

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Freelancer seni dan desain masih kerap mendapatkan stigma negatif berupa dianggap pengangguran, pemalas, dan dianggap kerjaan tidak jelas karena tidak bekerja di kantor. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, 93% dari individual pernah mendengar stigma negatif terhadap pekerja lepas seni dan desain. Stigma negatif pekerja lepas seni dan desain ini kebanyakan berasal dari orang tua, keluarga, tetangga, dan teman sejawat. Kampanye yang dilakukan menyusung permasalahan seputar pekerja seni dan desain kebanyakan ditargetkan terhadap advokasi masalah struktural dibandingkan dengan individual. Oleh karena itu, terjadi kurangnya pengetahuan mengenai proses bekerja dibalik pekerja lepas seni dan desain yang menyebabkan kesalahan persepsi dari pandangan individual.

Dalam usaha menghilangkan stigma negatif terhadap pekerja lepas seni dan desain, penulis merancang kampanye Kerja Lepas Kerja Jelas. Penulis menggunakan metodologi perancangan *Human-Centered Design* dari IDEO yang dibagi menjadi 3 tahap, yakni *inspiration*, *ideation* dan *implementation* serta metode kampanye AISAS untuk merancang *media planning*. Media utama dari kampanye adalah *website* yang berisi segala macam informasi mengenai pekerja lepas seni dan desain, serta stigma yang dihadapi sehari-hari. Pada *website* juga terdapat berbagai program yang dilakukan oleh *kampanye*. *Big idea* dari kampanye adalah “Pekerja Lepas bukan Pengangguran Bebas” dengan fokus untuk memberi informasi mengenai persepsi salah dari stigma negatif terhadap pekerja lepas seni dan desain. Berdasarkan *big idea* ini, konten di *website* menunjukkan bahwa pekerja lepas juga menghasilkan karya dan bekerja dengan melakukan *showcase* karya dan simulasi dibalik proses bekerja dari pekerja lepas seni dan desain, serta menginformasikan bahwa pekerja lepas juga dapat menghasilkan pendapatan yang tidak kalah dengan pekerja kantoran.

Perancangan kampanye melibatkan media-media sekunder untuk menarik perhatian (*attention & interest*) seperti *instagram post*, *reels*, *facebook ads* serta *podcast*, webinar, *merchandises*, dan *stationery (action & share)*. Konten dari kampanye didesain berdasarkan analisa dari data yang didapatkan dan dikembangkan dari metode *alpha & beta testing* agar tepat sasaran dan relevan. Visual dari kampanye menggabungkan palet warna dari identitas visual *brand mandatory SINDIKASI*, digabungkan dengan gaya ilustrasi karakter vektor kartun. *Mockup* media sekunder kemudian diimplementasikan berdasarkan gaya desain dan *creative brief* dari media *planning*.

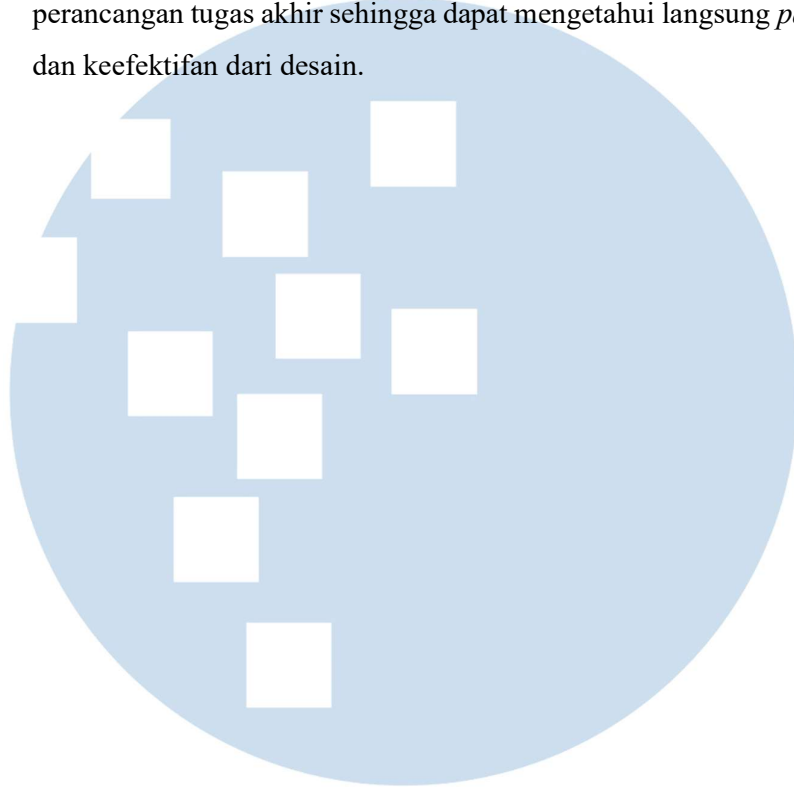
Berdasarkan hasil *beta test* yang telah dilakukan, perancangan media utama sudah sesuai dari aspek desain, dan konten. Dari segi navigasi, terdapat beberapa aspek interaktivitas yang sempat membuat target audiens bingung, namun telah dilakukan perubahan seperti penambahan instruksi serta penambahan tombol yang lebih mudah dilihat.

5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye Kerja Lepas Kerja Jelas, terdapat beberapa saran yang dapat penulis anjurkan terhadap pembaca atau mahasiswa/i untuk mengambil topik atau media yang serupa:

- 1) Menentukan segmentasi target audiens sesuai dengan data yang dikumpulkan mengenai sumber utama masalah.
- 2) Perancangan *creative brief* dan *consumer journey* yang spesifik dan detail berdasarkan segmentasi target audiens yang sudah dipilih. Pastikan konten yang dibuat sesuai dengan permasalahan yang ada, terutama apabila ingin mengambil generasi milenial – gen X. Pastikan navigasi dari *website* tidak terlalu kompleks agar mudah dinavigasi, dan desain media sekunder yang dapat meraih segmentasi target pasar secara efektif.
- 3) Konten yang dibawakan berfokus terhadap *benefit* dari bekerja lepas yang tidak kalah dari bekerja kantoran agar lebih dapat meyakinkan target audiens untuk menghilangkan stigma negatif dari pekerja lepas seni dan desain yang dianggap pengangguran.

- 4) Mencari sasaran yang tepat untuk dijadikan *beta tester* dalam perancangan tugas akhir sehingga dapat mengetahui langsung *pain points* dan keefektifan dari desain.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA