

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan sebelumnya, perancangan kampanye sosial mengenai bahaya *love-bombing* bagi wanita dapat menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya. Kampanye ini hadir yang tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan edukasi terhadap masyarakat Indonesia terkait topik *love-bombing*, melainkan juga untuk mendorong terciptanya perubahan yang terjadi. Perubahan yang diharapkan adalah agar wanita di Indonesia bisa terbebas dari jeratan *love-bombing*, dengan bantuan dari teman-teman sekitarnya. Selama proses perancangan, penulis menemukan bahwa hambatan utama bagi seorang individu dalam membantu temannya adalah ketidaktahuan mereka dalam memilih langkah yang tepat untuk membantu temannya. Ada perasaan ragu, takut untuk salah bicara, serta berbagai hambatan lainnya yang membuat mereka terjebak di situasi yang sama.

Dengan demikian, kampanye hadir untuk menjawab seluruh kebingungan dan hambatan yang dialami oleh seorang individu. Kampanye yang dirancang juga menekankan sisi “proses”, dimana audiens tidak langsung diarahkan untuk membantu temannya, melainkan, diajak terlebih dahulu untuk memahami apa yang dirasakan oleh korban. Dengan memahami sisi dan sudut pandang dari korban, audiens diharapkan akan lebih bisa berempati atas kondisi yang dialami temannya. Dengan digunakannya pendekatan ini, memungkinkan individu untuk memberikan dukungan yang lebih tulus, karena individu tersebut juga sudah memahami dari sisi korban. Kampanye dirancang sedemikian rupa dengan penggunaan berbagai media, namun tetap memiliki satu pesan yang sama, yaitu mengajak individu untuk mengulurkan tangan mereka dalam membantu dan mendukung temannya untuk keluar dari siklus *love-bombing*.

5.2 Saran

Berdasarkan perancangan penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat mendukung pengembangan lebih lanjut terkait penerapan kampanye sosial berbasis *website* untuk isu *love-bombing* yang menargetkan pihak eksternal. Mengingat perancangan ini ditujukan untuk eksternal, maka penting untuk melihat perspektif dari pihak eksternal, namun diperlukan juga pemahaman perspektif internal bagi mereka. Dalam hal ini, perancangan harus dibuat agar topik yang dibahas mudah dipahami oleh audiens eksternal, dengan penyesuaian elemen-elemen desain yang relevan dengan sudut pandang mereka.

Penyesuaian ini diperlukan agar pesan yang disampaikan tepat sasaran, menghindari kebingungan, atau bahkan kesalahan sasaran, di mana pesan yang seharusnya untuk eksternal malah diterima oleh pihak internal. Penyesuaian perancangan dengan target audiens penting untuk dilakukan. Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari seluruh perancangan, baik dalam sisi teoritis maupun praktis:

5.2.1 Manfaat Praktis

Bagi Mahasiswa yang tertarik pada perancangan kampanye serupa, pastikan untuk mengeksplorasi berbagai jenis media yang digunakan, karena penggunaan media akan sangat berpengaruh pada efektivitas penyebaran informasi. Penting untuk meninjau kembali kesesuaian antara media dengan target audiens yang dituju.

5.2.2 Manfaat Teoritis

Masih sangat terbatasnya penelitian terkait *love-bombing*, terutama di Indonesia, yang membuka peluang bagi para peneliti lain untuk melakukan kajian kembali akan fenomena ini dalam konteks lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan di bidang desain serta memberikan dampak signifikan dalam pengembangan media edukasi dan interaksi lainnya.