

ABSTRAK

Dalam era digital yang menuntut penyampaian informasi secara visual dan interaktif, video animasi 3D menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya tarik promosi produk. Laporan tugas akhir ini membahas proses perancangan video animasi 3D sebagai media promosi untuk sepatu gunung RUBTRACK. Permasalahan utama yang diangkat adalah bagaimana menciptakan media promosi yang mampu menonjolkan keunggulan produk secara visual dan menarik minat konsumen di tengah persaingan industri footwear. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi literatur sebagai dasar perancangan, dengan pendekatan desain sinematik dan estetika realisme. Proses produksi mengikuti tiga tahapan utama: pra-produksi (riset, sketsa, dan blueprint), produksi (pemodelan, texturing, rigging, animasi, lighting), dan pasca-produksi (rendering, compositing, dan audio). Hasil akhir berupa video animasi berdurasi 90 detik ditujukan untuk platform digital Instagram dengan format landscape 16:9. Video ini menampilkan fitur utama produk seperti bahan tahan air, sol anti-slip, dan desain ergonomis, serta dikemas dengan narasi yang membangun citra brand yang tangguh dan stylish. Diharapkan karya ini mampu meningkatkan brand awareness dan menjadi media promosi yang relevan dan efektif di era digital.

Kata Kunci: Animasi 3D, Promosi Produk, Sepatu Gunung, Desain Komunikasi Visual, RUBTRACK

In the digital era that demands visual and interactive information delivery, 3D animated videos are an effective solution to increase the appeal of product promotions. This final project report discusses the process of designing a 3D animated video as a promotional medium for RUBTRACK mountain shoes. The main problem raised is how to create promotional media that can highlight product advantages visually and attract consumer interest amidst the competitive footwear industry. This research uses observation, interview, and literature study methods as the basis for design, with a cinematic design approach and realism aesthetics. The production process follows three main stages: pre-production (research, sketches, and blueprints), production (modeling, texturing, rigging, animation, lighting), and post-production (rendering, compositing, and audio). The final result is a 90-second animated video intended for the Instagram digital platform with a 16:9 landscape format. This video showcases the product's main features such as waterproof material, anti-slip soles, and ergonomic design, and is packaged with a narrative that builds a strong and stylish brand image. It is hoped that this work can increase brand awareness and become a relevant and effective promotional medium in the digital era.

Keywords: 3D Animation, Product Promotion, Mountain Shoes, Visual Communication Design, RUBTRACK