

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

*Internalized misogyny* merupakan istilah untuk perilaku perempuan yang merendahkan, memermalukan, dan meragukan kemampuan perempuan lain atau diri sendiri. Berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Parapuan, diketahui bahwa 62% dari 397 perempuan pernah mendapatkan perlakuan misogini secara verbal dan sebanyak 39 perempuan mendapatkan perlakuan misogini dalam kehidupan mereka sehari-hari. Padahal menurut Spengler, perilaku *internalized misogyny* dapat menimbulkan dampak negatif seperti penyitaan identitas, tekanan psikologis, gangguan makan, dan penyakit mental. Selain itu, perilaku *internalized misogyny* juga dapat menghancurkan gerakan feminisme, mengganggu hubungan antar perempuan, dan memberikan batasan pada hak perempuan. Melihat banyaknya perempuan yang masih mendapatkan perilaku *internalized misogyny* dan banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan dari perilaku ini, penulis memberikan solusi berupa perancangan kampanye interaktif bagi perempuan usia 18-30 tahun yang tinggal di wilayah DKI Jakarta.

Dalam perancangan kampanye ini, penulis menggunakan metode *Human Centered Design* dari IDEO (2015) yang digabungkan metode kampanye AISAS oleh Sugiyama & Andree (2010). Dalam proses perancangan, penulis menentukan *keyword* yang akan penulis gunakan yaitu positif, kerjasama, dan unik. Dari ketiga kata tersebut terbentuklah *big idea* kampanye yaitu ‘dukungan menciptakan hubungan yang istimewa dan positif di antara perempuan’. Setelah mendapatkan *big idea* tersebut, penulis kemudian memulai proses perancangan dengan menentukan konsep, menentukan media kampanye, merancang *flowchart*, menyusun *copywriting*, dan merancang desain media kampanye berupa desain *post* instagram, *billboard* interaktif, kartu, poster, *twibbon*, serta desain *website* menggunakan platform Figma.

Setelah semua proses perancangan media kampanye selesai, penulis mulai melakukan dua kali uji coba berupa alpha test yang dilakukan pada *prototype day* dan *beta test*. Setelah *prototype day*, penulis melakukan beberapa perubahan pada beberapa desain *website* sesuai dengan *feedback* yang diberikan oleh users. Sedangkan pada proses *beta test*, penulis melakukan uji coba pada desain yang sebelumnya telah penulis ubah pada tahap *alpha test*. Hasil dari *beta test* yang penulis lakukan yaitu penulis mendapatkan penilaian yang cukup baik dari para *users*, sehingga pada tahap ini penulis tidak lagi melakukan perubahan pada desain *website* tersebut.

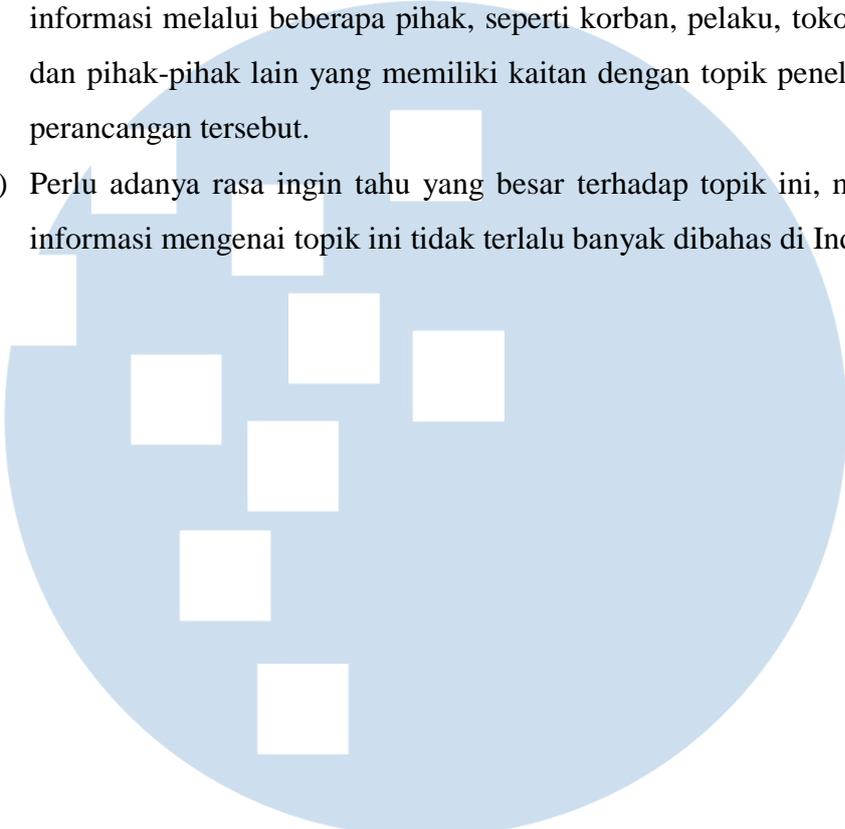
Dalam proses sidang akhir penulis, penulis mendapatkan beberapa masukan dari ketua sidang dan dosen penguji. Masukan yang diberikan berupa penambahan ‘gimmick’ pada hasil kuis *website* yang telah diikuti oleh pengguna. Gimmick yang dimaksud yaitu penggunaan *ranking* maupun penambahan karakter yang berbeda-beda pada hasil kuis yang didapatkan oleh pengguna. Hal ini ditujukan untuk mendorong pengguna melakukan tahap ‘*share*’ pada metode kampanye AISAS, sehingga membuat kampanye ini tersebar lebih luas lagi. Saran yang diberikan akan penulis simpan untuk dilakukan improvisasi pada *website*, jika nantinya penulis melanjutkan perancangan *website* ini di luar proyek tugas akhir penulis.

## 5.2 Saran

Setelah penulis melewati keseluruhan proses perancangan ini, penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan kepada peneliti maupun mahasiswa lain yang ingin mengambil topik penelitian atau perancangan yang serupa. Berikut merupakan saran yang ingin penulis berikan:

- 1) Dalam proses pemilihan topik, sebaiknya topik yang dipilih sesuai dengan minat dan keinginan dari peneliti, agar peneliti dapat menikmati setiap proses penelitian atau perancangan yang dilakukan.
- 2) Dalam proses penelitian atau perancangan, perlu dilakukan proses penelitian dan riset yang mendalam terhadap topik, metode, dan pemilihan solusi.

- 3) Proses penelitian atau perancangan harus disertai dengan pencarian informasi melalui beberapa pihak, seperti korban, pelaku, tokoh wanita, dan pihak-pihak lain yang memiliki kaitan dengan topik penelitian atau perancangan tersebut.
- 4) Perlu adanya rasa ingin tahu yang besar terhadap topik ini, mengingat informasi mengenai topik ini tidak terlalu banyak dibahas di Indonesia.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA