

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dari tahun ketahun khususnya multimedia sangatlah pesat salah satunya dibidang teknologi citra tiga dimensi (3D). Animasi 3D adalah salah satu industri yang berkembang sangat pesat pada satu dekade terakhir ini. Perkembangan animasi 3D dipicu oleh perkembangan teknologi komputer yang semakin canggih. Hal ini memungkinkan para creator dapat menerapkan metode baru sehingga grafis dalam film animasi 3D terlihat semakin realistis. Salah satu metode yang digunakan adalah metode sculpting dan retopology yang memungkinkan untuk pembuatan model 3D dengan bentuk yang kompleks.[1]

Di Indonesia perkembangan industri animasi 3D sudah cukup luas dan mengalami kemajuan yang signifikan. Hal ini bisa dilihat dari semakin banyaknya produk film animasi 3D berkualitas buatan Indonesia di berbagai stasiun televisi nasional.

Memiliki produk yang dibutuhkan oleh pasar e-marketplace Indonesia merupakan keinginan setiap pelaku wirausaha di e-marketplace, berbagai cara yang dilakukan oleh penggiat diantaranya melakukan promosi akan tetapi sering kali promosi yang dilakukan tidak menarik, sedangkan promosi adalah bujukan langsung yang dapat memberikan insentif produk atau nilai tambah kepada konsumen. Promosi mencakup berbagai alat promosi yang dirancang untuk mempromosikan respons pasar yang lebih cepat atau lebih kuat. Setiap penyampaian melalui promosi pasti ada inovasi baru. Hal ini untuk menarik perhatian dan menggugah rasa penasaran konsumen terhadap produk yang disediakan oleh para penggiat wirausaha e-marketplace, sehingga mereka selalu menunggu hal-hal baru pada produk yang mereka inginkan maupun yang pernah digunakan.[2]

Saat ini begitu banyak film animasi yang di buat tidak haanya untuk anak-anak saja tetapi juga untuk masyarakat luas dimana dapat diciptakan karakter-karakter menarik, yang masing masing memiliki watak sendiri-sendiri seolah-olah demikian lah hidup ini, juga untuk menciptakan khayalan-khayalan untuk memperkuat visualisasi suatu adegan, dan seringkali digunakan juga untuk keperluan iklan di televisi.[3]

Animasi adalah penggunaan karakter kartun, boneka, atau demonstrasi karakter yang bukan animasi ke dalam kehidupan pada iklan televisi. Teknik animasi tradisional terdiri dari animasi teks, animasi kartun, animasi gambar diam, animasi gambar gerak dan animasi video. Animasi kartun mempunyai nilai paling tinggi dalam hal menarik perhatian penonton dan merupakan animasi paling hidup.[4]

Peranan media promosi digital sangat penting untuk memberikan informasi digital sangat penting untuk memberikan informasi kepada konsumen yang akan membeli produk dan meningkatkan jumlah omset penjualan. Perancangan promosi tersebut dilakukan dengan pemanfaatan video animasi 3D sebagai media promosi. Media video animasi 3D dinilai mampu memberikan kontribusi dalam mempromosikan proses produksi perusahaan.[5]

Animasi 3D secara luas menciptakan suatu yang bisa hidup atau bergerak. Dengan menggunakan gaya iklan Animasi 3D dizaman sekarang sangat efektif dapat meningkatkan visual bahkan dapat menutupi kekurangan. Dalam penggunaan animasi 3D untuk penyampaian kompleksitas produk atau jasa agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat, menurut Peter Mmark Roget bahwa mata dan otak manusia bisa menyimpan memori, dari sebuah image bergerak dalam waktu 1/50 detik setelah kejadian didepannya terekam olehnya.[6]

Pada penelitian ini penulis pembuatan objek 3D yang ingin diterapkan dalam bentuk visual nyata, baik secara bentuk, tekstur, dan ukuran objeknya. Sehingga objek dari 3D Modeling mampu membentuk suatu objek. Yang akan penulis terapkan kedalam iklan produk "MR.Coconut" sehingga apa yang dipromosikan dari iklan yang penulis buat dapat tersampaikan sehingga menarik perhatian calon konsumen.

Peranan

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengusulkan pembuatan 3D Modeling. Untuk mendukung penyajian promosi dengan menggunakan modeling, texturing, dan rendering. Maka dari itu penulis mengambil judul " Implementasi Modeling 3D Untuk Iklan Produk "MR.Coconut".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu : "IMPLEMENTASI MODELING 3D UNTUK IKLAN PRODUK "MR. COCONUT?".

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis merasa perlu membatasi variable dari masalah yang akan dibahas menjadi lebih rinci, batasan masalah dalam Penerapan 3D Modeling Untuk Iklan Produk "Mr. Coconut"

1. Membuat 3D modeling.
2. Iklan Produk "MR.COCONUT"
3. Menggunakan Blender, Adobe Photoshop, dan Adobe Premiere.

4. Durasi Maksimal 1 Menit.
5. Target penayangan pada media online di Instagram dan media cetak.
6. Yang diuji dari penelitian ini adalah kesesuaian antara modeling 3D dengan kebutuhan informasi dari produk iklan "MR.COCONUT".
7. Penelitian ini berakhir sampai iklan produk diserahkan kepada pihak tim *creative* "MR.COCONUT".

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada beberapa hal yaitu :

1. Mengimplementasikan Teknik modeling 3D, texturing dan rendering.
2. Menyampaikan iklan produk "MR.COCONUT" dalam bentuk 3 Dimensi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang dapat dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan mampu mengimplementasikan pembuatan modeling 3D.
2. Diharapkan mampu menjadi landasan teori bagi penelitian lain yang serupa.

1.6 Metode Penelitian

Sebagai penunjang keakuratan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka dapat diambil beberapa metode yaitu :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akurat dan lengkap sangat diperlukan dalam penyusunan penelitian ini. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1.6.1.1 Metode Literatur

Metode yang digunakan untuk memperoleh dasar teori yang berkaitan dengan iklan produk "MR.COCONUT" baik dari jurnal maupun dari situs internet.

1.6.2 Produksi

Pada tahap perencanaan yaitu pra-produksi dalam membuat video profil hal ini meliputi perencanaan konsep produk. Pada tahap produksi dan pasca produksi yaitu menerapkan teknik pada aspek 3D yaitu : modeling, *texturing* dan *rendering*.

1.6.3 Evaluasi

Evaluasi pengujian tentang bagaimana kesesuaian dalam menerapkan teknik modeling 3D pada iklan produk yang telah dibuat. Pengujian melibatkan objek dibidang animasi dan pakar dibidang multimedia, contoh : dosen multimedia dan orang yang sudah berpengalaman dibidang animasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan. Berikan ringkasan mengenai isi masing-masing bab.