



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

Stereotip pria yang kuat dan mandiri dalam melewati segala masalah menjadi dasar munculnya stigma tentang pria yang terlihat lemah ketika menunjukkan emosi sedih. Stigma ini sudah ada sejak dulu dan telah di turunkan dari generasi ke generasi, tetapi semakin berkembangnya zaman, stigma yang lama tersebut mulai ketinggalan zaman karena masyarakat sekarang mulai sadar akan realitas baru, yaitu pria yang menunjukkan emosi sedih merupakan hal biasa, dan mempunyai kebutuhan akan dukungan emosional yang sama dengan wanita. Oleh karena itu, perlu adanya perubahan pola pikir masyarakat disekitar korban secara serentak dan menyeluruh agar masyarakat dapat bersama-sama merubah pola pikir mereka. Umumnya, manusia yang kurang dukungan emosional yang baik mempunyai resiko melakukan bunuh diri, sehingga jika tidak ada perubahan pola pikir, kasus bunuh diri di Indonesia akan semakin meningkat karena angka tersebut didominasi oleh pria yang lebih berani untuk melakukan tindakan bunuh diri daripada wanita.

Walaupun begitu, masyarakat yang berusia 30 tahun keatas masih mempunyai pemikiran yang kuat tentang stigma ini dan sulit untuk merubah pola pikir mereka yang cukup tertutup. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye sosial tentang kesetaraan gender tentang pria yang menunjukkan emosi sedih kepada sasaran pasar yang berasal dari generasi yang lebih muda, yaitu masyarakat yang berusia 17-24 tahun. Diharapkan dengan adanya kampanye ini, sasaran pasar yang dituju dapat membawa perubahan untuk generasi selanjutnya, sehingga ketidakadilan yang dialami pria tentang menunjukkan emosi sedih berkurang.

5.2. Saran

Merancang kampanye sosial yang memiliki hubungan erat dengan emosi merupakan hal yang cukup sulit, karena emosi manusia sangat kompleks sehingga penyampaian dan penulisan perlu diperhatikan. Melakukan kuesioner kepada sasaran pasar dengan pertanyaan yang tepat juga penting, karena dalam merancang kampanye sosial, yang terpenting adalah informasi terkini yang didapat dari masyarakat seperti, tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang isu karena data itu akan sangat membantu dalam perancangan konten desain dan membantu dalam berpikir kreatif. Setelah penulis selesai melewati proses perancangan kampanye sosial, penulis mendapatkan masukan dan saran tentang rancangan yang telah dibuat dan sadar akan kekurangan penulis dalam rancangan yang telah dibuat. Walaupun begitu, penulis kekurangan waktu untuk melakukan perubahan sehingga penulis tidak akan mengubah rancangan yang telah dibuat. Dianjurkan kepada mahasiswa lain yang ingin membuat rancangan serupa untuk memperhatikan ekspresi dan gestur tubuh manusia untuk menciptakan kesan emosi yang ingin dibuat. Dalam membuat kesan emosi, lebih baik menggunakan foto daripada ilustrasi, karena foto dapat lebih menggambarkan kesan emosi tersebut. Selain itu, perlu juga memperhatikan proposional antar elemen-elemen desain pada rancangan sehingga dapat memberikan pesan dan kesan yang diinginkan. Dalam merancang kampanye sosial yang berhubungan dengan emosi, pasti akan menemui bagian-bagian sulit karena kompleksnya emosi manusia, tetapi coba untuk meminta saran kepada orang sekitar tentang desain yang sedang dirancang.