

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Media Promosi Digital dan Multimedia

Media promosi digital merupakan sarana yang memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada masyarakat. Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku usaha menyajikan informasi melalui berbagai bentuk konten yang disesuaikan dengan karakteristik produk dan target audiens. Strategi promosi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan platform, tetapi juga mencakup perencanaan konten, pengenalan target pasar, dan penyampaian pesan produk secara tepat (Lubis et al., 2024).

Salah satu bentuk konten yang dapat digunakan dalam promosi digital adalah multimedia. Multimedia merupakan penggunaan dan penggabungan berbagai unsur media seperti teks, gambar, grafik, audio, video, dan animasi untuk menyampaikan informasi kepada pengguna (Munir, 2012:2). Perpaduan unsur tersebut memungkinkan informasi produk disajikan secara lebih lengkap melalui visual dan suara. Video animasi 3D juga telah dimanfaatkan sebagai media promosi untuk menyajikan informasi secara visual melalui media digital (Siswanto et al., 2023). Dalam penelitian ini, konsep multimedia menjadi dasar pengembangan iklan animasi 3D produk Kopi Sempurna yang menggabungkan objek tiga dimensi, teks, animasi, audio, dan video sebagai satu kesatuan media promosi digital.

2.2 Animasi 3D

Animasi 3D merupakan teknik pembuatan objek dan gambar bergerak dalam ruang tiga dimensi sehingga objek memiliki bentuk, posisi, dan gerakan yang dapat ditampilkan dari berbagai sudut pandang. Animasi 3D dapat digunakan sebagai media promosi karena mampu menyajikan produk melalui visual yang dinamis dan mendukung penyampaian informasi kepada audiens (Ardi et al., 2022).

Secara umum, proses pembuatan animasi 3D meliputi beberapa tahapan yang saling berkaitan. *Modelling* merupakan proses membentuk objek tiga dimensi. *Texturing* memberikan karakter permukaan, warna, dan tampilan objek. *Lighting* digunakan untuk mengatur pencahayaan agar bentuk dan detail objek terlihat jelas. Tahap *animation* memberikan gerakan pada objek, sedangkan pengaturan *camera* menentukan sudut pandang adegan. *Rendering* merupakan proses menghasilkan gambar atau rangkaian animasi dari objek, material, pencahayaan, kamera, dan gerakan yang telah dibuat (Blender Foundation, 2026). Tahapan tersebut digunakan untuk menghasilkan visual animasi 3D produk Kopi Sempurna sebelum memasuki proses penyuntingan video.

2.3 Blender dan CapCut

Blender merupakan perangkat lunak *open source* yang digunakan untuk membuat dan mengembangkan objek tiga dimensi. Blender menyediakan fasilitas yang mendukung produksi animasi, seperti *modelling*, *texturing*, *lighting*, *animation*, pengaturan kamera, dan *rendering* (Blender Foundation, 2026). Dalam penelitian ini, Blender digunakan untuk membuat objek 3D produk Kopi Sempurna,

mengatur material dan pencahayaan, membuat gerakan animasi, serta menghasilkan hasil *render*.

CapCut merupakan perangkat lunak penyuntingan video yang menyediakan fitur untuk memotong dan menyusun klip, menambahkan teks dan audio, memberi efek serta transisi, dan mengekspor video (CapCut, 2026). Dalam penelitian ini, CapCut digunakan pada tahap pascaproduksi untuk menyusun hasil *rendering* dari Blender dan melakukan finalisasi video. Dengan demikian, Blender berperan pada proses produksi animasi 3D, sedangkan CapCut digunakan pada proses penyuntingan dan penyelesaian video iklan.

2.4 Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

Multimedia Development Life Cycle (MDLC) merupakan model pengembangan yang digunakan dalam pembuatan produk multimedia melalui tahapan yang sistematis. Model ini terdiri atas enam tahap, yaitu *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* (Nofiar et al., 2022).

Tahap *concept* digunakan untuk menentukan tujuan, sasaran pengguna, dan konsep dasar produk. *Design* berisi perancangan tampilan, alur, dan kebutuhan media. *Material collecting* merupakan tahap pengumpulan bahan seperti gambar, teks, audio, dan aset pendukung. *Assembly* merupakan proses menggabungkan dan mengolah bahan berdasarkan rancangan. *Testing* dilakukan untuk memeriksa kesesuaian dan kualitas produk yang dihasilkan, sedangkan *distribution* merupakan proses penyimpanan dan penyebaran produk kepada pengguna (Nofiar et al., 2022). Dalam penelitian ini, MDLC digunakan sebagai model pengembangan iklan

animasi 3D karena tahapannya sesuai dengan proses perancangan, produksi, pengujian, hingga distribusi media promosi digital.

2.5 Evaluasi Multimedia

Evaluasi multimedia dilakukan untuk mengetahui tanggapan pengguna terhadap media yang telah dikembangkan. Penilaian dapat dilakukan melalui kuesioner dengan memperhatikan unsur multimedia seperti tampilan visual, teks atau informasi, animasi, dan unsur pendukung lainnya. Penilaian pengguna terhadap unsur tersebut dapat memberikan gambaran mengenai kejelasan dan daya tarik media (Khedif et al., 2014). Pada media berbentuk video, kualitas visual dan audio juga penting karena keduanya diterima secara bersamaan oleh pengguna ketika menilai suatu tayangan (Muhammad Prayoga, 2022).

Dalam penelitian ini, evaluasi target audiens mencakup tujuh aspek, yaitu visual, animasi, kejelasan informasi, audio, daya tarik iklan, ketertarikan terhadap produk, dan kelayakan media. Aspek visual menilai tampilan objek dan desain, sedangkan animasi menilai gerakan yang ditampilkan. Kejelasan informasi berkaitan dengan kemudahan memahami pesan produk, sementara audio dinilai berdasarkan kesesuaiannya dengan video. Daya tarik iklan digunakan untuk mengetahui kemampuan iklan menarik dan mempertahankan perhatian audiens, ketertarikan terhadap produk menunjukkan minat audiens untuk mencoba produk setelah melihat iklan, sedangkan kelayakan menunjukkan penilaian umum mengenai kesesuaian video untuk digunakan sebagai media promosi digital.

2.6 Penelitian Terdahulu dan Research Gap

Beberapa penelitian terdahulu telah memanfaatkan animasi 3D sebagai media promosi dan penyampaian informasi. Faturahman & Abdullah (2024) mengembangkan iklan animasi 3D untuk Santi Collection menggunakan Blender dan Filmora sebagai media promosi usaha. Ardi et al (2022) mengembangkan animasi 3D untuk promosi usaha kafe dengan Blender dan MDLC serta melakukan penilaian kepada pengguna. Nofiar et al (2022) menggunakan MDLC dalam pembuatan animasi 3D proses pembuatan sabun sebagai media informasi. Arsaq dkk. menerapkan MDLC untuk iklan layanan masyarakat mengenai pemilahan sampah dan melakukan pengujian kepada ahli serta audiens (Arsaq et al., 2024). Nurhayati et al (2023) juga menggunakan MDLC dalam pengembangan film animasi 3D sebagai media informasi budaya dan melakukan pengujian kepada ahli serta masyarakat.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Objek/ Fokus	Metode/ Perangkat	Pengujian	Perbedaan dengan penelitian ini
Faturahman & Abdullah (2024)	Promosi Santi Collection	Blender dan Filmora	Tidak menjadi fokus utama	Objek dan perangkat penyuntingan berbeda
Ardi et al (2022)	Promosi usaha kafe	MDLC dan Blender	Kuesioner pengguna	Objek dan ruang lingkup evaluasi berbeda
Nofiar et al (2022)	Animasi proses pembuatan sabun	MDLC, Blender, Adobe Premiere	Uji kesesuaian storyboard dan respon pengguna	Berorientasi informasi/pembelajaran

Penelitian	Objek/ Fokus	Metode/ Perangkat	Pengujian	Perbedaan dengan penelitian ini
Arsaq dkk. (2024)	Iklan pemilahan sampah	MDLC dan animasi 3D	Ahli dan audiens	Iklan layanan masyarakat
Nurhayati et al (2023)	Film animasi informasi budaya	MDLC dan animasi 3D	Ahli dan masyarakat	Media informasi budaya

Berdasarkan lima penelitian yang ditelaah, animasi 3D dan MDLC telah diterapkan pada berbagai objek dan tujuan. Namun, belum ditemukan pada lima penelitian tersebut pengembangan yang secara khusus menggabungkan kebutuhan promosi produk kopi lokal, Blender sebagai perangkat produksi animasi, CapCut sebagai perangkat penyuntingan, penyesuaian kemasan sebagai bagian dari aset visual, serta penilaian target audiens terhadap aspek visual, animasi, kejelasan informasi, audio, daya tarik iklan, ketertarikan terhadap produk, dan kelayakan media. Dengan demikian, posisi penelitian ini terletak pada penerapan animasi 3D yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi produk Kopi Sempurna serta evaluasi media terhadap target audiens.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu tersebut, MDLC digunakan sebagai model pengembangan, Blender dan CapCut sebagai perangkat produksi, serta penilaian target audiens sebagai dasar evaluasi media. Landasan ini menjadi acuan dalam pelaksanaan pengembangan iklan animasi 3D produk Kopi Sempurna.