

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam perancangan media animasi *motion graphic* Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia sebagai media *brand equity* perusahaan non-profit, maka peneliti menyimpulkan beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Aspek dan nilai yang menjadi *brand equity* Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia yaitu pengalaman, reputasi, loyalitas dan kepercayaan yang diwujudkan oleh Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia diantaranya (1) memiliki 52 kantor layanan yang beroperasi di 20 provinsi di Indonesia, (2) memiliki reputasi yang baik dengan mendapatkan beberapa penghargaan, (3) membangun loyalitas dan daya juang yang kuat dari tenaga kerja dan masyarakat sehingga bisa bertahan selama 18 tahun sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional dan Lembaga Sosial Nasional di Indonesia.
- 2) Perancangan animasi *motion graphic* sebagai media *brand equity* menggunakan metode pengembangan model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dibangun dengan 6 tahapan yaitu (1) Tahap konsep, (2) Tahap Desain, (3) Tahap pengumpulan bahan, (4) Tahap perancangan, (5) Tahap *Testing*, (6) Tahap Distribusi. Untuk perancangan animasi *motion graphic* Yayasan Rumah Yatim dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu *designing, layering, animating, rendering dan audio post-production* menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator, Adobe After Effect dan Adobe Premiere Pro*.
- 3) Hasil uji kelayakan media promosi dari ahli media didapatkan presentase kelayakan sebesar 90% dengan interpretasi Sangat Layak. Dan hasil pada penilaian *responden* sebesar 88,6% dengan interpretasi Sangat Baik. Sehingga peran dari pembuatan animasi *motion graphic* sebagai media *brand equity* sekaligus promosi dapat digunakan oleh Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil rancangan media animasi *motion graphic* Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia sebagai media *brand equity* perusahaan non-profit, maka hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi sebagai berikut:

- 1) Memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat luas terkait daya jual sebuah perusahaan non-profit dengan pendekatan akademis melalui penelitian dan teori yang ada dan disampaikan dengan bentuk video animasi yang ringan dan dapat dinikmati.
- 2) Meningkatkan *branding* Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia sebagai salah satu Lembaga Amil Zakat Nasional dan Lembaga Sosial Nasional di Indonesia.
- 3) Animasi *motion graphic* Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia dapat menjadi konten yang populer di media sosial, dengan membagikan animasi pada *platform Instagram, Facebook, atau Youtube*. Animasi 3D yang menarik dapat menjadi tontonan dan mendapatkan perhatian yang luas.
- 4) Menjadi contoh dan referensi bagi perusahaan lain untuk meningkatkan *branding* dan *exposure* perusahaan dengan membuat video animasi *full vector motion*.

## 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dalam merancang animasi *motion graphic* Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia sebagai media *brand equity* perusahaan non-profit, maka rekomendasi yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk membuat hasil animasi *motion graphic* menjadi lebih sempurna, perlu adanya kolaborasi antara peneliti dan tim *marketing* sebuah perusahaan, sehingga animasi dapat lebih sempurna dari segi informasi dan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat.