

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penciptaan Karya

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pemasaran dan promosi. Kemajuan teknologi tersebut memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih efektif, kreatif, dan inovatif (Kotler & Keller, 2016). Dalam dunia pemasaran, visualisasi yang menarik dan efektif menjadi salah satu kunci utama untuk menarik perhatian konsumen. Media promosi yang dirancang dengan pendekatan desain komunikasi visual yang tepat mampu meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat citra merek di mata konsumen (Suryani, 2013).

Salah satu bentuk teknologi yang mengalami perkembangan pesat adalah animasi 3D. Animasi 3D tidak hanya menawarkan visualisasi yang menarik, tetapi juga memberikan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara interaktif, dinamis, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan (Caesaria, 2020). Dengan keunggulan tersebut, animasi 3D menjadi salah satu alat yang sangat potensial dalam mendukung strategi pemasaran modern, terutama di era digital yang semakin kompetitif.

Penelitian oleh Faturahman dan Abdullah (2024) menunjukkan bahwa penggunaan animasi 3D dalam iklan digital dapat meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas komunikasi pemasaran. Selain itu, animasi 3D terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk, khususnya bagi usaha kecil dan menengah yang ingin bersaing di pasar digital.

Salah satu produk yang membutuhkan pendekatan promosi yang kreatif dan inovatif adalah jam tangan Eboni, sebuah merek lokal yang mengusung konsep ramah lingkungan dengan material utama kayu. Sebagai produk yang memiliki nilai estetika tinggi dan filosofi unik, jam tangan Eboni memerlukan media promosi yang tidak hanya mampu menonjolkan keunggulan produknya, tetapi juga dapat menyampaikan pesan merek secara efektif kepada target pasar. Menurut Riset yang

dilakukan oleh Faturahman dan Abdullah (2024) dalam jurnal “Perancangan Dan Pembuatan Iklan Animasi 3D Sebagai Media Promosi pada Usaha Santi Collection” menunjukkan bahwa iklan berbasis 3D berhasil memperkuat kesan visual, menambah daya tarik pesan, serta memudahkan konsumen mengingat brand atau produk. Peningkatan *brand recall* semacam ini sering gagal dicapai oleh model iklan konvensional yang bersifat “datar”. Baik Wigo (2024) maupun City Vision (2025) menyoroti bahwa iklan 3D efektif mencuri perhatian karena daya tariknya yang berbeda. Konten 3D menekankan kesan mendalam (*depth*) dan visual dinamis, sehingga berpotensi mendorong lebih banyak interaksi, termasuk dibagikan ke media sosial. Iklan 3D juga memungkinkan eksplorasi konsep kreatif yang lebih luas, seperti penggunaan elemen fantasi, simulasi mekanisme produk, atau peragaan konsep desain yang sulit diwujudkan dalam iklan berbasis konvensional.

Oleh karena itu penggunaan animasi 3D dalam desain komunikasi visual media promosi jam tangan Eboni menjadi salah satu solusi yang relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut. Dengan memanfaatkan animasi 3D, keunggulan produk seperti detail desain, material, dan konsep ramah lingkungan dapat divisualisasikan secara menarik dan interaktif. Selain itu, animasi 3D juga memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengalaman promosi yang lebih imersif, sehingga mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk.

Merek jam tangan kayu Eboni memiliki nilai lokal yang kuat, karena dikelola oleh masyarakat di Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Eboni memberdayakan masyarakat sekitar dalam proses produksi, sementara posisi profesional seperti pemasaran dan manajemen diisi oleh tenaga ahli. Dengan menciptakan iklan animasi 3D untuk Eboni, penulis berharap dapat membantu meningkatkan daya tarik dan penjualan produk ini, sehingga memberikan dampak positif bagi masyarakat yang diberdayakan oleh merek tersebut.

Melihat potensi besar dari animasi 3D, penulis memutuskan untuk membuat karya animasi 3D berupa iklan jam tangan kayu merek Eboni sebagai tugas akhir skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan desain komunikasi visual berbasis animasi 3D dalam media promosi jam tangan Eboni.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penciptaan karya, maka fokus permasalahannya adalah Bagaimana memadukan prinsip desain komunikasi visual dengan elemen animasi 3D dalam rangka menonjolkan aspek estetika, material kayu, serta nilai ramah lingkungan pada jam tangan Eboni untuk dijadikan sebagai media promosi.

1.3. Tujuan Penciptaan Karya

Tujuan penciptaan karya iklan 3D animasi Jam Tangan Eboni adalah untuk mendukung *brand* jam tangan lokal dengan membuat iklan audio visual yang berbeda yakni dengan 3D animasi untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas yang berguna sebagai media promosi jam tangan Eboni.

1.4. Manfaat Penciptaan Karya

1.4.1 Manfaat karya secara akademis

Karya ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik pada pengembangan animasi 3D dalam konteks periklanan. Proyek ini juga dapat memperkaya literatur akademis terkait penggunaan animasi 3D untuk mendukung promosi produk lokal.

1.4.2 Manfaat karya secara praktis

Karya ini dapat menjadi inspirasi bagi pelaku industri kreatif di Indonesia untuk memanfaatkan teknologi animasi 3D dalam menciptakan iklan yang inovatif dan menarik. Iklan animasi 3D yang kreatif dan efektif dapat membantu meningkatkan *brand awareness* dan minat beli konsumen terhadap produk Eboni. Hal ini diharapkan dapat berdampak langsung pada peningkatan penjualan produk.