, dan alamat dari Segundo Indonesia. Proses percetakan menggunakan *Laser digital printing.*



Gambar IV.40 *E-Money Card* Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia (2018)

- *Mousepad*

  Media pendukung *mousepad* dipilih karena khalayak sasaran sebagian ditujukan kepada pegawai serta perusahaan *outobus* yang kegiatan beraktifitasnya setiap hari berhubungan dengan komputer, *mousepad* dijadikan sebagai salah satu *merchandise*. Proses produksi yang menggunakan sablon *transfer paper*. Pemilihan bahan dasar yang menggunakan kulit karet dengan uk 23 cm x 18 cm, warna yang digunakan dengan format warna CYMK. Serta ilustrasi yang ditunjukan dengan gambar miniatur, logo dan kontak dari Segundo Indonesia. Penempatan media pada saat *event* atau di lokasi penjualan Segundo Indonesia.

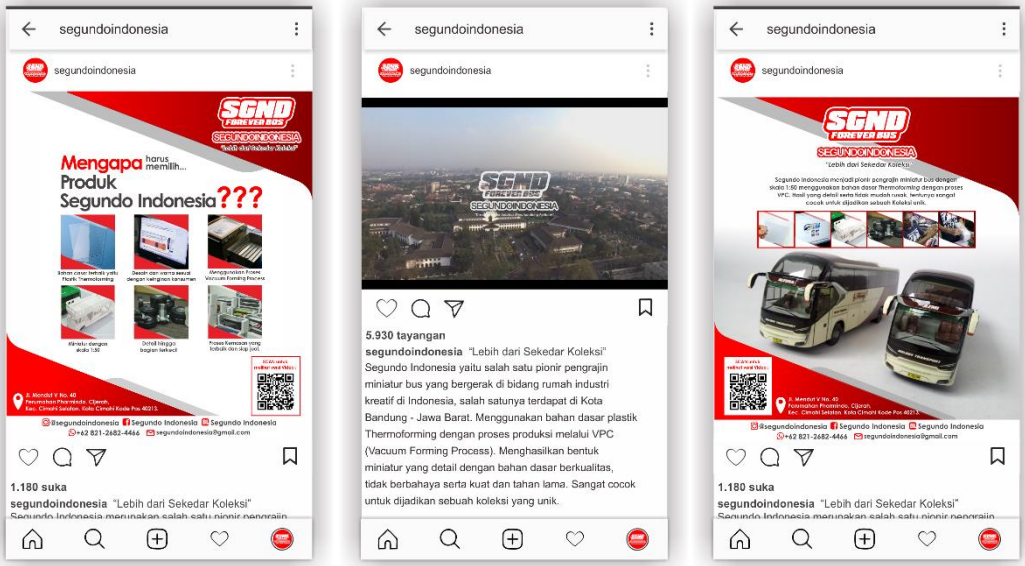


Gambar IV.41 *Mousepad* Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia (2018)

IV.8 Aplikasi Konten Media Sosial

- Konten Instagram video *teaser* dan Poster

  Instagram menjadi penyebaraan media video yang telah dibuat perancangannya. Menggunakan media utama berdurasi 60 detik. Media Instagram dipilih karena menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh khalayak sasaran dalam beraktifitas setiap hari. Konten poster *interest* digital yang digunakan menggunakan ukuran 88 cm x 100 cm, dengan jenis warna menggunakan RGB, menggunakan 150 ppi dan arah baca kiri atas ke kanan.

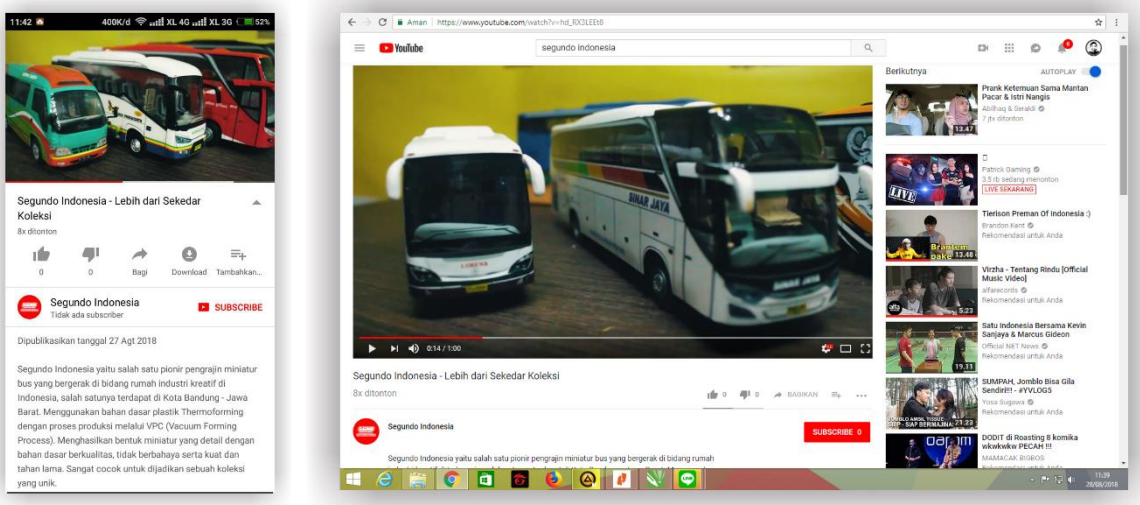


Gambar IV.42 Konten Halaman Instagram Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia (2018)

- Konten Youtube video *teaser*

  Youtube menjadi salah satu media yang tepat dengan konten berbentuk *audio* dan video. Konten berisi media utama berdurasi 60 detik yang telah dibuat. Konten Youtube dipilih karena menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh khalayak sasaran dalam mencari referensi berbentuk video. Maka media Youtube sangat tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Menggunakan format yang telah ditentukan dan sesuai dengan media sebagai berikut:

  Frame size :1920 x 1080px
  Frame rate :29,97fps
  Aspect ratio : NTSC *widescreen square pixel* 16 : 9
  Channel :RGB
  Color *: Millions of Colors+*
  Format video : MPEG-4 (.MP4)



Gambar IV.43 Konten Halaman Youtube Segundo Indonesia

Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia (2018)