

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Remaja usia transisi rentan mengalami stres dan emosi negatif, namun masih banyak pula dari mereka yang belum dibekali dengan kemampuan manajemen stres yang baik (Kaligis, dkk., 2021). Berdasarkan data hasil kuesioner dan wawancara, hal serupa secara spesifik juga dapat diamati di Provinsi Banten yang merupakan provinsi paling tidak bahagia se-Indonesia (BPS, 2022). Dalam ilmu psikologi sendiri, terdapat teknik manajemen stres yang sederhana dan mudah dilakukan untuk mengelola stres dan emosi negatif tersebut, yaitu teknik *Grounding*. Namun, hasil kuesioner menunjukkan bahwa teknik ini ternyata belum umum diketahui dan dipraktikkan oleh remaja usia transisi di Provinsi Banten. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan kampanye yang dapat menyebarluaskan seputar teknik *Grounding* dengan tujuan mempersuasi remaja mencoba mempraktikkannya.

Perancangan kampanye dilakukan dengan menggunakan metode desain oleh Robin Landa dalam buku *Graphic Design Solutions* (2011) yang terdiri atas lima tahap: *orientation, analysis, concept, design, dan implementation*. Proses perancangan dimulai dengan mengumpulkan data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Penulis kemudian melakukan proses analisis data dan menemukan data-data inti seperti kecenderungan stres remaja usia transisi di Banten, tingkat dan sumber pengetahuan target seputar teknik *Grounding*, serta poin penting seputar teknik *Grounding*. Menurut ahli yaitu Ibu Hartanti selaku psikolog klinis, teknik *Grounding* mungkin saja kurang dipraktikkan karena remaja masih kurang memahami dan familiar dengan teknik tersebut, padahal teknik *Grounding* sangat mudah dan memungkinkan untuk dilakukan.

Penulis lalu melanjutkan perancangan ke tahap pembentukan konsep dengan *insight* utama bahwa target perlu dipaparkan akan adanya teknik manajemen stres yang sederhana, mudah, dan sangat bisa untuk dicoba secara mandiri. Oleh karena

itu, penting untuk menekankan manfaat dan unsur kemudahannya, namun juga tetap disertai pemaparan yang menjelaskan tentang informasi *Grounding* itu sendiri untuk membangun familiaritas dan tingkat pengetahuan. Proses perancangan kemudian dilanjutkan dengan merancang kampanye menggunakan strategi AISAS hingga tercipta kampanye Shift the FOKUS. Perancangan kampanye ini disusun hingga tahap akhir dengan harapan dapat mempersuasi remaja untuk melakukan teknik *Grounding* melalui media-media kampanye yang menyampaikan pesan seputar informasi dan kemudahan melakukan teknik *Grounding*.

5.2 Saran

Setelah penulis melakukan serangkaian tahapan perancangan kampanye ini, penulis memperoleh beberapa saran untuk menjadi pertimbangan pada perancangan selanjutnya, yaitu:

- 1) Proses pengumpulan data sangat membantu dalam memberikan *insight* dan informasi lebih ketika melaksanakan perancangan. Oleh karena itu, sebaiknya pengumpulan data dilakukan dengan lebih mendalam, misalnya melalui wawancara untuk mengetahui persepsi target seputar topik yang dipilih guna mengetahui tingkat pemahaman target dan meminimalisir mispersepsi seputar topik.
- 2) Untuk perancangan ke depannya, pemilihan target sebaiknya dibatasi pada rentang usia yang tidak terlalu jauh serta dengan psikografis yang lebih spesifik, agar perancangan yang dikerjakan dapat lebih sesuai dengan kelompok target yang telah ditentukan sebelumnya.
- 3) Kampanye adalah perancangan yang bersifat mempersuasi target. Oleh karena itu, strategi AISAS yang digunakan sebaiknya dibuat lebih unik dan menarik, namun tetap sesuai dengan konteks topik yang diangkat. Pemilihan *style* visual pun perlu dipertimbangkan dengan baik agar sesuai dengan kelompok target yang dituju.
- 4) Penting untuk mengatur timeline perancangan agar dapat dijadikan sebagai patokan sejak awal, sehingga perancangan bisa berjalan dengan lebih terstruktur dan tepat waktu.