

Penerapan *Modelling* 3D Berupa *CG Environment* Dalam Sebuah Video Personal Branding Menggunakan Metode MDLC

Muhammad Nur Fathurr¹, Ahyar Supani², Meiyi Darlies³

^{1,2,3}Jalan Srijaya Negara, Palembang 3013, Telp.0711-353414 Fax. 0711-355918

^{1,2,3}Jurusan Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

e-mail: muhammadnurfathurrahman@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuat dan menerapkan *modelling* 3D Pada media video salah satunya adalah video *Personal Branding*. Penereapan *modelling* 3D dalam bentuk *CG Environment* dalam video *Personal Branding* bertujuan untuk menambah keunikan dan daya tarik dari sebuah video *Personal Branding* sehingga pesan dari video *Personal Branding* dapat tersampaikan kepada para penonton. Model dari *CG Enironment* akan ditunjukkan dengan bentuk yang mengarah ke style kartun sehingga model 3D dari *CG Enironemntnya* dapat terlihat menyatu dengan animasi 2D yang juga akan digunakan dalam video *Personal Branding*. Maka untuk menunjang bagusnya sebuah model 3D dari *CG Environemnt* harsu selalu memperhatikan bebrapa aspek seprti ke detalain dari model yang dipakai. Dalam pengembanagn *CG Environment* ini emnggunakan metode pengembangan MDLC dan *Cohen Kaffa* guna mendapatkan nilai kelayakan dari para ahli untuk Implementasi *CG Enviroment* dalam video *Personal Branding*.

Kata Kunci: *Personal Branding, CG Environemnt, Model 3D*

Abstract

This study aims to create and apply 3D modeling in video media, one of which is Personal Branding video. The application of 3D modeling in the form of CG Environment in Personal Branding videos aims to add to the uniqueness and attractiveness of a Personal Branding video so that the message of the Personal Branding video can be conveyed to the audience. The CG Enironment model will be shown in a shape that leads to a cartoon style so that the 3D model of the CG Enironement can be seen blending in with the 2D animation which will also be used in the Personal Branding video. So to support the good 3D model of the CG environment, you must always pay attention to several aspects, such as the details of the model used. In developing this CG Environment, the MDLC and Cohen Kaffa development methods are used to obtain feasibility values from experts for CG Environment Implementation in Personal Branding videos.

Keywords: *Personal Branding, CG Environment, 3D Models*

1. PENDAHULUAN

Kehidupan manusia kini telah masuk ke era digital, yang mana hal ini ditandai dengan perubahan dan perkembangan teknologi terutama pada 75ea ra teknologi informasi. Meskipun era telah berubah, salah satu hal yang masih bertahan ialah keunikan antara manusia yang satu dengan manusia lainnya. Setiap individu tentu memiliki pembeda yang dapat menjadi ciri khasnya, baik secara fisik misalnya bentuk wajah dan postur tubuh, ataupun nonfisik seperti perilaku, pola pikir, dan bakat. Ciri khas atau pembeda ini membuat manusia menjadi sosok yang autentik, bahkan hal ini dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk mengembangkan diri dengan memaksimalkan aktualisasi diri dan ekspresi diri sebagai bukti eksistensi diri [1] menyebutkan bahwa eksistensi diri merupakan segala probabilitas yang jika diwujudkan dapat mengarahkan seseorang pada keberadaan autentik, dimana manusia tersebut mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya

sendiri dengan menyeleksi segala kemungkinan yang ada dan disediakan dalam kehidupannya. Dalam hal ini, eksistensi yang dimaksud adalah bagaimana seseorang menunjukkan potensinya agar dapat berkompetisi di era sekarang.

Di era digital, salah satu cara untuk menunjukkan potensi seseorang ke khalayak banyak ialah dengan menggunakan *Personal Branding*. Personal branding di era digital sangat penting untuk diperhatikan. Personal branding yang dibangun dengan baik dapat menciptakan kepercayaan orang lain terhadap diri seseorang sehingga memudahkannya untuk mendapat suatu peluang, terutama dalam hal pencarian kerja dan pengembangan bisnis. Personal branding [2] ialah upaya membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, seperti kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai dan bagaimana hal-hal tersebut mampu menciptakan persepsi positif dari masyarakat yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Salah satu pemanfaatan teknologi di era digital dalam sebuah *personal branding* ialah dengan menggunakan media video atau kerap disebut juga video *personal branding*. Media video adalah salah satu jenis media komunikasi dengan memanfaatkan audio visual. Menurut penelitian yang dilakukan oleh organisasi ternama *Visual Teaching Alliance*, manusia bisa merasakan pemandangan visual dalam waktu kurang dari 1/10 detik. Statistik telah menunjukkan bahwa informasi visual mampu diproses 60.000 kali lebih cepat di otak daripada informasi berupa teks, yang berarti gambar dan video mampu menyampaikan pengalaman yang lebih kaya daripada konten teks yang berat, sehingga pemanfaatan video sebagai media *personal branding* merupakan salah satu cara yang tepat.

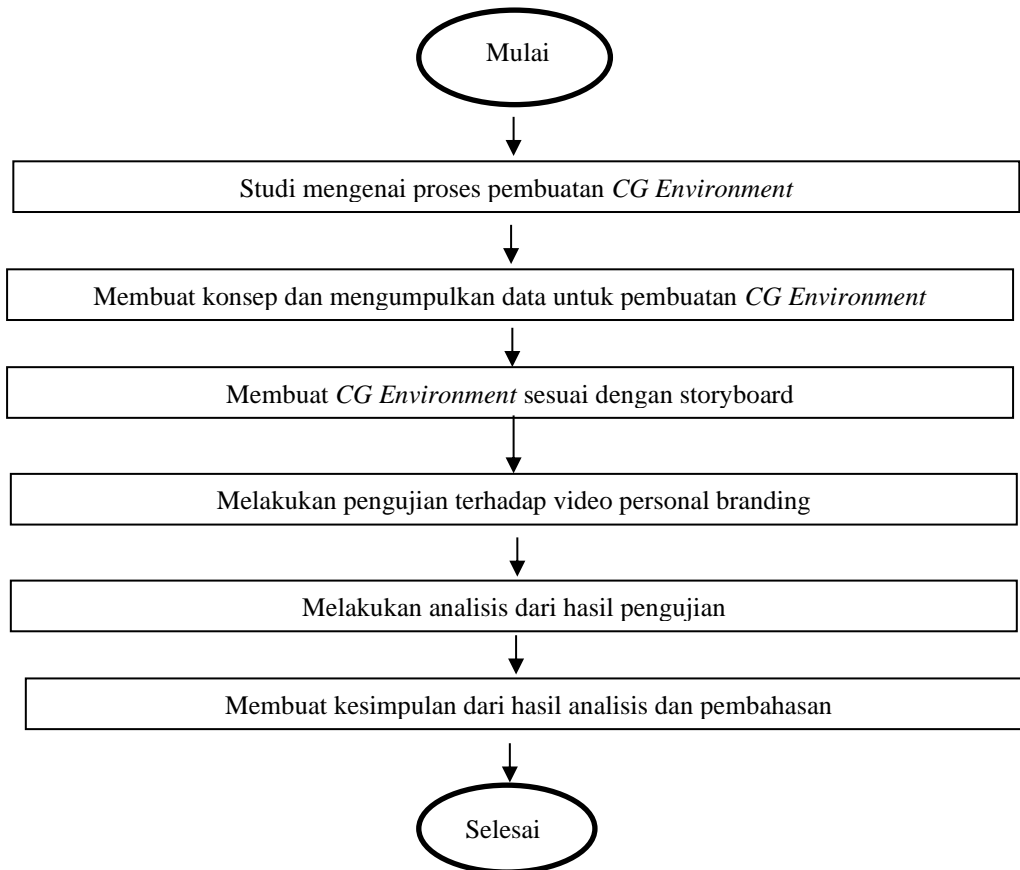
Permasalahan yang terjadi ialah banyak video *personal branding* yang dibuat seadanya, tanpa memaksimalkan proses produksi seperti 76era pengambilan gambar serta pembuatan animasi terkait video *personal branding* yang dibuat, sehingga video *personal branding* kurang menciptakan kesan kepada para audiensnya. Animasi kerap kali ditambahkan dalam sebuah video *branding* untuk menambah daya tarik dalam video tersebut. Dari artikel [3] menuturkan bahwa, animasi adalah perpindahan gerak yang terjadi pada objek gambar atau teks yang kemudian disusun secara beraturan sehingga terlihat seperti bergerak. Melihat kurang maksimalnya penggunaan animasi pada pembuatan video *personal branding* yang sering dibuat, terdapat kemungkinan jika kompetensi seseorang akan kurang tersampaikan atau bahkan meninggalkan kesan yang biasa saja.

Berdasarkan pemaparan, produk akhir yang akan dihasilkan adalah video *personal branding*. Maka dari itu, judul yang tepat untuk penelitian ini adalah “Penerapan Modelling 3D Berupa CG Environment Dalam Sebuah Video Personal Branding Menggunakan Metode MDLC”.

2. METODE PENELITIAN

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian meliputi tahapan yang dilakukan selama melakukan penelitian. Penelitian yang dikembangkan dilakukan pada tahapan yang digambarkan pada Gambar.1.



Gambar 1 Diagram Kerangka Penelitian

Pada tahapan ini perancangan video motion graphic promosi menggunakan metode pengembangan MDLC (Multimedia Development Life Cycle) [4] yang dikemukakan oleh Luther (1994) yang memiliki 6 tahapan .

a. Concept

Tahap concept adalah tahap untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program (identifikasi audiens) [5]. Tujuan dan penggunaan akhir program berpengaruh pada nuansa multimedia sebagai pencerminan dan identitas organisasi yang menginginkan informasi sampai pada penggunaan akhir suatu produk.

Tahap ini juga akan menentukan jenis aplikasi (presentasi, interaktif, dan lain-lain) dan tujuan aplikasi (hiburan, pelatihan, pembelajaran. Dan lain-lain). Dasar aturan untuk perancangan juga ditentukan pada tahap ini, misalnya ukuran aplikasi, target, dan lain-lain. Output dari tahap ini biasanya berupa dokumen yang bersifat naratif untuk mengungkapkan tujuan proyek yang ingin dicapai.

b. Design

Design (Perancang) adalah tahap pembuatan spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan, dan kebutuhan material/bahan untuk program,

c. Material Collecting

Material Collecting adalah tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang dikerjakan [6]. Bahan-bahan tersebut, antara lain gambar, foto, animasi, video, audio, dan lain-

lain yang dapat diperoleh gratis atau dengan pemesanan kepada pihak lain sesuai dengan rancangannya.

d. *Assembly*

Tahap Assembly adalah tahap pembuatan semua objek atau bahan multimedia. Pembuatan aplikasi didasarkan pada tahap design, seperti storyboard, bagian alur, dan/atau struktur navigasi.

e. *Testing*

Tahap testing (Pengujian) dilakuakn setelah menyelesaikan tahap assembly dengan menjalankan aplikasi/program dan melihatnya apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap pertama pada tahap ini disebut tahap alpha (alpha test) yang pengujiannya dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri. Setelah lolos dan pengujian alpha, pengujian beta yang melibatkan pengguna akhir akan dilakukan.

Jenis Penelitian

Riset ini menerapkan metode *Cohen Kappa*. Koefisien *kappa Cohen* adalah 78e a rah78n yang digunakan untuk mengukur reliabilitas antar penilai untuk item kualitatif. Umumnya dianggap sebagai ukuran yang lebih kuat daripada perhitungan persen kesepakatan sederhana, karena memperhitungkan kemungkinan kesepakatan terjadi secara kebetulan. Rumus koefisien cohen kappa adalah :

$$K = \frac{\sum_{i=1}^I \pi_{ii} - \sum_{i=1}^I \pi_{i+} \pi_{+i}}{1 - \sum_{i=1}^I \pi_{i+} \pi_{+i}}$$

dan untuk destimasinya :

$$\frac{\sum_{i=1}^I p_{ii} - \sum_{i=1}^I p_{i+} p_{+i}}{1 - \sum_{i=1}^I p_{i+} p_{+i}}$$

Dimana: $\sum_{i=1}^I p_{ii}$ = Total proporsi diagonal utama dari frekuensi observasi

$\sum_{i=1}^I p_{i+} p_{+i}$ = Total proporsi total mriginal dari frekuensi observasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

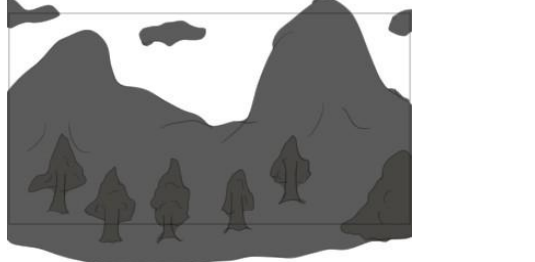
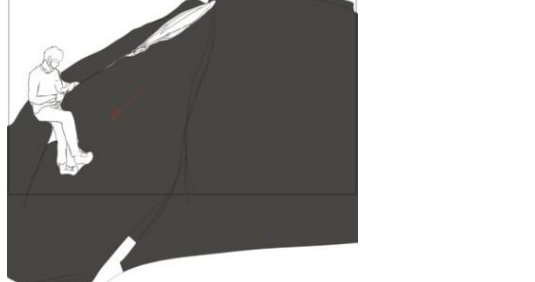
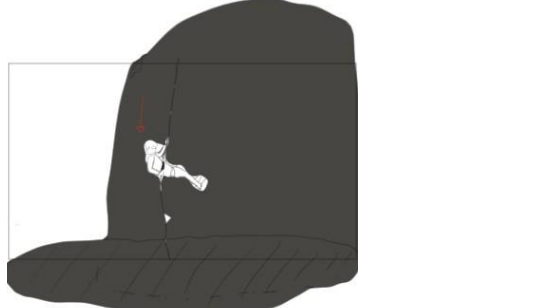
Proses pembuatan desain 3D modelling Kitchen Set mengikuti tahapan yang ada pada metode MDLC. Proses tersebut dapat dilakukan secara paralel atau tidak berurutan namun proses concept dan design harus dilakukan pada tahapan awal.

a. **Concept**

Pada video Personal Branding yang akan dibuat ini bertujuan untuk mempromosikan Pak Mei Darlies yang berprofesi sebagai seorang Fotografer profesional. Namun, video Personal Branding yang akan dibuat akan sedikit berbeda dikarenakan konten videonya sendiri yang akan menggabungkan beberapa aspek multimedia seperti Videografi, Animasi 2D, dan objek 3D dan diharapkan akan menambah daa tarik dari video Personal Branding tersebut.

b **Design**

Proses yang dilakukan dalam tahap Perancangan (*Desain*) ini adalah proses pembuatan Storyboard. Storyboard merupakan rancangan layout atau tata letak dari asset yang digunakan untuk menggambarkan deskripsi dari setiap scene pada sebuah animasi. Berikut ini adalah storyboard yang akan digunakan untuk video personal branding.

Scene 1	<p>Action Notes estabilish landscape</p>
	<p>Notes Enviroment landscape alam sebagai background</p>
Scene 1	<p>Action Notes tampak karakter menuruni dinding batu dengan tali (79eah79ng)</p>
	<p>Notes karakter outframe background : tebing</p>
Scene 1	<p>Action Notes karkater berhasil turun dari dinding batu</p>
	<p>Notes background : Dasar tebing</p>

c. Material Collecting

Proses produksi CG Environment membutuhkan material yang berupa asset-asset 3D. File asset yang dibutuhkan memiliki format file *.Blend* yang diantaranya adalah model 3D dari bebatuan, air, Gedung, tangga, lampu, dll. Selain model 3D yang dibuat sendiri, adapaun asset dan model 3D yang didapatkan melalui internet yang diantaranya adalah model 3D pepohonan, rumput, pintu.

d. Assembly

Tahap assembly atau pembuatan merupakan tahap pembuatan keseluruhan bahan multimedia atau hasil penerapan dari proses perancangan yang sudah dilakukan sebelumnya (Nurajzah, 2016). Adapun perangkat lunak yang digunakan untuk membuat model 3D untuk video Personal Branding ini menggunakan software Blender.

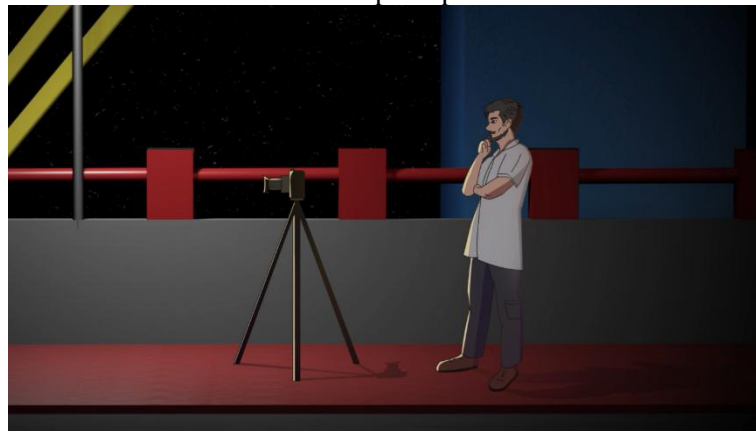
e. Testing

Pada tahap ini, pengembangan multimedia memasuki tahap pengujian. Pegujian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengujian cohen kappa. Tetapi sebelum masuk kedalam tahap pengujian media yang telah dibuat akan dievaluasi secara internal oleh tim pengembang. Pada

bagian ini, objek yang dievaluasi merupakan bagian pada aspek 3D atau CG Environment yang diterapkan pada videp Personal Branding. Berikut adalah beberapa ptongan adegan yang digunakan dan di evaluasi oleh para ahli :



Gambar 2. Tampilan pada *Scene 1*



Gambar 3. Tampilan *Scene 2*



Gambar 6 Tampilan *Scene 3*



Gambar 7. Tampilan Scene 5



Gambar 8. Tampilan Scene 5

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan menganalisa hasil dari CG Environment yang telah dibuat, maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu Implementasi CG Environment dalam video Personal Branding merupakan salah satu cara agar menambah daya tarik dari video Personal Branding.

Dengan menambahkan dan menggabungkan beberapa aspek kedalam sebuah video *Personal Branding* seperti animasi 2D dan juga Model 3D yang dalam kasus ini menggunakan CG Environment yang dibuat menggunakan aplikasi Blender, memberikan kesan dan juga tampilan yang unik yang dimana hal ini menambahkan daya tarik tersendiri dari video *Personal Branding* tersebut sehingga mengundang para penonton yang tertarik untuk menonton video *Personal Branding* tersebut.

5. SARAN

Penulis mendapatkan beberapa saran diantaranya diharapkan agar video *Personal Branding* ini dapat ditayangkan ditempat – tempat umum seperti di beberapa media social agar tujuan awal sebuah video *Personal Branding* tersebut tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Punusingon, R. R., Lumenta, A. S. M., & Rindengan, Y. D. Y. (2017). Animasi Sosialisasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Teknik Informatika*, 12(1), 8.

- [2] Saputra, S. H., Wiguna, A. S., & Budianto, A. E. (2020). PROTOTYPE ANIMASI 3D MESIN PERONTOK PADI OTOMATIS UNTUK PRODUKTIFITAS PASCA PANEN PARA PETANI. *RAINSTEK: Jurnal Terapan Sains & Teknologi*, 2(3), 192–20
- [3] Sugihpriyadi, Alfian (2017) Perancangan Environment Untuk Trailer Serial Animasi 3D “Sanggramawijaya” Dengan Gaya Gambar Realist-Cartoon Adaptasi Peninggalan Sejarah Singasari-Majapahit. Undergraduate thesis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- [4] Pambudi, Alysius Seni Aji (2022), pemodelan environment film 3d animasi fiksi ilmiah bertema kehidupan ikan dengan habitat berbeda berbasis teknik "primitive modeling". fakultas desain dan industri kreatif universitas dinamika.
- [5] Nispayadi, Mochammad Azmi Fadhila dkk (2021), perancangan environment pada animasi 3d tentang penerimaan diri penyandang disabilitas daksa akibat kecelakaan, Universitas Telkom
- [6] Amin, Kallamal (2021), Penerapan animasi 3d dalam media pembelajaran mengenal texturing dasar pada mata kuliah modeling, texturing, rigging, Palembang, Politeknik Negeri Sriwijaya