

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari awal pengumpulan data, analisis data, perancangan, hingga ke testing, wawancara, dan distribusi dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan video animasi sebagai media promosi. Penyampaian informasi melalui audio-visual ini dibuat untuk menarik perhatian target audiens sehingga diharapkan dapat menimbulkan rasa ingin mengunjungi wisata jeep Kaliurang.

1. Pemanfaatan animasi 2D sebagai media promosi dalam menyampaikan informasi dan promosi dapat dikembangkan dengan metode *user interface animation*.
2. Wawancara dengan pihak pengelola mendapatkan hasil bahwa video animasi 2D dapat menjadi metode efektif dalam pemasaran sebagai media promosi. Hasil wawancara juga didapat dari pihak pengelola yang menyatakan bahwa penyampaian promosi melalui animasi 2D merupakan salah satu cara yang menarik pengunjung. Pemanfaatan animasi 2D sebagai media promosi menjadi salah satu opsi yang dapat diimplementasikan pada lapangan.
3. Pendistribusian telah dilakukan dengan berbagai uji coba terkait kelayakan video animasi 2D tersebut untuk ditonton pada *social media*. Pengunggahan telah dilakukan pada platform Instagram. Pada tahap distribusi ini juga ditambahkan subtitles Bahasa Indonesia pada video tersebut agar mudah dipahami oleh calon pengunjung.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Video animasi pemanfatannya yang dibuat masih dalam bentuk 2D diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkannya menjadi bentuk animasi 3D.
2. Video animasi pendistribusian yang dibuat masih sangat sederhana dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkannya dalam bentuk multimedia interaktif.
3. Dengan adanya animasi 2D ini diharapkan target calon pengunjung dapat memperoleh informasi tentang mengetahui tentang wisata jeep yang berada di Kaliurang Yogyakarta yang dapat meningkatkan minat untuk berkunjung.

