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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Praktik tes keperawanan merupakan praktik kontroversial yang tujuannya ada untuk membuktikan seorang perempuan sudah pernah berhubungan seksual atau belum. Praktik ini merupakan praktik illegal dikarenakan melanggar undang-undang, tidak sesuai dengan praktik klinis dan menimbulkan banyak dampak negatif kepada korbannya. Walaupun begitu, praktik ini masih diam-diam dijalani oleh beberapa intstansi dan lembaga-lembaga. Maka dari itu penulis melakukan pengumpulan data secara kuantitatif maupun kualitatif dengan menemukan hasil bahwa sosialasisasi dan edukasi mengenai pemahaman tes keperawanan serta dampak negatifnya perlu dilakukan pada masyarakat, dengan tujuan masyarakat menjadi paham dan akhirnya dapat melakukan aksi berupa pelaporan. Dikarenakna dengan melapor, dapat membantu tereksposnya lembaga-lembaga nakal yang masih melakukan praktik tes keperawanan. Penulis menggunakan batasan masalah pada masyarakat dengan umur 15-24 tahun SES B-C di Pulau Jawa, yang masih belum paham mengenai tes keperawanan dan dampak buruknya.

Maka penulis sebagai mahasiswa DKV, melakukan perancangan kampanye sosial untuk bagi masyakarakat di Pulau Jawa mengenai pemahaman dampak buruk praktik tes keperawanan.

Penulis menggunakan metode perancangan Landa dan dilengkapi dengan strategi perancangan kampanye milik Kotaro Sugiyama dengan metode AISAS. Media-media yang dirancang untuk kampanye ini adalah Poster, Google Display Network, Instagram *feeds*, Instagram *Story*, Twitter, Facebook, *Twibbon*, dan *Merchandise*.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

5.2 Saran

Saran dari penulis bagi yang ingin melakukan perancangan kampanye sosial tertama pada bidang yang serupa dengan topik ini, lebih baik mencari sumber dan ahli dan bergabung dengan komunitas feminis untuk melihat pandangan-pandangan lain dan juga saran serta dukungan. Selain itu, perlu mempertimbangkan pesan kampanye serta penggunaan media pada tiap strategi kampanye dengan lebih matang dan baik sehingga pesan dapat tersampaikan secara tepat dan efektif.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA