

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

di tengah meningkatnya popularitas program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) di berbagai daerah, serta kebutuhan yang semakin mendesak akan sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan kreatif untuk memenuhi tuntutan industri kreatif, Politeknik Harber Tegal memiliki peluang yang signifikan untuk menjadi kiblat atau panutan bagi program studi DKV di kawasan Karesidenan Pekalongan. Meskipun demikian, potensi ini belum sepenuhnya terwujud. Banyak masyarakat yang masih belum mengetahui keberadaan program studi DKV, atau meskipun mereka sudah mengetahui, minat untuk mendaftar ke program ini masih tergolong rendah.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh Politeknik Harber Tegal dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pendidikan di bidang DKV. Dalam era digital yang semakin berkembang, visualisasi dan komunikasi visual memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, pemahaman yang kurang tentang program studi ini dapat mengakibatkan hilangnya kesempatan bagi generasi muda untuk mengeksplorasi dan mengembangkan bakat kreatif mereka.

Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi promosi yang inovatif dan menarik untuk memperkenalkan program studi DKV kepada masyarakat luas. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan menciptakan media promosi yang kreatif dan unik, yang mampu menarik perhatian

dan membangkitkan minat masyarakat. Dalam konteks ini, pemanfaatan aset model 3D yang sederhana namun unik menjadi sangat penting. Aset 3D ini tidak hanya dapat digunakan untuk menciptakan iklan yang menarik, tetapi juga dapat memberikan pengalaman visual yang lebih mendalam dan interaktif bagi khalayak umum.

Dengan menggunakan teknologi 3D, diharapkan iklan yang dihasilkan dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai yang terkandung dalam program studi DKV. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan program studi ini, serta mendorong minat mereka untuk bergabung dan berkontribusi dalam industri kreatif yang terus berkembang. Melalui upaya ini, Politeknik Harber Tegal dapat memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan relevan di bidang Desain Komunikasi Visual.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan strategi promosi yang inovatif dan menarik guna memperkenalkan Program Studi DKV kepada masyarakat luas. Promosi yang efektif tidak hanya akan meningkatkan kesadaran akan keberadaan program studi ini, tetapi juga menarik minat calon mahasiswa yang memiliki bakat dan ketertarikan di bidang desain. Di era digital seperti sekarang, media promosi yang kreatif dan interaktif menjadi kunci untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah memanfaatkan media promosi berbasis animasi. Seperti yang ditunjukkan oleh kesuksesan animasi Indonesia Jumbo, animasi memiliki daya tarik universal yang mampu menyentuh berbagai kalangan. Jumbo berhasil menarik perhatian penonton melalui cerita yang

menghibur dan visual yang memukau, sekaligus menyampaikan pesan moral yang mendalam. Hal ini membuktikan bahwa animasi dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan dengan cara yang kreatif dan berkesan.

Menurut Retnawati dkk (2021), animasi digital saat ini tengah mencapai puncak popularitas dan menjadi tren dominan dalam ranah digital. Penggunaan video animasi memberikan peluang yang signifikan untuk dikembangkan, mengingat ketersediaan berbagai platform yang memungkinkan proses pembuatannya dilakukan secara mudah.

Animasi memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Daya Tarik Visual yang Kuat

Seperti yang terlihat dalam animasi Jumbo, animasi mampu menarik perhatian audiens dengan cepat melalui elemen visual yang dinamis dan warna-warni. Hal ini dapat diterapkan dalam promosi Program Studi DKV untuk menciptakan kesan yang menarik dan memikat.

2. Penyampaian Pesan yang Efektif

Animasi dapat menyederhanakan informasi kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Misalnya, dalam Jumbo, pesan-pesan moral disampaikan melalui cerita yang sederhana namun mengena. Pendekatan serupa dapat digunakan untuk menjelaskan visi, misi, dan keunggulan Program Studi DKV dengan cara yang lebih jelas dan menarik.

3. Kreativitas dan Emosi

Animasi memungkinkan penggunaan elemen kreatif yang dapat menggugah emosi dan imajinasi penonton. Seperti dalam Jumbo, karakter dan cerita yang dibangun mampu menciptakan ikatan emosional dengan penonton. Dengan menerapkan prinsip ini, promosi Program Studi DKV dapat dirancang untuk tidak hanya informatif, tetapi juga menginspirasi dan membangkitkan minat calon mahasiswa.

Dengan memanfaatkan kekuatan animasi seperti yang telah dibuktikan oleh Jumbo, Program Studi DKV dapat menciptakan media promosi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan membangun kesadaran akan pentingnya pendidikan di bidang desain..

Selanjutnya, fokus utama dalam proyek ini adalah pembuatan aset 3D yang akan digunakan dalam film animasi berjudul Petualangan Kreatif. Aset 3D memegang peran krusial karena memberikan dimensi tambahan pada animasi, menciptakan pengalaman visual yang lebih mendalam dan interaktif bagi penonton. Penggunaan aset 3D dalam proyek ini bukan hanya pilihan, melainkan sebuah kebutuhan mendesak dengan alasan kuat. Penggunaan aset 3D dipilih bukan sekadar preferensi, melainkan kebutuhan strategis yang mencerminkan perkembangan industri kreatif modern. Teknologi 3D kini menjadi standar dalam berbagai media, dan penerapannya dalam proyek ini menunjukkan kesiapan Program Studi DKV menghadapi tantangan era digital. Selain menawarkan visual yang lebih dinamis dan realistis, aset 3D juga memberikan fleksibilitas tinggi, memungkinkan kontennya digunakan ulang untuk berbagai keperluan promosi. Dengan pendekatan ini, program studi tidak hanya memperkuat citra

sebagai institusi yang inovatif dan relevan, tetapi juga mampu menarik perhatian generasi muda yang terbiasa dengan konten visual modern.

Pembuatan aset 3D untuk film animasi Petualangan Kreatif dimulai dari pengembangan konsep visual yang selaras dengan tema promosi Program Studi DKV. Tahap berikutnya adalah pemodelan 3D, di mana penulis merancang berbagai karakter, properti, dan *environment* menggunakan *Blender 3d*. Proses ini dilanjutkan dengan *texturing* untuk memberikan warna, pola, dan material sehingga aset tampak menarik. Melalui aset 3D yang kuat secara visual, animasi ini diharapkan mampu menarik perhatian audiens sekaligus memperkuat citra Politeknik Harber Tegal sebagai institusi pendidikan unggulan di bidang Desain Komunikasi Visual.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijabarkan dapat ditarik kesimpulan identifikasi masalahnya yaitu :

- 1.2.1 Kurangnya Pengenalan Program Studi Desain Komunikasi Visual
- 1.2.2 Rendahnya Minat untuk Kuliah di Jurusan Desain Komunikasi Visual
- 1.2.3 Ketidapahaman Prospek Kerja Lulusan Desain Komunikasi Visual

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada pembuatan media promosi untuk program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) di Politeknik Harber Tegal, dengan tujuan utama untuk meningkatkan pengenalan dan minat masyarakat terhadap program ini. Batasan masalah dalam penelitian ini mencakup aspek-aspek yang berkaitan langsung dengan pengembangan media promosi, seperti desain visual, pemilihan

konten yang menarik, dan strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens target. Penelitian ini akan dilakukan dalam rentang waktu tertentu, yaitu selama proses perancangan, produksi, dan evaluasi media promosi, sehingga hasil yang diperoleh dapat diukur dan dievaluasi secara tepat. Segmentasi audiens akan dibatasi pada calon mahasiswa dan orang tua yang berpotensi tertarik untuk mendaftar di program studi DKV, serta masyarakat umum yang perlu diberikan informasi mengenai keunggulan dan prospek karir di bidang ini. Dengan membatasi ruang lingkup ini, diharapkan penelitian dapat lebih fokus dan efektif dalam menciptakan media promosi yang mampu menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program studi DKV di Politeknik Harber Tegal.

1.4 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah ditemukan, penulis menemukan rumusan masalah diantaranya :

1.4.1 Bagaimana membuat iklan animasi yang menarik dan seperti apa visualnya?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan perancangan dari penelitian ini adalah:

- 1.5.1 Menyampaikan promosi Desain Komunikasi Visual kepada masyarakat
- 1.5.2 Menciptakan Media Promosi Animasi yang Menarik
- 1.5.3 Menggunakan *Asset* 3D untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual
- 1.5.4 Menambah Minat Masyarakat Bergabung di Desain Komunikasi Visual
- 1.5.5 Memberikan Pemahaman Prospek Kerja Desain Komunikasi Visual

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Bagi Mahasiswa (Penulis)

Proses perancangan iklan animasi memberikan kesempatan berharga bagi penulis untuk mengasah keterampilan teknis dan kreatif di bidang Desain Komunikasi Visual. Selain itu, proyek ini juga melatih penulis untuk bekerja dalam tim. Penulis belajar berkolaborasi, berkomunikasi, dan menyelesaikan masalah bersama, keterampilan yang sangat dibutuhkan di dunia profesional. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya kemampuan interpersonal, tetapi juga membentuk kesiapan mereka untuk terjun ke industri kreatif. Di sisi lain, hasil akhir dari tugas ini menjadi aset berharga bagi penulis. Iklan animasi yang penulis buat dapat dimasukkan ke dalam portofolio sebagai bukti konkret kemampuan dan pengalaman mereka. Dengan demikian, portofolio ini bisa menjadi penunjang saat melamar pekerjaan, membantu mereka menarik perhatian calon pemberi kerja di masa depan.

1.6.2 Bagi Masyarakat (Target Pasar)

Iklan animasi ini tidak hanya menghibur, tetapi juga membawa nilai edukasi dan inspirasi, terutama bagi mahasiswa DKV dan calon mahasiswa. Melalui kisah yang disajikan, penonton diajak untuk memahami betapa pentingnya kreativitas dan kolaborasi dalam dunia desain. Selain itu, film ini juga memberikan gambaran tentang bagaimana mencari inspirasi dari lingkungan sekitar, menunjukkan bahwa ide-ide brilian bisa datang dari mana saja. Selain menjadi media edukasi, iklan ini juga berperan sebagai sarana promosi untuk Program Studi DKV di Politeknik Harapan Bersama. Dengan

menampilkan keunggulan dan keunikan program studi ini, iklan ini diharapkan dapat menarik minat calon mahasiswa serta masyarakat umum untuk lebih mengenal dan tertarik bergabung. Tak hanya bagi kalangan akademik, iklan ini juga membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peran desain komunikasi visual dalam kehidupan sehari-hari. Penonton diajak menyadari bagaimana desain bukan sekadar estetika, melainkan alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi persepsi. Dengan demikian, iklan ini tidak hanya bermanfaat bagi calon desainer, tetapi juga bagi khalayak luas.

1.6.3 Manfaat Produk Terkait

Iklan animasi ini tidak hanya menjadi media promosi yang efektif, tetapi juga membawa berbagai manfaat bagi Program Studi DKV. Sebagai media promosi, Iklan ini dirancang dengan visual yang menarik dan konten yang informatif, sehingga dapat meningkatkan visibilitas program studi ketika ditayangkan di berbagai platform digital. Selain itu, Iklan ini juga memiliki nilai edukatif yang bermanfaat bagi mahasiswa DKV. Dosen dapat memanfaatkannya sebagai alat pembelajaran di kelas untuk menjelaskan proses kreatif dalam desain serta menekankan pentingnya kolaborasi antar disiplin ilmu. Dengan begitu, mahasiswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga mendapat gambaran nyata tentang praktik di dunia desain. Tidak berhenti disitu, hasil produk ini juga dapat mendukung berbagai kegiatan kampus, seperti pameran, seminar, atau acara promosi lainnya. Kehadiran film animasi ini akan memperkaya materi visual yang ditampilkan, membuat penyampaian

informasi lebih dinamis dan menarik bagi peserta. Dengan demikian, produk ini tidak hanya mempromosikan Program Studi DKV, tetapi juga menjadi sarana edukasi dan pendukung aktivitas kampus yang lebih interaktif.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir berjudul **“PERANCANGAN *ASSET* 3D PADA IKLAN ANIMASI PETUALANGAN KREATIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL”** adalah sebagai berikut :

- BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan sistematika penulisan.
 - BAB II Tinjauan Pustaka, berisi penelitian sejenis dan landasan teori.
 - BAB III Metode Penelitian, berisi waktu dan tempat penelitian, instrumen/alat penelitian, prosedur penelitian, dan kerangka berpikir.
 - BAB IV Perancangan dan Desain Visual, berisi objek penelitian, konsep dasar perancangan, proses perancangan, dan hasil perancangan.
 - BAB V Penutup, berisi kesimpulan dan saran.
- Bagian akhir terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.