

**PENINGKATAN DAYA TARIK DAN EFEKTIFITAS
PEMASARAN PADA BISNIS MENGGUNAKAN ANIMASI 3D
DENGAN METODE MDLC**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Kelulusan
Jenjang Strata Satu pada Program Studi Teknik Informatika**

Oleh
Rexsy Lavensi
2155201100



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENINGKATAN DAYA TARIK DAN EFEKTIFITAS PEMASARAN PADA BISNIS MENGGUNAKAN ANIMASI 3D DENGAN METODE MDLC

Oleh

Rexsy Lavensi

2155201100

Tugas Akhir Ini Telah Diterima dan Disahkan
untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar
SARJANA KOMPUTER (S.Kom)

Pada

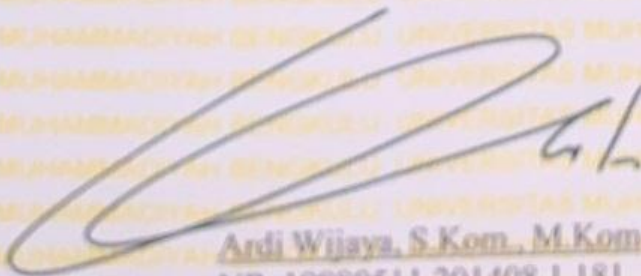
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Bengkulu, 09 Juli 2025

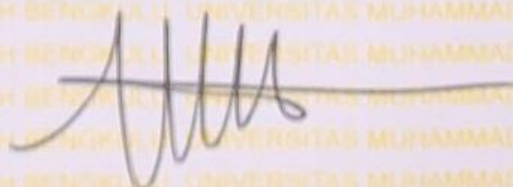
Disetujui oleh

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,



Ardi Wijaya, S.Kom., M.Kom
NP. 19880511 201408 1 181



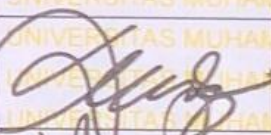
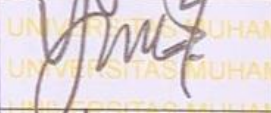
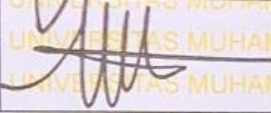
Muhammad Imanullah, S.Kom., MT.
NIDN. 0209119202

LEMBAR PERSETUJUAN HASIL REVISI
PENINGKATAN DAYA TARIK DAN EFEKTIFITAS
PEMASARAN PADA BISNIS MENGGUNAKAN ANIMASI 3D
DENGAN METODE MDLC

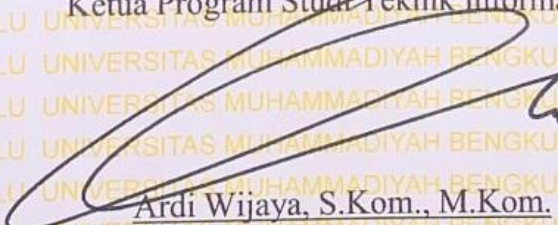
Oleh
Rexsy Lavensi
2155201100

Telah Melakukan Revisi Sesuai dengan Perubahan
dan Perbaikan yang Diminta Pada Saat Sidang Tugas Akhir.

Bengkulu, 06 Agustus 2025
Menyetujui

No	Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
1.	Dandi Sunardi, S.Sos.I., M.Kom.	Ketua Penguji	
2.	Yovi Apridiansyah, S.Kom., M.Kom.	Penguji 1	
3.	Muhammad Imanullah, S.Kom., M.T.	Penguji 2	

Mengetahui
Ketua Program Studi Teknik Informatika


Ardi Wijaya, S.Kom., M.Kom.
NP.19880511 201408 1 181

LEMBAR PENGESAHAN

PENINGKATAN DAYA TARIK DAN EFEKTIFITAS PEMASARAN PADA BISNIS MENGGUNAKAN ANIMASI 3D DENGAN METODE MDLC

SKRIPSI

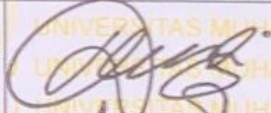
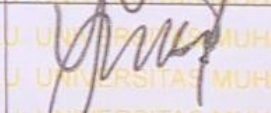
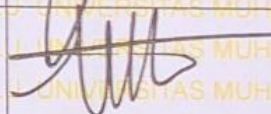
Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Kelulusan
Jenjang Strata Satu pada Program Studi Teknik Informatika

Oleh

Rexsy Lavensi

2155201100

Bengkulu, 08 Agustus 2025

No	Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
1.	Dandi Sunardi, S.Sos.I., M.Kom.	Ketua Penguji	
2.	Yovi Apridiansyah, S.Kom., M.Kom.	Penguji 1	
3.	Muhammad Imanullah, S.Kom., M.T.	Penguji 2	

Mengesahkan

Dekan Fakultas Teknik


RG Guntur Alam, M.Kom., Ph.D

NP.19730101 200004 1 040

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

- 1) Naskah Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Muhammadiyah Bengkulu maupun perguruan tinggi lainnya.
- 2) Skripsi ini murni merupakan karya penelitian saya sendiri dan tidak menjiplak karya pihak lain. Dalam hal ada bantuan atau arahan dari pihak lain maka telah saya sebutkan identitas dan jenis bantuannya di dalam lembar ucapan terima kasih.
- 3) Seandainya ada karya pihak lain yang ternyata memiliki kemiripan dengan karya saya ini, maka hal ini adalah di luar pengetahuan saya dan terjadi tanpa kesengajaan dari pihak saya

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terbukti adanya kebohongan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai norma yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Bengkulu, 9 July 2025

Yang membuat pernyataan,



Rexsy Lavensi
NPM. 2155201100

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama : REXSY LAVENSI
TTL : Pondok Panjang, 6 July 2003
Agama : Islam
Anak ke : 2 (dua) dari 2 (dua) bersaudara
Alamat : Desa Pondok Panjang

II. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Mursal Violeta
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Yurnalis
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

III. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 04 V Koto : 2009-2015
2. SMP Negeri 07 Mukomuko : 2015-2018
3. SMA Negeri 05 Mukomuko : 2018-2021
4. Universitas Muhammadiyah Bengkulu : 2021-Sekarang

MOTTO

Siapa juga yang mau menyerah?!

Hahahaha

Jangan meremehkanku, takdir!

Aku akan buktikan!

ABSTRAK

PENINGKATAN DAYA TARIK DAN EFEKTIFITAS PEMASARAN PADA BISNIS MENGGUNAKAN ANIMASI 3D DENGAN METODE MDLC

Nama : Rexsy Lavensi
NPM 2155201100
Pembimbing : Muhammad Imanullah, S.Kom., M.T.

Promosi yang menarik dan efektif menjadi kebutuhan penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi berbasis animasi 3D guna meningkatkan daya tarik dan efektivitas pemasaran produk Rendang Lokan di Mukomuko. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari enam tahap: concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa video animasi 3D mampu menarik perhatian konsumen dan menyampaikan informasi produk dengan jelas. Evaluasi melalui kuesioner terhadap 131 responden menunjukkan bahwa seluruh aspek yang diukur, seperti daya tarik visual, minat beli, pemahaman produk, dan daya ingat, memperoleh nilai rata-rata di atas 4,9 dari skala 5. Temuan ini menunjukkan bahwa media animasi 3D sangat efektif dalam meningkatkan kualitas promosi produk lokal.

Dengan demikian, animasi 3D merupakan solusi inovatif yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperkuat strategi pemasaran dan menyesuaikan diri dengan tren promosi digital saat ini.

Kata kunci: Animasi 3D, MDLC, Promosi Digital, Pemasaran, Rendang Lokan

ABSTRACT

ENHANCING VISUAL APPEAL AND MARKETING EFFECTIVENESS IN BUSINESS USING 3D ANIMATION WITH THE MDLC METHOD

Name : Rexsy Lavensi
NPM : 2155201100
Supervisor : Muhammad Imanullah, S.Kom., M.T.

Attractive and effective promotion is essential to enhance the competitiveness of local products in the digital era. This research aims to develop a 3D animation-based promotional media to increase the appeal and marketing effectiveness of Rendang Lokan, a local culinary product from Mukomuko. The method used is the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), which consists of six stages: concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution.

The results show that 3D animation videos are capable of capturing consumer attention and conveying product information clearly. An evaluation involving 131 respondents revealed that all measured aspects—including visual appeal, purchase interest, product understanding, and memorability—received average scores above 4.9 on a 5-point scale. These findings indicate that 3D animation is highly effective in enhancing the promotional quality of local products.

Therefore, 3D animation serves as an innovative solution for small and medium enterprises (SMEs) to strengthen their marketing strategies and adapt to current digital promotion trends.

Keywords: 3D Animation, MDLC, Digital Promotion, Marketing, Rendang Lokan

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriringkan salam atas junjungan nabi besar Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafa'atnya kelak di yaumul akhir, Aamiin.

Skripsi yang penulis kerjakan berjudul “Peningkatan Daya Tarik Dan Efektifitas Pemasaran Pada Bisnis Menggunakan Animasi 3D Dengan Metode MDLC”. Disusun untuk memenuhi tugas dan melengkapi prasyarat untuk memperoleh pendidikan tinggi sarjana Teknik Informatika di Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Penulis mengerjakan skripsi dengan bertahap dan tentunya, karena arahan dan bantuan yang didapat pada akhirnya semuanya dapat diselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu
2. Bapak RG Guntur Alam, M.Kom., P.h.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Bengkulu
3. Bapak Ardi Wijaya, S.Kom., M.Kom selaku ketua program studi Fakultas Teknik Informatika. Bapak Muhammad Imanullah, S.Kom., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam memberikan pemikiran, ide, analisis, dan arahan kepada penulis saat sedang mengerjakan proposal hingga skripsi ini selesai.
4. Seluruh tendig program studi S1 Teknik Informatika Universitas

Muhammadiyah Bengkulu.

5. Kepada orang tua penulis tercinta yaitu Ama Yurnalis dan Apa Mursal Violeta serta Kakak penulis yaitu Dinara Apri Muna terimakasih untuk dukungan, doa dan semangat serta bantuan moril maupun materi yang selalu diberikan.
6. Keluarga besar Penulis yang telah membantu dan mendukung dalam hal moril maupun materi kepada penulis.
7. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dengan dirujuk secara individu. penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam membuat skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu analisis dan ide-ide sangat diharapkan dari para pembaca untuk kesempurnaan tulisan ini. Semoga Skripsi ini berharga dalam meningkatkan pengumpulan informasi bagi para pembaca.

Bengkulu, 9 July 2025
Penulis

Rexsy Lavensi
NPM: 2155201100

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN HASIL REVISI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kerangka Kerja Penelitian	3
BAB II TINJAUAN LITERATUR	5
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Penelitian Terkait.....	5
2.3 Kerangka Teori	6
2.4 Rangkuman Literatur	8
BAB III ANALISIS MASALAH DAN PERANCANGAN PROGRAM	9
3.1 Analisis Permasalahan.....	9
3.2 Metode Pengembangan	10
3.3 Perancangan Program	14

3.4 <u>Tools Dan Software Yang Digunakan</u>	15
BAB IV IMPLEMENTASI DAN UJI COBA	16
4.1 Implementasi Sistem.....	16
4.2 Uji Coba Sistem.....	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
5.1 Kesimpulan	38
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Skala Penilaian	21
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Kerja Penelitian.....	4
Gambar 4.1 Konsep Awal	13
Gambar 4.2 <i>Storyboard</i>	14
Gambar 4.3 Foto Produk Rendang Lokan	14
Gambar 4.4 <i>Screenshot</i> Pengambilan Musik	15
Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> Model Referensi Pembuatan 3D	15
Gambar 4.6 Tampilan <i>Modeling</i> Objek 3D di Blender	16
Gambar 4.7 Tampilan Pembuatan Animasi 3D di Blender.....	16
Gambar 4.8 Tampilan <i>Rendering</i> 3D di Blender	16
Gambar 4.9 Tampilan Penggabungan dan Penyuntingan Vidio di Alight Motion..	17
Gambar 4.10 Tampilan Unggahan Youtube 1	18
Gambar 4.11 Tampilan Unggahan Youtube 2	18
Gambar 4.12 Tampilan Unggahan Instagram 1	19
Gambar 4.13 Tampilan Unggahan Instagram 2	19
Gambar 4.14 Tampilan Unggahan Instagram 3	20
Gambar 4.15 Tampilan Survei di Google Form 1.....	20
Gambar 4.16 Tampilan Survei di Google Form 2.....	21
Gambar 4.17 Tampilan Survei di Google Form 3.....	22
Gambar 4.18 Tampilan Survei di Google Form 4.....	23
Gambar 4.19 Tampilan Survei di Google Form 5.....	24
Gambar 4.20 Tampilan Survei di Google Form 6.....	25
Gambar 4.21 Tampilan Survei di Google Form 7.....	26
Gambar 4.22 Tampilan Survei di Google Form 8.....	27

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Transformasi digital telah membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif melalui berbagai platform digital. Di era informasi ini, media promosi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi alat penting untuk membangun citra merek, meningkatkan daya tarik produk, dan memperluas jangkauan pasar (Kotler & Keller, 2019; Raharjo, 2020). Oleh karena itu, penggunaan media promosi yang inovatif dan interaktif sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha, khususnya sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sedang berupaya untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat dalam promosi digital adalah penggunaan animasi 3D. Animasi 3D tidak hanya menarik dari sisi visual, tetapi juga mampu menyampaikan informasi produk secara lebih dinamis, realistis, dan mudah dipahami oleh audiens. Dalam konteks pemasaran, media promosi berbasis animasi 3D telah terbukti mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh produsen (Yusuf & Kurnia, 2022). Ramadhan dan Nugroho (2021) menyebutkan bahwa animasi sebagai media promosi memiliki kekuatan dalam membangun persepsi positif terhadap produk, karena mampu

menyuguhkan konten visual yang komunikatif dan informatif secara bersamaan.

Rendang Lokan merupakan salah satu kuliner khas dari Kabupaten Mukomuko yang memiliki cita rasa unik dan nilai budaya lokal yang tinggi. Produk ini berpotensi besar untuk dikenal secara lebih luas tidak hanya di daerah lokal, tetapi juga secara nasional. Namun, permasalahan yang dihadapi adalah strategi promosi yang masih bersifat konvensional, seperti penggunaan spanduk, selebaran, dan promosi verbal, yang dinilai kurang efektif untuk menjangkau *audiens* modern yang lebih aktif di platform digital (Sutopo, 2020). Kurangnya pemanfaatan media digital yang menarik dan interaktif menyebabkan produk Rendang Lokan belum memiliki daya saing tinggi di pasar terbuka, khususnya dalam menarik perhatian generasi muda sebagai target potensial yang terbiasa dengan konten visual berbasis teknologi.

Dengan memperhatikan permasalahan tersebut, dibutuhkan pendekatan promosi yang lebih adaptif, kreatif, dan sesuai dengan tren komunikasi visual saat ini. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah pengembangan media promosi digital dalam bentuk animasi 3D yang dibangun menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). MDLC merupakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari enam tahap sistematis: *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* (Pranata & Sari, 2021). Pendekatan ini dinilai cocok untuk menghasilkan media promosi digital yang menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan media promosi berbasis animasi 3D untuk produk Rendang Lokan di Kabupaten

Mukomuko dengan menerapkan metode MDLC. Melalui media ini, diharapkan promosi produk menjadi lebih efektif dalam menjangkau konsumen digital, meningkatkan brand awareness, dan memperkuat posisi produk di pasar. Dengan demikian, pengembangan animasi 3D sebagai media promosi diharapkan dapat menjadi strategi yang tepat bagi pelaku UMKM untuk bersaing secara lebih kompetitif di era digital.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah:

1. Bagaimana proses pengembangan media promosi animasi 3D untuk produk Rendang Lokan menggunakan metode MDLC?
2. Sejauh mana efektivitas media animasi 3D dalam meningkatkan daya tarik dan pemasaran produk Rendang Lokan di Mukomuko?

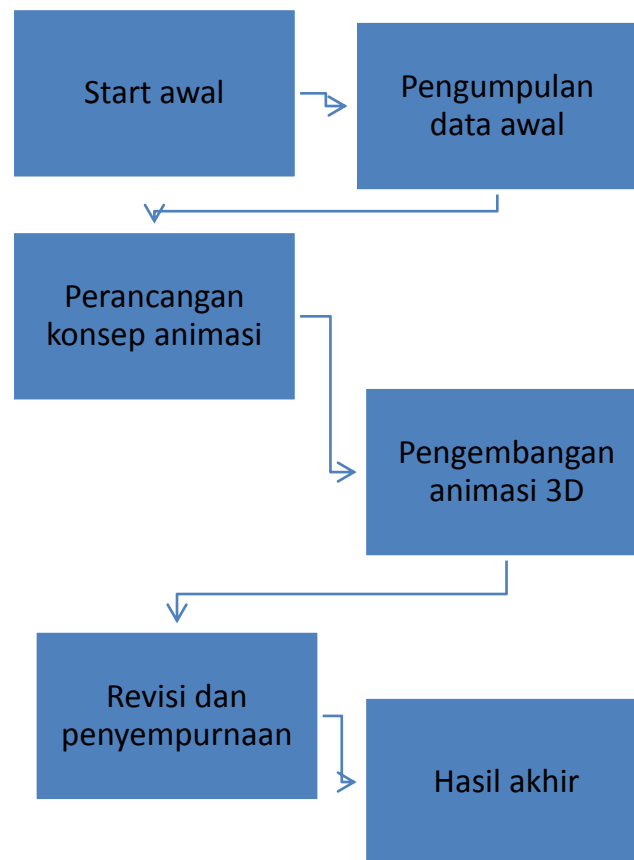
1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengembangkan media promosi berbasis animasi 3D untuk produk Rendang Lokan menggunakan metode MDLC.
2. Mengevaluasi efektivitas media animasi 3D dalam meningkatkan daya tarik visual dan minat konsumen terhadap produk Rendang Lokan.

1.4 Kerangka Penelitian

Adapun kerangka kerja penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar kerangka kerja berikut ini:



Gambar 1.1. Kerangka Kerja Penelitian