

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pembuatan video iklan animasi Larisso Kacamata menggunakan metode *Puppet Animation* terbukti efektif dan berhasil diwujudkan melalui rangkaian proses produksi yang terstruktur, mulai dari tahap pra-produksi seperti perumusan konsep, penyusunan *storyboard*, dan desain karakter, hingga tahap produksi yang melibatkan rigging, animasi puppet, perekaman *voice over*, penyusunan aset visual, serta penyuntingan akhir. Metode *Puppet Animation* memberikan efisiensi signifikan karena mampu menghasilkan gerakan karakter yang ekspresif tanpa memerlukan teknik *frame-by-frame* yang lebih kompleks dan memakan waktu. Berdasarkan analisis data kuesioner, mayoritas responden yang didominasi oleh kelompok usia muda menilai bahwa video animasi ini memiliki kualitas visual yang menarik, gerakan animasi yang halus, serta penyampaian pesan kesehatan mata yang jelas dan mudah dipahami, sehingga menunjukkan bahwa pendekatan visual yang digunakan telah memenuhi kebutuhan audiens digital masa kini. Selanjutnya, analisis performa video di TikTok, baik melalui tayangan organik maupun promosi berbayar, memperlihatkan bahwa meskipun retensi penonton organik masih relatif rendah, tingkat interaksi seperti likes dan jangkauan audiens menunjukkan respons positif terhadap konten, sementara penggunaan fitur TikTok Promote terbukti mampu meningkatkan visibilitas, distribusi geografis, dan traffic organik secara signifikan dengan biaya yang efisien. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara metode *Puppet Animation* sebagai pendekatan kreatif dan strategi distribusi digital melalui platform TikTok dapat menjadi model efektif dalam menghasilkan konten promosi yang komunikatif, menarik secara estetis, serta relevan bagi UMKM dalam memaksimalkan potensi pemasaran visual di media sosial.

5.2 Saran

Sebagai pengembangan penelitian di masa mendatang, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup kajian agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif serta mampu memberikan kontribusi yang lebih luas dalam

bidang animasi, media digital, dan strategi pemasaran visual. Adapun beberapa saran yang dapat dijadikan acuan adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan berbagai teknik animasi seperti *frame-by-frame*, *motion graphics*, atau *3D animation* untuk mengetahui pendekatan yang paling efektif dalam konteks iklan digital.
2. Menggunakan sampel audiens yang lebih besar dan beragam agar hasil analisis preferensi penonton dapat mewakili kelompok usia dan latar belakang yang lebih luas.
3. Menganalisis platform distribusi lain, seperti YouTube, Instagram, dan Facebook, sehingga efektivitas media sosial dapat dibandingkan secara mendalam.
4. Melibatkan eksperimen desain visual, misalnya variasi gaya ilustrasi, warna, atau komposisi, untuk melihat bagaimana perubahan estetika memengaruhi persepsi audiens.
5. Mengkaji dampak jangka panjang konten animasi terhadap peningkatan brand awareness, minat beli, atau loyalitas pelanggan.