

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini mengkaji pemanfaatan animasi 3D sebagai media promosi digital untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas pemasaran produk lokal. Teori-teori yang mendasari penelitian ini antara lain adalah teori komunikasi visual, teori pemasaran digital, serta teori mengenai pengembangan multimedia menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*).

Animasi 3D adalah teknik menciptakan objek dan adegan visual tiga dimensi yang dapat bergerak secara realistis. Dalam konteks promosi, animasi 3D memberikan pengalaman visual yang lebih hidup, menarik perhatian audiens, serta mempermudah penyampaian pesan produk secara efektif.

2.2 Penelitian Terkait

Dalam penelitian ini mengambil beberapa dan kutipan dari beberapa penelitian terdahulu dan menjadi referensi dalam pembuatan penelitian ini. Penelitian oleh Yusuf dan Kurnia (2022) menunjukkan bahwa animasi 3D dalam pemasaran mampu meningkatkan minat beli konsumen melalui penyampaian visual yang menarik dan informatif. Sementara itu, studi Ramadhan et al. (2021) menemukan bahwa media promosi berbasis animasi memberikan kontribusi signifikan dalam membangun brand recall yang kuat.

Santoso et al. (2023) menambahkan bahwa penggunaan animasi 3D berdampak positif terhadap peningkatan pengalaman pengguna dalam memahami

produk. Putra dan Harsono (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa visualisasi produk melalui animasi 3D membantu audiens dalam memahami fitur dan keunggulan produk secara lebih mudah. Hidayat dan Lazuardi (2021) juga menjelaskan bahwa penggunaan Blender sebagai perangkat lunak pengolah animasi 3D sangat mendukung proses produksi media promosi digital yang berkualitas. Keseluruhan studi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan animasi 3D dalam dunia pemasaran, khususnya pada produk-produk lokal, memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan promosi.

2.3 Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan dasar berpikir ilmiah yang digunakan dalam menyusun penelitian ini. Penelitian ini menggabungkan beberapa konsep dan teori sebagai acuan dalam pengembangan media promosi animasi 3D menggunakan metode MDLC, yaitu:

1. Teori Promosi Digital

Promosi digital adalah kegiatan menyampaikan informasi dan menarik perhatian konsumen melalui media berbasis digital. Menurut Kotler dan Keller (2019), promosi merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang bertujuan memengaruhi keputusan konsumen. Penggunaan media seperti animasi digital dapat meningkatkan jangkauan promosi dan memperkuat brand recall (Ramadhan & Nugroho, 2021).

2. Teori Komunikasi Visual

Komunikasi visual melibatkan penyampaian pesan melalui elemen-elemen visual seperti warna, bentuk, animasi, dan tipografi. Media visual yang dirancang

dengan baik dapat menarik perhatian, mempermudah pemahaman, dan membentuk citra positif produk. Menurut Sutopo (2020), komunikasi visual yang efektif harus mampu menyampaikan pesan secara cepat dan tepat sasaran kepada audiens.

3. Konsep Animasi 3D

Animasi 3D adalah teknik penciptaan gambar bergerak dalam ruang tiga dimensi yang melibatkan proses modeling, rigging, animating, dan rendering. Animasi ini mampu menghasilkan visualisasi produk yang lebih hidup, informatif, dan menarik bagi audiens. Dalam promosi produk, animasi 3D memberikan nilai tambah dengan menciptakan pengalaman visual yang dinamis dan interaktif (Yusuf & Kurnia, 2022).

4. Model Pengembangan MDLC

Multimedia Development Life Cycle (MDLC) adalah model pengembangan multimedia yang terdiri dari enam tahap: concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Model ini sesuai digunakan dalam pengembangan media animasi karena mencakup seluruh tahapan mulai dari perencanaan hingga distribusi. Menurut Pranata dan Sari (2021), MDLC merupakan metode yang sistematis dan fleksibel untuk mengembangkan produk multimedia interaktif seperti animasi promosi.

Dari keempat teori tersebut, disusunlah kerangka berpikir bahwa penggunaan metode MDLC untuk membangun media promosi berbasis animasi 3D, yang dirancang dengan prinsip komunikasi visual dan digunakan dalam promosi digital, akan berdampak pada peningkatan daya tarik visual dan

efektivitas penyampaian pesan produk kepada konsumen.

2.4 Rangkuman Literatur

Berdasarkan hasil studi pustaka, dapat disimpulkan bahwa animasi 3D terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas promosi produk. Metode pengembangan multimedia MDLC memberikan pendekatan sistematis untuk merancang media promosi yang menarik dan informatif. Referensi yang digunakan dalam bab ini memberikan dasar ilmiah yang kuat bagi pengembangan media promosi untuk produk Rendang Lokan di Mukomuko.