

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah bidang studi yang menggabungkan kreativitas, teknologi, dan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan secara visual. Seiring perkembangan zaman dan pertumbuhan industri kreatif serta digital, peluang bagi desainer visual semakin terbuka lebar. Namun, dibalik potensi besar tersebut, program studi DKV juga menghadapi berbagai tantangan yang tidak bisa diabaikan. Saat ini, banyak perguruan tinggi di Indonesia yang telah membuka jurusan DKV, seperti Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Sebelas Maret (UNS), Universitas Negeri Semarang (UNNES), Universitas Trisakti Jakarta, Universitas Dinamika (Undika), Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP), MNC University, hingga Politeknik Tempo Jakarta.

Di wilayah Tegal, Program Studi DKV juga telah hadir di Politeknik Harapan Bersama sejak tahun 2019. Hingga saat ini, program ini masih menjadi satu-satunya Studi berbasis industri kreatif yang ada di kawasan Tegal, Brebes, dan Pekalongan. Dengan kondisi tersebut, seharusnya DKV memiliki potensi besar untuk menarik minat banyak mahasiswa baru. Namun kenyataannya, jumlah peminat masih tergolong rendah. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh penulis ketiga SMK yang berkaitan dengan bidang kreatif, yaitu SMK Muhammadiyah Kramat Tegal, SMK Madani Brebes, dan SMK Ma'arif Bulakamba Brebes, diketahui bahwa masih banyak siswa/siswi yang belum memahami apa itu Desain Komunikasi Visual. Bahkan, mereka belum mengetahui bahwa Politeknik Harapan Bersama memiliki Program Studi DKV. Ketiga sekolah tersebut memiliki sekitar 85 siswa per angkatan, namun rata-rata hanya sekitar 20 siswa per kelas yang berminat pada bidang DKV.

Hasil survei juga menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman tentang DKV menjadi salah satu alasan utama mengapa siswa/siswi tidak melirik jurusan ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya promosi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan ketertarikan terhadap DKV, khususnya di kalangan siswa-siswi SMK dan masyarakat umum. Salah satu media promosi yang dinilai paling efektif saat ini adalah animasi. Animasi bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan cara yang unik, menarik, dan mudah dipahami. Di era digital sekarang, banyak perusahaan besar menggunakan animasi 3D dalam iklan mereka, seperti Cadbury Dairy Milk & Oreo, Coca-Cola, Burger King, hingga Duolingo. Visual yang hidup dan dinamis terbukti lebih menarik perhatian dibandingkan teks panjang atau gambar statis. Melalui media ini, penulis membuat sebuah iklan promosi dalam bentuk animasi 3D dengan judul "Petualangan Kreatif". Tujuannya adalah untuk memperkenalkan Program Studi DKV Politeknik Harapan Bersama kepada calon mahasiswa baru. Diharapkan animasi ini dapat meningkatkan daya tarik dan minat siswa-siswi untuk mengenal lebih dalam dan akhirnya bergabung di jurusan DKV.

Dalam pembuatan animasi 3D ini, fokus utama adalah pada gerakan animasi. Gerak merupakan inti dari animasi yang tidak hanya menghidupkan objek, tetapi juga memberikan ekspresi, makna, dan emosi yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Tanpa gerakan, animasi hanyalah sekumpulan gambar diam. Oleh karena itu, penulis mengambil peran penting dalam mengerjakan bagian gerak (motion) pada animasi ini, agar karakter dan cerita dalam iklan terasa hidup, inspiratif, dan komunikatif. Dengan adanya iklan promosi ini, diharapkan Program Studi DKV Politeknik Harapan Bersama Tegal bisa lebih dikenal dan diminati oleh generasi muda yang ingin berkembang di dunia kreatif dan digital.

1.2 Identifikasi Masalah

2. Kurangnya siswa/siswi dan masyarakat mengerti tentang Program Studi DKV Di Tegal.
3. Minimnya minat siswa/siswi untuk bergabung ke Program Studi DKV.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan program studi DKV di Politeknik Harapan bersama Tegal. Dengan media pembuatan iklan animasi 3D dengan tujuan untuk menarik peminat dan memperkenalkan terhadap program studi DKV. Batasan masalah dalam penelitian ini mencakup tentang gerak pada animasi 3D dan membahas tentang media promosi tentang animasi 3D. 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.

1.4 Rumusan Masalah

2. Bagaimana strategi promosi yang cocok diterapkan dalam iklan animasi 3D agar pesannya tersampaikan secara maksimal?
3. Bagaimana cara membuat gerakan animasi yang menarik sesuai dengan genre iklan animasi yang dibuat ?

1.5 Tujuan Perancangan

1. Menyampaikan epektifitas visual animasi melalui iklan promosi animasi 3D supaya mendapatkan feedback dari penonton atau target sebagai hasil dari evaluasi perancangan iklan animasi 3D
2. Merancang gerakan animasi yang sesuai dengan nuansa, tempo, dan gaya visual dari genre yang dipilih, sehingga tercipta keselarasan antara gerak, suasana, dan alur cerita.

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Pengembangan keterampilan teknik, Mahasiswa dapat meningkatkan keahliannya dalam menggunakan software animasi 3D seperti Blender.

2. Meningkatkan kreatifitas, dalam proses perancangan promosi iklan animasi 3D ini dapat mendorong mahasiswa untuk berfikir kreatif dalam membuat konsep visual dan storytelling yang menarik.
3. Meningkatkan daya saing di dunia kerja, pengalaman dalam pembuatan iklan animasi 3D memberikan nilai tambah saat mencari pekerjaan di industri kreatif.
4. Meningkatkan portofolio, hasil karya dapat dimasukan ke dalam portofolio sebagai bukti kemampuan mahasiswa di bidangnya.

1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang prospek dunia kerja di bidang DKV.
2. Media promosi informasi yang menarik.
3. Menjadi edukasi yang menarik untuk ditonton dengan media promosi iklan animasi 3D.

1.6.3 Manfaat Bagi Program Studi

1. Meningkatkan reputasi Program Studi.
2. Peningkatan kualitas pembelajaran.
3. Meningkatkan semangat untuk berkolaborasi dengan industri.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas akhir berjudul “**PERANCANGAN GERAK ANIMASI PADA IKLAN PETUALANGAN KREATIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI DKV**” adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang topik perancangan gerak animasi yang akan dibahas. Didalam bab ini, dijelaskan :

1.1 Latar Belakang

Berisi tentang konteks dan alasan pentingnya perancangan gerak animasi 3D dilakukan.

1.2 Identifikasi Masalah

Menjelaskan permasalahan utama yang menjadi dasar dilakukannya perancangan.

1.3 Batasan Masalah

Menguraikan ruang lingkup perancangan agar lebih fokus dan terarah.

1.4 Rumusan Masalah

Memaparkan pertanyaan yang ingin dijawab melalui perancangan ini.

1.5 Tujuan Perancangan

Menguraikan tujuan yang diharapkan dari perancangan ini bagi masyarakat, peneliti, dan pihak terkait lainnya.

1.6 Manfaat Perancangan

Menguraikan manfaat yang diharapkan dari perancangan ini bagi masyarakat, peneliti, dan pihak terkait lainnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Menjelaskan struktur dari laporan perancangan ini, termasuk isi dari setiap bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat kajian teori dan referensi dari penelitian atau karya sebelumnya yang mendukung perancangan. Dalam bab ini, dijelaskan :

2.1 Penelitian Sejenis

Mengulas penelitian atau karya sejenis yang relevan dan berkontribusi terhadap perancangan ini.

2.2 Landasan Teori

Menyajikan teori dan konsep yang mendasari proses perancangan.