BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media utama pada perancangan persuasi pentingnya sarapan pagi ini adalah video iklan. Dalam membuat video iklan ini tentu menggunakan perangkat komputer dan dibantu dengan *software editing* seperti *Adobe Premiere Pro* untuk memudahkan dalam mengedit video.

IV.1.2 Teknis Produksi

A. Pra Produksi

Dalam pembuatan video iklan mengenai pentingnya sarapan pagi, tentu terdapat beberapa tahapan yang perlu diselesaikan diantaranya:

- Ide cerita

  Ide cerita dibuat agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran tentu dengan mengikuti alur, dan tentunya dapat memudahkan dalam menentukan adegan yang akan dibuat.

- *Storyline*

  Storyline merupakan alur cerita dari tiap *scene* atau adegan per adegan telah disusun.

- *Storyboard*

  Storyboard merupakan visualisasi dari *storyline* dan dibuat agar dapat membantu dalam pengambilan gambar untuk menentukan sudut pandang kamera.

- Tokoh utama

  Penentuan tokoh utama disesuaikan dengan konsep awal ide cerita.

- *Setting*

  Tenpat yang akan digunakan dalam pengambilan gambar disesuaikan dengan kebutuhan dari tiap adegan yang akan dibuat.

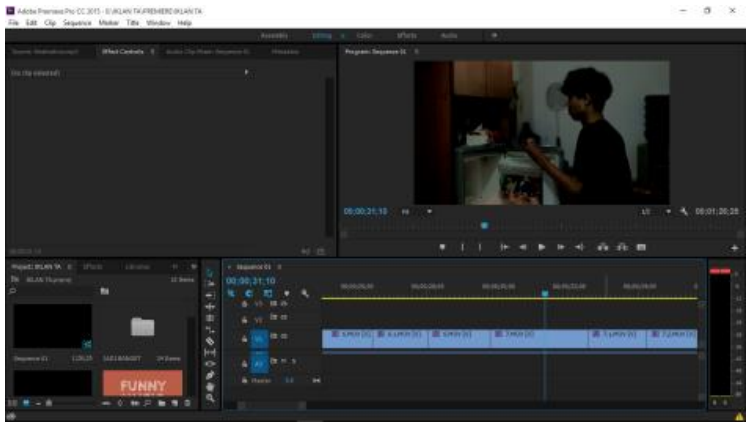
- Properti

  Properti yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan dari tiap adegan yang akan dibuat.

B. Produksi

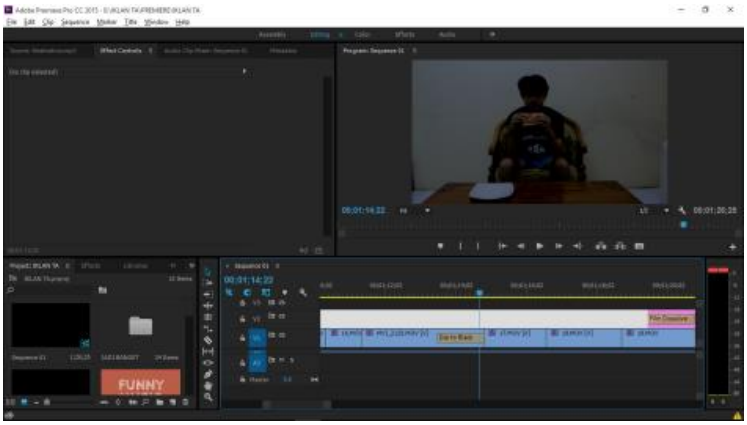
Pada tahapan ini merupakan tahapan dimana dilakukannya pengambilan gambar dan *editing video*. Adapun dalam pengambilan dan *editing video* menggunakan beberapa *tools*, diantaranya adalah kamera canon 60D, *stabilizer*, dan *software editing Adobe Premiere Pro CC 2015*.

Dalam melakukan *editing video* langkah awal adalah memilih video hasil *shooting* dan menggabungkan secara keseluruhan video yang akan digunakan dan menentukan durasi yang akan dipakai pada tiap masing-masing video. Penentuan susunan video menyesuaikan dari tahapan *storyline* dan *storyboard.*



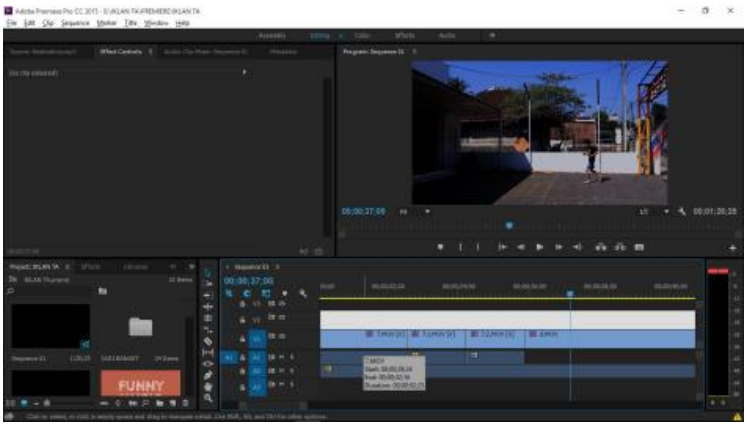
Gambar IV.1 Penyusunan Hasil *Shooting*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Lalu tahapan selanjutnya adalah menambahkan efek tertentu pada susunan video seperti transisi dan *title*. Penggunaan transisi pada susunan video bertujuan agar dapat membedakan satu *scene* dengan *scene* lainnya, baik dari segi keterangan tempat atau pun dalam segi keterangan waktu yang terjadi. Hal tersebut sangat bermanfaat agar alur cerita yang dibuat masih dapat dimengerti oleh penonton.



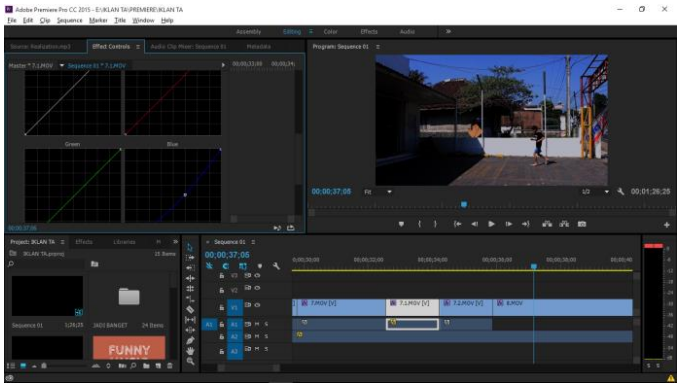
Gambar IV.2 Penambahan Efek Pada Susunan Video
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Setelah proses penyusunan dan penambahan efek pada susunan video tahapan selanjutnya adalah menambahkan audio seperti ilustrasi musik, dan *sound effect.*



Gambar IV.3 Penambahan Suara Pada Susunan Video
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

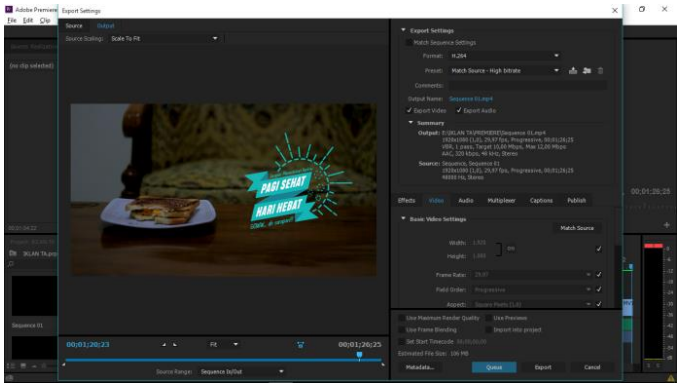
Lalu pada tahapan akhir adalah dengan mengatur warna dan tingkatan suara, pengaturan warna bertujuan agar memiliki kesan. Lalu pengaturan suara disesuaikan dengan adegan tertentu, ada beberapa adegan yang memang untuk tingkatan suara harus lebih keras agar dapat memberikan kesan dramatis.



Gambar IV.4 Pengaturan Warna dan Suara
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

C. Pasca Produksi

Setelah berbagai tahapan telah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah *rendering*. Pada tahapan ini merupakan hasil final dari suatu proses *editing* dan menentukan video yang dibuat telah selesai mejadi satu kesatuan yang utuh dan siap untuk disebar luaskan baik melalui media sosial ataupun media digital lainnya.



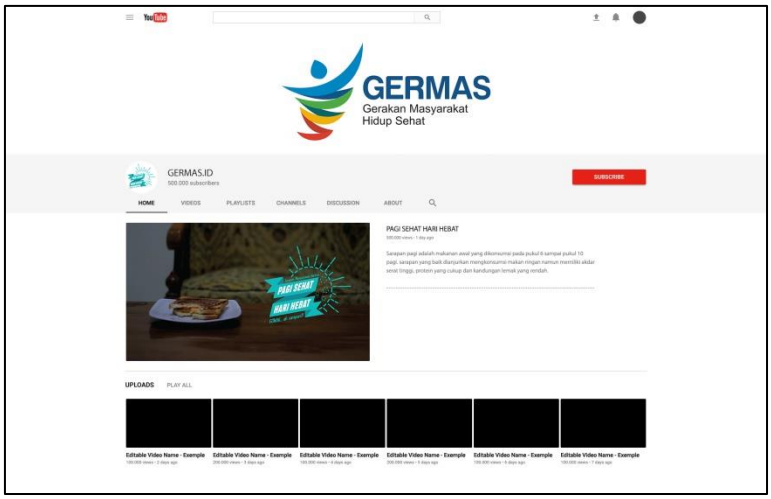
Gambar IV.5 Proses *Rendering*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Setelah proses *rendering* selesai maka video yang dibuat telah siap untuk dipublikasi baik di media sosial atau pun ketika acara kegiatan sedang berlangsung. Dibawah ini merupakan tampilan *final artwork* dari video iklan mengenai pentingnya sarapan pagi.



Gambar IV.6 Tampilan *Final Artwork*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Setelah video iklan telah dapat disebar luaskan, maka *platform youtube* digunakan sebagai media dalam menyebarkan video. Selain dapat digunakan sebagai konten dari *channel* program GERMAS, video yang dibuat dan disebar di *youtube* dapat digunakan sebagai iklan yang tentu dapat langsung ditampilkan kepada khalayak sasaran yang akan melihat video utama. Berikut adalah tampilan video iklan di *channel youtube* sebagai media utama yang akan disebar luaskan.



Gambar IV.7 Tampilan Video Iklan *Youtube*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2 Media Pendukung

Selain media utama yang digunakan dalam menympaikan informasi mengenai ajakan untuk melakukan sarapan pagi, peran media pendukung tentu sangat dibutuhkan dalam membantu menyampaikan media utama. Jenis media utama terbagi kedalam beberapa jenis seperti media pendukung untuk informasi akan media utama dan media pendukung yang bersifat untuk menarik perhatian khalayak sasaran seperti *merchandise*. Dalam pembuatan media pendukung tentu harus diperhatikan bahan, ukuran dan teknis produks yang akan digunakan karena akan berpengaruh terhadap kampanye yang akan dilakukan.

IV.2.1 Poster Digital

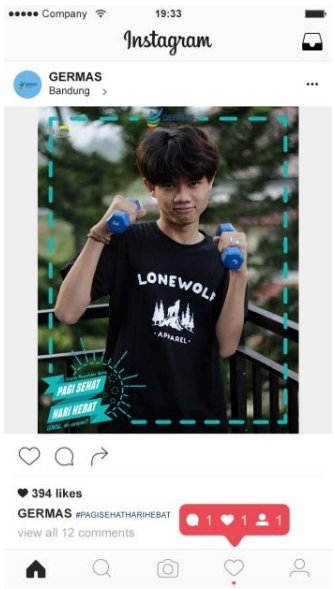
Poster digital dibuat sebagai media untuk mengingatkan sekaligus untuk media promosi yang akan disebar pada media sosial instagram. Adapun jenisnya merupakan bagian dari poster yang akan dibuat menjadi iklan. Penggunaan poster sebagai iklan bertujuan agar khalayak sasaran yang dapat melihat iklan tersebut dapat dipilih sesuai dengan kriteria sebagai khalayak sasaran. Selain itu poster digital akan lebih sering untuk dilihat oleh khalayak sasaran mengingat penggunaan media sosial pada kalangan remaja akhir sangat intens dilakukan dan memiliki pengaruh pada kehidupan sehari- hari.



Gambar IV.8 Poster Digital
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.2 *Twibbon*

Twibbon termasuk media promosi pada media sosial dengan cara menggunakan foto yang akan di *upload* lalu digabung dengan *frame* yang telah didesain sesuai dengan konsep dan acara yang akan belangsung.



Gambar IV.9 *Twibbon*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.3 *X-Banner*

X-banner dibuat sebagai media pendukung informasi mengenai media utama sekaligus ajakan kepada taget khalayak sasaran ketika program GERMAS sedang berlangsung. Teknis produksi pada media *x-banner* adalah dengan menggunakan *digital printing*, karena dari segi pemakaian *x-banner* sebagai media informasi mengenai ajakan bukan sebagai media informasi acara kegiatan, maka penggunaannya dapat secara terus menerus tidak hanya sekali pakai.

Material : Luster

Ukuran : 60cm x 160cm

Bentuk : Persegi Panjang



Gambar IV.10 *X-Banner*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.4 *Tumbler*

Tumbler dibuat sebagai *merchandise* yang dapat dijual ketika acara kegiatan GERMAS sedang berlangsung. Selain itu tumbler merupakan media untuk menarik perhatian dan terdapat satu *bundle* bersama *totebag* dan *notebook.* Teknis produksi yang digunakan dalam pembuatan *tumbler* adalah dengan *digital printing* pada bagian desain yang akan dibuat.

Material : Plastik
Ukuran : 19 cm x 8.5 cm x 6 cm
Bentuk : Tabung



Gambar IV.11*Tumbler*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.5 *Box Rice*

Box rice dibuat sebagai *merchandise* yang akan dijual ketika acara GERMAS berlangsung. Selain untuk menarik perhatian penggunaan *box rice* dapat menjadi media untuk promosi mengenai pentingnya sarapan pagi yang sehat. Teknis produksi yang digunakan adalah dengan menggunakan kertas stiker pada bagian desain dan dicetak dengan menggunakan *digital printing*, lalu dilaminasi doff agar desain yang dibuat tidak mudah hancur dalam jangka waktu yang cukup lama.

Material : Plastik
Ukuran : 17 cm x 20 cm
Bentuk : Kotak



Gambar IV.12 *Box Rice*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.6 *Totebag*

Penggunaan *totebag* dibuat sebagai media penarik perhatian sekaligus *souvenir* ketika kegiatan GERMAS berlangsung dan terdapat dalam satu *bundle* bersama *tumbler* atau *box rice.* Teknis produksi yang akan digunakan adalah dengan menggunakan bahan kanvas lalu pada desain menggunakan sablon *polyflek.*

Material : Kain Kanvas
Ukuran : 30 cm x 40 cm
Bentuk : Persegi Panjang



Gambar IV.13 *Totebag*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.7 *Notebook*

Notebook dibuat sebagai *souvenir* ketika kegiatan sedang berlangsung, selain itu media ini dibuat agar dapat digunakan baik untuk menulis atau membuat sketsa gambar. Maka teknis yang dipilih adalah dengan menggunakan *digital printing* pada bagian *cover* dan pada isi menggunakan kertas hvs dengan jumlah 50 lembar dan dibuat dengan ring kawat agar terlihat rapih. Penggunaan kertas hvs sebagai isi bertujuan agar penggunaannya lebih fleksibel ketika akan digunakan untuk menulis atau mengambar. Selain itu untuk ukuran kertas adalah a4, pemilihan tersebut didasarkan pada kertas yang sering digunakan dalam sehari-hari.

Material : Art Paper dan HVS
Ukuran : 21 cm x 29,7 cm
Bentuk : Persegi Panjang



Gambar IV.14 *Notebook*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.8 Gantungan Kunci

Gantungan kunci dibuat sebagai media pengingat ketika kegiatan berlangsung dan dapat diberikan kepada khalayak sasaran secara gratis. Teknik produksi pada gantungan kunci ini adalah menggunakan *digital printing* dan dilaminasi *doff* agar media yang telah dibuat tahan lebih lama pada segi desain. lalu penggunaan

material plastik adalah agar menekan biaya produksi dan juga merupakan media yang *universal* bagi khalayak sasaran.

Material : Plastik
Ukuran : 5 cm x 5 cm
Bentuk : Bulat



Gambar IV.15 Gantungan kunci
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.9 Pin

Pin merupakan bagian dari media untuk pengingat kepada khalayak sasaran yang akan diberikan pada saat kegiatan berlangsung. Teknis produksi pada pin sama dengan media gantungan kunci, menggunakan *digital printing* dan dilapisi dengan laminasi *doff* sehingga dalam segi desain yang dibuat dapat bertahan cukup lama dan tidak mudah luntur. Untuk ukuran yang dibuat sengaja lebih besar dari pada gantungan kunci karena pada penempatannya pin terkadang digunakan pada tas atau jaket yang tentunya banyak elemen visual lain yang dapat menggangu.

Material : Plastik
Ukuran : 7cm x 7cm
Bentuk : Bulat



Gambar IV.16 Pin
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

IV.2.10 Stiker

Stiker dibuat sebagi media untuk promosi dan pengingat kepada masyarakat khusunya kalangan remaja akhir. Pemilihan material dan ukuran dimaksudkan agar penempatan dan jarak pandang sangat fleksibel untuk diaplikasikan. Sedangkan untuk proses produksi menggunakan teknik *digital printing* karena selain mudah, tidak membutuhkan waktu yang lama sehingga jika membuat dalam jumlah yang sangat banyak tidak akan memakan waktu.

Material : Stiker Vinyl
Ukuran : 15 cm x 15 cm
Bentuk : *Custom*



Gambar IV.17 Pin
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)