

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]

Pada media promosi berupa audio visual/video memiliki keunggulan dalam kombinasi antara gambar dan suara yang bersifat dinamis, sehingga dapat menarik perhatian, lebih prestisius dibanding media lain, isi yang dimuat lebih banyak dan lengkap, serta berisi berbagai macam tipe informasi berupa teks, gambar/foto, suara/musik, dan animasi. Iklan menjadi sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dan sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi pesaing.[2]

Teknologi 3D kini menjadi salah satu pilihan unggulan para pegiat visual, karena teknologi 3D dapat menggambarkan objek sangat mirip, dengan objek sesungguhnya. Proses pembuatan objek 3 Dimensi yang akan dituangkan dalam bentuk visual secara nyata, baik bentuk, tekstur, dan ukuran objek, disebut dengan 3D *Modeling*. Dengan menggunakan perangkat lunak dan teknik khusus dalam

komputer grafis, untuk menghasilkan representasi visual secara digital dari suatu objek 3D. [3]

Blender merupakan salah satu software open source dan Aplikasi blender bisa bebas memodifikasi source codenya untuk keperluan pribadi maupun komersial, dan blender juga merupakan Software yang Gratis. Blender tersedia untuk berbagai macam operasi sistem seperti Linux, Mac dan Windows. Sehingga file yang dibuat menggunakan Blender versi Linux tak akan berubah ketika dibuka di Blender versi Mac maupun Windows maka dari itu penulis memakai aplikasi blender untuk pembuatan Video 3D animasi.

Avo Innovation Technology merupakan salah satu Perusahaan asal Yogyakarta yang bergerak dibidang *Beauty, Cosmetic & Personal Care*. Avo didirikan pada tahun 2014 peneliti bermaksud untuk membuat Video 3D *Modeling* Avoskin untuk mendapatkan hasil yang terlihat nyata dan hidup sehingga informasi yang disampaikan tercapai.

Konten Video 3D animasi juga dapat dibuat menjadi media penyampaian informasi yang efektif. Dengan menggunakan Video 3D *Modeling* sebagai sarana menunjang promosi pada Perusahaan Avo Innovation Technology maka penyampaian informasi akan lebih mudah untuk diterima oleh Rakyat Indonesia. Peneliti bermaksud mensosialisasikan tentang Avo Innovation Technology menggunakan konten video 3D Animasi, dengan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk mengangkat judul Perancangan Video Animasi 3D *Modeling* untuk Iklan Avoskin Menggunakan Aplikasi Blender.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan pengkajian pada latar belakang permasalahan yang dihadapi maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut “Merancang Video Animasi 3D Modeling Untuk Iklan Avoskin Menggunakan Aplikasi Blender Pada Perusahaan Avo Innovation Technology”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu:

1. Video memiliki target durasi 30 detik
2. 3D Modeling ini menggunakan Aplikasi Blender
3. Informasi yang disampaikan mengenai Produk Avo Innovation Technology
4. Perangkat lunak atau *software* yang digunakan yaitu Blender, Adobe After Effect CC 2017, dan Adobe Premiere Pro CC 2017
5. Format file menggunakan format MP4, dan resolusi 1280×720 (HDTV 720p)
6. Peneliti hanya membuat seperti permintaan dari pihak Avo Innovation Technology selaku objek penelitian.

1.4 Maksud dan Tujuan penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan 3D *Modeling* dalam pembuatan video animasi 3D berjudul Perancangan Video Animasi 3D *Modeling* Untuk Iklan Avoskin Menggunakan Aplikasi Blender
2. Menghasilkan Video 3D Animasi
3. Membantu objek penelitian yang dalam hal ini adalah Avo Innovation Technology
4. Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam pembuatan Video animasi 3D
5. Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I (S1) di program Studi Teknologi Informasi pada Universitas "AMIKOM" Yogyakarta.

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 Erny Kumiawati sebagai *Brand Director of Avoskin* untuk memperoleh data lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian.

1.5.2 Metode Analisis

1.5.2.1 Analisis kebutuhan Fungsional

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

1.5.2.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional

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

1.5.3 Metode Perancangan

Perancangan video iklan menggunakan standar produksi yang didalamnya terdapat beberapa tahap sebagai berikut [2]:

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.

1.5.3.1 Metode Evaluasi

Peneliti melakukan *testing* terhadap video iklan promosi AVO INNOVATION TECHNOLOGY dengan cara melakukan penayangan di perusahaan sehingga mendapatkan hasil respon.

1.6 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.

