



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Simpulan**

Terlibat dalam hubungan romantis menjadi tidak terhindarkan bagi remaja. Adanya tingkat konflik yang lebih tinggi dalam hubungan tersebut daripada hubungan lainnya meningkatkan risiko terhadap dampak negatif. Sebagai solusi untuk mencegah dampak negatif tersebut, edukasi hubungan romantis hadir. Namun kebanyakan remaja tidak mendapatkan edukasi tersebut ketika memulai sebuah hubungan. Meskipun kedua gender membutuhkan edukasi tersebut, perempuan ditemukan lebih rentan terkena dampak negatif dari konflik. Perancangan kampanye digunakan sebagai pendekatan untuk meningkatkan kesadaran terhadap cara menangani konflik bagi perempuan untuk memaksimalkan pengalaman positif dalam hubungan. Perancangan dilaksanakan melalui metode desain yang dipaparkan oleh Robin Landa, dipadankan dengan strategi AISAS dalam salah satu tahap metode desain. Hal ini ditujukan agar target audiens dapat meningkatkan kesadaran dalam memposisikan diri pada penanganan konflik.

Perancangan diawali dengan pengumpulan data melalui metode kuantitatif dan kualitatif. Kemudian, data dianalisis melalui mindmap sebagai dasar untuk pembentukan strategi media, komunikasi, dan visual. Dalam visualisasi, penulis menciptakan rancangan yang menimbulkan asosiasi feminin melalui visual fotografi, ilustrasi, elemen grafis, serta warna-warna yang feminin, lembut, dengan warna aksen yang menggambarkan keamanan dan pertumbuhan. Gaya komunikasi ditetapkan untuk kasual dengan banyak kata-kata slang untuk relevansi, tetapi tetap dalam kaidah yang tertata untuk menjaga kredibilitas.

Dalam proses perancangannya, secara garis besar, audiens digiring dengan pancingan yang provokatif, kemudian tensi diturunkan secara visual dan komunikasi sehingga melembut menuju akhir. Hal ini ditujukan untuk memancing perhatian sebelum pesan inti disampaikan secara halus. Ada lima media yang dioptimalisasi untuk perancangan kampanye ini, yaitu media sosial Instagram, *web*

*banner, landing page, newsletter, serta merchandise.* Hal ini diharapkan dapat menyampaikan pesan kepada audiens melalui berbagai kanal, sehingga audiens merasa familiar dan pesan lebih mudah masuk ke pikiran audiens.

## 5.2 Saran

Membahas manusia dan hubungannya dengan manusia lain, tentu tidak dapat diselesaikan dalam satu seri komunikasi. Seperti yang disampaikan sebelumnya, semua gender penting untuk mendapatkan edukasi hubungan romantis. Kampanye ini dapat menjadi inisiasi gerakan edukasi hubungan romantis yang lebih gencar, sebelum akhirnya dapat dikembangkan dan dapat mencapai audiens dengan kriteria demografis, geografis, serta psikografis yang berbeda-beda, lebih luas daripada batasan masalah yang ditentukan dalam perancangan yang sudah dilakukan penulis. Selain itu, jika ada kesempatan dengan batasan waktu yang lebih luas, eksplorasi media sangat mungkin dilakukan untuk mencapai lebih banyak audiens.

Dalam perancangan, dewan penguji menemukan kekurangan dalam hal pemilihan tipografi. Tipografi yang dimaksud merupakan *headline* yang memiliki karakteristik tipografi *condensed*. Tipografi *condensed* memiliki keterbacaan yang rendah dan tidak cocok jika digunakan untuk frasa panjang. Penggunaan tipografi dalam *website* tidak efektif karena digunakan untuk kalimat panjang. Untuk kedepannya, penggunaan tipografi dengan karakteristik *condensed* harus dipertimbangkan berdasarkan ukuran dan panjang kalimat.

Terkait dengan pengembangan media, penulis mendapatkan masukan untuk melakukan eksplorasi media yang lebih bersifat komunal, seperti aktivasi melalui webinar-webinar seputar topik. Webinar-webinar ini dapat ditujukan untuk menyampaikan pesan bahwa audiens tidak sendirian dalam menghadapi ini. Hal ini dapat menciptakan adanya *support group*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A