

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era digital saat ini banyak iklan yang dibuat dalam bentuk video promosi. Dengan ide dan gagasan yang unik, serta perancangan yang sistematis membuat suatu video promosi dapat menjadi sangat menarik. video promosi yang unik dapat menimbulkan efek positif bagi perusahaan atau instansi pembuat video promosi tersebut. Sebab semakin tinggi tingkat ketertarikan konsumen terhadap video promosi yang dibuat maka akan berbanding lurus dengan ketertarikan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan sang pembuat iklan tersebut.[1]

L'Oreal adalah perusahaan kosmetik dan kecantikan. Perusahaan ini memproduksi produk kosmetik seperti pewarna rambut, *shampoo* dan produk perawatan rambut lainnya. L'Oreal memproduksi kosmetik dalam jumlah terbesar di dunia. Pada penelitian ini penulis membuat Perancangan media promosi untuk produk loreal di salon Rivinni menggunakan Animasi 3d modelling.

Rivinni Salon yang memiliki standar internasional baik dalam produk maupun perawat. salon rivinni juga suatu usaha yang bergerak dibidang kecantikan, seperti perawatan Rambut. Salon Rivinni berada Di Jl. Demangan Baru No.12A, Demangan Baru, Caturtunggal, Depok, Yogyakarta.

Konten Video dapat dibuat menjadi media penyampaian informasi

yang efektif. Skripsi ini akan membahas tentang pembuatan video product sebagai media promosi yang marak di era ini, video product ini akan menggunakan 3D, karena dinilai sangat efisien dalam menggambarkan product yang akan diangkat, yaitu Iklan loreal di salon Rivinni maka penyampaian informasi akan lebih mudah untuk diterima oleh Rivinni. peneliti bermaksud memperkenalkan product Loreal menggunakan video Animasi 3D modelling dengan Judul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PRODUK LOREAL PADA SALON RIVINNI MENGGUNAKAN TEKNIK ANIMASI 3D *MODELLING*”

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan pengkajian pada latar belakang permasalahan yang dihadapi maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut “Bagaimana Perancangan media promosi untuk produk loreal di salon Rivinni menggunakan Animasi 3d modelling.?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun hal-hal mengenai batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Video berdurasi yang ditampilkan ialah dengan rincian 50 detik berupa pemaparan pengenalan loreal
2. Video dirancang dengan bentuk 3D Animasi
3. Informasi yang disampaikan mengenai pengenalan product Loreal pada Rivinni salon
4. Video menggunakan teknik Animasi 3D modelling

5. Perangkat lunak atau software yang digunakan yaitu Blender, Adobe *After Effect* CC 2017, dan Adobe Premiere Pro CC 2017
6. Format file menggunakan format MP4, dan resolusi 1280x720 (HDTV 720p)
7. Peneliti hanya membuat seperti permintaan dari pihak Rivinni salon selaku

objek penelitian.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari dilakukannya penelitian dengan judul "PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PRODUK LOREAL PADA SALON RIVINNI MENGGUNAKAN TEKNIK ANIMASI 3D *MODELLING*"

1. Maksud dari penelitian ini adalah membuat video dengan bentuk 3D animasi yang berguna sebagai sarana media promosi product loreal pada rivinni salon
2. Menghasilkan video 3D animasi

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1.5.1.1 Metode Observasi

Dalam metode ini penulis melakukan observasi dengan pencarian serta pengamatan terhadap beberapa video-video animasi 3D.

1.5.1.2 Metode Studi Pustaka

Dalam metode studi pustaka ini merupakan proses pengumpulan bahan bahan referensi yang bersumber dari artikel, makalah, jurnal, e-book, buku, dan melalui media daring.

1.5.1.3 Wawancara

Mengadakan tanya jawab langsung dengan Emmy Napitupulu sebagai Manager salon Rivinni untuk memperoleh data lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian

1.6.1 Metode Analisis

1.6.1.1 Analisis kebutuhan Fungsional

Menganalisis kebutuhan fungsional apa saja yang dapat mendukung proses produksi film 3D animasi.

1.6.1.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Menganalisis kebutuhan non fungsional apa saja yang mendukung proses produksi film 3D animasi.

1.6.1.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa tahap sebagai berikut:

1. Tahap pra produksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata.

2. Tahap produksi adalah periode selama iklan diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera.
3. Tahap pascaproduksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan televisi diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi pengeditan, pemberian efek efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio, dan video.

1.6.1.4 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan testing terhadap video iklan promosi LOREAL PADA RIVINNI SALON dengan cara melakukan penayangan di Rivinni Salon sehingga mendapatkan hasil respon.

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 pembuatan video promosi diuraikan.

BAB V PENUTUP

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

