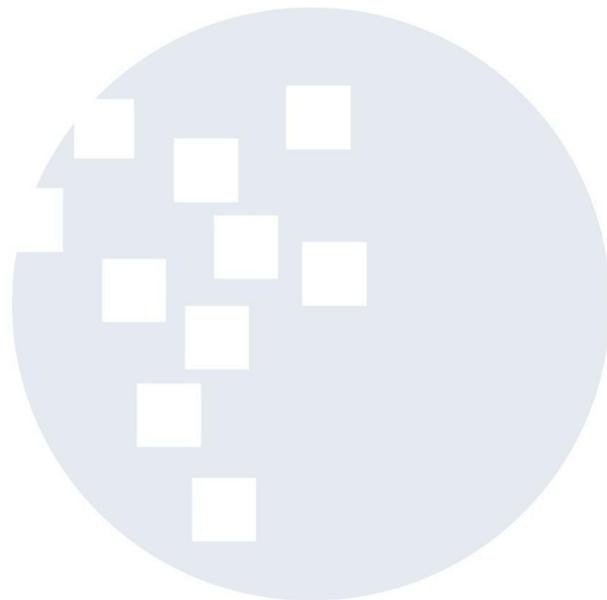


5. SIMPULAN

Penciptaan desain tokoh pada video animasi Terran telah melalui banyak tahapan mulai dari mencari referensi dan inspirasi yang bersangkutan dengan konsep yang dimiliki Terran yang mengambil tema dari budaya Asia Timur. Teori yang diteliti penulis dijadikan sebuah acuan dalam rangka merancang sebuah desain tokoh untuk animasi sebagai strategi *visual storytelling* untuk merek Terran. Penulis menciptakan dua desain tokoh untuk proyek animasi Terran berdasarkan parfum “Water Blossom” dan juga “Mandarin”. Hasil yang diperoleh dari melakukan penulisan karya ini adalah pembelajaran mulai dari proses dan juga pengetahuan secara teknis dan mempelajari ilmu baru mengenai menciptakan desain tokoh. Hasil dari desain tokoh animasi yang penulis sudah ciptakan dapat menjadi sebuah kebanggaan dan visual yang akan menjadi cerminan dari merek Terran kedepannya. Karya yang diciptakan ini akan di unggah pada sosial media Terran dalam rangka memasarkan produk merek Terran dan juga bukti dan usaha dari penulis dalam menyelesaikan proyek akhir kuliah di Universitas Multimedia Nusantara.

Meskipun desain tokoh animasi Terran telah dirancang sebagai strategi visual storytelling untuk memperkuat identitas merek, karya ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Salah satu keterbatasan utama adalah belum dilakukannya pengujian secara langsung terhadap audiens untuk mengukur sejauh mana tokoh animasi mampu menyampaikan identitas dan narasi merek secara efektif. Hal ini menyebabkan analisis lebih banyak bertumpu pada perspektif perancang dibandingkan respons pengguna. Penelitian yang penulis hadapi juga adalah masalah waktu dan juga motivasi yang awalnya kurang saat memulai penulisan sehingga penulis merasa penulisan karya ini belum maksimal tetapi untuk kedepannya dapat ditingkatkan lebih baik lagi. Refleksi ini menunjukkan bahwa penciptaan tokoh animasi sebagai strategi visual storytelling tidak hanya menuntut kemampuan teknis desain, tetapi juga pemahaman mendalam terhadap konteks merek, audiens, dan media. Dengan mengakui keterbatasan tersebut, karya ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan desain karakter yang lebih matang dan strategis di masa mendatang. Penulis berharap karya tulisan ini dapat

membantu teman-teman yang menjalani proyek akhir serta bermanfaat menjadi sebuah referensi karya penulisan lainnya yang ingin mengangkat topik desain karakter dalam animasi sebagai sebuah strategi untuk memasarkan merek.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA