

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

*Mindless scrolling* merupakan sebuah kebiasaan *scrolling* media digital yang membuat seseorang terjebak pada siklus *scrolling* yang membuat seseorang mengalami ketergantungan dopamin, terbuangnya waktu dengan sia-sia, kekurangan fokus pada masa kini, dan mempengaruhi kondisi *mood* dan pengalaman seseorang. Pada remaja akhir, *mindless scrolling* dapat menyebabkan penurunan produktivitas karena banyaknya waktu yang terbuang secara tidak produktif, membuat kecanduan, dan mempengaruhi kesehatan mental dan fisik.

Sementara, berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan seorang psikolog, belum ada rasa urgensi dalam diri para remaja mengenai dampak negatif dari *mindless scrolling*, sehingga tidak merasa perlu untuk berubah. Selain itu, temuan dari *Focus Group Discussion* yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa sebagian besar remaja akhir masih belum dapat mengubah kebiasaannya meski memiliki keinginan untuk berubah, yang disebabkan oleh faktor-faktor seperti FOMO (*Fear of Missing Out*), rasa cemas, kebiasaan, dan ketergantungan pada kebiasaan *mindless scrolling*. Partisipan dari *Focus Group Discussion* yang merasa tidak ingin berubah memiliki alasan karena sudah nyaman dan pasrah terhadap kebiasaannya tersebut.

Maka dari itu, untuk memberikan kesadaran dan edukasi mengenai pengaruh *mindless scrolling* terhadap produktivitas dan cara mengatasinya pada remaja akhir, dirancang kampanye interaktif dengan metode perancangan Landa (2010) dan strategi AISAS oleh Sugiyama dan Andree (2010). Metode Landa terdiri dari 6 tahapan, yaitu *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Pada fase *overview*, penulis mengumpulkan dan menyusun data dan informasi yang sebelumnya dicari oleh penulis, yang kemudian dirancang menjadi strategi desain pada fase *strategy*. Pada fase *ideas*, penulis menemukan

*big idea* berupa “*Cultivating productivity and tackle the scrolling loop by mindful interactive campaign*” atau “menumbuhkan produktivitas dan mengatasi siklus *scrolling* dengan kampanye interaktif *mindful*”, yang kemudian membentuk nama kampanye berupa “Break The Loop” dan konsep *Drowning in the Endless Sea*.

Ide dan konsep kemudian diubah ke dalam bentuk visual, yang diaplikasikan dalam rangkaian media-media AISAS pada kampanye interaktif. Pada tahap *attention*, penulis menggunakan media sosial untuk mendapatkan perhatian dan *awareness* audiens terhadap kampanye, karena target audiens dari topik *mindless scrolling* memiliki kecenderungan untuk aktif dalam mengakses media sosial. Untuk menjangkau target audiens dalam skala yang lebih luas, penulis juga menggunakan poster dengan teknologi *Augmented Reality* di tempat-tempat umum. Pada tahap *interest*, penulis menggunakan akun Instagram kampanye untuk memunculkan ketertarikan audiens untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai *mindless scrolling* yang dibawa kampanye, karena konten dalam media sosial lebih mudah diserap dan diakses oleh target audiens.

Untuk tahap pencarian informasi yang lebih dalam (*search*), penulis menggunakan *website* yang berisikan informasi mengenai *mindless scrolling* yang lebih informatif dibandingkan di tahap-tahap sebelumnya, dan menyediakan *challenge* melalui aplikasi (*action*) untuk memfasilitasi audiens agar mengurangi kebiasaan *mindless scrolling*. Pada tahap *share*, penulis menggunakan media sosial agar audiens dapat membagikan pengalamannya dan mengajak untuk turut berpartisipasi dalam kampanye.

*Prototype* dari *website* kampanye kemudian diujikan kepada target audiens untuk mendapatkan *feedback* dan *insight* yang digunakan untuk mengembangkan *prototype website* agar mencapai hasil yang maksimal dan memenuhi tujuannya sebagai salah satu media dalam kampanye mengenai *mindless scrolling*.

Diharapkan, dengan adanya tugas akhir ini, *awareness* terhadap *mindless scrolling* lebih tersebar luas, dan para mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara yang ingin mengambil topik yang serupa dapat terbantu.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman penulis dalam proses perancangan Tugas Akhir ini, penulis memiliki beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk mahasiswa yang ingin mengambil topik atau media yang serupa, yaitu sebagai berikut:

- 1) Saat memilih topik perancangan, ada baiknya untuk memilih topik yang diminati dan relevan dengan permasalahan yang dihadapi di lingkungan sekitar, dan memiliki data serta kredibilitas yang baik.
- 2) Menggunakan metodologi penelitian dengan sebaik-baiknya sesuai dengan kebutuhan dari perancangan yang akan dibuat.
- 3) Untuk perancangan kampanye, penting untuk mengawasi pembuatan media dengan pertimbangan dan perencanaan yang matang terhadap media-media kampanye yang digunakan, agar memiliki korelasi antara satu sama lain dan saling berkontribusi pada tujuan dari kampanye yang akan dibuat.
- 4) Untuk perancangan media interaktif, penting untuk terus menguji dan memperbaiki *prototype* yang dibuat secara berkala, baik dilakukan sendiri ataupun dengan menggunakan *alpha* dan *beta test*. Saat melakukan *test*, gunakan pertanyaan yang secukupnya dan tepat sesuai dengan hasil yang dituju.
- 5) Ada baiknya ketika membuat media interaktif, ditambahkan mikrointeraktivitas seperti animasi sederhana atau *sound* sesuai keperluan.
- 6) Saat membuat desain karakter, perlu diperhatikan pesan yang ingin disampaikan melalui karakter dan aplikasinya pada desain secara visual.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A