

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Post Concert Depression adalah sebuah fenomena yang sering terjadi dalam setahun belakangan ini, terutama pada penggemar K-Pop. Gejala dari *Post Concert Depression* berbeda dengan gejala depresi pada umumnya, namun apabila gejalanya sudah berlangsung dalam dua minggu lebih, maka sudah masuk ke dalam depresi klinis yang harus ditangani lebih lanjut. Pada dasarnya, mayoritas penggemar K-Pop mengenali *Post Concert Depression* dan pernah mengalami gejalanya, namun mereka cenderung mengabaikan gejala yang dialaminya. Dengan ini, banyak dari mereka yang belum selesai dengan *Post Concert Depression* dan harus segera ditangani agar tidak mengganggu kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah kampanye berbasis *website* untuk memberikan informasi, memberikan edukasi kepada penggemar K-Pop mengenai bahaya PCD, dan menawarkan berbagai rangkaian kegiatan yang dapat mereka ikuti seperti *webinar*, *podcast*, *fan gathering*, dan bergabung di dalam sebuah komunitas. Dilengkapi dengan media sekunder untuk perancangan, kampanye ini dapat berjalan dengan lebih baik untuk meningkatkan ketertarikan audiens terhadap acara atau kegiatan yang diadakan, seperti *photobox*, *photocard holder*, dan *concert memory journal*.

Berdasarkan hasil dari *alpha test* dan *beta test* didapati bahwa selama mereka mencoba *website* tersebut, pemilihan warna biru sebagai warna primer sangat mendukung isi pesan dari kampanye, beberapa mengatakan bahwa isi dari kampanye tersebut *relate* dengan apa yang mereka pernah atau sedang alami, serta hal yang menarik yang mereka temukan dari perancangan *website* ini adalah *interactive storytelling*-nya yang meningkatkan interaktivitas dengan pemilihan alur cerita sesuai dengan kondisi setiap individu. Respon dari audiens sangat baik dan mereka tertarik untuk mengikuti rangkaian kegiatan kampanye terutama *fan gathering*.

5.2 Saran

Sebagai penutup, penting adanya untuk memberikan beberapa saran yang dapat menjadi panduan untuk pengembangan secara akademis maupun praktis. Saran ini disusun berdasarkan manfaat yang diharapkan dari perancangan kampanye *website* ini, baik aspek teoritis maupun praktis. Berikut ini adalah saran yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan selanjutnya:

1. Dosen/Peneliti

Kampanye interaktif dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan metode komunikasi visual yang lebih kreatif serta menarik. Diharapkan perancangan berikutnya dapat menambahkan gamifikasi untuk menciptakan pengalaman yang lebih seru dan menarik.

2. Universitas Multimedia Nusantara

Tugas akhir ini dapat digunakan sebagai panduan untuk mahasiswa lainnya yang ingin membuat perancangan serupa. Universitas diharapkan dapat mendukung penelitian kampanye interaktif khususnya yang membahas mengenai isu sosial seperti Post Concert Depression.

Perancangan ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga perancangan ini masih mendapatkan beberapa saran oleh dewan penguji. Pertama, perancangan ini disarankan untuk membuat ilustrasi dengan menggunakan gaya penggemar K-Pop pada umumnya terutama pakaiannya. Kemudian memvariasikan ilustrasi karakter dengan gestur-gestur yang lebih banyak dan variatif. Lebih lanjut, di dalam *interactive storytelling* lebih baik ditambahkan suara agar lebih *immersive*. Dalam media sekunder terdapat kata yang bisa dikurangi penggunaannya, yaitu *PCD IS REAL*. Berdasarkan saran-saran tersebut, penulis harus lebih banyak melakukan eksplorasi dalam pembuatan karakter serta mempelajari untuk membuat suatu desain yang interaktif agar lebih *immersive* sehingga audiens dapat lebih masuk ke dalam *interactive storytelling* yang disajikan.