

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, F., Hidayah, A. K., & Sunardi, D. (2022). *Comparison of the Use of Blender and Sketchup Applications in 3d Animation (Case Study : PT Rico Putra Selatan) Perbandingan Penggunaan Aplikasi Blender Dan Sketchup Pada Animasi 3d (Studi Kasus : PT Rico Putra Selatan)*. 2(2), 569–570.
- Aini, A. N., Hadi, I., Putu, P., & Jayanti, K. (2024). *VISUAL EFFECT PIPELINE CONTENT AWARE FILL DAN TRACKING DALAM PROSES CLEAN-UP ANIMASI STOP MOTION*. 6(2), 285–289.
- Alatas, S. S., Multimedia, T., Batam, P. N., Info, A., Informasi, L., Promosi, M., Graphic, M., Polytechnic, B. S., & Centre, B. (2020). *PERANCANGAN MOTION GRAPHIC IKLAN LAYANAN APLIKASI*. 4(2).
- Alfiyansyah, G. (2024). *No Title. Imc*.
- ardi et al. (2021). *scholar* (2).
- Ardyan, M. Z., Rachman, A., & Kurniawan, R. A. (2023). *MEDIA PROMOSI IKLAN TAMAN NASIONAL KOMODO MELALUI ANIMASI 2D*. 10(2), 205–218.
- Artikel, I. (2024). *Meningkatkan Kreativitas Remaja Desa Manggihan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang Melalui Pelatihan Content Creator Menggunakan CapCut*. 5(3), 2993–3001.
- Bahasa, P., Bahasa, F., & Surabaya, U. N. (n.d.). *PEMANFAATAN APLIKASI CANVA PADA PEMBELAJARAN MENYUSUN TEKS IKLAN KELAS XII DKV 2 SMKN 13 SURABAYA Nova Marwadi Abstrak*.
- Balitar, U. I. (2024). *Pelatihan Pemasaran Digital Dan Sosialisasi Pipeline CRM (Customer Relationship Management) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Blitar*. 4(6), 544–552.
<https://doi.org/10.59395/altifani.v4i6.626>
- Barat, J., Barat, J., Barat, J., & Collecting, M. (2021). *Plagiarism Checker X Originality Report. Mdlc*.
- Caesaria, C. A. (2020a). *scholar* (1).
- Caesaria, C. A. (2020b). *Video Pembelajaran Animasi 3D Berbasis Software Blender pada Materi Medan Magnet*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Ceylan, D., & Niloy, C. P. H. (n.d.). *Pix2Video : Video Editing using Image Diffusion*. 23206–23217.
- Chakti, G. (2024). *Gunawan Chakti, The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital, PT. Celebse Media Perkasa, 2014 Hal 11. 1. 1, 1–7.*
- Computech, J. (2021). *IMPLEMENTASI MDLC (MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE) DALAM PEMBUATAN MULTIMEDIA PEMBELAJARAN KITAB SAFINAH*. 15(1), 15–24.
- Fadhli, M. P., Rokhmawati, R. I., & Perdanakusuma, A. R. (2018). *Analisis dan Perancangan Sistem Manajemen Prospek Pelanggan Dengan Model Sales Pipeline pada PT . Supratama Prima Nusantara (Biznet Networks) Branch Malang*. 2(7), 2523–2530.
- Febrianto, J., Herlyanto, L., Film, P. S., Nusantara, U. M., Scientia, J., Gading, B., Sangereng, C., & Tangerang, K. (2025). *Perancangan gestur tubuh dan ekspresi wajah tokoh prita dalam film animasi rumah*. 4(1), 36–55.
- Hanif, M. (2020). *The Development and Effectiveness of Motion Graphic Animation Videos to Improve Primary School Students ' Sciences Learning Outcomes*. 13(3), 247–266.
- Hisyam, T., Umar, M., & Winarso, D. (2020). *ANALISIS PERBANDINGAN TEKNIK 3D RENDERING CYCLES* Key word : 10(1), 11–19.
- Ibrahim, M., & Majalengka, U. (n.d.). *IMPLEMENTASI PIPELINE DALAM PRODUKSI ANIMASI 3D UNTUK*. 67–76.
- Jaakkola, M. (n.d.). *Academic AI Literacy*.
- Kajian, J., Maharani, A. R., Ponirin, P., Santi, I. N., Risendy, R., Manajemen, S., Manajemen, E., Ekonomi, F., & Tadulako, U. (2024). *Efektivitas Penggunaan Iklan Instagram sebagai Media Promosi UMKM Efektivitas Penggunaan Iklan Instagram sebagai Media Promosi UMKM kehidupan manusia pada abad 21 , karena pada era digitalisasi ini teknologi digital dapat dan video untuk dilihat semua orang . Fasilitas tersebut memungkinkan pengguna untuk*. 2.
- Koya, I., & Tengah, I. K. (2024). *Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran dengan CapCut*. 5(2), 207–215.
- Liu, S., Li, W., & Jia, J. (n.d.). *Video-P2P : Video Editing with Cross-attention Control*. 8599–8608.
- Ma, J. (2025). *MoVer : Motion Verification for Motion Graphics Animations*. *ACM Transactions on Graphics*, 44(4). <https://doi.org/10.1145/3731209>

- Maringga, R., Sunardi, D., & Hidayat, A. K. (2025). *RANCANG BANGUN ANIMASI 3D PENCAK SILAT DENGAN METODE POSE TO POSE*. 9(6), 9875–9883.
- Mukhtar, M., Praptama, A., & Ayu, A. (2025). *PEMBUATAN VIDEO TUTORIAL PADA APLIKASI ‘ CAPCUT ’ PADA KONTEN KREATOR PEMULA pemula untuk menghasilkan video berkualitas dengan mudah . Salah satu aplikasi populer yang lengkap serta antarmuka yang ramah pengguna . Artikel ini membahas langkah-langkah da*. 1–5.
- Pebrianti, W. puji. (2024). *No Title*.
- Polgan, J. M., Faturahman, F., Abdullah, F., Bandung, K., Wondershare, F., Digital, M., Collection, S., & Purwacandra, P. (2024). *Perancangan Dan Pembuatan Iklan Animasi 3D Sebagai Media Promosi pada Usaha Santi Collection*. 13, 893–901.
- Polgan, J. M., Sahputra, A., Lubis, D. S., Tinggi, S., Manajemen, I., Medan, S., & Medan, K. (2023). *Perancangan dan Pembuatan Iklan Video sebagai Media Promosi pada Usaha Qorigins Betta*. 12, 988–996.
- Priandika, A. T., Gunawan, R. D., & Ardiansah, T. (2022). *Video Editing Training to Improve the Quality of Teaching and Learning at SMK Palapa Bandarlampung*. 1(2), 26–30.
- Priyono, L. A., Purwacandra, P. P., & Gunanto, S. G. (2020). *PENERAPAN PRINSIP ANIMASI DALAM PENCIPTAAN ANIMASI 3D “ KEPITING .”* 1, 51–66.
- Rangkuti, M. R., Yasir, A., Satria, W., Teknik, F., Ilmu, D., Dharmawangsa, U., & Info, A. (2023). *PEMBUATAN ANIMASI MOBIL BERBASIS 3D ANIMATION REALISTIS MENGGUNAKAN APLIKASI*. 4(1), 56–65. <https://doi.org/10.46576/djtechno>
- Rivaldo, F. E., & Marcos, H. (n.d.). *Perancangan Desain 3D Untuk Media Promosi Rumah Menggunakan Blender 3D Design for Home Promotion Media Using Blender*. 127, 28–39.
- Rotation, A. (2020). *PEMANFAATAN SCRIPT PYTHON UNTUK MEMBUAT 3D ANIMATION PADA OPEN- Keywords : Script Python , Keyframe , Render 3D Model , open-source software*.
- Shot List. (2022). 5, 66–77.
- Simamora, P. R., Zega, S. A., St, S., & Sc, M. (2019). *PERANCANGAN 3D MODELING DAN VFX WATER SIMULATION DALAM ANIMASI 3D BERJUDUL “ BLUE & FLASH .”* 3(2).

- Sumaryana, Y., & Hikmatyar, M. (2020). *APLIKASI ALAT BANTU PEMBELAJARAN SISWA SEKOLAH DASAR MENGGUNAKAN METODE MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE (MDLC) THE APPLICATION OF PRIMARY SCHOOL LEARNING TOOLS USING MULTIMEDIA DEVELOPMENT METHOD LIFE CYCLE (MDLC). MDLC*, 117–124.
- Sun, W., Tu, R., Liao, J., & Tao, D. (n.d.). *Diffusion Model-Based Video Editing : A Survey*. 1–23.
- Tusanputri, A. V, & Amron, A. (2021a). *Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. Forum Ekonomi*, 23 (4), 632-639.
- Tusanputri, A. V, & Amron, A. (2021b). *Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. FORUM EKONOMI*, 23 (4), Article 4.

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN

Nama : Sherly Aprianti
 Program Studi : Teknik Informatika
 Fakultas : Teknik

A. Profil Responden

No	Nama	Gender	Umur
1	Sinta Yopita Utari	Perempuan	22 tahun
2	Venna Melinda Sari	Perempuan	22 tahun
3	Kurnia Ramadhani	Perempuan	21 tahun
4	Bima Herbudi	Laki-laki	22 tahun
5	Melisa Permata Sari	Perempuan	22 tahun
6	Rita Wati	Perempuan	22 tahun
7	Deby Arianto	Laki-laki	24 tahun
8	Riski	Laki-laki	23 tahun
9	Kalvin	Laki-laki	22 tahun
10	Melzan	Laki-laki	22 tahun
11	Amirzan Suderajat	Perempuan	22 tahun
12	Sherly Ramadhani	Perempuan	22 tahun
13	chintya	Perempuan	22 tahun
14	Yesica Yulia Putri	Perempuan	22 tahun
15	Dea Putricia Kasandra	Perempuan	22 tahun
16	Fadia	Perempuan	22 tahun
17	Fitria Nurkarimah	Perempuan	22 tahun
18	Ilham Anjasmara	Laki-laki	24 tahun
19	Putri Kartikasari	Perempuan	21 tahun
10	Qurani	Perempuan	22 tahun
21	Tiwi	Perempuan	23 tahun
22	Yuliana	Perempuan	22 tahun

23	Nura Feni Aindah	Perempuan	22 tahun
24	Desti Puspitsa Sari	Perempuan	22 tahun
25	Helmi Dayanti Indriani	Perempuan	22 tahun
26	Faradila Frinti	Perempuan	22 tahun

B. Kuesioner

No	Pertanyaan	Aspek
1	Apakah model 3D produk facial wash dalam video ini terlihat realistis dan mirip produk nyata?	Aspek kualitas dan visual 3D
2	Apakah transisi adegan dan pergerakan kamera (camera movement) dalam video terasa halus dan nyaman ditonton?	
3	Apakah efek visual (seperti cipratan air, atau efek kilau) terlihat meyakinkan dan menarik?	
4	Apakah kombinasi warna dan pencahayaan (lighting) dalam video membuat produk tampak bersih dan higienis?	
5	Apakah 3 detik pertama video ini berhasil langsung menarik perhatian anda untuk terus menonton?	Aspek penyampaian informasi dan editing
6	Apakah teks informasi keunggulan produk (motion typography) dalam video mudah dibaca dan dipahami?	
7	Apakah penggunaan animasi 3D membuat produk facial wash ini terkesan lebih modern dan premium dibanding produk pesaing?	
8	Setelah menonton video ini, apakah anda merasa yakin dengan manfaat kebersihan wajah yang ditawarkan?	Aspek dampak psikologis dan minat beli (persuasi)

Apakah video iklan 3D ini meningkatkan minat
9 anda untuk membeli atau mencoba produk facial
wash tersebut?

Apakah video iklan produk facial wash ini pantas
10 dipublish dan dijadikan iklan promosi produk
facial wash?

C. Rumus Perhitungan

Perhitungan per indikator

skor maksimal/pertanyaan

= jumlah responden x nilai tertinggi skor skala likert

$$\text{skor/indikator} = \frac{\text{Total skor aktual}}{\text{skor maksimal/pertanyaan}} \times 100\%$$

Perhitungan skor aktual

$$\text{Nilai Akhir} = \frac{\text{Total skor aktual}}{\text{total skor maksimal}} \times 100\%$$

Total skor aktual

$$= \sum (\text{jumlah responden yang memilih opsi} \times \text{bobot skor})$$

Total skor maksimal

$$= \text{jumlah responden} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{skor tertinggi (5)}$$

D. Rekap Hasil Semua Perhitungan

No	Indikator	Aspek Penilaian	Skor Aktual	Persentase
1	Realisme model 3D	Kualitas Visual 3D	108	83,0%
2	Transisi dan gerakan kamera	Kualitas Visual 3D	110	84,6%
3	Efek visual (cipratan air, kilau)	Kualitas Visual 3D	96	73,8%
4	Warna dan pencahayaan (lighting)	Kualitas Visual 3D	113	86,9%
5	Daya tarik 3 detik pertama	Penyampaian Informasi & Editing	109	83,8%
6	Kemudahan membaca motion typography	Penyampaian Informasi & Editing	113	86,9%
7	Kesan modern dan premium	Penyampaian Informasi & Editing	108	83,0%

8	Keyakinan terhadap manfaat produk	Dampak Psikologis & Minat Beli	111	85,3%
9	Minat membeli/mencoba produk	Dampak Psikologis & Minat Beli	111	85,3%
10	Kelayakan publikasi	Dampak Psikologis & Minat Beli	109	83,8%
Total	1.090 / 1.300			83,8%

E. Alat Ukur Peak Signal-To-Noise Ratio (PSNR)

Rumus PSNR berdasarkan Mean Squad Error (MSE):

$$PSNR = 10 \cdot \log_{10} \left(\frac{MAX^2}{MSE} \right)$$

Link sumber video referensi:

<https://youtu.be/USjpIyOc5WQ?si=bIofDBRvb0KD5OAd>

Tabel standar kualitas PSNR:

No	Metrik	Rentang Nilai	Kategori Kualitas	Keterangan
1	PSNR	>40 dB	Sangat baik	Hampir tidak ada perbedaan dengan video asli
		30-40 dB	Baik	Perbedaan kecil, kualitas bagus
		20-30 dB	Sedang	Perbedaan mulai terlihat
		10-20 dB	Buruk	Distorsi besar, kualitas rendah
		<10 dB	Sangat buruk	Kualitas sangat buruk, beda jauh dengan asli