

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Batasan usia yang terdapat pada sebuah tayangan telah diatur di dalam P3 SPS yang menjadi acuan dalam melakukan penyiaran di Indonesia. Untuk itu, seluruh tayangan, mulai dari berita, sinetron, hingga tayangan animasi berpedoman pada peraturan tersebut. Selain itu, terdapat pengawasan yang sangat ketat yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia. Namun, karena adanya perkembangan pada teknologi, membuat pengawasan pada batasan usia yang dilakukan oleh masyarakat semakin melemah. Terutama munculnya *platform streaming* yang dapat diakses dengan mudah oleh remaja. Tidak jarang terdapat animasi, khususnya serial anime yang dibuat dengan menargetkan penonton tertentu. Hal itu yang menjadi permasalahan kepada perkembangan karakter generasi muda saat ini. Dalam hal ini, perlu adanya upaya yang mengajak remaja untuk meningkatkan kepedulian dalam memperhatikan klasifikasi usia pada serial anime yang mereka tonton serta perlu adanya pemilahan mengenai pengaruh yang baik dan tidak baik yang disebarkan melalui serial anime bagi remaja. Dengan perancangan kampanye ini, remaja diharapkan dapat meningkatkan kepedulian dalam memperhatikan, memilah, serta berhati-hati dalam memilih tayangan serial anime yang akan mereka tonton.

5.2 Saran

Melalui perancangan tugas akhir mengenai “Perancangan Kampanye Bijak dalam Pemilahan Kategoril Usia Tontonan Serial Anime untuk Remaja” diharapkan menjadi suatu upaya yang mampu membantu melindungi remaja dari dampak negatif dari adegan pada serial anime yang dapat mempengaruhi perkembangan karakter remaja. Perancangan ini mendapat beberapa masukan untuk memperhatikan kembali penggunaan font sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Selain itu, penggunaan visual serta konten yang disajikan masih dapat dikembangkan supaya informasi yang akan disampaikan

semakin lengkap. Beberapa masukan yang diberikan setelah melalui sidang akhir, penulis rangkum kedalam beberapa point. Berikut merupakan beberapa saran serta masukan yang diberikan:

- a. Disarankan pada strategi perancangan menggunakan teori Robin Landa yaitu *Advertising by Design*.
- b. Pada perancangan karakter, harus disesuaikan dengan lokalitas sehingga dapat menunjukkan mengenai kampanye yang ditujukan pada remaja Indonesia.
- c. Logo kampanye disesuaikan dengan keterbacaan serta *brand voice* dari *mandatory* yang digunakan dalam kampanye.
- d. Memvisualisasikan *brand mandatory* kedalam *key visual* yang akan digunakan dalam perancangan media kampanye.
- e. Mempertimbangkan mengenai penggunaan karakter yang disesuaikan dengan tujuan pada konten kampanye.
- f. Memperhatikan mengenai penggunaan *copywriting* yang harus ditinjau kembali untuk keberhasilan jalannya kampanye.
- g. Perhatikan kembali mengenai *budget* yang akan digunakan dalam kampanye.

