

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan salah satu peradaban dan pemikiran manusia guna mencapai kehidupan yang sejahtera. Maka teknologi muncul dan berkembang begitu cepat dan mempermudah manusia untuk melakukan sebuah pekerjaan. Salah satunya adalah sebuah *video*. *Video* memberikan sumberdaya yang kaya dan hidup bagi aplikasi *multimedia*. *Video* mampu memberikan daya tarik untuk masyarakat dalam sebuah periklanan, karena *video* memiliki dua unsur yaitu suara dan gambar.

Video pun semakin berkembang, bermunculan animasi yang dibuat dengan teknologi komputer. Salah satunya adalah animasi 3D yang menggunakan koordinat *x,y,dan z* yang memungkinkan untuk dapat dilihat dari sudut pandang manapun. Akan tetapi jika hanya menggunakan animasi 3D, *video* masih belum tentu terlihat nyata jika tidak disertakan rekaman langsung (*live shoot*). Dengan menggabungkan dua teknik yaitu *live shoot* dan obyek 3D, maka *video* akan terlihat lebih nyata.

HAYVENUS *Clothing Brand* adalah salah satu obyek dari pembuatan *video* periklanan tersebut. Perkembangan perekonomian HAYVENUS sangatlah kurang, publikasi yang kurang tepat sehingga masyarakat tidak mengetahui adanya HAYVENUS tersebut. HAYVENUS *Clothing Brand* membutuhkan sebuah periklanan yang kreatif dan menarik masyarakat. Dengan sebuah *video*

iklan menggunakan obyek 3D tersebut HAYVENUS *Clothing Brand* mampu mengiklankan perusahaanya di televisi.

Dengan adanya permasalahan yang telah diuraikan diatas maka peneliti membuat judul karya ilmiah yang akan membahas serta memberikan jalan keluarnya yaitu **“Pembuatan *Video Dengan Teknik Live shoot dan Obyek 3 Dimensi Menjadi Iklan Televisi Sebagai Media Promosi HAYVENUS Clothing Brand*”**. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi media informasi dan mempermudah dalam hal penyampaian, mengenalkan, ataupun mempromosikan HAYVENUS *Clothing Brand*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat dimunculkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang iklan televisi HAYVENUS *Clothing Brand* menggunakan teknik *live shoot* dengan obyek 3 Dimensi?
2. Bagaiman penerapan produksi *video* di iklan HAYVENUS *Clothing Brand*?
3. Bagaimana menyesuaikan teknik *live shoot* dengan 3 Dimensi?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka penulis membuat batasan masalah untuk mempermudah peneliti, meliputi:

1. Objek pembuatan *video* hanya meliputi produk HAYVENUS *Clothing Brand*.

2. Pembuatan iklan menggunakan *software* Blender, Adobe Premiere Pro CS6, dan Neundo.
3. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kamera Canon 700D, lensa fix, lensa kit, dan Three pot.
4. Pengambilan *video* iklan menggunakan *live shoot*.
5. Obyek *video* adalah animasi 3 Dimensi.
6. *Rendering video* menggunakan *standart broadcasting* televisi Indonesia PAL 720 x 576 px 25fps.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti adalah:

1. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program Sastra I Sistem Informasi Di STMIK Amikom Yogyakarta.
2. Membuat *video* menjadi iklan televisi.
3. Mempromosikan HAYVENUS *Clothing Brand*.
4. Menyajikan informasi kepada masyarakat tentang HAYVENUS *Clothing Brand* dan kreatifitas *videography*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti :
 - a. Mengetahui kemampuan peneliti dalam pembuatan *video* dengan teknik *live shoot* dengan objek 3D menggunakan *software* Blender, Adobe After Effect dan Adobe Premiere.
 - b. Menguasai pembuatan *video* iklan menggunakan teknik *live shoot* dan 3 Dimensi.

2. Bagi HAYVENUS *Clothing Brand*:

- a. Sebagai media promosi HAYVENUS *Clothing Brand* .
- b. Sebagai media publikasi HAYVENUS *Clothing Brand* kepada masyarakat.
- c. Menarik minat masyarakat untuk membeli produk-produk HAYVENUS *Clothing Brand*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang pembuatan animasi 3 Dimensi. Adapun metode penelitian yang digunakan sebagai berikut:

1. Metode *Observasi*

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap iklan Televisi yang mempunyai ciri yang sama.

2. Metode Keputusan

Mengumpulkan data dari internet dan buku *referensi* tentang pembuatan *video* dan animasi 3 Dimensi serta mempelajari kelebihan dan kekurangan karya ilmiah mahasiswa tentang animasi 3 Dimensi yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan skripsi.

1.6.2 Metode Wawancara

Metode yang digunakan peneliti untuk melakukan tanya jawab kepada pihak yang berpengalaman dalam bidang animasi 3 Dimensi.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode ini digunakan penulis untuk menyiapkan proses pembuatan *video* mulai dari tahap praproduksi sampai pasca produksi.

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode ini untuk pengecekan ulang dalam tahap produksi, untuk melihat dan mendokumentasi hasil yang ada sesuai dengan yang diharapkan.

1.6.5 Metode Implementasi / Evaluasi

Dalam tahap implementasi, peneliti mengamati kembali apakah ada kesalahan proses *editing* atau tidak. Apabila semua sudah sesuai maka peneliti menyerahkan *video* hasil *rendering* untuk dipublikasikan di stasiun televisi.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, penelitian ini terdiri dari 5 Bab atau sub pokok, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok permasalahan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pengantar masalah yang dibahas yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang dasar teori yang dalam pembuatan dan perancangan serta acuan dalam pembuatan *video live shoot* dengan obyek 3 dimensi.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang analisis kebutuhan produksi, proses praproduksi pada pembuatan *video live shoot* dengan obyek 3 Dimensi yaitu: naskah, *storyboard*, dan *concept art*.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang proses produksi pada pembuatan *video* menggunakan teknik *live shoot* dengan obyek 3 dimensi yaitu : *live shoot video (take)*, *modelling*, *rigging*, *shading*, dan *animate*. Serta proses pasca produksi yaitu: *Compositing*, *Editing*, *Rendering*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan hasil penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.

