



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Pernikahan anak sampai saat ini masih banyak terjadi di Indonesia dimana anak perempuan cenderung menjadi korban. Salah satu daerah di Indonesia dengan pernikahan anak yang berdampak pada Angka Kematian Ibu yang tinggi adalah Sukabumi, Jawa Barat. Penyebab utama tingginya pernikahan anak di Sukabumi karena pandangan masyarakat yang menyejajarkan pernikahan, terutama pada perempuan. Penyampaian pesan yang baik sangat diperlukan untuk untuk membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat, terutama orang tua bahwa dengan memutus rantai pernikahan anak akan memberikan masa depan yang lebih baik lagi. Untuk itu penulis mengajukan perancangan kampanye sosial megubah pandangan masyarakat Sukabumi tentang pernikahan anak yang diharapkan dapat mencegah, bahkan memutus rantai pernikahan anak di Sukabumi.

Strategi kampanye ini mengacu pada tahapan AIDA, yakni *Attention*, *Interest & Desire*, serta *Action* untuk menyampaikan pesan kampanye secara bertahap. Dimulai dari *Attention* untuk mendapatkan perhatian dan pengetahuan audien, *Interest & Desire* untuk mempengaruhi perasaan audien yang dapat membangkitkan keinginan untuk bertindak, serta akhirnya berujung pada tindakan nyata untuk bergerak memutus rantai pernikahan anak pada tahap *Action*.

Tahapan perancangan ini adalah *mindmapping*, konsep, pesan, narasi, hingga eksekusi karya. Fotografi diterapkan pada eksekusi karya untuk menampilkan gambaran nyata dan menggugah perasaan tentang pernikahan anak dari sudut pandang anak perempuan dimana secara keseluruhan, gaya ‘Nyunda’ (berkaitan dengan kebudayaan Sunda) baik secara visual maupun bahasa dipilih karena sangat dekat dengan kultur yang ada di masyarakat Sukabumi. Media yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini adalah poster, *one way vision*, spanduk, dan *merchandise*. Penelitian ini masih belum sempurna karena masih memungkinkan untuk dilakukan penelitian dan perancangan setelahnya.

## 5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian yang dilakukan tidaklah sempurna, sehingga disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi strategi lain yang dapat mendukung gerakan untuk memutus rantai pernikahan anak di Sukabumi.

Penulis juga menyarankan kepada mahasiswa untuk menyeimbangkan waktu antara mencari data dan mengerjakan eksekusi visual untuk dapat menghasilkan karya yang maksimal.

Saran penulis kepada pihak Pemberdaya Perempuan Kepala Keluarga (PEKKA), selaku lembaga masyarakat terkait untuk melakukan sosialisasi dan edukasi seputar pernikahan anak yang dilakukan secara rutin.