

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.2 Saran

Saran penelitian selanjutnya untuk mengembangkan konten animasi dengan variasi yang lebih kaya, seperti penambahan karakter atau teknik 3D sederhana, serta mendistribusikannya pada platform lain seperti TikTok atau YouTube Shorts untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi efektivitas media promosi dalam jangka panjang untuk mengukur dampaknya terhadap peningkatan pelanggan. Penyesuaian durasi dan format animasi sesuai kebutuhan platform, integrasi dengan strategi pemasaran lain, serta eksplorasi gaya visual baru juga dapat menjadi upaya untuk meningkatkan daya tarik dan relevansi media promosi di masa mendatang.



5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari tugas akhir ini menunjukkan bahwa perancangan animasi 2D sebagai media promosi untuk Studio Foto Kala Senja telah berhasil diwujudkan secara sistematis dan efektif dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Tugas akhir ini merespons rumusan masalah yang diajukan, yaitu “Bagaimana merancang animasi 2D sebagai media promosi yang menarik untuk Studio Foto Kala Senja?”, dengan mengembangkan sebuah produk visual berupa video animasi berdurasi 50 detik yang menonjolkan identitas visual, suasana estetik, serta layanan utama dari studio tersebut. Proses perancangan dimulai dari tahap konseptualisasi, pembuatan *storyboard*, desain properti, hingga proses assembling dan compositing yang dilaksanakan menggunakan *Adobe Illustrator* dan *Adobe After Effects*, serta penyuntingan akhir dengan *CapCut*. Gaya desain yang dipilih adalah flat design dengan palet warna hangat bernuansa senja, didukung oleh *voice over* naratif dan musik latar yang memperkuat kesan emosional. Penggunaan teknik *motion graphic* memungkinkan penyampaian informasi secara dinamis tanpa karakter, namun tetap komunikatif dan menarik. Hasil akhir dari animasi diuji melalui penyebaran kuesioner kepada target audiens, yang menunjukkan bahwa 84,875% responden menilai animasi ini informatif dan menarik, membuktikan efektivitasnya dalam meningkatkan ketertarikan dan brand awareness terhadap Studio Foto Kala Senja. Oleh karena itu, animasi 2D ini dapat disimpulkan sebagai media promosi yang tidak hanya relevan secara visual dan teknis, tetapi juga efektif dalam membangun hubungan emosional antara merek dan audiens, serta menjadi solusi kreatif untuk strategi pemasaran digital studio di era media sosial.