

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi tiga dimensi (3D) merupakan salah satu bentuk inovasi visual yang banyak digunakan dalam dunia animasi, film, dan periklanan modern. Konsep 3D memungkinkan penciptaan objek digital yang memiliki kedalaman ruang, sehingga dapat ditampilkan secara lebih realistis dan dinamis dibandingkan dengan desain dua dimensi (2D). Keunggulan utama dari teknologi ini adalah kemampuannya dalam menampilkan detail bentuk, tekstur, pencahayaan, serta gerakan yang menyerupai kondisi nyata. Secara teknis, pembuatan aset 3D melibatkan proses pemodelan (*modeling*), pemberian tekstur (*texturing*), pencahayaan (*lighting*), dan animasi (*rendering*), sehingga hasil visual yang dihasilkan dapat menggambarkan objek dengan lebih hidup dan menarik secara estetika. [7]

CV Parama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang animasi, visual effect, game, dan digital kreatif. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan konten visual yang inovatif dan memiliki nilai artistik tinggi, termasuk dalam bidang periklanan digital. Salah satu proyek kreatif yang dikembangkan oleh CV Parama adalah pembuatan iklan untuk produk Kopi Sidekong, yaitu produk kopi lokal yang ingin memperkuat identitas visual dan daya tarik mereknya melalui pendekatan visual modern.

Konsep iklan Kopi Sidekong, terdapat berbagai ilustrasi visual yang membutuhkan pendekatan animasi tiga dimensi, seperti visualisasi biji kopi yang melompat dan masuk ke dalam cangkir, simulasi perubahan biji kopi menjadi bubuk kopi, serta efek percikan dan uap panas dari seduhan kopi. Seluruh elemen ini memerlukan proses desain dan simulasi berbasis 3D agar gerakan dan tampilannya tampak alami, sesuai dengan prinsip fisika visual yang realistis merupakan implementasi untuk menggambarkan produk tersebut mengarah kemana dan menggambarkan visualisasi dari kopi tersebut.

Berdasarkan kebutuhan visual tersebut, maka diperlukan perancangan dan pembuatan iklan Kopi Sidekong berbasis aset 3D yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai representasi citra produk yang profesional dan modern. Melalui pendekatan 3D, diharapkan iklan ini mampu memberikan pengalaman visual yang kuat, menarik, serta efektif dalam menyampaikan pesan produk kepada audiens.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, berikut adalah rumusan masalah untuk penelitian ini:

“Bagaimana proses perancangan dan pembuatan iklan kopi sidekong berbasis *asset* 3D oleh CV parama agar mampu menampilkan visualisasi produk secara realistis dan menarik?”

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka penulis akan memfokuskan batasan masalah pada:

1. Penelitian hanya fokus pada pembuatan aset 3D seperti biji kopi, cangkir, bubuk kopi, dan elemen pendukung lain yang digunakan dalam visualisasi iklan.
2. Pembuatan aset 3D dan animasi 3D hanya menggunakan *software* Blender.
3. Penelitian tidak membahas strategi pemasaran, analisis pasar, perilaku konsumen, ataupun *perhitungan efektivitas* iklan secara komersial
4. Lingkup kerja dibatasi pada produksi 3D, yaitu *modeling*, *texturing*, *lighting*, *animating*, *rendering*, dan *compositing*.
5. Iklan yang dihasilkan hanya berupa visual 3D dan *live shoot*, tanpa membahas pengambilan video *live-action* atau perekaman suara profesional

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini, adalah sebagai berikut:

1. Menguraikan alasan pemilihan teknologi 3D sebagai media visual untuk mempermudah ilustrasi yang sulit direkam secara nyata, seperti simulasi biji kopi yang bergerak dan perubahan bentuk menjadi bubuk, atau alasan dari scene lain mengapa memilih scene tersebut.
2. Membahas tahapan pembuatan aset 3D mulai dari *modeling*, *texturing*, *lighting*, hingga *rendering* yang digunakan sebagai elemen utama dalam iklan.
3. Menjelaskan proses perancangan konsep visual iklan Kopi Sidekong yang memerlukan ilustrasi seperti *scene* awal yg bertema pemandangan di desa temanggung di sebuah kebun kopi dan kemudian menggambarkan kopi tersebut murni diambil dari asli dari petani tanpa campuran apapun.

