

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Polusi digital merupakan polusi yang dihasilkan dalam kehidupan sehari-hari oleh manusia yang berkaitan erat dengan penggunaan teknologi internet. Sebuah polusi yang tidak terlihat wujud jelasnya karena segala prosesnya terjadi di balik layar. Energi yang digunakan untuk segala aktivitas digital yang dilakukan rutin dan dianggap sebagai kebutuhan ini, menghasilkan jejak emisi karbon yang memiliki konsekuensi buruk bagi lingkungan (Beute & Pacinelli, 2021).

Berdasarkan riset data target audiens dan wawancara ahli, penggunaan internet berdasarkan hiburan nyatanya belum disadari oleh banyak orang menghasilkan polusi dengan angka yang cukup mengkhawatirkan. Selain penggunaannya sebagai elemen hiburan yang terkadang dikonsumsi secara berlebihan, penggunaan lainnya dalam sisi pekerjaan dan kebutuhan juga belum diiringi dengan perhatian yang cukup untuk menekan naiknya angka emisi karbon. Penulis juga menemukan *insight* bahwa banyak audiens yang mengetahui internet menghasilkan polusi namun tidak sepenuhnya sadar bahwa polusi tersebut dihasilkan dari kebiasaan remeh dan berbahaya bagi lingkungan.

Dari temuan ini, penulis mengembangkan sebuah big idea untuk kampanye sosial ini yaitu “*resist digital pollution in the present, for the existence of the future generation & environment*” yang kemudian memantik ide judul sebagai identitas kampanye polusi digital ini yaitu “*Internet Creates CO too*” atau yang diartikan sebagai kalimat pengingat untuk audiens bahwa internet menghasilkan polusi juga. Judul ini kemudian didukung oleh tagar #AttentionSwitchLimit yang mengandung pesan ajakan untuk memberikan perhatian lebih pada internet, mengalihkan kebiasaan penggunaan internet yang kurang bermakna dan bermanfaat, dan membatasi yang terlalu berlebihan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan kampanye yang telah melewati segala proses pengumpulan data dan strategi kreatif yang dilakukan penulis, kini penulis dapat menyimpulkan saran bagi para audiens atau pembaca yang mungkin di masa depan yang akan menggarap topik yang berkaitan dengan bahaya polusi digital. Memanfaatkan waktu sebaik-baiknya dalam mencari data dan fakta dari sumber yang terpercaya sebanyak-banyaknya secara mendalam adalah sangat krusial sebagai dasar pemantik ide dan strategi desain pada tahap selanjutnya.

Bergerak maju dan mundur pada proses perancangan merupakan hal yang normal, karena dengan begitu kita dapat mengevaluasi kekurangan dan memantik ide-ide kreatif. Selain itu, melihat kembali *insight* dan hasil temuan pada tahap pengumpulan data juga dapat membantu menciptakan taktik penyampaian pesan komunikasi yang saling melengkapi dengan elemen visual agar mampu berkomunikasi dengan calon audiens pada media dan eksekusi yang tepat. Masukan khususnya dari seorang spesialis dan pembimbing merupakan saran dan evaluasi yang bermanfaat sebelum maju ke tahap desain final dan implementasi.

Namun walaupun demikian, terkait dengan hasil akhir fisik perancangan kampanye ini, penulis telah mendapatkan beberapa kritik dan masukan dari penguji siding akhir agar di masa depan, penulis dapat merancang perancangan yang lebih baik lagi. Catatan-catatan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Logo dengan *tagline* “*Internet Creates CO too*” harus dikaji lebih dalam karena ternyata dapat menimbulkan salah persepsi bahwa internet dapat menciptakan karbon monoksida/ *CO*, sedangkan yang dimaksudkan penulis adalah karbon dioksida/ *CO2*. Walaupun keduanya merupakan senyawa yang serupa dan sama-sama merupakan zat polutan, namun tetap memiliki pengertian yang tidak sama.
2. Tampilan visual pada *background* poster untuk media *billboard* menggunakan ilustrasi gedung BNI dan Monas mengkhawatirkan akan membentuk persepsi yang salah bahwa kedua bangunan tersebut merupakan

salah satu penyebab polusi digital juga. Maksud penulis meletakkan kedua bangunan tersebut pada *background* poster adalah sebagai penjas tersirat bahwa polusi di “Jakarta” juga disebabkan oleh polusi digital. Lebih bijak memilih ilustrasi agar tidak memberikan salah persepsi.

3. *Layout* dari seri-seri kampanye belum dipertimbangkan dengan baik sehingga terdapat beberapa poster dimana *body copy* dan visual menabrak, menimbulkan ketidaknyamanan pada mata.
4. Ketidak konsistensi layout *body copy* pada rancangan sehingga mengurangi poin pada prinsip kesatuan pada desain kampanye.
5. Perhatikan ukuran *typography* pada media *Instagram* khususnya dalam penerapannya ke dalam *dummy* agar terbaca dengan baik.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA