

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah melalui proses yang cukup panjang dalam menyelesaikan tugas akhir ini, ada beberapa hal yang ingin penulis simpulkan. Penggemar *K-pop* di Indonesia semakin membludak, hampir seluruh kalangan usia mengenal dan menyukai *K-pop*. Bukan hanya di Indonesia, tetapi di negara lain *K-pop* juga memiliki penggemar yang jumlahnya sangat banyak. Tidak heran jika media sosial saat ini banyak digunakan oleh para penggemar untuk mencari informasi seputar idolanya. Semakin banyaknya pengguna media sosial menyebabkan beberapa pengguna melewati batasnya dengan mengatakan hal-hal tidak senonoh atau kalimat yang mengarah ke pelecehan seksual kepada idolanya. Dampaknya sangat besar karena remaja Indonesia akan dianggap memiliki moralitas rendah oleh negara lain, anak di bawah umur akan menganggap hal tersebut bukan masalah dan juga *sexual comment* akan dijadikan hal yang biasa oleh masyarakat. Oleh karena itu penulis memilih Kemdikbud sebagai penyelenggara kampanye sosial ini yang bertujuan untuk mencegah remaja Indonesia berkomentar secara seksual dan mulai membatasi diri saat bermain media sosial. Tentunya pencegahan dilakukan dengan cara mempersuasi dan edukatif.

Penulis merancang kampanye ini dengan metode perancangan dari Landa dan metode ini dimulai dari orientasi hingga implementasi. Perancangan ini memiliki *big idea* “*Sexual comment is a sexual harassment*”

5.2 Saran

Kampanye sosial merupakan salah satu solusi bagi isu sosial yang memiliki urgensi tinggi, jika tidak diatasi akan terdapat banyak dampak negatif yang bisa terjadi di kemudian hari. Untuk mengatasi isu sosial tersebut tentunya diperlukan riset dan juga menganalisis data yang cukup untuk membantu perancangan kampanye berjalan dengan efektif. Setelah selesai mengumpulkan data tentunya

penulis menjadi ide & konsep menarik sesuai dengan permasalahan yang ada. Berikut beberapa saran untuk perancangan kampanye:

- Secara visual tentunya harus menarik *audiens* dengan mudah, dapat dimengerti, dan menarik agar kampanye dapat berjalan dengan lancar.
- Pesan yang disampaikan harus tegas dan juga dapat tersampaikan dengan baik kepada target sasaran.
- *Copywriting* yang digunakan harus sesuai dan mengarah ke makna yang jelas agar pembaca tidak bingung.
- Memilih *mandatory* sesuai dengan target sasaran dan visi misi kampanye agar sesuai dan dapat berjalan dengan efektif.

Pemilihan topik juga harus sesuai dengan kemampuan, minat pembaca, dan apakah masalah tersebut berdampak besar, karena sangat mempengaruhi jalannya penelitian dan perancangan. Keseimbangan diperlukan baik dari segi penulisan, penelitian, ataupun perancangan agar pengerjaan tidak menjadi beban.

