

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Masa remaja adalah masa di mana seseorang berada dalam masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dan umumnya sedang mencari jati diri mereka. Dalam proses pengelolaan emosi remaja, orang tua dianjurkan turut serta di dalamnya karena remaja masih berada di bawah naungan orang tua dan lingkungan dapat menjadi pengaruh baik atau buruk pengelolaan emosi remaja. Sayangnya, tidak semua remaja mau bergantung pada orang tuanya, ada yang lebih memilih menjadikan temennya sebagai tempat berkeluh kesah. Meskipun itu bukanlah hal yang buruk, ada kalanya orang tua juga butuh untuk maju sebelum tersingkir dari lingkaran dalam anak.

Oleh karena itu, perancangan kampanye ini dilakukan dengan harapan orang tua akan lebih memahami bagaimana cara mendekati anaknya di kala mereka sedang marah dan harus bertindak seperti apa untuk membantu menenangkan amarah anaknya. Perancangan ini dilakukan dengan metode *six phases* Landa dan menggunakan strategi kampanye AISAS dari awal perancangan hingga akhir, dan siap untuk dirilis dengan harapan kampanye ini dapat membantu orang tua dalam mendampingi perkembangan emosi anaknya.

5.2 Saran

Perancangan kampanye yang dirancang oleh penulis sesungguhnya masih memiliki banyak kekurangan. Meski demikian, selama proses perancangan ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran berharga dari berbagai pihak, sejak proses awal riset data hingga perancangan kampanye paling akhir.

Adapun saran yang hendak penulis sampaikan, yakni diperlukan riset yang memadai sebelum menentukan topik penelitian. Hal tersebut untuk memudahkan proses perancangan di kemudian hari. Selain itu, manajemen waktu juga merupakan salah satu pelajaran penting yang penulis dapatkan selama merancang kampanye.

Lebih baik mengerjakan perancangan selama perlahan-lahan tapi pasti, dibandingkan dengan mengerjakan secara terburu-buru hingga tidak memperoleh hasil yang paling maksimal. Selain itu, dalam mencari studi eksisting dan studi referensi juga harus disesuaikan dengan perancangan seperti apa yang ingin dibuat, supaya lebih terarah.

Kemudian, dalam pembuatan media kampanye, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan. *Website* dalam kampanye ini adalah media utama, sehingga seharusnya juga terdapat beberapa informasi terkait topik yang hendak disampaikan dalam seminar, bukan hanya berupa lapak untuk forum serta pembelian tiket dan *merchandise* saja. Idealnya, bila ada sepuluh informasi yang bisa disampaikan terkait topik yang diangkat, tujuh di antaranya dapat disampaikan dalam laman *website*, sedangkan tiga sisanya dapat disampaikan dalam seminar. Harus ada ilmu yang disampaikan dalam *website* tersebut. Selain itu, komposisi dalam desain juga harus diperhatikan. Kombinasi warna yang baik dengan gaya ilustrasi yang menarik akan tetap terasa kurang bila komposisi desain kurang memadai.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA