

ABSTRAK

Video animasi 3D merupakan media visual yang memanfaatkan teknologi komputerisasi untuk menggabungkan gambar bergerak, teks, dan suara dalam menyampaikan informasi. Dalam konteks promosi, animasi 3D memungkinkan visualisasi produk yang lebih realistis dan interaktif, serta menampilkan detail yang sulit diungkapkan melalui foto statis. WAMA, sebagai produsen sepatu sneakers, menghadapi tantangan dalam mempromosikan produknya di tengah persaingan industri yang ketat. Penggunaan media konvensional kurang efektif dalam menonjolkan keunggulan dan membangun citra merek secara maksimal, terutama di era digital yang mengedepankan konten visual kreatif. Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, penulis merancang proyek tugas akhir berjudul “Video Animasi 3D sebagai Media Promosi Produk Sepatu Sneakers WAMA.” Video ini mencakup seluruh tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Hasil akhir karya ini ditujukan untuk ditampilkan di berbagai platform media sosial sebagai sarana promosi utama WAMA, dengan format video landscape 16:9 dan berdurasi 45 detik. Tujuannya adalah untuk menginspirasi target audiens untuk mengembangkan kemampuan diri secara optimal, membangun kesadaran merek (Brand Awareness), dan mengkomunikasikan keunggulan produk yang ditawarkan. Dengan demikian, video animasi 3D diharapkan dapat menjadi solusi efektif dalam strategi pemasaran WAMA.

Kata kunci: Video Animasi 3D, Kesadaran Merek, Promosi Produk, Sepatu Sneakers, WAMA.

3D animation video is a visual medium that utilizes computer technology to combine moving images, text, and sound in conveying information. In the context of promotion, 3D animation allows for a more realistic and interactive visualization of products, showcasing details that are difficult to capture through static images. WAMA, a sneaker manufacturer, faces challenges in promoting its products amid intense industry competition. The use of conventional media has proven less effective in highlighting product advantages and building a strong brand image, especially in the digital era that emphasizes creative visual content. In response to these challenges, the author developed a final project entitled “3D Animation Video as a Promotional Medium for WAMA Sneakers.” This video covers all stages of pre-production, production, and post-production. The final product is designed to be displayed across various social media platforms as WAMA’s primary promotional tool, in a 16:9 landscape format and with a duration of 45 seconds. The goal is to inspire the target audience to develop their potential, build brand awareness, and communicate the product’s key advantages. Thus, the 3D animation video is expected to serve as an effective solution in WAMA’s marketing strategy.

Keywords: 3D Animation Video, Brand Awareness, Product Promotion, Sneakers, WAMA