

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, impelmentasi, dan pengujian yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan secara sistematis sebagai berikut:

1. Perancangan dan impelemntasi pipeline produksi: penelitian ini berhasil merancang dan mengimplementasikan alur kerja (pipeline) produksi iklan digital secara terstruktur dengan mengintegrasikan animasi 3D berbasis software Blender dan penyuntingan video menggunakan CapCut melalui kerangka kerja Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari enam tahapan (konsep, perancangan, pengumpulan materi, perakitan, pengujian, dan distribusi). Penerapan pipeline ini terbukti mampu mengoptimalkan efisiensi waktu dan menyelaraskan proses produksi konten dan pembuatan aset animasi hingga penyuntingan akhir secara sistematis.
2. Hasil Produk Video iklan 3D: Melalui pipeline yang telah diimpelementasikan, penelitian ini berhasil memproduksi sebuah video iklan animasi 3D yang kreatif untuk kampanye produk facial wash dengan durasi total 27 detik yang terbagi ke dalam 7 scene. Video iklan ini mengombinasikan pemodelan objek yang detail dan realistis pada Blender dengan sentuhan editing, efek visuak pacing, serta motion typography pada CapCut sehingga siap digunakan sebagai media promosi digital.
3. Tingkat Kelayakan Berdasarkan Respons Audiens: Berdasarkan hasil evaluasi dan pengujian kelayakan melalui penyebaran kuesioner kepada 26 responden mahasiswa pengguna produk skincare, video iklan 3D mendapatkan skor rata-rata akhir sebesar 83,8%, sehingga dikategorikan Sangat Layak untuk dipublikasikan. Elemen visual berupa warna, pencahayaan, kemudahan membaca motion typography menjadi keunggulan utama dengan perolehan skor tertinggi masing-maisng 86,9%.
4. Hasil Pengukuran Objektif dan Publikasi: Berdasarkan pengujian kualitas

video menggunakan metrik Peak Signal-To-Noise Ratio (PNSR), diperoleh nilai rata-rata sebesar 13,49 dB akibat adanya kompresi otomatis saat ekspor pada CapCut versi seluler. Sementara itu, pada tahap distribusi, video iklan yang dipublikasikan melalui platform TikTok selama 3 hari berhasil menjangkau 170 tayangan awal secara organik sebagai langkah awal kampanye produk.

5.2. **Saran**

Guna mengatasi kendala integrasi teknis dan mengoptimalkan dampak pemasaran yang telah diuraikan, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas basis responden agar hasil evaluasi kelayakan video iklan menjadi lebih representatif bagi target pasar industri kosmetik yang kompetitif. Selain itu, transisi ke perangkat lunak penyuntingan video profesional seperti Adobe Premiere Pro atau DaVinci Resolve sangat dianjurkan untuk menghindari masalah penurunan resolusi pasca-ekspor, disusul dengan penambahan narasi suara atau *voice over* guna meningkatkan daya tarik pesan promosi. Peneliti berikutnya juga sebaiknya mulai menerapkan pengukuran efektivitas pemasaran yang lebih komprehensif melalui metrik interaksi media sosial seperti rasio klik-tayang dan waktu tonton, serta melakukan studi komparatif langsung mengenai efektivitas format animasi tiga dimensi ini terhadap video promosi dua dimensi maupun video aksi nyata guna menyajikan solusi promosi digital yang paling optimal.