



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. Kesimpulan

Fear of missing out atau FoMO merupakan fenomena seseorang memiliki keinginan besar untuk selalu berhubungan dengan apa yang dilakukan orang lain. FoMO disebarkan melalui media sosial dan teman-teman yang berarti sesuatu yang trendy pada lingkungan tersebut. FoMO juga banyak terjadi pada remaja dan dewasa muda, maka konten ditujukan terhadap umur 15-21. Bahaya-bahaya FoMO seperti kekurangan tidur, kecemasan mental, dan harga diri yang rendah dapat berujung pada depresi dan social anxiety.

Pesan atau inti masalah FoMO dapat disampaikan menggunakan lelucon berbahasa ironis untuk menunjukkan dampak FoMO. Topik tersebut menjadi tidak terlalu berat diangkat dengan menggunakan ilustrasi lucu pada kampanye. Banyak komik meme receh yang sering dibagikan dan membuat orang tertawa. Sebuah komik meme juga tidak selalu memiliki mood atau tone yang menyenangkan banyak yang bersifat *dark humor*, sarkasme dan ironis didalamnya.

Kampanye kreatif memerlukan komunikasi pesan yang berarti kepada target massa melalui ide yang diekspresikan dalam bentuk desain visual. Berdasarkan *keywords*, *mindmap*, dan hasil lainnya sebuah *big idea* disusun. Mempertimbangkan tingkat atensi dan juga kemampuan remaja, penulis kemudian membuat meme yang memiliki karakter unik untuk menyampaikan materi kepada *user*. Namun, meme tersebut harus dapat menyangkut bahaya FoMO dan menyadarkan orang bahwa tindakan yang mereka lakukan berdasarkan FoMO tersebut salah. Oleh karena itu, *big idea* adalah “*Aligning the society and still having fun*”.

Dari kuesioner yang awalnya penulis lakukan ditemukan bahwa FoMO merupakan hal umum di remaja dan hal tersebut memudahkan untuk menyampaikan informasi FoMO tanpa detail panjang. *Alpha test* menunjukkan

bahwa UI dari website dapat dikembangkan dan visual instagram yang dirapihkan. Berdasarkan hasil *beta test*, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa user sudah dapat menangkap konten dan tujuan kampanye. Penulis mendapatkan kesimpulan bahwa FoMO sudah mudah tersebar dan sebuah kampanye atau media yang dapat menyebarkan bahaya FoMO. Media informasi FoMO sudah banyak tetapi tidak ada metode penyebaran yang baik sehingga tidak akan bisa mencapai target *audience*.

5.2. Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis dalam proses perancangan Kampanya interaktif edukasi mengenai bahaya *fear of missing out* pada remaja 15-21 tahun di Jabodetabek.

1. Data mengenai FoMO terhadap kelompok umur tertentu masih menjadi hal yang langka selain dari jurnal riset. Oleh karena itu, akan lebih baik jika dapat melakukan riset independen
2. Jika memang belum ada penelitian sebelumnya yang sesuai.
3. Indonesia terkait dengan topik manajemen waktu. Penyebaran kuesioner harus detail dalam melakukan sortis responden. Hal ini karena tidak semua responden yang mengisi kuesioner sesuai dengan target audiens yang telah dirancang.
4. Memilih metode perencanaan desain adalah kunci keberhasilan dan efektivitas hasil desain. Harus dapat memutuskan metode yang akan digunakan, cocok atau tidak untuk membuat produk tertentu karena setiap desain produk akan mengambil pendekatan yang berbeda.
5. Pemberlakuan tes kepada target audiens atau sesama desainer adalah hal yang sangat penting dalam merancang sebuah produk. Desainer dapat memberikan input yang baik terhadap desain produk dan user dapat memberitahu kesulitan yang dialami dalam *website*.
6. Desainer harus tetap terbuka terhadap seluruh kritik dan saran yang diberikan oleh responden atau orang lain. Namun, tetap tidak menerima seluruh masukan tanpa dianalisis terlebih dahulu.