

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

masa *The Digital Age* menjadi masa yang menarik hingga saat ini masih kita gunakan dan kembangkan. VFX dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis:

1. *Simulation FX*
2. *Animation*
3. *Modeling*
4. *Matte Painting*
5. *Compositing*

Dan dikatakan pula dalam bukunya bahwa VFX yang banyak digunakan pada masa digital ini adalah penggunaan *VFX Simulation*.

### **Water Simulation**

Solenthaler (2010) mengatakan bahwa pengaplikasian *fluids* menggunakan *software* dapat dilakukan dalam dunia perfilman, *medical*, dan masih banyak lagi. Air adalah salah satu *fluids* yang paling sering ditemui.

### **VFX Simulation**

Menurut Crow (2010) mengatakan bahwa ada beberapa alasan mengapa simulasi VFX perlu digunakan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti:

1. Jadwal produksi yang cukup untuk mengerjakan VFX.
2. Sumber-sumber yang mendukung produksi.
3. Pembuatan simulasi VFX yang dapat diamortasikan oleh penggunaan *shot*.

VFX menyediakan simulasi efek dinamis yang dapat menambahkan hasil yang dibuat menjadi lebih realistis.

## **Animasi 3D**

Animasi berasal dari Bahasa Latin *animare*, yang berarti “untuk memberikan hidup”, dan dalam film animasi, kata ini berarti memberikan efek ilusi bergerak pada garis atau benda mati (Paul Wells). Animasi berawal dari 2D kemudian dengan perkembangan teknologi lahir animasi 3D. Menurut Beane (2012) animasi 3D adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah teknik produksi animasi yang menggunakan *software* atau *hardware* dalam setiap tahapan pengerjaannya. Animasi 3D tidak hanya digunakan untuk animasi, melainkan juga untuk dunia pertelevisian, film, game dan iklan.

## **Iklan Komersial Animasi**

Animasi telah berkembang menjadi proses periklanan yang interaktif. Iklan animasi memiliki peranan penting dalam pemasaran di dunia modern. Iklan yang dibuat dengan animasi menjadi masa depan dunia periklanan (Animatedvideo.com, 2018). Teknik iklan ini mampu membantu merek untuk mendapatkan calon konsumen yang sangat besar. Di dunia yang kompetitif ini, sebuah merek harus memiliki cara untuk menciptakan daya tarik jangka pada target calon konsumen. dan dapat berinteraksi dengan objek atau karakter (Kennedy,2003).

## **Ombak Laut**

Menurut Dhanista (2017) pada artikel nya mengatakan bahwa gelombang adalah pergerakan naik dan turunnya air dengan arah tegak lurus permukaan air laut yang membentuk kurva/grafik sinusoidal. Gelombang laut biasanya disebabkan oleh angin yang berada di atas lautan yang mentransfer energinya ke perairan, menyebabkan alun/bukit dan berubah menjadi apa yang kita sebut dengan gelombang.

Bentuk gelombang, pada umumnya sangat bervariasi tergantung pada kecepatan angin, durasi waktu angin bertiup, Panjang fetch, dll (Michael K. Ochi, 1998). Menurut Sebastien Thon dan Djamchid Ghazanfarpour (2002) dalam oseanografi, analisis arah gelombang laut menentukan penyebaran energi gelombang laut menurut frekuensi dan arah propagasi. Dapat dikatakan ombak laut memiliki karakter *stochastic*, yang menyebabkan

bentuk dari ombak selalu berubah tergantung ke dalaman laut dan cuaca yang terjadi pada lokasi tempat tersebut. Salah satu faktor pendukung besar atau kecilnya ombak disebabkan oleh daya gravitasi matahari dan bulan pada bumi.

### **3. METODE PENCIPTAAN**

#### **Deskripsi Karya**

Proyek pembuatan iklan *H&F Skin Care* dikemas dengan menggunakan animasi 3D yang memiliki tujuan untuk memperlihatkan kepada audiens tentang detail produk *H&F Skin Care* tersebut yang terdiri dari *Exfoliating Spray* dan *hydrating Body Lotion* yang memiliki kandungan dari beberapa elemen laut. Maka dari itu, penulis memvisualisasikan scene laut tersebut dengan menggunakan animasi 3D berdurasi 30 detik yang berjudul "*Fresh from The Ocean*" yang menjelaskan pula manfaat dari produk tersebut serta kandungan apa saja yang ada dalam produk *H&F Skin Care*. Proyek ini penulis menggunakan *Software 3Ds Max* dan *Maya* untuk proses animasi. Penggunaan metode di atas diharapkan dapat memberikan informasi produk serta tema dari produk tersebut dengan tampilan yang lebih kompleks agar audiens bisa merasakan "kesegaran" dari iklan tersebut.

PT BERDES BERSAMA GEMILANG meminta hasil produksi ini dengan *frame rate* sebesar 24. Kemudian data hasil akhir akan diberikan dalam bentuk MP4 dengan resolusi *HD*. Hal tersebut diperlukan agar hasil warna dan gambar tidak mengalami penurunan. Mengingat proyek ini ada untuk *launching* produk pertama dari PT BERDES BERSAMA GEMILANG yang akan ditampilkan di beberapa media sosial dan tidak menutup kemungkinan untuk ditampilkan di TV.

#### **Konsep Karya**

Konsep penciptaan pada karya ini adalah TVC produk kecantikan *H&F Skin Care* yaitu *Exfoliating Spray* dan *Hydrating Body Lotion* dengan *full 3D animation* sehingga dapat mencapai konsep *dreamy*, *imaginary ocean*, *healthy* dan *youth* yang dapat mewakili kesegaran dan manfaat dari produk tersebut yang bisa dirasakan oleh audiens hanya dengan melihat iklan tersebut.