



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

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia kian bertambah tiap tahunnya, khususnya dalam penggunaan media sosial oleh remaja. Berdasarkan wawancara, kuesioner, dan observasi yang telah dilakukan, penulis menemukan bahwa media sosial saat ini menjadi wadah untuk menunjukkan eksistensi diri dan sarana berekspresi remaja. Hal ini menyebabkan remaja banyak menjadi korban kejahatan dalam media sosial karena kurang berhati-hati dalam memberikan informasi pribadi di media sosial. Maka dari itu, penulis merancang kampanye ini untuk meningkatkan *awareness* pada remaja agar mengetahui bahaya dan cara melindungi diri dalam menggunakan media sosial.

Perancangan kampanye ini menggunakan teori Landa (2011), dimana pada tahap pertama penulis melakukan pengumpulan data (*Orientation*). Pada tahap kedua, penulis melakukan analisis (*Analysis*) teori dan data dari studi pustaka, studi eksisting, observasi, wawancara, dan kuesioner. Pada tahap ketiga, penulis mengeksplorasi konsep visual (*Visual Concept*) dengan cara *mindmapping* dan *brainstorming*. Dari sana, penulis mendapatkan 3 kata kunci, yaitu *personal*, *network*, dan energi. Tahap keempat (*Design Development*), merupakan tahap visualisasi karya mulai dari sketsa, digitalisasi, hingga *final artwork*. Tahap kelima, hasil desain diterapkan dalam segala media yang digunakan (*Implementation*).

Strategi perancangan dari kampanye ini memiliki tujuan untuk meningkatkan *awareness* pada remaja agar mengetahui bahaya dan cara melindungi diri dalam menggunakan media sosial. Pesan yang ingin disampaikan adalah mengetahui bahaya dan batasan yang aman dalam menyebarkan informasi pribadi di media sosial. Visual yang digunakan yaitu menggunakan elemen bentuk lingkaran dan persegi, warna *vibrant*, font *sans-serif*, dengan ilustrasi gabungan dari fotografi dengan vektor yang berbentuk pixel. Target audiens yang dituju adalah remaja 13-18 tahun yang sering menggunakan media sosial, mem-*posting* atau memberikan informasi pribadi di media sosial, dan berdomisili di Jakarta. Media yang digunakan berdasarkan strategi komunikasi AISAS adalah video sebagai media primer, kemudian video *ad*, poster, *web banner*, *website*, brosur, dan *merchandise* sebagai media sekunder. Konsep keseluruhannya mengangkat tema kejahatan datang tanpa disadari korban, dengan pendekatan *affective* (memberikan dampak negatif sehingga memberikan rasa takut) dan *emotional appeal* berupa perasaan terkejut.

Dengan terwujudnya kampanye sosial menjaga informasi pribadi diri dalam pada media sosial untuk remaja, maka kampanye ini diharapkan dapat menawarkan solusi berupa tindakan preventif terhadap kejahatan yang mungkin terjadi. Pada kenyataannya, contoh kasus beserta kronologi bagaimana tindak kejahatan melalui media sosial yang digunakan dalam kampanye ini, dapat menjadi bumerang dan mungkin menimbulkan ide bagi pelaku kejahatan untuk melakukan aksinya di kemudian hari. Hal ini kembali lagi kepada sifat media yang berupa *user-generated content*, dimana dapat memberikan dampak positif maupun dampak negatif

tergantung dari penggunaannya. Kampanye ini diharapkan dapat menambah wawasan serta meningkatkan *awareness* target audiens agar menggunakan media sosial dengan bijak, sehingga menutup celah timbulnya tindak kejahatan.

5.2. Saran

Penulis menyadari walaupun karya ini telah selesai, tetapi tidak luput dari kekurangan. Maka dari itu, penulis ingin memberikan saran kepada masyarakat, terutama remaja sebagai target dari kampanye ini. Sebaiknya, lebih waspada dan berhati-hati dalam menggunakan media sosial, agar tidak memancing tindak kejahatan yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Saran yang ingin penulis sampaikan adalah kepada peneliti berikutnya adalah penelitian ini dapat dilanjutkan dengan meneliti mengenai bagaimana cara dalam membedakan akun palsu, penipuan, *hoax*, dan tindak kejahatan lainnya yang disebarluaskan dalam media sosial. Penelitian tersebut diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya, dimana setelah pengguna media sosial melindungi dirinya sendiri dari tindak kejahatan akibat informasi pribadi, ia juga harus bisa membedakan mana yang palsu dan mana yang asli.