

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi dalam komputer membawa perubahan yang besar dalam peradaban kehidupan manusia. Terutama adalah hal penyampaian informasi, teknologi komputer telah memberikan dampak besar, khususnya dalam iklan atau media promosi. Media promosi memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan sebagai bagian dari strategi pemasaran, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang menjadi targetnya.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai dan manfaat produk kepada konsumen, serta untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen (Lupiyoadi, 2014). Keberhasilan penjualan produk sangat dipengaruhi oleh efektivitas media promosi yang digunakan. Di tengah persaingan global, pertumbuhan pasar yang pesat, kemajuan teknologi, dan tantangan persaingan yang beragam, perusahaan dituntut untuk berinovasi dan kreatif dalam merancang strategi dan program promosi untuk bersaing di pasar dan menciptakan identitas merek yang lebih baik (Rangkuti, 2009). Identitas merek yang kuat diperlukan agar perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing. Identitas ini mencakup aspek visual dan grafis yang harus mencerminkan visi dan misi perusahaan, sehingga dapat menciptakan tampilan visual yang baik dan konsisten.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sebuah usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang sesuai dengan kriteria usaha mikro. Melihat media promosi sangat penting sehingga pada UMKM juga dibutuhkan untuk adanya media promosi. Saat ini UMKM di Kabupaten Purwakarta, banyak bertambah baru setiap tahun. Menurut data Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Purwakarta tahun 2022, tercatat 1.650.000 pelaku UMKM di Kabupaten Purwakarta. Dari data tersebut menunjukkan bahwa UMKM

semakin banyak, sehingga mengakibatkan semakin tingginya tingkat persaingan UMKM di Kabupaten Purwakarta.

Pada kedai kopi +62 Coffee Meals merupakan kedai kopi yang beroperasi sejak Januari 2020 dan terletak di Purwakarta. Kegiatan promosi yang sedang berjalan menggunakan media instagram dengan membagikan foto dan video tentang kedai kopi tersebut di halaman *instatory* dan *reels*. Mengingat persaingan yang ketat dalam industri UMKM di Kabupaten Purwakarta, penting bagi kedai kopi +62 Coffee Meals untuk menambah promosi menggunakan media komunikasi visual yang dapat menarik perhatian untuk mempromosikan usaha mereka. Salah satu ide yang dapat digunakan adalah pembuatan konten video promosi menggunakan animasi 3D. Hal ini bertujuan untuk menciptakan video promosi yang lebih kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan teknologi terkini.

Teknologi komputer memungkinkan penggunaan animasi 3D sebagai salah satu solusi dalam menyediakan layanan informasi melalui video, gambar, animasi, dan sebagainya (Lubis, 2020). Dalam konteks media promosi, animasi 3D memiliki peranan yang sangat penting dalam mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat. Animasi 3D dianggap efektif dan komunikatif, terutama dalam situasi di mana mobilitas manusia semakin tinggi. Dalam kondisi tersebut, diperlukan media promosi yang menarik dan lebih komunikatif untuk menjangkau masyarakat. Ada banyak cara untuk menyampaikan informasi melalui animasi, yang dapat membuat pesan terlihat menarik dan efektif dalam penyampaiannya (Sunarya, dkk., 2015).

Setiap tahun, industri animasi mengalami kemajuan yang terus-menerus dan menghadirkan inovasi baru yang berkontribusi pada evolusi dinamis industri animasi ke arah yang lebih baik. Perkembangan sistem digital yang terus berkembang memudahkan individu untuk mengekspresikan kreativitas, mengembangkan ide, dan menjelajahi imajinasinya melalui animasi. Namun, perlu dicatat bahwa sebagian besar animasi yang dikenal dan populer di Indonesia masih didominasi oleh produksi negara lain, termasuk Amerika, Jepang, dan berbagai negara Eropa.

Animasi adalah proses menciptakan ilusi pergerakan dengan merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis (McQuail, 2020). Secara umum,

animasi melibatkan kegiatan menghidupkan dan menggerakkan objek yang sebelumnya tidak bergerak. Dalam animasi, objek mati diberikan kekuatan, semangat, dan emosi agar terlihat hidup dan bergerak, atau setidaknya memberikan kesan bahwa mereka hidup (Prakosa, 2010). Dalam produksi animasi, setiap langkah proses dilakukan menggunakan komputer, mulai dari pembuatan model, memberikan tekstur pada objek, menganimasikan objek, dan sebagainya. Penggunaan animasi sebagai media *audio visual* memiliki peran yang signifikan dalam menyampaikan pesan atau gagasan kepada masyarakat luas.

Industri animasi di Indonesia belum mencapai tingkat kesuksesan yang sama dengan media seni lainnya, seperti komik pada tahun 1970-an dan 1980-an, atau kebangkitan komik dan film pada tahun 2000-an. Meskipun menjadi bagian penting dari industri dan pendidikan di negara ini sejak era reformasi, perkembangan animasi Indonesia masih belum memiliki arah dan tujuan yang jelas. Pada tahun 1955, Indonesia menghadirkan visi Soekarno melalui Dukut Hendronoto, yang menghasilkan produksi animasi pertama yang berjudul "Si Doel Choosing." Prestasi sejarah ini menunjukkan kemampuan Indonesia untuk menciptakan animasi sendiri lebih dari setengah abad yang lalu (Prakosa, 2010).

Di masa lalu, orang menggunakan metode manual, seperti menggambar di atas kertas, untuk memvisualisasikan sesuatu. Pendekatan ini kemudian berkembang menjadi animasi tradisional atau dua dimensi (2D). Dengan kemajuan teknologi, sekarang siapa pun dapat membuat animasi tiga dimensi (3D), yang memberikan pengalaman visual yang lebih realistis dan canggih secara teknologi. Animasi 3D juga memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan animasi 2D (Semesta, 2021). Dalam pembuatan animasi 3D, digunakan teknik *high poly* yang merupakan istilah yang sering digunakan dalam pembuatan model 3D. Istilah ini menggambarkan jumlah poligon atau segitiga yang membentuk suatu model 3D. Teknik *high poly* melibatkan penggunaan lebih banyak sisi yang membuat model 3D terlihat lebih berlekuk dan memiliki detail yang lebih tinggi. Selain itu, teknik ini menghasilkan objek yang halus dan memberikan tampilan yang lebih realistis (Anggara, 2019).

Berdasarkan permasalahan yang ada untuk memberikan peluang pada UMKM di Kabupaten Purwakarta, diperlukan upaya baru guna memberikan media promosi dengan menggunakan animasi 3D. Tujuan penggunaan animasi 3D dalam membuat media promosi adalah untuk menarik perhatian dan mempromosikan Kedai Kopi +62 Coffee Meals. Dengan menggunakan animasi 3D, tujuannya adalah untuk melibatkan calon pelanggan dan mempermudah pengenalan produk. Penelitian ini mengadopsi metode *Reserch & Development* (R&D), khususnya menggunakan model pengembangan MDLC (*Multimedia Life Cycle*). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan judul “**Peran 3D Animation Menggunakan Teknik High Poly Sebagai Media Promosi Pada UMKM Di Kabupaten Purwakarta (Studi Kasus: Kedai Kopi +62 Coffee Meals)**”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hasil rancangan animasi 3D produk Kedai Kopi +62 Coffee Meals sebagai media promosi?
2. Bagaimana hasil tanggapan konsumen mengenai animasi 3D produk Kedai Kopi +62 Coffee Meals sebagai media promosi?

1.3 BATASAN MASALAH

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media promosi UMKM ini menggunakan video animasi 3D yang dimana hanya berupa produk minuman Kedai Kopi +62 Coffee Meals yang dipromosikan.
2. Media promosi ini menggunakan video animasi 3D dirancang dengan aplikasi Blender.
3. Video animasi 3D ini dalam perancangannya menggunakan teknik *High Poly*.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan:

1. Merancang animasi 3D produk Kedai Kopi +62 Coffe Meals sebagai media promosi.
2. Mendapatkan tanggapan konsumen mengenai animasi 3D produk Kedai Kopi +62 Coffe Meals sebagai media promosi.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Secara Teoretis
 - a. Dapat menambah pengetahuan tentang perancangan animasi 3D dengan teknik *high poly*.
 - b. Sebagai perbandingan terhadap teori penelitian yang telah diperoleh dengan hasil penelitian sesungguhnya dilapangan.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi penulis, meningkatkan kreativitas dalam menciptakan animasi 3D yang menarik dianggap sebagai pencapaian pribadi dan sarana untuk memperlihatkan keahlian dan kemampuan sebelum memasuki dunia profesional.
 - b. Bagi UMKM, mendapatkan media promosi tambahan berupa animasi 3D

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan karya ilmiah yang mencakup gambaran umum dan format skripsi, sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai alasan mengapa Animasi 3D diusulkan sebagai media promosi untuk UMKM di Kabupaten Purwakarta. Selain itu, bab ini juga memaparkan rumusan pertanyaan penelitian dan tujuan terkait implementasi dan kinerja dari studi ini. Bab ini juga membahas ruang lingkup dan batasan penelitian, serta manfaat potensial yang dapat diperoleh dari penelitian ini. Selain

itu, struktur penulisan juga disajikan, menjelaskan konten dari setiap bab yang terdapat dalam penelitian ini.

b. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menggambarkan beberapa konsep dasar yang mendukung dan terkait dengan penelitian ini terkait. Konsep-konsep tersebut mencakup animasi 3D, *teknik highpoly*, media promosi, UMKM, dan Blender.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan serangkaian langkah yang dilakukan dalam penelitian ini, termasuk desain penelitian yang menguraikan proses penelitian dari tinjauan pustaka hingga penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, juga dijelaskan rencana implementasi yang mencakup proposal animasi yang akan dijalankan dalam proyek tersebut.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan temuan penelitian dan membahas konsep desain animasi 3D yang disesuaikan sebagai media promosi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Purwakarta. Bab ini mencakup implementasi animasi yang telah dirancang, skenario animasi, naskah, properti, tekstur, rendering, serta analisis temuan penelitian dan pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan.

e. BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

Bab ini menyajikan ringkasan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta implikasi dan rekomendasi yang disarankan untuk pengembangan penelitian di masa depan yang terkait.