

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini iklan merupakan elemen penting dalam suatu perusahaan untuk membangun sebuah nama produk sehingga dapat mudah dikenal oleh kalangan masyarakat luas. Semakin majunya teknologi dibutuhkan kemampuan dan strategi kreatif dalam pengembangan pembuatan iklan. Ada banyak macam cara dilakukan perusahaan untuk dapat membuat iklan produk mereka tampak menarik banyak konsumen. Hal ini dilakukan tentu dengan berbagai ilmu teknik yang dapat diterapkan pada media periklanan.

Tak jarang teknik pembuatan iklan dengan menggunakan elemen 3D menjadi pilihan perusahaan dalam membangun produk mereka. Salah satu manfaat menggunakan 3D pada iklan adalah animasi yang tidak dapat dilakukan dengan objek nyata, pada akhirnya menjadi mungkin dilakukan dengan aplikasi 3D. Baik dari segi pengambilan sudut pandang kamera, pengaturan cahaya dan bentuk objek yang dapat terlihat secara lebih bagus serta menarik. Selain itu pembuatan iklan 3D merupakan salah satu solusi dalam menekan biaya dan waktu produksi.

Teknik UVW mapping pada 3D merupakan salah satu cara yang bisa diimplementasikan pada proses pembuatan iklan model 3D. Pemanfaatan teknik ini menghasilkan tampilan model 3D dapat memiliki tekstur yang lebih nyata

mirip seperti wujud dalam keadaan asli serta dapat mendesain secara manual tekstur yang akan diimplementasikan pada objek 3D. Dengan menggunakan teknik ini masalah teksturing pada saat pembuatan iklan produk perusahaan yang berbentuk bidang dan tidak teratur dapat teratasi.

Karena minimnya referensi yang didapat dari buku berbahasa Indonesia maka peneliti menggunakan beberapa referensi dari buku, jurnal, maupun situs website luar negeri. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti memilih judul Implementasi Teknik UVW Mapping pada Iklan CV. AGRA ABADI.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, bagaimana mengimplementasikan teknik UVW mapping pada iklan CV. AGRA ABADI?

1.3. Batasan Masalah

Pada implementasi teknik UVW mapping ini, ada beberapa batasan masalah yang diberikan untuk mempersempit penelitian, yaitu sebagai berikut.

1. Iklan yang dibuat menggunakan software Autodesk 3Ds Max 2010, Adobe Premiere CS3, Adobe Soundbooth CS3 dan Corel Draw X6.
2. Teknik pembuatan iklan menggunakan teknik UVW mapping.
3. Penelitian ini akan lebih fokus membahas teknik UVW Mapping bukan untuk kegiatan marketing perusahaan.

4. Iklan yang dibuat adalah full 3D.
5. Durasi iklan adalah 30 detik.
6. Pembahasan perancangan iklan akan lebih fokus pada tahap produksi.
7. Format akhir video iklan ini adalah mpeg.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah.

1. Mengaplikasikan dan membahas pembuatan iklan 3D menggunakan teknik UVW mapping.
2. Mengembangkan gagasan ide kreatif kedalam bentuk nyata.

1.5. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh antara lain sebagai berikut.

1.5.1. Manfaat Bagi Peneliti

Dapat menerapkan berbagai ilmu yang telah diajarkan di Amikom maupun ilmu baru yang banyak dipelajari pada saat proses pembuatan iklan dan proses penelitian. Menambah wawasan serta meningkatkan sikap positif dan juga melatih ketekunan dalam proses editing.

1.5.2. Manfaat Bagi Animator

Memperluas pasar pekerjaan bagi animator dan PH (Production House). Memperkenalkan pekerjaan animator kepada masyarakat melalui penelitian ini.

1.6. Metode Penelitian

Dalam penyusunan ini peneliti menerapkan metode penelitian yang digunakan sebagai berikut.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1. Metode Studi Literatur

Merupakan metode pengambilan data dengan menggunakan fasilitas yang ada, seperti dengan menggunakan fasilitas media internet. Dalam hal ini penulis menggunakan situs-situs di media internet yang dapat dipelajari.

1.6.1.2. Metode Kepustakaan

Metode yang dipakai yaitu menggunakan referensi buku-buku terkait yang dapat digunakan dalam menyusun landasan teori dasar penelitian yang dilakukan.

1.6.1.3. Metode Wawancara

Dalam metode ini, penulis melakukan wawancara terhadap pemilik perusahaan untuk mengetahui lebih detail mengenai kebutuhan iklan perusahaan dan visi misi perusahaan agar sesuai dengan hasil yang diinginkan.

1.6.2. Metode Perancangan Iklan

1.6.2.1. Brainstorming

Merupakan teknik diskusi dalam suatu kelompok untuk mengumpulkan gagasan, pendapat, informasi, dan pengetahuan sehingga menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat digunakan dalam perancangan iklan.

1.6.2.2. Storyline

Setelah proses brainstorming dilakukan kemudian dapat menyusun storyline. Storyline merupakan inti dari sebuah naskah yang di ambil dari gagasan utama naskah tersebut yang dibuat seperti alur cerita.

1.6.2.3. Storyboard

Lalu selanjutnya menyusun storyboard yang merupakan sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai dengan naskah atau storyline. Biasanya dilengkapi waktu durasi dan teknik pengambilan gambarnya atau kamera.

1.6.2.4. Modeling

Setelah itu peneliti membuat modeling object 3D sesuai dengan kebutuhan yang akan digunakan.

1.6.2.5. Editing

Proses pembuatan hasil modeling yang telah dibuat menjadi sebuah animasi 3D, mengaplikasikan teknik UVW Mapping, menggabungkan hasil video dan juga menambahkan efek visual. Modeling 3D dibuat dengan Autodesk 3DS Max dan digabungkan dengan Adobe Premiere.

1.6.2.6. Finishing

Setelah selesai semua maka proses selanjutnya adalah finishing, yaitu proses render video yang telah selesai diedit, lalu disesuaikan formatnya sesuai kebutuhan.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini akan dibagi menjadi beberapa bagian, berikut adalah susunan yang digunakan.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang tinjauan pustaka, konsep dasar dan teori-teori yang mendukung pembahasan dalam pembuatan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Berisi tentang deskripsi singkat perusahaan, analisis yang digunakan, konsep iklan, storyboard, serta tahap perancangan iklan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil serta proses implementasi dan pembahasan pembuatan iklan menggunakan teknik UVW Mapping.

BAB V PENUTUP

Berisi mengenai kesimpulan dan saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber yang menjadikan referensi untuk acuan dalam penyusunan skripsi ini.

