

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi multimedia merupakan teknik dalam bidang komputer yang menggabungkan lebih dari satu media dalam suatu bentuk komunikasi yang meliputi teks, suara, grafik, animasi, dan video kedalam sistem komputer.[1] sistem informasi yang berguna dalam menyampaikan pesan atau media promosi. Sehingga penerima informasi akan merasa puas karena mendapatkan informasi yang disajikan akan lebih jelas dan memiliki daya tarik.

Pada media promosi berupa audio visual/video memiliki keunggulan dalam kombinasi antara gambar dan suara yang bersifat dinamis, sehingga dapat menarik perhatian, lebih prestisius dibanding media lain, isi yang dimuat lebih banyak dan lengkap, serta berisi berbagai macam tipe informasi berupa teks, gambar/foto, suara/musik, dan animasi[2]. Saat ini video promosi yang dibuat menggunakan animasi 3D cukup diminati. Karena jika diimplementasikan dengan tepat maka akan mempermudah konsumen untuk menangkap pesan yang akan disampaikan dalam konten tersebut.

Coconesia merupakan salah satu UMKM asal Yogyakarta yang bergerak dibidang minuman kemasan yang berbahan dasar kelapa muda, didirikan pada tahun 2020. Permasalahan Coconesia tidak adanya media informasi yang berbentuk visual. peneliti bermaksud untuk membuat iklan

animasi 3D Coconesia Iklan ini menceritakan pembuatan minuman yang bahan dasarnya air kelapa dan buah pada scene awal ditunjukkan air yang mengelilingi gelas kosong dan setelah itu lanjut ke scene kedua pembuatan minuman seperti memasukan air kelapa dan ice batu scene ketiga menampilkan perputaran buah dan gelas yang berisi berbagai rasa dari minuman scene terakhir menampilkan logo Coconesia. Iklan coconesia ini membutuhkan 3D di karnakan ada adegan air yang sulit di *live shoot*. Jika menggunakan *live shoot* akan memerlukan biaya yang mahal dan waktu produksi yang lama.

Kesimpulannya adalah penulis Mencoba untuk membuat visualisasi pembuatan iklan animasi 3D produk coconesia sebagai media promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan pengkajian pada latar belakang permasalahan yang dihadapi maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut. "pembuatan iklan animasi 3D produk Coconesia sebagai media promosi".

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu:

1. Objek penelitian dari Coconesia
2. Iklan dibuat dengan bentuk Animasi 3D
3. Video memiliki target durasi 40 detik
4. Informasi yang disampaikan mengenai produk dan informasi dari Coconesia

5. Perangkat lunak atau *software* yang digunakan yaitu Blender 3.3.0, dan Adobe Premiere Pro CC 2017
6. Format file menggunakan format MP4, dan resolusi 1080×1920 (HDTV1080p)

1.4 Maksud dan Tujuan penelttan

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan video iklan dalam bentuk animasi 3D.
2. Membantu Coconesia dalam membuat media promosi yang akan di publikasikan Insatgram. Dan media lokal terkait

1.5 Manfaat Penelttian

1. Manfaat untuk peneliti
Menerapkan ilmu yang sudah diterapkan di perkuliahan dan Sebagai syarat kelulusan sebagai mahasiswa Amikom.
2. Manfaat untuk Coconesia
Mendapatkan media promosi dalam bentuk 3D
- Manfaat untuk Masyarakat
Memberikan informasi melalui terkait produk yang ditawarkan oleh Coconesia.

1.6 Metode Penelitian

Di dalam penelitian wajib adanya metode penelitian untuk memberikan Informasi yang tepat dan akurat. Metode yang digunakan sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

2. Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung dengan Elvin Daniel Hia sebagai Pemilik Coconesia untuk memperoleh data lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

3. Metode Observasi

Dalam metode ini penulis melakukan observasi dengan pencarian serta pengamatan terhadap beberapa Iklan-iklan Animasi 3D.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan penulis dalam pembuatan Iklan animasi 3D menggunakan tahapan sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap awal membuat Iklan Animasi 3D yang meliputi ide sampai pengembangan naskah *storyboard* dan *concept art*.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahapan lanjutan dan implementasi dari tahap pra produksi yang meliputi *modeling* sampai *lighting*.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dari rancangan pembuatan animasi yang meliputi tahapan *rendering* sampai *final rendering*.

1.6.3 Metode Analisis

Penulis menggunakan analisis swot

1.6.4 Metode Pengujian

Metode menggunakan metode alpha dan beta dengan pemodelan skala likert. Pengujian akan dilakukan oleh para ahli.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar lebih mengerti, sistematika mengikuti petunjuk dan aturan yang berlaku di Universitas Amikom Yogyakarta, penulisan laporan skripsi ini dibagi menjadi 5 bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang dipilih dalam penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori yang terdiri dari pengertian maupun definisi yang dikutip baik dari jurnal maupun buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Analisis kelayakan video promosi yang dibuat serta penjelasan tentang *storyboard* dan analisis pra produksi dibahas pada bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini langkah produksi hingga tahap pasca produksi untuk pembuat videopromosi diuraikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran dari permasalahan yang menjadi topik pengerjaan skripsi ini.