

PERANCANGAN IKLAN ANIMASI 3D PRODUK MINUMAN LOKAL KOPI ARABIKA GAYO UNTUK MENINGKATKAN BRAND LOYALTY

Ihsan Wazni¹, Fathiah²

^{1,2}Pendidikan Teknologi Informasi, Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

^{1,2} Jln. Syeikh Abdul Rauf Kopelma Darussalam, 23111

¹ 200212015@student.ar-raniry.ac.id, ²fathiah@ar-raniry.ac.id

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengevaluasi animasi 3D sebagai media promosi untuk produk minuman lokal guna meningkatkan loyalitas merek, yang merupakan salah satu elemen penting dalam keberhasilan pemasaran. Dalam penelitian ini, proses pengembangan animasi dilakukan secara terstruktur menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu konsep, desain, perakitan, pengujian, hingga distribusi. Proses ini didukung oleh perangkat lunak Blender yang dikenal memiliki fitur lengkap dan fleksibilitas tinggi dalam pembuatan animasi 3D. Evaluasi terhadap hasil animasi dilakukan oleh validator dan dua ahli media dengan menggunakan indikator penilaian yang mencakup aspek visual, kualitas animasi, kesesuaian audio, dan daya tarik iklan. Berdasarkan hasil evaluasi, animasi memperoleh skor rata-rata sempurna 5 atau 100% dari validator, yang mencerminkan bahwa animasi tersebut telah memenuhi semua kriteria dengan sangat baik. Sementara itu, dua ahli media memberikan skor rata-rata 4,4 dari 5 atau 88%, yang menunjukkan bahwa animasi ini juga dinilai sangat baik dalam berbagai aspek. Penilaian ini mengindikasikan bahwa animasi 3D yang dihasilkan mampu menyajikan produk dengan jelas, menarik secara visual, mudah dipahami, serta efektif dalam meningkatkan minat konsumen terhadap produk. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan animasi 3D tidak hanya inovatif tetapi juga memiliki potensi besar sebagai strategi promosi yang mampu memperkuat citra merek lokal dan menarik perhatian konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kata Kunci: Media Promosi, Multimedia Development Life Cycle (MDLC), Animasi 3D, Software Blender, Produk Minuman Lokal.

Abstract: *This research aims to design and evaluate 3D animation as a promotional media for local beverage products to increase brand loyalty, which is one of the important elements in marketing success. In this research, the animation development process is carried out in a structured manner using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method which consists of several stages, namely concept, design, assembly, testing, and distribution. This process was supported by Blender software, which is known to have complete features and high flexibility in creating 3D animations. Evaluation of the animation results was conducted by a validator and two media experts using assessment indicators covering visual aspects, animation quality, audio suitability, and advertising appeal. Based on the evaluation results, the animation obtained a perfect average score of 5 or 100% from the validator, which reflects that the animation has met all criteria very well. Meanwhile, two media experts gave an average score of 4.4 out of 5 or 88%, indicating that the animation was also rated as excellent in various aspects. This assessment indicates that the 3D animation produced is able to present the product clearly, visually appealing, easy to understand, and effective in increasing*

consumer interest in the product. The results of this study confirm that the use of 3D animation is not only innovative but also has great potential as a promotional strategy that is able to strengthen the image of local brands and attract consumer attention in the midst of increasingly fierce market competition.

Keywords: *Promotional Media, Multimedia Development Life Cycle (MDLC), 3D Animation, Software Blender, Local Beverage Products.*

1. PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, strategi pemasaran menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen sekaligus membangun loyalitas terhadap merek. Salah satu pendekatan yang efektif adalah melalui penggunaan iklan animasi 3D, yang mampu menyampaikan pesan secara kreatif dan menarik. Iklan animasi 3D tidak hanya memberikan pengalaman visual yang lebih dinamis, tetapi juga mampu membangun koneksi emosional yang lebih kuat dengan audiens, sehingga meningkatkan daya tarik dan daya ingat terhadap produk. Dalam konteks produk minuman kopi, yang bersaing dalam pasar yang sangat padat, penggunaan iklan animasi 3D dapat menjadi solusi untuk memperkuat identitas merek, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan serta loyalitas pelanggan.

Brand loyalty merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pemasaran. Konsumen yang loyal tidak hanya akan terus membeli produk, tetapi juga merekomendasikannya kepada orang lain. Dalam industri makanan dan minuman, di mana pilihan produk sangat beragam, menciptakan pengalaman positif melalui promosi yang menarik adalah langkah strategis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Iklan animasi 3D dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan menarik bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan keterikatan mereka terhadap merek.[1]

Penggunaan animasi 3D dalam kampanye iklan menghadirkan sejumlah keunggulan yang menonjol. Pertama, animasi 3D mampu menyajikan visualisasi produk yang lebih realistis dan menarik

dibandingkan gambar 2D. Kedua, teknologi ini memungkinkan penyampaian cerita yang lebih kreatif dan mendalam, dengan kemudahan merealisasikan elemen-elemen yang sulit diwujudkan di dunia nyata dalam bentuk animasi.[2] Ketiga, animasi 3D berpotensi meningkatkan interaksi dan keterlibatan konsumen melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. [3]

Selain itu, penggunaan animasi 3D dalam iklan dapat membantu memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tarik emosional terhadap produk. Meskipun memiliki potensi besar, produk minuman lokal sering kali menghadapi tantangan dalam hal pemasaran. Banyak konsumen lebih mengenal merek besar daripada produk lokal yang mungkin lebih berkualitas. Oleh karena itu, perancangan iklan animasi 3D untuk produk minuman lokal menjadi penting untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan brand loyalty. Iklan yang menarik dapat membantu memperkenalkan keunikan dan keunggulan produk lokal kepada masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan animasi 3D yang efektif dalam kampanye iklan guna meningkatkan loyalitas merek pada produk minuman lokal. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana berbagai elemen animasi 3D dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk menarik dan mempertahankan perhatian konsumen, serta menganalisis pengaruhnya terhadap persepsi dan loyalitas merek. Melalui studi ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi-strategi yang efektif dalam memanfaatkan

animasi 3D untuk mendukung upaya pemasaran dan branding produk minuman lokal.

Penelitian ini dilakukan di Black Coffee Arabica, sebuah cafe shop yang berlokasi strategis di Simpang Keumangan, Beureuneuen. Lokasi ini dipilih karena memiliki basis pelanggan yang cukup luas dan beragam, sehingga memungkinkan penelitian ini untuk mengeksplorasi efektivitas iklan animasi 3D dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan loyalitas terhadap merek. Selain itu, sebagai usaha yang terus berkembang, Black Coffee Arabica memiliki potensi besar untuk memanfaatkan strategi pemasaran kreatif seperti animasi 3D dalam memperkuat posisinya di pasar lokal maupun regional.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Desain Grafis

Desain grafis adalah seni dan praktik merancang konten visual untuk menyampaikan pesan. Ini melibatkan penggunaan tipografi, warna, gambar, dan tata letak untuk membuat desain yang menarik dan efektif. Desain grafis digunakan dalam berbagai media, termasuk iklan, majalah, situs web, dan kemasan produk, untuk menarik perhatian dan mengkomunikasikan informasi.[5]

2.2 Desain modeling

Desain modeling 3D adalah proses menciptakan representasi digital dari objek tiga dimensi menggunakan perangkat lunak komputer. Proses ini mencakup beberapa langkah, termasuk pemodelan, tekstur, pencahayaan, dan rendering. Pemodelan 3D digunakan dalam berbagai industri seperti animasi, arsitektur, game, dan iklan untuk menciptakan visualisasi yang realistis dan menarik.[6]

Pemodelan 3D adalah tahap awal dalam desain 3D di mana objek tiga dimensi dibuat menggunakan poligon. Objek-objek ini dirancang dengan mempertimbangkan

bentuk, ukuran, dan struktur internalnya. Pemodelan poligon adalah teknik yang paling umum digunakan, di mana objek dibentuk dari banyak poligon kecil yang digabungkan menjadi satu bentuk kompleks.

2.3 Minuman Lokal

Minuman lokal adalah produk khas yang mencerminkan kekayaan budaya dan tradisi Indonesia. Setiap daerah memiliki minuman khasnya, yang sering kali berbahan dasar rempah, buah, atau bahan alami lainnya. Minuman ini tidak hanya menyegarkan tetapi juga sering memiliki manfaat kesehatan. Salah satu contoh minuman lokal yang terkenal adalah Kopi Gayo dari Aceh. Aceh memiliki minuman khas yang menjadi identitas budayanya, salah satunya adalah Kopi Gayo. Kopi Gayo berasal dari dataran tinggi Gayo di Aceh Tengah, yang terkenal sebagai salah satu produsen kopi arabika terbaik di dunia. Kopi Gayo tidak hanya menjadi minuman, tetapi juga simbol dari kekayaan alam dan budaya Aceh, mendukung ekonomi lokal melalui ekspor kopi berkualitas tinggi.

2.4 Iklan

Iklan adalah bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk mempromosikan atau menjual produk, jasa, atau ide kepada target audiens. Iklan menggunakan berbagai media seperti televisi, radio, internet, cetak, dan billboard untuk menyampaikan pesan kepada konsumen potensial. Tujuan utama iklan adalah untuk menarik perhatian, menciptakan minat, mendorong keinginan, dan mengarahkan tindakan konsumen terhadap produk atau jasa yang diiklankan.[7]

2.5 Software Blender

Blender adalah perangkat lunak sumber terbuka (open source) yang digunakan untuk pembuatan grafik dan animasi 3D. Blender menyediakan berbagai fitur, termasuk pemodelan 3D, tekstur, pencahayaan, rendering, animasi, simulasi fisika, penyuntingan video, dan pembuatan

efek visual.[8] Karena sifatnya yang open source, Blender dapat digunakan dan dimodifikasi secara bebas oleh siapa saja, menjadikannya alat yang sangat populer di kalangan artis, desainer, dan pengembang game.

2.6 Capcut

CapCut adalah aplikasi pengeditan video yang dikembangkan oleh ByteDance. Aplikasi ini tersedia di android, ios dan pc. Beberapa fitur unggulan dari Capcut adalah antarmuka yang ramah pengguna, filter dan effect, music dan lainnya. Berikut adalah beberapa tools software Capcut

- Media, untuk menambahkan media seperti video ke workspace.
- Audio, untuk pengeditan suara seperti musik dan sound effect
- Text, untuk editing text atau tulisan pada video.
- Stickers, untuk menambahkan element gambar pada workspace seperti meme dan lainnya.
- Effects, untuk menambahkan effects seperti pencahayaan partikel dan lainnya.
- Transitions, untuk memberikan animasi pada transisi antar video. Filters, untuk memberikan efek pada pencahayaan video.

2.7 Storyboard

Storyboard adalah perencanaan visual awal yang digunakan untuk menggambarkan alur cerita, adegan, atau urutan peristiwa dalam suatu media pendidikan atau animasi. Storyboard teoritis berfokus pada konsep, isi pembelajaran, dan bagaimana informasi tersebut disampaikan, bukan hanya pada aspek visual saja.

2.8 Metode MDLC

Metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) terdiri dari beberapa langkah sistematis yang bertujuan untuk memastikan proyek multimedia dikembangkan dengan baik dan efisien.[9]

Berikut adalah penjelasan setiap langkah dalam metode MDLC:

- Konsep, pada tahap ini, ide awal proyek multimedia dikembangkan. Tujuan, sasaran audiens, dan cakupan proyek ditentukan
- Design, tahap ini melibatkan pembuatan blueprint atau sketsa proyek. Ini mencakup desain visual, desain navigasi, dan struktur konten
- Pengumpulan Bahan, pada tahap ini, semua bahan yang diperlukan untuk proyek dikumpulkan. Ini bisa mencakup teks, gambar, audio, video, dan elemen interaktif lainnya.
- Perakitan adalah di mana semua bahan yang telah dikumpulkan dan didesain disatukan menjadi satu kesatuan.
- Pengujian melibatkan pengujian menyeluruh terhadap proyek untuk memastikan semuanya berjalan dengan baik dan bebas dari kesalahan.
- Distribusi, tahap ini meliputi publikasi online, pembuatan media fisik, atau peluncuran aplikasi.

3. METODE

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena atau kejadian berdasarkan sudut pandang individu atau kelompok. Metode penelitian kualitatif biasanya melibatkan pengumpulan data non-numerik, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, guna menggali makna, pengalaman, atau pandangan dari responden. [10]

Dengan pendekatan ini, diharapkan data yang diperoleh dapat mendukung dan menyempurnakan proses pembuatan iklan animasi 3D untuk produk minuman local.

3.2 Subyek Penelitian dan Sumber Data

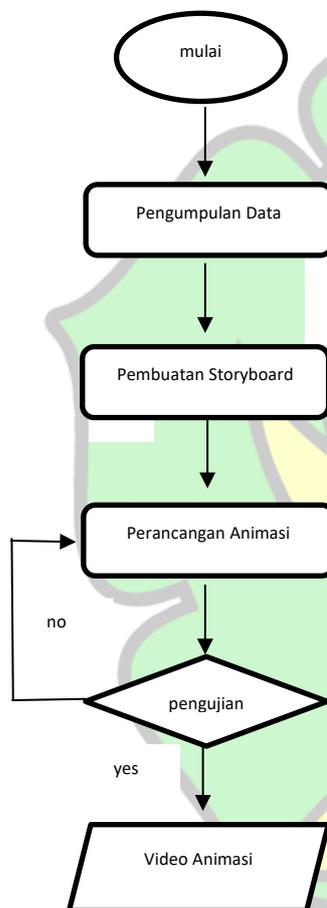
Subyek pada penelitian ini mengacu kepada narasumber yang memberikan sumber data pada penelitian ini yang mencakup konsumen produk minuman lokal, dan produsen minuman lokal

3.3 Metode perancangan

Dalam penelitian ini, metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Pada metode MDLC ini terdapat beberapa tahapan antara lain:

foto produk untuk digunakan pada tahap produksi.

- Konsep (Concept), Pada tahap ini penulis menentukan ide yang akan yang nantinya akan dikembangkan menjadi design 3D.
- Design (Perancangan), Pada tahap ini penulis membuat storyboard yang nantinya akan menjadi dasar acuan dalam perancangan animasi 3D ini.



Gambar 1 Flowchart Alur Penelitian

Gambar 1 adalah tahapan dari metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). digunakan untuk melakukan perancangan.

- Pengumpulan Data, Penulis mengumpulkan data dari wawancara terhadap ahli marketing maupun produsen produk serta dari hasil survei kepada konsumen dan menumpulkan



Gambar 2 Flowchart Alur Perancangan

- Pengujian (Testing), Tahap pengujian adalah tahap dimana hasil dari video animasi yang sudah rancang dan diuji kelayakannya oleh ahli media dan ahli materi.

- Output, Hasil dari uji kelayakan oleh ahli media dan ahli materi adalah sebuah iklan animasi 3D minuman lokal

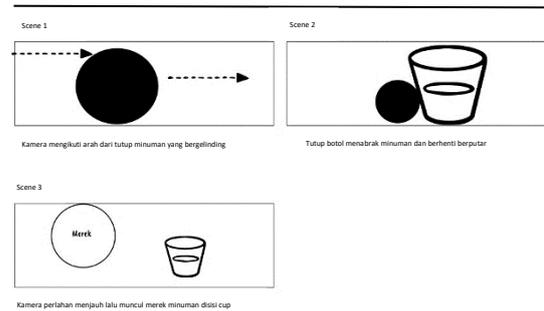
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Design (Perancangan)

a. Perencanaan dan Konsep

Pada tahap ini ide konsep akan dibuat menjadi sebuah naskah visual yang menjelaskan alur adegan dan narasi, yaitu Storyboard. Papan cerita atau Storyboard merupakan sketsa gambar yang disusun secara berurutan sesuai naskah dan pengambilan gambar shot per shot atau sketsa sebuah adegan animasi iklan untuk produk minuman lokal.

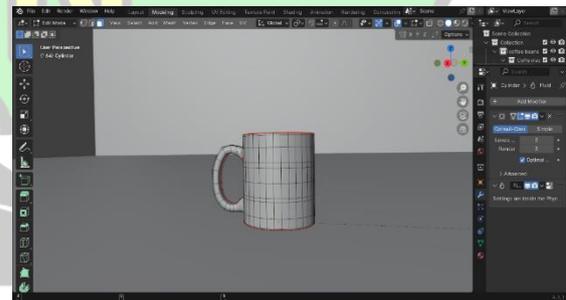
Pembuatan animasi iklan ini bertujuan sebagai media promosi menarik dan informatif untuk produk minuman lokal, dengan menampilkan cara kerja alat melalui animasi 3D menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle).



Gambar 3 Story Board 1, 2, 3

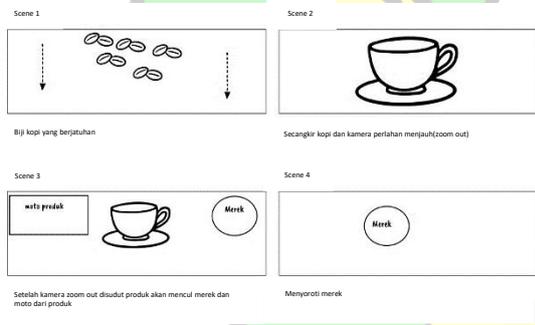
b. Modeling (Pembuatan Objek 3d)

Dalam tahap modeling, digunakan objek dasar seperti cube, cylinder, plane, dan circle lalu digabungkan untuk perancangan desain modeling. Pada pembuatan modeling produk minuman lokal menggunakan edit mode untuk membuat bentuk yang diinginkan, skala, rotasi, dan menggunakan modifier sesuai struktur modeling yang diperlukan.



Gambar 4 Modeling

Gambar 4 menunjukkan hasil dari desain modeling yang telah disesuaikan dan dibentuk sesuai dengan kebutuhan.



c. Texturing (Menambahkan Tekstur)

Proses texturing pada model dilakukan untuk memberikan tampilan yang lebih realistis. Shading diterapkan untuk menciptakan warna, dengan menggunakan shader editor untuk menambahkan node texture yang sesuai dengan model yang telah dibuat, seperti pada sisi gelas yang diberi warna dasar.



Gambar 5 Texturing

Gambar 5 menunjukkan bagaimana texturing diterapkan pada permukaan objek, menyesuaikan dengan struktur alat asli agar tampak lebih natural dan realistis.

d. Animation (Gerakan Karakter / Objek)

Pada tahap ini, animasi digunakan untuk membuat iklan yang lebih menarik dengan menggerakkan komponen tertentu untuk memperlihatkan cara kerja alat secara visual. Proses ini melibatkan pengaturan gerakan melalui keyframe, yang berfungsi sebagai penanda awal dan akhir perubahan, seperti posisi objek, efek, atau elemen lainnya.



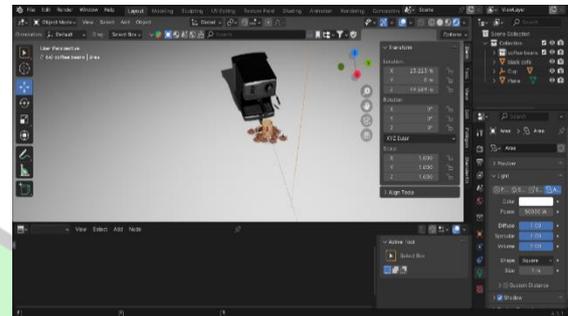
Gambar 6 Animating

Sebagai contoh, pada Gambar 6 digunakan untuk mengatur transformasi dan dinamika animasi, sehingga menghasilkan visual yang lebih jelas dan informatif.

e. Lighting (Pencahayaan Adegan)

Pada tahap ini, pencahayaan diatur untuk meningkatkan kejelasan objek, baik pada bagian luar maupun dalam. Pengaturan tersebut bertujuan menghasilkan tampilan

yang lebih realistis dengan menyorot area penting pada produk, sehingga calon konsumen dapat memahami cara kerja produk minuman lokal secara lebih jelas.



Gambar 7 Lighting

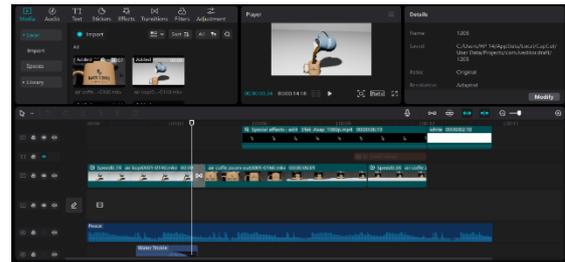
Sebagai ilustrasi, Gambar 7 menunjukkan bagaimana pencahayaan (lighting) memengaruhi kejelasan dan nilai visual, baik pada objek utama maupun latar belakang, dalam desain model 3D.

f. Camera Set Up (Pengaturan Kamera)

Camera Setup dalam pembuatan animasi 3D adalah salah satu elemen penting yang dapat mempengaruhi cara pandang audiens terhadap objek yang sedang ditampilkan, termasuk dalam pembuatan iklan produk seperti minuman lokal. Penempatan kamera sangat mempengaruhi perspektif dan fokus visual dalam animasi. Dalam konteks iklan minuman lokal, misalnya, kamera harus ditempatkan sedemikian rupa agar produk (seperti gelas berisi minuman) terlihat jelas dan menarik. Kamera dalam animasi 3D juga perlu disesuaikan dengan pengaturan pencahayaan. Pencahayaan yang baik membantu menonjolkan tekstur dan detail pada objek, seperti efek cahaya yang memantul pada permukaan gelas minuman.



Gambar 8 Camera Set Up



Gambar 9 Post Production

g. Rendering (Proses Rendering)

Pada perancangan ini menggunakan Rendering Eevee. Eevee adalah renderer real-time yang memberikan visualisasi cepat, cocok untuk preview. proses rendering dilakukan dengan menekan tombol render. Pada panel render, Eevee sebagai render engine dan atur pengaturan kualitas. Eevee akan memproses scene dan menghasilkan gambar final yang menggambarkan minuman lokal dengan tampilan realistis, termasuk efek cahaya, bayangan, dan tekstur. Setelah rendering selesai, digunakan compositing untuk menambahkan efek visual tambahan atau penyesuaian warna untuk meningkatkan hasil akhir.

h. Post Production (Efek Visual dan Suara)

Post production merupakan tahap di mana elemen-elemen visual dan audio ini disatukan untuk menciptakan iklan yang memikat dan efektif, menarik perhatian audiens, serta mengkomunikasikan pesan secara maksimal. Post Production dalam pembuatan animasi, khususnya dalam pembuatan iklan untuk produk minuman lokal, mencakup tahap akhir yang sangat penting, yakni penambahan efek visual dan suara. Tahap ini bertujuan untuk menyempurnakan hasil rendering, memberikan kesan yang lebih kuat, dan menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens.

i. Exporting (Ekspor Animasi)

Pada tahap ini, animasi yang telah selesai dibuat dan melalui proses rendering dan post production diekspor ke dalam format yang dapat digunakan untuk distribusi, seperti video untuk iklan atau presentasi produk. Dengan tahap exporting yang tepat, animasi yang telah dibuat akan siap untuk disebarluaskan sebagai media iklan produk, presentasi, atau berbagai tujuan lainnya.

4.2 Testing (Pengujian)

Pada tahap ini dilakukan proses pengujian validasi dengan kuisioner oleh 2 ahli media dan 1 validator dengan total 10 pertanyaan. Total skor tertinggi mencapai 60 dengan bobot indikator sebagai berikut :

- Sangat Baik Sekali = 5
- Baik Sekali = 4
- Baik = 3
- Cukup Baik = 2
- Tidak Baik = 1

Pengujian Pada Validator

Berdasarkan jawaban dari 1 validator yaitu, 10 jawaban Sangat baik Sekali. Maka diperoleh rata-rata skor sebesar 5 dari nilai maksimum 5. Jika diubah dalam bentuk persentase yaitu 100%. Dapat disimpulkan bahwa animasi 3D tersebut yang dirancangan menggunakan software blender dinilai sangat baik sekali oleh validator. Hal ini menunjukkan bahwa semua komponen pertanyaan yang ditanyakan sangat mendukung animasi 3D ini. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa animasi tersebut sangat berhasil menyajikan produk minuman lokal dengan

sangat jelas, mencapai tujuan pemasaran, mudah dipahami, menarik secara visual, dan secara efektif menjelaskan cara kerja produk sesuai fungsinya yang diharapkan. Didukung oleh aspek kualitas animasi dan kesesuaian audio yang sangat nyaman diperhatikan dan didengar.

Pengujian Pada Ahli Media

Berdasarkan jawaban dari 2 ahli media yaitu, 12 jawaban Sangat Baik Sekali, 4 jawaban Baik Sekali, dan 4 jawaban Baik. Maka diperoleh rata-rata skor sebesar 4.4 dari nilai maksimum 5. Jika diubah dalam persentase 88%. Dapat disimpulkan bahwa animasi 3D produk minuman lokal yang dirancang menggunakan software blender dinilai sangat baik oleh 2 ahli media. Hal ini menunjukkan bahwa desain animasi 3D yang dihasilkan memiliki tingkat efektivitas yang tinggi sebagai media promosi. Berdasarkan evaluasi dari para ahli media, animasi ini mendapatkan skor yang sangat baik, mengindikasikan kreativitas animasi sangat menarik perhatian yang didukung oleh kualitas visual, kesesuaian durasi animasi dengan tujuan iklan dan kualitas animasi yang sangat menarik serta kemampuan iklan yang meningkatkan minat terhadap produk.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai "Perancangan Iklan Animasi 3D Produk Minuman Lokal Untuk Meningkatkan Brand Loyalty" didapatkan bahwa, pembuatan iklan produk berbasis animasi 3D ini telah berhasil dibangun menggunakan Software Blender. Tujuan dari perancangan animasi 3D ialah untuk mengembangkan animasi 3D yang efektif dalam kampanye iklan guna meningkatkan loyalitas merek pada produk minuman lokal.

Animasi 3D yang dihasilkan melalui proses Multimedia Development Life Cycle (MDLC) ini meningkatkan kualitas visual yang didukung oleh aspek kualitas animasi dan kesesuaian audio yang sangat

nyaman diperhatikan dan didengar. Berdasarkan pengujian oleh validator diperoleh nilai rata-rata 5 (100%), yang menunjukkan kualitas dan keunggulan produk dalam mencapai tujuan penjualan, pemahaman, animasi iklan, dan kesesuaian audio yang nyaman didengar bagi audiens.

Animasi 3D produk minuman lokal yang dirancang menggunakan software Blender dinilai sangat baik oleh dua ahli media, dengan skor rata-rata 4,4 dari 5 atau 88% dalam bentuk persentase. Evaluasi ini menunjukkan bahwa animasi memiliki efektivitas tinggi sebagai media promosi, didukung oleh kreativitas visual yang menarik, durasi animasi yang sesuai dengan tujuan iklan, serta kemampuannya meningkatkan minat terhadap produk.

Berdasarkan evaluasi dari validator dan dua ahli media, animasi 3D produk minuman lokal yang dirancang menggunakan software blender. Penilaian ini menunjukkan bahwa animasi tersebut sangat efektif sebagai media promosi, mampu menyajikan produk dengan jelas, menarik secara visual, dan mudah dipahami. Keberhasilannya didukung oleh kualitas animasi, kesesuaian audio, durasi yang relevan dengan tujuan iklan, serta kreativitas yang mampu menarik perhatian dan meningkatkan minat terhadap produk. Hal ini menegaskan bahwa desain animasi tersebut berhasil mencapai tujuan pemasaran secara optimal.

REFERENSI

Jurnal/Prosiding/Disertasi/Tesis/Skripsi
[1.] Q. Ngo Hai, "The Influence Perceived Value, Brand Image and Corporate Reputation on Customer Engagement and Customer Loyalty," 2020, doi: 10.21276/sjebm.2018.5.3.1.

- [2.] J. A. Setiawan, and Y. Erlyana, "Video profil animasi 3D sebagai identitas brand parfum XYZ" *Jurnal Desain*, vol. 11, no. 3, Mei 2024, doi.org/10.30998/jd.v11i3.19438
- [3.] A. B. Jibril, M. A. Kwarteng, M. Chovancova, and M. Pilik, "The impact of social media on consumer-brand loyalty: A mediating role of online based-brand community," *Cogent Business and Management*, vol. 6, no. 1, Jan. 2019, doi: 10.1080/23311975.2019.1673640.
- [4.] P. Bitrián, I. Buil, and S. Catalán, "Enhancing user engagement: The role of gamification in mobile apps," *J Bus Res*, vol. 132, pp. 170–185, Aug. 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.04.028.
- [5.] S. L. Siedlecki, "Understanding Descriptive Research Designs and Methods," *Clinical Nurse Specialist*, vol. 34, no. 1, pp. 8–12, Jan. 2020, doi: 10.1097/NUR.000000000000493.
- [6.] M. Raka Pradana, D. Setiawan, and L. Trinawati, "Efektivitas Ilusi 3D Animasi Blender Pada Curved Led Billboard (Ab Building Jl. Juanda Pekanbaru)," 2023.
- [7.] J. Pendidikan, B. Jepang, I. G. A. D. A. Dewi, N. K. I. P. Sari, and L. G. F. Budiani, "MAKNA KIASAN VISUAL DALAM IKLAN KALENG BERALKHOL SUNTORY 'STRONG ZERO,'" *JPBJ*, vol. 6, no. 3, 2020.
- [8.] J. Terang Kita Perangin Angin, R. John Pieter Simarmata, T. Simanihuruk, and Y. Risyani, "Perancangan Animasi 3D Pencegahan Covid 19 Menggunakan Aplikasi Blender".
- [9.] R. Arpiansah, Y. Fernando, and J. Fakhrurozi, "MENGUNAKAN METODE MDLC UNTUK ANAK USIA DINI," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, vol. 2, no. 2, p. 88, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [10.] D. Assyakurrohim, D. Ikham, R. A. Sirodj, and M. W. Afgani, "Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, vol. 3, no. 01, pp. 1–9, Dec. 2022, doi: 10.47709/jpsk.v3i01.1951.