

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Seiring dengan perkembangan media sosial di antara masyarakat Indonesia, timbul perubahan pola pikir yang berpengaruh terhadap gaya hidup pengguna. Media sosial membawakan banyak manfaat serta kegunaan yang dapat dimanfaatkan untuk kehidupan sehari-hari, akan tetapi pada kenyataannya, permasalahan dalam bentuk dampak negatif muncul. Salah satunya adalah resiko privasi yang dialami oleh individu pengguna media sosial maupun sesama pengguna. Sebagai mahasiswa yang merupakan bagian dari kalangan pengguna media sosial terbanyak di Indonesia, kesadaran mengenai pentingnya menjaga privasi pribadi dan juga menghargai privasi orang lain perlu ditingkatkan agar tidak menimbulkan masalah berupa kasus secara berkelanjutan.

Solusi berupa kampanye dirancang dengan tujuan mempersuasi dan mengubah pola pikir mahasiswa agar bertingkah sesuai etika dalam menjaga privasi di media sosial. Kampanye dijalankan dengan pemanfaatan strategi serta media yang mendukung alur penyampaian pesan. Pendekatan utama dinilai efektif karena dilaksanakan melalui media sosial yang paling sering diakses oleh mahasiswa yaitu Instagram. Melalui desain dan media yang ada, ketertarikan mahasiswa terhadap fenomena dan topik yang disampaikan meningkat. Hal ini sejalan dengan tujuan kampanye untuk menciptakan perubahan melalui pesan yang disampaikan. Dengan adanya sebuah kampanye yang mempersuasi serta meningkatkan kesadaran, mahasiswa menjadi lebih paham dan sadar akan resiko dari kebocoran privasi akibat etika yang kurang baik, sehingga kehidupan lingkungan media sosial menjadi lebih tentam dan aman untuk semua pengguna.

#### **5.2 Saran**

Perancangan tugas akhir dijalankan mulai dari titik awal hingga akhir dengan melalui proses bertahap. Pada setiap tahapan, tentunya banyak pihak yang terlibat

dan berperan dalam perancangan. Selama proses berlangsung, penulis menerima berbagai bentuk saran yang kemudian dipertimbangkan untuk perancangan. Masukan tersebut diterima dan diproses menjadi bentuk saran. Oleh karena itu, penulis hendak menyampaikan saran pada mahasiswa/i yang hendak menjalankan tugas akhir dengan tujuan yang sama seperti penulis. Adapun saran yang ditekankan sebagai berikut.

1. Perancangan kampanye harus ditargetkan secara lebih spesifik, terutama sudut pandang dan penerapannya. Pada kampanye mengenai privasi, sebaiknya ditekankan apakah aspek privasi tersebut berlaku untuk diri sendiri atau terhadap orang lain dan dijadikan narasi tetap untuk seluruh media yang dirancang.
2. Pada tahap rangkaian ide, kesinambungan antara *keywords*, *big idea*, dan *tone of voice* harus lebih diperhatikan. Dalam perancangan kampanye ini, *tone of voice* yaitu *friendly* kurang memiliki kaitan dengan *keywords* dan *big idea* yang telah dirancang.
3. Penetapan *copywriting* pada desain harus konsisten sesuai dengan *tone of voice*. Beberapa *copywriting* pada desain kampanye tergolong belum mencerminkan *tone of voice* secara maksimal.
4. Penggunaan warna yang selaras dengan aspek yang diangkat pada fenomena harus diperhatikan. Pada kampanye yang mengangkat isu tentang privasi, saran bahwa warna gelap cenderung lebih menggambarkan situasi privasi tersebut.
5. Ilustrasi yang digunakan sebaiknya tidak disampaikan secara literal, melainkan memanfaatkan pendekatan lainnya sehingga desain dapat terlihat lebih variatif.
6. Saat menentukan lokasi di mana sebuah acara akan diselenggarakan, ada baiknya melakukan riset mendalam untuk memastikan bahwa lokasi tersebut benar-benar cocok dan sesuai dengan target yang dituju.

Sebagai mahasiswa/i yang diberdaya oleh pengetahuan desain komunikasi visual, mahasiswa disarankan untuk kreatif dalam mencari permasalahan desain

dari fenomena yang sedang berlangsung di kehidupan sehari-hari. Permasalahan desain yang berangkat dari tiga pilar DKV harus diimplementasikan dengan baik dan sebisa mungkin menyajikan solusi aktual. Mahasiswa/i juga disarankan untuk memiliki sifat aktif dalam menjalankan tugas akhir dan tidak hanya bergantung pada arahan dosen. Dorongan untuk melakukan sebuah tahapan perancangan harus datang dari diri sendiri agar perancangan dapat berlangsung secara efektif dan sesuai target, terutama dengan adanya faktor waktu yang terus berjalan.

