

## **Perancangan Media Promosi Produk Sembako UD. Boru Lubis Berbasis Animasi 3D Menggunakan Karakter Metode *Lowpoly***

Siti Aisyah Lubis  
Universitas Harapan Medan  
Email : lubisicha79@gmail.com

### **Abstrak**

Perkembangan media komunikasi visual pada saat ini membantu dalam menunjang informasi dan komunikasi. Namun seringkali media komunikasi visual yang disajikan kurang efektif dan tepat guna. Dengan media animasi 3D, media animasi 3D dianggap cukup efektif untuk menarik minat *customer*, karena animasi 3D cukup digemari semua kalangan. Penyajian media iklan yang menarik dan menghibur akan mendorong masyarakat luas untuk berbelanja. Hal ini bukti bahwa perancangan suatu karya seni meningkat sehingga dapat mengikuti perkembangan teknologi yang begitu pesat. UD. Boru Lubis (toko icha lubis) bergerak dibidang perdagangan sembako dinilai perlu memiliki sebuah media promosi yang menarik dan dapat menjadi media informasi khususnya bagi para konsumen. Diharapkan media promosi ini bermanfaat bagi UD. Boru Lubis khususnya untuk calon *customer*.

**Kata Kunci:** Media Promosi, Animasi 3D, informasi.

### *Abstract*

*The development of visual communication media at this time helps in supporting information and communication. However, often the visual communication media presented are less effective and efficient. With 3D animation media, 3D animation media is considered effective enough to attract customer interest, because 3D animation is quite popular among all circles. The presentation of attractive and entertaining advertising media will encourage the wider community to shop. This is evidence that the design of a work of art is improving so that it can keep up with the rapid development of technology. UD. Boru Lubis (icha lubis shop) engaged in the trade of basic necessities is considered necessary to have an attractive promotional media and can be a medium of information, especially for consumers. It is hoped that this promotional media will be useful for UD. Boru Lubis especially for potential customers.*

**Keywords:** *Promotional Media, 3D Animation, information.*

### **1. PENDAHULUAN/INTRODUCTION**

Perkembangan teknologi komputer yang begitu pesat sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia di era sekarang ini, kebutuhan akan teknologi komputer bahkan sudah menjadi kebutuhan primer bagi manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik dari hal yang ringan, sederhana sampai hal yang berat dan kompleks semua itu tidak terlepas dari peranan teknologi komputer. Berkembangnya teknologi komputer juga sangat berpengaruh pada penyampaian sebuah informasi khususnya informasi yang disampaikan melalui media elektronik yang biasa disebut dengan istilah iklan. Teknologi komputer bisa menjadi solusi untuk menyediakan layanan informasi baik itu melalui video, gambar atau melalui animasi dan sebagainya. (Nico Ramadhani, 2020)

Animasi adalah proses penciptaan efek gerak atau efek perubahan bentuk yang terjadi selama beberapa waktu. Tidak hanya menghidupkan, animasi juga memberikan karakter kepada obyek-obyek tersebut.

Maka dari itu pada perancangan media promosi ini penulis memanfaatkan teknologi Animasi 3D untuk menghasilkan sebuah media promosi yang tampak terlihat hidup dan nyata serta meningkatkan minat *costomer*. Disamping hasil yang bagus ada beberapa tahapan yang harus di lalui yaitu tahapan Modelling, Texturing, Lighting, Camera, dan tahapan akhir yaitu Rendering.

## 2. LANDASAN TEORI

### **Animasi**

Animasi berasal dari bahasa inggris yaitu *animate* yang artinya menghidupkan, memberi jiwa dan menggerakkan benda mati. Animasi merupakan proses membuat objek yang aslinya objek mati, kemudian disusun dalam posisi yang berbeda seolah menjadi hidup. Di dalam animasi ada dua objek penting, yaitu objek atau gambar dan alur gerak. Animasi secara umum dapat dikatakan sebagai suatu *sequence* gambar yang ditampilkan pada tenggang waktu (*timeline*) tertentu sehingga tercipta sebuah ilusi gambar bergerak (Fadya, Sari, & Informatika, 2018).

### **Animasi 3D**

Animasi 3D adalah pengembangan dari animasi 2D, animasi 2D memiliki dimensi panjang (X) dan lebar (Y) sementara Animasi 3D selain mempunyai kedua dimensi tersebut animasi 3D juga memiliki kedalaman (Z). Animasi 3D memiliki kedalaman (*volume*) bentuk. Animasi dapat didefinisikan sebagai animasi yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*point of view*).[1]

3D modeling atau pemodelan tiga dimensi adalah proses pengembangan dari representasi matematis dari setiap permukaan obyek tiga dimensi (baik statis atau dinamis) melalui perangkat lunak khusus. Produk yang dihasilkan disebut dengan model 3D. Obyek dapat ditampilkan sebagai gambar 2 dimensi melalui proses yang disebut 3D rendering atau digunakan dalam simulasi fenomena fisik pada komputer. Obyek (model) juga dapat secara fisik dibuat menggunakan perangkat 3D printing.[4]

### **Animasi Karakter**

Animasi karakter adalah suatu teknik penggambaran dan pengolahan karakter baik berupa 2 dimensi maupun 3 dimensi sehingga peran/karakter yang dibuat seolah-olah hidup dan bersifat seperti makhluk hidup. Untuk membuat karakter tampak seolah-olah hidup, dibutuhkanlah beberapa animasi yang sesuai dengan sifat dan karakteristik makhluk hidup tersebut.

### **Modelling Low Poly**

Modelling low poly merupakan sebuah teknik pembuatan model 3D menggunakan bentuk dasar yang dapat tersedia seperti cube, cone, nurbs dan cylinder. Bentuk dasar objek 3D yang sudah ada diubah menjadi bentuk yang sedemikian rupa ataupun membuat pola tersedia pada vertices yang ada pada bentuk dasar model 3D. Cara penyusunan low poly terstruktur sesuai dengan anatomy objek, gak boleh sembarangan. Setiap polygon dalam lowpoly, memiliki perspektif terhadap bentuk objek. Kunci dalam membuat low poly adalah simpul jaring berada pada permukaan lengkung. Pemilihan warna pada low poly juga memperhatikan perspektif cahaya yang datang pada objek.

### **Media Promosi**

Media promosi adalah sarana yang digunakan untuk menunjang kegiatan promosi atau pengenalan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas. Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai tujuan komunikasi dengan konsumen. Promosi berperan

dalam penyampaian informasi kepada konsumen akan manfaat dan kelebihan suatu produk atau jasa, sehingga dapat memengaruhi persepsi dan membujuk konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

### **Blender 3D**

Blender 3D adalah sebuah software *open source* yang memungkinkan penggunaannya untuk melakukan pembuatan konten 3D yang interaktif. *Software* ini menawarkan fungsi penuh untuk melakukan *modelling*, *texturing*, *rendering*, pembuatan animasi, pos produksi, dan pembuatan *game*. [6]

Menurut kebanyakan orang pengertian Blender adalah perangkat lunak untuk grafis 3 dimensi yang gratis dan populer di kalangan desainer. Blender dapat digunakan untuk membuat animasi 3dimensi . Perangkat lunak ini juga memiliki fitur untuk membuat permainan. Blender tersedia untuk berbagai sistem operasi, seperti: Microsoft Windows, Linux, Mac OS X pun bisa. Fitur Blender tidak kalah dengan aplikasi- aplikasi desain berbayar seperti 3d Studio Max, dan lainnya. Kemampuannya menciptakan modeling, compositing sampai animating tergolong sangat baik. [7]

### **Adobe Premiere Pro**

*Adobe Premiere Pro* merupakan salah satu program *editing video* yang dikembangkan oleh *Adobe Systems*. *Adobe Systems* sendiri merupakan perusahaan perangkat lunak yang bergerak dalam bidang grafis, *video*, animasi dan pengembangan web.

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada metode atau langkah-langkah dalam perancangan terdapat tiga tahapan pembuatan yaitu : Tahap Pra-Produksi, Tahap Produksi Dan Tahap Pasca Produksi

### **A. Tahap Pra-produksi**

Tahap ini merupakan tahap yang paling awal dalam proses pembuatan animasi, adapun bagian-bagian dalam tahapan pra-produksi antara lain yaitu penetapan ide, penguangan ide dalam bentuk naskah (*script*), dan pembuatan *storyboard*.

#### **1. Ide cerita**

Ide cerita dalam pembuatan media promosi berbasis animasi 3D pada produk sembako UD. Boru Lubis. Dalam promosi animasi 3D tersebut, penulis akan menampilkan suasana di suatu rumah pada pagi hari sebagai pembuka video animasi, berikutnya penulis menampilkan tempat lemari pendingin serta rak penyimpanan barang. Selanjutnya kebagian inti yaitu menampilkan tempat UD. Boru Lubis.

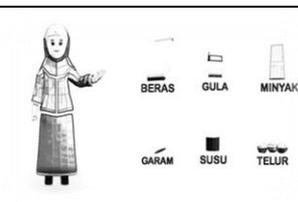
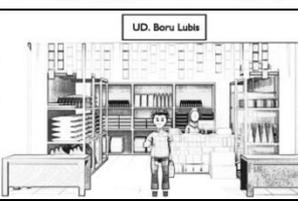
#### **2. Skenario**

Pada awal cerita menampilkan bangunan kota di pagi hari, kemudian menampilkan agus yang sedang kebingung-an karena persediaan barang sudah habis. Setelah itu kamera mengambil gambar dikawasan UD. Boru Lubis tersebut. Lalu setelah itu kamera mengambil gambar di dalam toko yang sedang transaksi antara penjual dengan pembeli. Lalu kamera mengambil gambar pada agus yang sangat senang berbelanja di UD. Boru Lubis sambil berkata “UD. Boru Lubis murah, bersih dan ramah layanan”. menampilkan agus penutup animasi ini.

#### **3. Storyboard**

*Storyboard* merupakan serangkaian gambar ilustrasi yang berfungsi untuk menjelaskan apa yang dimaksud dari isi skenario kedalam visual atau gambar. Berikut storyboard “Media Promosi Produk Sembako UD. Boru dengan Berbasis Animasi 3D” yang terdapat di tabel 3.1 di bawah ini:

**Tabel 3.2 Storyboard**

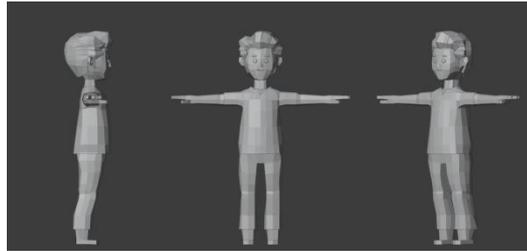
No	Scene	Durasi	Keterangan
1		7 Detik	Menampilkan bangunan kota di pagi hari.
2		8 Detik	Ketika membuka pintu lemari pendingin dan rak-rak tempat persediaan barang yang ternyata sudah habis.
3		10 Detik	Menampilkan agus yang sedang kebingungan yang hendak berbelanja bulanan.
4		14 Detik	Kamera menampilkan azani yang hendak menjelaskan rekomendasi toko yang cocok untuk berbelanja dan menjelaskan keunggulan serta barang-barang yang tersedia di UD.Boru Lubis.
5		4 Detik	Menampilkan pembeli dan penjual sedang transaksi dalam berbelanja.
6		14 Detik	Menampilkan agus yang sangat senang berbelanja di UD.Boru Lubis sambil berkata "UD.Boru Lubis murah, bersih dan ramah layanan".

**B. Tahap Produksi**

Tahap ini merupakan tahapan dimana media promosi berbasis animasi 3D telah direncanakan dan diwujudkan secara nyata dalam sebuah video. Pada Tahap Produksi ini seluruh model, baik itu model asset, serta mengatur letak posisi yang tepat pada objek, dan serta pengambilan gambar sesuai dengan tema animasi yg sudah direncanakan.

1. Modelling

Dalam rancangan animasi ini penulis membuat sketsa desain yang sudah dirancang sebelumnya sehingga objek model akan tampak ideal dan proporsional untuk dilihat. Berikut *modelling* animasi yang terletak pada gambar 1 di bawah ini:



**Gambar 1** 3D Modelling Animation

Dalam pembuatan media promosi berbasis animasi ini penulis membuat bangunan UD. Boru Lubis beserta dengan *modelling* pemandangan bangunan pemandangan kota, untuk membuat bangunan pemandangan kota dan bangunan UD. Boru lubis penulis memakai objek Box kemudian di Boolean mengikuti bentuk yang sudah dirancang sesuai dengan gambar 2, kemudian di desain sesuai dengan rancangan penulis. Berikut *modelling* bangunan pemandangan kota dan bangunan UD. Boru lubis yang terletak pada gambar 2 dibawah ini:



**Gambar 2** menampilkan bangunan pemandangan kota dan bangunan UD. Boru Lubis

### C. Tahap Pasca Produksi

Pada tahap Pasca Produksi seluruh adegan animasi yang sudah dirancang dan sudah melewati tahap *rendering* lalu diolah dengan melakukan video editing dan pemberian *sound* pada animasi.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media promosi berbasis animasi 3D ini berdurasi kurang lebih 1 menit. Animasi ini terdiri atas 3 adegan, adegan pembuka, adegan utama dan adegan penutup. Dalam laporan ini penulis hanya menampilkan beberapa adegan saja. Hal ini disebabkan adegan yang terjadi pada animasi ini sangat banyak sehingga penulis tidak memungkinkan untuk menampilkan secara keseluruhan.

1. Pada gambar 3 di bawah ini akan menampilkan suasana pemandangan di pagi hari. Durasi adegan ini dimulai dari detik ke 1-5 detik. Pada gambar 4 di bawah ini akan menampilkan agus yang sedang kebingungan melihat persediaan barang habis. Durasi adegan ini dimulai dari detik ke 6 sampai detik ke 23



**Gambar 3 dan Gambar 4** Adegan menampilkan suasana kota di pagi hari dan Adegan

menampilkan agus yang sedang kebingungan melihat persediaan barang habis

2. Pada gambar 5 di bawah ini akan menampilkan azani yang hendak menjelaskan serta merekomendasikan UD. Boru Lubis untuk berbelanja dan menjelaskan keunggulan serta barang-barang yang tersedia di UD. Boru Lubis. Durasi adegan ini dimulai dari detik ke-24 sampai detik ke-33. Pada gambar 6 di bawah ini akan menampilkan letak alamat UD. Boru Lubis. Durasi adegan ini dimulai dari detik ke-34 sampai detik ke-45.



**Gambar 5 dan Gambar 6** Adegan menampilkan azani menjelaskan rekomendasi UD. Boru Lubis dan Adegan menampilkan alamat UD. Boru Lubis

3. Pada gambar 7 di bawah ini akan menampilkan pembeli dan penjual sedang transaksi dalam berbelanja. Durasi adegan ini dimulai dari menit ke-46 sampai detik ke-48. Pada gambar 8 di bawah ini akan menampilkan agus yang sangat senang berbelanja di UD. Boru Lubis sambil berkata “UD. Boru Lubis murah, bersih dan ramah layanan”. Durasi adegan ini dimulai dari detik ke-49 sampai ke-1:00 menit.



**Gambar 7 dan Gambar 8** Adegan menampilkan pembeli dan penjual sedang transaksi dalam berbelanja dan menampilkan agus sesudah berbelanja

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian di atas melalui implementasi dan pengujian, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil media promosi berbasis animasi 3D ini, penulis merancang media promosi dengan tampilan 3D agar bisa menarik minat customer untuk berbelanja produk sembako UD. Boru Lubis.
2. Media promosi berbasis animasi 3D ini dibuat dengan menggunakan software Blender 3D untuk merancang gedung dan pembuatannya, sedangkan untuk software Adobe Premiere Procs4 berfungsi untuk mengedit video dan pemberian sound animasi agar lebih menarik.
3. Persentase yang didapatkan dari pengujian beta test pengujian sampel menggunakan 20 tanggapan dari responden yang telah menonton video promosi sembako UD. Boru Lubis sebanyak 5 pertanyaan kuesioner adalah 52% berpendapat sangat baik, 46% berpendapat baik, dan sebanyak 6% yang berpendapat tidak baik. Sehingga video animasi ini baik untuk sarana media promosi sembako.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hendratman, THE MAGIC OF BLENDER 3D MODELLING. Bandung: INFORMATIKA,2017.
- [2] <https://despi99.wordpress.com>. [Online]. Available: <https://despi99.wordpress.com>.
- [3] A. Setiawan, U. Dian, and N. Semarang, "PERANCANGAN ILM KARYA MAHASISWA DKV UDINUS) STRATEGI KREATIF IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (TINJAUAN PERANCANGAN ILM KARYA MAHASISWA DKV UDINUS)," no. December, 2016.
- [4] RN. Yunus and M. Si, "No Title," vol. 9, no. 1, pp. 105-113, 2018. J Lee Monle, Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- [5] <https://www.nesabamedia.com>. [Online]. Available:<https://www.nesabamedia.com>.
- [6] A.N.A. Saputra, A. S. Prabowo, and E. Adyati, "Perancangan Media Promosi Dalam Perluasan Pasar Pada De'Lima Catering Di Kota Solo," Univ. Dian Nuswantoro, pp. 1-14, 2013.
- [7] <http://www.pengertianku.net>. [Online]. Available: <http://www.pengertianku.net>.
- [8] M. Fadya, I. P. Sari, and T. Informatika, "Modelling 3D dan Animating Karakter pada Game Edukasi " World War D " Berbasis Android," vol. 4, no. 2, pp. 43–48, 2018.
- [9] Derakhshani, Rabdi L., & Derakhshani, Dariush. 2012. *Autodesk 3ds Max 2013 Essentials*. Indiana: John Wiley & Sons, Inc.
- [10] Kurniawan, Widi. 2013. Perancangan video promosi dengan menggunakan teknik 3D modeling low poly (Studi kasus: DKV/ FTI UKSW Salatiga). Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- [11] <https://www.akseleran.co.id>. [Online]. Available: <https://www.akseleran.co.id>.