

1. LATAR BELAKANG

Iklan animasi komersial menjadi cara bagi pemilik perusahaan untuk memberikan pengenalan produk kepada konsumen, seperti memberikan pengetahuan tentang manfaat skincare kepada tubuh. Dengan iklan, calon konsumen menjadi tahu manfaat baru yang akan mereka dapatkan dari sebuah produk. Dalam kasus lainnya, tujuan iklan adalah untuk mendapatkan kepercayaan dan minat calon konsumen untuk membeli produk, mengunjungi suatu tempat atau menggunakan layanan tertentu (Cindy Quarters, 2014). Umumnya iklan komersial adalah penggunaan iklan untuk menghasilkan pendapatan.

Produksi iklan modern bisa menggunakan beberapa cara, salah satunya adalah animasi 3D. Sebuah iklan yang menggunakan animasi merupakan alat pemasaran yang hebat, dan memiliki banyak keuntungan (Explain Ninja, 2021). Keuntungan membuat iklan dengan animasi adalah *brand awareness*, *conversions increase*, *sales increase*, dan *product launch*. Dengan Bahasa yang umum, animasi mampu memberikan informasi kompleks menjadi efektif. Menurut Beane (2010) animasi 3D merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah teknik yang menggunakan *software* ataupun *hardware* pengolah 3D.

Efek visual 3D merupakan suatu pergerakan pada suatu objek akibat interaksi dengan karakter, misalnya bulu, rambut, kain, api, air dan debu. Untuk menciptakan pergerakan yang terlihat alami didasarkan pada pergerakan fisika yang dipengaruhi oleh udara, gravitasi dan gaya. Efek visual 3D juga harus memiliki sentuhan dari seniman (hlm.41)

Sebagai *VFX artist* pada iklan komersial merk H&F Skincare, penulis memvisualkan ombak laut dan elemen laut lainnya yang tidak dapat di praktikan secara langsung. Penulis merumuskan masalah menjadi bagaimana perancangan VFX ombak laut dalam iklan produk iklan skincare H&F di perusahaan PT. Berdes Bersama Gemilang? Dengan Batasan masalah yang terdiri dari:

1. Pembahasan efek visual ombak laut sebagai pendukung dari tema iklan.
2. Bentuk dan karakter ombak laut disesuaikan pada cuaca saat musim panas

Penelitian ini penulis lakukan dengan tujuan untuk memvisualisasikan tema dari produk yang tidak bisa dipraktikan secara langsung yang membuat audiens ikut merasakan kesegaran dari produk H&F *Skin Care*. Hal ini bertujuan agar pihak pertama dapat memasarkan produk tersebut sesuai keinginan dan konsep yang sudah dirancang dengan sangat baik serta pihak lain yang ingin juga membuat iklan bertema *beauty* untuk selalu memperhatikan bahwa hiperbola dalam iklan pasti diperlukan untuk membuat audiens percaya.

2. STUDI LITERATUR

Visual Effect (VFX)

Menurut Lanier (2014) efek visual hadir di dunia perfilman untuk menciptakan sesuatu yang sebenarnya tidak ada di dunia nyata. Efek visual dapat menambahkan kesan realis, seperti halnya menciptakan adegan tornado atau tsunami. Efek visual adalah proses dimana *VFX artist* menggabungkan atau memanipulasi gambar visual yang tidak dapat dicapai oleh *live action* dalam dunia perfilman, dalam bukunya Fink dan Morie (2010, hlm.2).

Okun dan Zwerman (2010) menyebutkan dalam bukunya efek visual dan *special effect* menggunakan teknologi yang canggih sehingga tidak perlu menciptakan efek yang sulit, bahaya dan memakan biaya yang banyak pada dunia nyata. Efek visual (VFX) merupakan efek yang diciptakan sedangkan *special effect* dapat diciptakan saat berada dalam proses syuting berlangsung yang dapat disebut sebagai *partical effect*.

Fink dan Morie (2010) memberikan beberapa alasan mengapa diperlukannya *visual effect*, yaitu sebagai berikut:

1. Secara praktikal dengan syuting, *script*, ataupun secara manual di dunia nyata tampilan visual yang diinginkan tidak dapat dicapai.
2. Secara praktikal mungkin bisa dicapai atau bahkan secara manual di dunia nyata. Namun hal tersebut dapat membahayakan nyawa pemain jika dipaksakan.
3. Biaya yang diperlukan lebih sedikit dibandingkan syuting untuk divisualisasikan.

Menurut buku "*The VES Handbook of Visual Effects*" (2010) Setiap tahun VFX memiliki ciri khas dan keunikannya masing-masing dalam pembuatan film. Pada