

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dari tahun ketahun khususnya multimedia sangatlah pesat salah satunya di bidang 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]

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 ke dalam iklan produk “Dashing Pomade” sehingga apa yang dipromosikan dari iklan yang penulis buat dapat tersampaikan sehingga menarik perhatian calon konsumen. 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 “Penerapan 3d modeling untuk iklan “Dashing pomade”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana penerapan 3d modeling untuk iklan “Dashing pomade”.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis merasa perlu membatasi variabel dari masalah yang akan dibahas menjadi lebih rinci, batasan masalah dalam Penerapan 3D Modeling Untuk Iklan Produk “Dashing Pomade”

1. Membuat 3D modeling.
2. Iklan Produk “Dashing Pomade”.
3. Menggunakan Software Maya, Adobe Photoshop, Adobe Premiere dan KeyShot.
4. Durasi Maksimal 1 Menit.
5. Target penayangan pada media online di Instagram.
6. Yang diuji dari penelitian ini adalah kesesuaian antara modeling 3D dengan kebutuhan informasi dari produk iklan “Dashing Pomade”.
7. Penelitian ini berakhir sampai iklan produk diserahkan kepada pihak tim creative “Dashing pomade”.

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 “Dashing Pomade” 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 "Dashing Pomade" baik dari jurnal maupun dari situs internet.

1.6.1.2 Metode Perancangan

Metode ini membahas tentang pembuatan 3d modeling iklan produk dashing "pomade" yang terdiri dari tiga tahap yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Latar belakang, Rumusan masalah, Batasan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Metode penelitian dan Sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka, teori tentang pengertian modelling, texturing, dan rendering.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum, analisa kebutuhan sistem dan proses pra-produksi dalam pembuatan Penerapan 3d Modeling Untuk Iklan Produk "Dashing Pomade"

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dan proses pembuatan modeling 3D iklan produk "Dashing Pomade". Dari proses produksi yaitu : modeling, texturing, rigging, lighting, rendering dan animasi. Pasca produksi yaitu : compositing, editing dan rendering.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup dari penyusunan penelitian yang

didalamnya terdapat kesimpulan dan saran.

