

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin maju dan berkembang, penggunaan teknologi menjadi semakin berkembang pesat, serta internet dan gadget yang sudah menjadi kebutuhan oleh masyarakat akan suatu pencarian informasi yang dibutuhkan. Diantaranya yaitu mempromosikan produk melalui media promosi. Media promosi merupakan sarana bagi perusahaan dan para pebisnis dalam mengkomunikasikan suatu produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan berkembangnya zaman, media promosi kini semakin luas dan berbagai perusahaan besar juga usaha-usaha kecil pun saling bersaing agar dapat menonjolkan citranya pada publik. Penggunaan maskot seringkali digunakan oleh perusahaan maupun pebisnis untuk mempromosikan jasa dan produk sebagai bentuk pendekatan yang paling mudah kepada masyarakat. Maskot sendiri dapat mengangkat citra dari perusahaan bila dibuat sesuai target pasar yang baik dan benar. [1]

Menurut Wheeler (2009:46) Maskot adalah personifikasi dari brand dalam wujud karakter tertentu dengan sifat dan ciri khas yang mewakili brand tersebut. Maskot dapat menjadi alat komunikasi sekaligus diferensiasi yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks "awareness" untuk jangka pendek, dan "loyalty" untuk jangka panjang. Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu menggambarkan sebuah filosofi, membawa gambaran visi dan misi, serta mampu menjadi bagian dari publik itu sendiri. Salah satu contoh perusahaan nasional PT. HEPTACO Digital Media adalah Perusahaan teknologi inovasi berbasis digital, yang membangun sistem informasi dan solusi pemasaran digital untuk perusahaan. Dalam pengembangan aplikasi, keuangan, pemasaran digital, asuransi, ekspor-impor, perjalanan wisata, manufaktur, dan industri otomotif.

Sebagai salah satu perusahaan Perseroan Terbatas berbasis inovasi digital, PT. HEPTACO Digital Media sendiri merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tanggal 8 Maret 2017 yang lalu. Namun masih banyak beberapa masyarakat yang tidak mengetahui image dari perusahaan ini, sehingga owner ingin menciptakan image baru yang benar-benar mencirikan perusahaan PT. HEPTACO Digital Media itu sendiri, dengan tujuan masyarakat Yogyakarta akan mudah

mengenal dan mengerti visi dan misi perusahaan secara signifikan melalui media promosi berbentuk karakter maskot.

Maskot yang dirancang sedemikian rupa dalam bentuk sketsa, akan di visualisasi dalam bentuk objek tiga dimensi (3D). Objek 3D mempunyai bentuk, volume dan ruang yang dibuat dengan tujuan untuk memberikan representasi sebuah objek dalam bentuk visual sehingga terlihat hidup.[2]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu : "Bagaimana merancang media promosi berupa maskot PT. HEPTACO Digital Media menggunakan teknik 3D".

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka ditentukan batasan-batasan permasalahan agar laporan ini lebih terfokus dan tidak meluas terlalu jauh. Batasan-batasan masalah tersebut antara lain :

1. Perancangan maskot dalam bentuk 3D karakter Taco
2. Perancangan maskot 3D hanya menggunakan teknik basic modelling
3. Implementasi desain dari maskot Taco pada beberapa media :
 - a. Aset website
 - b. Konten media sosial
 - c. Flyer
 - d. Suvenir

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat konsep perancangan dan mem visualisasi maskot sebagai branding yang efektif, kreatif dan komunikatif.
2. Maskot sebagai media utama dan mengaplikasikannya dalam bentuk aset dekorasi website, sosial media, flyer, car branding, standing figure, souvenir (boneka maskot, mug, kaos, pin, tote bag, gantungan kunci, notebook, stiker) sebagai media pendukung untuk mempromosikan PT. HEPTACO Digital Media.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Peneliti

Mengimplementasikan hasil dari masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta pada jurusan Strata-I Teknologi Informasi, dan dapat memahami apa yang telah didapat pada masa kuliah teori maupun praktikum yang merupakan hasil dari mata kuliah konsentrasi selama masa kuliah. Maka dapat mengembangkan ide dan kreatifitas dalam perancangan maskot ini beserta media pendukungnya, yang mampu mempromosikan dalam bentuk penyampaian informasi penting serta jelas, mudah dipahami, dan dapat terima oleh banyak kalangan dalam bentuk produk maskot tiga dimensi.

1.5.2 Masyarakat

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang potensi perusahaan inovasi berbasis digital yang ada di Yogyakarta, serta mempromosikan produk digital PT. HEPTACO Digital Media dengan maskot beserta media pendukungnya yang efektif dan menarik agar dikenal masyarakat Yogyakarta .

1.5.3 PT. HEPTACO Digital Media

Memberikan inspirasi dan kerjasama berupa desain yang akan digunakan PT. HEPTACO Digital Media untuk memvisualisasikan visi dan misi perusahaan secara signifikan melalui media promosi berbentuk karakter maskot.

1.6 Metode Penelitian

Bentuk metode dan perancangan karya pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Data serta informasi yang ada pada penelitian sudah ada pada perusahaan, dimana peneliti mencoba merancang data tersebut dalam bentuk maskot, jadi secara tidak langsung perancangan tidak hanya berdasarkan segi objektif melainkan butuh pengamatan lebih demi bentuk dari perancangan maskot tersebut.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Metode Observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh alat indera (Ibid: 145). Observasi yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap hal-hal yang dijadikan sebagai *key visual* seperti *design* dan referensi utama

1.6.1.2 Metode Analisis

Penulis menganalisa kebutuhan informasi dan pemanfaatan dari Teknik 3D dalam pembuatan maskot

1.6.1.3 Metode Produksi

Metode Produksi ini menggunakan alur proses produksi dimana terdiri dari tiga proses yaitu proses pra produksi, produksi dan proses pasca produksi

1.6.1.4 Metode Evaluasi

Meliputi pengujian tentang kesesuaian dalam perancangan maskot dengan teknik 3D yang sudah dirancang sesuai image visi dan misi perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan laporan penelitian ini, menggunakan sistematika yang terdiri dari beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metode penelitian hingga sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka teori tentang pengertian teknik 3D meliputi *modeling*, *texturing*, dan *rendering*.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum proses pra-produksi dalam perancangan karakter maskot.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan proses perancangan karakter maskot, serta implementasi karakter ke beberapa media

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dibahas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dilakukan untuk perancangan berikutnya.

