



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

Kampanye Bye Meme Mesum merupakan sebuah kampanye sosial yang mengedukasi masyarakat mengenai bahaya *meme* seksis pada media sosial dan mengajak masyarakat untuk berhenti menjadi pelaku dari *meme* seksis tersebut. Target kampanye yang merupakan pelaku dari *meme* seksis beranggapan bahwa *meme* tersebut hanya lelucon dan oleh karena itu tidak apa-apa untuk menertawainya. Padahal, terdapat berbagai dampak negatif dari *meme* tersebut yang mereka tidak sadari.

Oleh karena itu, agar edukasi yang ingin disampaikan dapat dimengerti dan dicerna dengan mudah oleh targetnya, maka penulisan pesan menggunakan kata-kata yang tidak baku dan langsung *to-the-point*. Selain itu, penjelasan yang kompleks dan panjang mengenai dampak negatif dari *meme* seksis dikemas dalam bentuk video *motion graphic* sehingga targetnya tidak akan merasa bosan bila dibandingkan dengan membaca sebuah teks yang panjang. Agar dapat menarik perhatian targetnya, maka digunakanlah *model photography* dengan warna yang *vivid*. Dengan menggunakan tubuh perempuan yang memiliki lekuk tubuh yang sensual, targetnya yang merupakan penikmat *meme* seksis akan terpancing untuk melihat. Warna yang *vivid* juga digunakan karena kesesuaiannya dengan targetnya yang merupakan kalangan anak muda.

5.2. Saran

Agar kampanye Bye dapat menjadi lebih efektif, berikut adalah saran yang diberikan oleh penulis selama proses perancangan kampanye sosial Bye Meme Mesum. Pertama, narasumber yang kredibel dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dari kampanye tersebut. Narasumber yang merupakan korban atau mantan pelaku juga dapat digunakan untuk menciptakan sebuah relasi antar narasumber dengan target kampanyenya sehingga mereka dapat lebih percaya. Narasumber lain seperti *public figure* atau *influencer* juga dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan kampanye tersebut karena kemampuan suaranya untuk didengar oleh para pengikutnya atau penggemarnya. Kedua, dengan memanfaatkan komunitas-komunitas yang berkaitan untuk bekerja sama dapat digunakan untuk mencakup khalayak yang lebih luas lagi.

