

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Kesehatan mental merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan karena telah menjadi salah satu isu sosial yang banyak dialami oleh masyarakat. Banyak macam keresahan yang terjadi akibat kesehatan mental, salah satu contohnya adalah rasa cemas atau yang sering kita ketahui sebagai *insecure*. Hal yang terdengar sepele namun memberikan dampak yang cukup mengganggu keseharian orang yang mengalami rasa cemas tersebut. Contoh dari rasa cemas yang penulis ambil adalah rasa cemas terhadap penampilan fisik yang menghilangkan rasa percaya diri penderitanya, dan memberikan dampak seperti kesulitan untuk bersosialisasi, cenderung menutup diri, merendahkan diri sendiri, hingga terus membandingkan diri dengan orang lain.

Berdasarkan tahap *overview* yang penulis lakukan, Muzayin Nazarudin menyatakan bahwa rasa cemas ini terjadi karena adanya pengaruh terpaan media yang selalu kita lihat setiap hari. Demi kepentingan produksi yang dilakukan setiap hari, media harus menyamakan standar (kecantikan) agar dapat memuaskan seluruh lapisan masyarakat yang melihat. Hal tersebut akhirnya menciptakan stigma masyarakat, bagaimana “perempuan” yang cantik di mata dunia. Sehingga pada saat mereka menemukan ketidakpuasan terhadap penampilan dirinya, mereka akan mengalami rasa cemas terhadap penolakan akibat penampilan fisiknya.

Sedangkan menurut Maharani Devi Puspitasari, keberagaman sendiri merupakan salah satu hal yang di banggakan di Indonesia. Dengan beragam suku bangsa yang tersebar dari sabang sampai merauke, dengan ciri khas dan warna penduduk yang berbeda-beda pada setiap daerah merupakan hal yang wajar dan tidak seharusnya stigma masyarakat terhadap standar kecantikan itu malah menghasilkan rasa cemas terhadap kekayaan budaya Indonesia tersebut.

Berdasarkan isu sosial diatas, penulis telah melakukan perancangan dengan judul “*Perancangan Kampanye Meningkatkan Kepercayaan Diri Remaja Akhir terhadap Penampilan Fisik*”. Untuk mempersempit target sasaran penulis mengerucutkan target ke remaja akhir usia 19-22 tahun atau mahasiswa yang sedang mengalami fase peralihan dari remaja akhir menjadi dewasa, di mana mereka harus siap secara fisik maupun mental untuk bisa beradaptasi pada tahapan selanjutnya di dunia karir.

Pada perancangan kampanye Reda, penulis bertujuan untuk mengajak pada remaja akhir yang memiliki kecemasan terhadap penampilan fisik mereka untuk belajar mencintai diri mereka sendiri dan mendapatkan kepercayaan diri yang pernah hilang. Ingin tampil cantik itu baik, akan tetapi berusaha tampil cantik untuk memuaskan orang lain merupakan tindakan yang tidak baik untuk dilakukan. Pada perancangan ini, penulis juga ingin mengajak mereka yang telah sadar untuk ikut membantu memberikan semangat dan motivasi supaya calon penerus bangsa Indonesia bisa mendapatkan kepercayaan dan mencintai diri mereka sendiri.

Menggunakan media utama Instagram sebagai media penghubung untuk calon audiens dapat berinteraksi. Interaksi yang di maksud ini dilakukan secara online dan dapat dilakukan oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. Hanya ikut mendukung dengan mengikuti kampanye dan sedikit bercerita tentang pengalaman atau memberikan motivasi melalui akun Instagram mereka masing-masing. Penulis menyiapkan media interaksi berupa frame dan *twibbon* yang dapat digunakan pada Instagram. *Frame* dapat digunakan pada *stories Instagram* saat melakukan *mirror selfie* pada kaca diri yang telah penulis telakkan pada area kampus. Sedangkan *twibbon* dapat digunakan pada *feeds Instagram* untuk menceritakan dan berbagi motivasi pada akun masing-masing.

Untuk *meningkatkan* awareness mahasiswa terhadap kampanye ini, penulis juga akan menempelkan poster ukuran A3 pada beberapa area kampus yang terdapat akun Instagram dari kampanye. Serta pembagian *folded flyer* beserta merchandise lainnya untuk menarik perhatian mahasiswa dan mau mengikuti

kampanye. *Flyer* akan dibagikan dalam pouch ziplock beserta dengan sticker dan button mirror kepada mahasiswa dengan kuantitas 30 pax setiap harinya selama 5 hari kerja. Sedangkan kaca diri akan diletakkan secara permanen sebagai sarana mahasiswa berfoto dan terus mendukung kampanye *Reda*. Sedangkan totebag akan dibagikan selama persediaan masih ada kepada mahasiswa yang mengikuti seluruh kegiatan kampanye.

## 5.2 Saran

Dalam perancangan tugas akhir dengan topik yang sama atau serupa dengan penulis, disarankan untuk memastikan data serta sumber yang terkumpul merupakan data terbaru yang valid. Sebab seiring berjalannya waktu, persepsi masyarakat terkait isu tersebut akan terus bertambah serta mengalami perkembangan atau perubahan. Banyak juga *brand* kecantikan yang memanfaatkan isu terkait sebagai batu loncatan untuk mempromosikan produknya, hal ini dapat dijadikan pertimbangan bahwa perancangan akan berbeda dan tidak untuk mencari profit. Hal tersebut sebaiknya dilakukan untuk kepentingan pemilihan konten agar sesuai dengan target dan tujuan calon penulis dalam melakukan perancangan. Calon penulis harus berhati-hati dalam mencari data sebab begitu banyak sudut pandangan dan cabang yang ditakutkan dapat mengubah sudut pandang dari penulis sendiri terhadap proses perancangan. Calon penulis harus fokus terhadap topik judul dan tujuan yang sejak awal ditentukan.

Selanjutnya, calon penulis melakukan perancangan sesuai dengan data dan referensi yang dikumpulkan. Mulai dari media, konten *psikoedukasi*, *copywriting*, konten visual, dan sebagainya sesuai dengan kebutuhan calon penulis terhadap perancangannya. Perlu di perhatikan bahwa isu sosial ini merupakan isu yang sudah banyak dilihat oleh masyarakat dan memiliki begitu banyak pendekatan. Jadi sangat disarankan apabila calon penulis sudah memilih salah satu pendekatan terkait isu terkait sejak awal proses perancangan yang sesuai dengan minat dan ketertarikan penulis sendiri. Hal tersebut disarankan agar proses perancangan dapat berjalan lebih mudah dan menyenangkan.