

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 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]

Media promosi berupa audio visual/video memiliki keunggulan dalam kombinasi antara gambar dan suara yang bersifat dinamis. Iklan menjadi sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi pesaing. Isi yang dimuat pada video promosi juga lebih banyak dan lengkap dibandingkan media lain. Video promosi juga dapat memuat berbagai macam tipe informasi berupa teks, gambar/foto, suara/musik, dan animasi.[2]

Teknologi saat ini menjadi salah satu pilihan unggulan para pegiat visual, karena teknologi 3D menggambarkan objek sangat mirip dengan objek sesungguhnya. Dalam pembuatan video promosi, teknologi 3D Modeling dapat memberikan pengalaman visual yang lebih menarik dan realistis bagi konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi 3D Modeling juga dapat menghemat waktu dan biaya dalam proses produksi video promosi. Sehingga perusahaan atau instansi pembuat video promosi dapat mengalokasikan anggaran yang lebih efektif dan efisien untuk kegiatan pemasaran lainnya.[3]

Namun, perlu diperhatikan beberapa hal dalam membuat video promosi dengan menggunakan teknologi 3D Modeling seperti kualitas dan keaslian dari objek yang dibuat serta kecocokan antara objek yang dibuat dengan tema atau pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, perlu juga mempertimbangkan keterbatasan teknologi dan kebutuhan sumber daya manusia yang terampil dan berkualitas untuk membuat

objek 3D Modeling yang berkualitas tinggi. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, pembuatan video promosi dengan teknologi 3D Modeling dapat memberikan hasil yang efektif dan efisien dalam upaya pemasaran suatu produk maupun jasa.[4]

Blender adalah software open-source yang digunakan untuk membuat model 3D, animasi, visual effects, dan rendering. Blender dapat digunakan untuk membuat berbagai jenis proyek, seperti animasi film, game, arsitektur, dan desain produk.

Perusahaan Caturra Espresso adalah sebuah perusahaan kedai kopi yang berlokasi di Surabaya. Dalam upaya meningkatkan promosi layanan dan produknya, video animasi iklan 3D telah diidentifikasi sebagai media yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada audiens dan masyarakat Indonesia.

Dengan menggunakan video animasi 3D sebagai sarana media promosi, diharapkan penyampaian informasi perusahaan Caturra Espresso akan lebih mudah diterima oleh audiens. Media ini menawarkan pengalaman visual yang menarik dan nyata, sehingga memungkinkan pesan-pesan promosi dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan menarik perhatian target pasar.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk membuat sebuah video animasi 3D iklan sebagai bagian dari skripsi ini. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan hasil promosi akan terlihat lebih nyata dan menarik sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat berhasil mencapai Sasarannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka di ambil Rumusan Masalah Sebagai Berikut:

1. bagaimana membuat video animasi 3D untuk salah satu produk iklan Caturra Espresso menggunakan aplikasi Blender, sehingga terlihat menarik?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Video memiliki target durasi 00:35 detik.
2. 3D modelling menggunakan aplikasi Blender.
3. Iklan hanya akan ditayangkan di aplikasi Instagram milik Caturra Espresso.
4. Iklan 3D yang di sampaikan mengenai produk “harjun” Caturra Espresso.

5. Perangkat lunak atau software yang di gunakan yaitu Blender, dan Adobe Premiere 2021.
6. Video animasi dibuat sesuai dengan standar yang dibuat Instagram yaitu 1080 x 1080-pixel dengan ekstensi video Mp4. (24 fps)
7. Render Engine menggunakan Cycles.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Menerapkan 3D modelling dalam pembuatan video animasi 3D iklan berjudul Pembuatan video animasi 3D iklan untuk Caturra Espresso menggunakan aplikasi Blender.
2. Menghasilkan video animasi 3D.
3. Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam pembuatan video animasi 3D.
4. Membantu objek penelitian yang dalam ini adalah Caturra Espresso
5. Menerapkan 3D modelling dalam pembuatan video animasi 3D iklan berjudul pembuatan video animasi 3D iklan untuk Caturra Espresso menggunakan aplikasi blender.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis

1. Mengetahui bagaimana membuat iklan animasi 3D yang menarik.
2. Sebagai bagian dari portofolio untuk persiapan di dunia kerja.
3. Memaksimalkan penggunaan Blender sebagai media pembuatan desain dan animasi.

2. Manfaat bagi Caturra Espresso

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu media promosi berbentuk animasi 3D Caturra Espresso.

1.6 Metode penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Pada metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan dan penyelesaian animasi 3D iklan adalah sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan data

1.6.1.1 Metode Observasi

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

1.6.1.2 Metode Studi Pustaka

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

1.6.1.3 Metode Wawancara

Metode wawancara adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengumpulkan data yang di perlukan. Data yang diperoleh dengan cara melakukan tanya jawab dengan Dedy Santoso Hidayat sebagai Manager *Caturra Espresso*.

1.6.1.4 Metode Perancangan

Tahap ini merupakan menggambarkan bagaimana iklan di bentuk, mulai tahap penentuan konsep dan bentuk visual. yang ingin diberikan juga pembuatan storyboard dan video iklan animasi 3D tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan singkat dari teori-teori yang bersangkutan untuk mendukung penulisan laporan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang Analisis kelayakan video iklan 3D Caturra Espresso yang di buat serta tentang penjelasan storyboard dan analisis pra produksi di bahas pada bab ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini langkah produksi hingga tahap pasca produksi untuk pembuatan video iklan 3D diuraikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang di dalamnya berisi kesimpulan dari keseluruhan rangkaian penelitian.