

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan suatu komunikasi yang bertujuan untuk menawarkan sebuah produk atau jasa ke masyarakat luas dengan melalui suatu media. 3D Animasi dan motion grafik mampu membuat iklan terlihat lebih atraktif, dan juga dapat menggambarkan sesuatu yang sulit serta tidak dapat dicapai dengan proses konvensional *live shoot*. [1]

Awor coffee merupakan sebuah coffee shop, yang selain menjual produk minuman dan makanan juga menjual produk berupa tumbler. Tumbler tersebut memiliki beberapa teknologi seperti, *Vacuum insulated* atau *double walled stainless steel*, yang membantu menghambat perpindahan panas dengan bantuan "ruang vakum" antara dinding dalam dan luar.

Saat ini Awor coffee ingin mengenalkan dan mempromosikan produk tumbler kepada konsumen mereka, melalui media video iklan. Namun terdapat kendala terhadap proses produksi iklan tersebut menggunakan teknik konvensional *live shoot*, karena objek yang akan dipromosikan berupa tumbler yang memiliki ruang dan kedalaman. Awor Coffee membutuhkan sebuah media yang dapat mengilustrasikan dan menyampaikan informasi dari produk tumbler beserta teknologinya tersebut yang dikemas dalam bentuk video yang informatif dan atraktif.

Teknologi komputer saat ini telah menghasilkan pencapaian yang sangat signifikan, baik dari segi hardware maupun software. Salah satu teknologi informasi yang berkembang yaitu film animasi. Film atau video animasi 2D (dua dimensi) maupun 3D (tiga dimensi) ini berkembang sangat pesat terutama di negara-negara maju. [2]

3D di dalam komputer digambarkan sebagai sebuah gambar yang memiliki kedalaman. Walaupun tidak berwujud 3D yang sebenarnya, namun dalam wujud 3D dalam layar kaca 2D (media layar TV, bioskop, komputer, proyektor, dan media sejenisnya). Animasi 3D selain memiliki kedua dimensi tersebut juga memiliki kedalaman (Z). Animasi 2D bersifat datar (flat), sedangkan animasi 3D

memiliki kedalaman (volume) bentuk. Animasi 3D dapat didefinisikan sebagai animasi yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*point of view*). [3]

Motion grafik adalah media dalam bentuk visual yang menggabungkan antara desain grafis dan film dengan menambahkan berbagai elemen dasar yang berbeda seperti desain objek 2 dimensi, desain objek 3 dimensi, animasi, ilustrasi, fotografi, video, musik, dan tipografi. Motion grafik adalah media yang mengkombinasikan antara teks dan gambar yang bergerak dalam ruang dan waktu. Motion grafik sering digunakan dalam siaran televisi atau film untuk membantu dalam penyampaian pesan yang terkandung dalam cerita. Motion grafik juga dapat meningkatkan kepuasan dalam menentukan ide dengan cara menggabungkan gambar dan suara yang dapat mempengaruhi emosi penonton [4]

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengumpulan data, analisis, produksi dan testing. Dengan menggunakan metode tersebut akan lebih mudah memproduksi sebuah video iklan. Pada penelitian ini akan menghasilkan video iklan 3D Animasi dan Motion untuk memenuhi solusi dari masalah yang terjadi karena keterbatasan dalam menggunakan teknik konvensional *live shoot*. [5]

Dari informasi diatas penulis mengusulkan adanya pembuatan video iklan tumbler Awor Coffee dengan memanfaatkan teknik 3D Animasi dan Motion. Diharapkan dengan menggunakan teknik 3D Animasi dan Motion dapat memenuhi kebutuhan konten video iklan tumbler untuk Awor Coffee.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu: "Bagaimana cara membuat sebuah iklan produk tumbler dengan memanfaatkan teknik 3D Animasi dan Motion ?".

### 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yang tidak semua akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan pada:

1. Pembuatan video iklan menggunakan teknik 3D Animasi dan Motion Grafik.
2. Model produk tumbler hanya ada 2.
3. Warna utama produk tumbler terdapat 1 warna.
4. *Software* yang digunakan *Blender, Adobe After Effect, Adobe Premier Pro* dan *Adobe Media Encoder*.
5. Render Engine menggunakan Cycles.
6. Video dirender menggunakan resolusi 1080p dengan frame 60fps.
7. Durasi iklan - + 1 menit.
8. Iklan ditayangkan di Youtube.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari perancangan dan pembuatan iklan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Membuat iklan sebuah produk tumbler dari Awor Coffee.
2. Meningkatkan nilai informatif konsumen Awor Coffee terhadap produk tumbler.
3. Mendeskripsikan keunggulan dari produk tumbler melalui media video iklan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dicapai dengan melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Membantu Awor Coffee untuk memproduksi sebuah iklan tumbler.
2. Membantu para konsumen Awor Coffee untuk mendapatkan informasi mengenai tumbler.
3. Menambah konten iklan untuk Awor Coffee.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut [5] :

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data serta informasi yang akan digunakan terdiri dari langkah-langkah berikut:

#### **1.6.1.1 Metode Studi Pustaka**

Studi Pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang relevan dari buku, artikel ilmiah, modul, berita, maupun sumber kredibel lain yang terkait dengan topik penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menelaah dan membandingkan dengan sumber pustaka lainnya untuk mendapatkan informasi yang bersifat teoritis.

#### **1.6.1.2 Observasi**

Melakukan analisa masalah yang ada pada objek penelitian dengan cara mengamati sumber, mengambil data serta mengolah informasi yang diambil dari mengamati produk tumbler Awor Coffee.

#### **1.6.1.3 Wawancara**

Pada tahap wawancara ini penulis melakukan tanya jawab langsung kepada kepala produksi konten Awor Coffee untuk mendapatkan data yang akurat. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan saudara Imam Arivin selaku kepala produksi konten Awor Coffee.

### **1.6.2 Metode Analisis**

Dalam penelitian kali ini penulis menganalisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, untuk digunakan dalam proses produksi iklan produk saat ini, serta melakukan analisis terhadap produk, sehingga penulis dapat menentukan dan mengetahui hal yang sekiranya diperlukan dalam pembuatan video iklan.

### **1.6.3 Metode Produksi**

Dalam metode produksi berisikan tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahapan pra produksi merupakan tahapan awal dalam produksi 3D modeling animasi tumbler dan kebutuhan aset digital lainnya. Dalam proses

ini terdiri dari menentukan ide cerita, konsep, naskah, yang akan digunakan, membuat sketsa sebagai acuan skenario dalam bentuk gambar, dan storyboard.

Tahapan produksi merupakan lanjutan dari tahapan pra produksi. Dalam tahapan ini penulis memulai mengimplementasi hasil dari rancangan yang telah dibuat di pra produksi. Dalam proses kali ini dimulai dengan pembuatan modeling tumbler yang sesuai dengan sketsa yang telah dibuat sebelumnya.

Dalam tahapan pasca produksi terdiri dari beberapa tahapan, mulai dari pergerakan kamera melalui tahapan animating, compositing, dan editing. Dan tahapan terakhir yaitu final rendering.

#### **1.6.4 Metode Testing**

Pada tahapan ini menggunakan pengujian yaitu kuesioner. Kuesioner sendiri berisikan penilaian mengenai produk iklan melalui media gambar dan melalui media video. Responden yang diambil diantaranya yaitu konsumen Awor Coffee serta masyarakat umum, guna mendapatkan hasil apakah video iklan sudah cukup informatif dan sesuai atau belum.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada dasarnya bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti apa yang dipaparkan dalam laporan penelitian ini. Sistematika penulisan dapat digunakan untuk mengetahui uraian singkat mengenai gambaran secara keseluruhan ini maka dibuat sistematika sebagai berikut :

##### **1.7.1 BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

### **1.7.2 BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi mengenai teori-teori dalam bentuk pengertian dan definisi yang diambil melalui kutipan buku serta beberapa literatur review yang terkait dalam penyusunan penelitian ini.

### **1.7.3 BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi tentang tahapan-tahapan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Selanjutnya akan dijabarkan proses pembuatan video iklan.

### **1.7.4 BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai pembahasan dalam penerapan implementasi dan testing pada pembuatan.

### **1.7.5 BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan, kritik dan saran dari semua pembahasan.

