

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perancangan animasi *explainer* berjudul “*Terhubung Tanpa Cemas*” yang mengangkat isu FoMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan Gen Z, dapat disimpulkan bahwa media visual animasi memiliki efektivitas tinggi dalam menyampaikan pesan kampanye sosial secara menarik, informatif, dan mudah dipahami. Proses perancangan dimulai dari praproduksi, produksi, hingga pasca produksi dengan mempertimbangkan gaya visual, *tone* pesan, dan karakteristik target audiens. Hasil uji coba penayangan di Instagram menunjukkan animasi cukup efektif menjangkau Gen Z, ditunjukkan dengan jumlah tayangan mencapai ribuan kali, jangkauan audiens baru yang signifikan, serta interaksi aktif berupa komentar dan pembagian ulang konten. Hal ini memperlihatkan bahwa animasi tidak hanya ditonton, tetapi juga mampu memicu respons dari penonton. Hasil akhir karya dipublikasikan melalui media sosial Instagram sebagai *platform* utama yang *relevan* dengan kebiasaan digital Gen Z, serta didukung oleh berbagai media pendukung seperti poster, *keychain*, *banner*, dan stiker untuk memperluas jangkauan pesan kampanye. Karya ini diharapkan dapat menjadi kontribusi positif dalam meningkatkan kesadaran Gen Z akan pentingnya membangun koneksi digital yang sehat tanpa tekanan sosial.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Untuk Implementasi Kampanye**

1. Animasi ini sebaiknya tidak hanya ditayangkan secara individual di media sosial, tetapi juga dapat digunakan sebagai materi pendamping dalam kegiatan sosialisasi atau seminar terkait literasi digital.
2. Edukasi mengenai FoMO dapat diperkuat dengan mengombinasikan animasi dengan media pendukung lain seperti poster, vertical banner, atau media cetak agar pesan lebih menyebar secara luas.

### **5.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya**

1. Disarankan melakukan evaluasi dengan responden yang lebih beragam, baik dari segi usia maupun latar belakang pendidikan, untuk mengetahui efektivitas pesan secara menyeluruh.
2. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan eksplorasi teknik animasi dan storytelling agar karya lebih engaging dan memiliki dampak emosional yang kuat.
3. Perluasan platform distribusi, seperti TikTok atau YouTube Shorts, juga penting untuk menjangkau lebih banyak pengguna Gen Z.