

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan *website* tata cara membimbing anak dalam menonton dilakukan atas dasar fenomena gemarnya anak untuk menonton konten audio visual. Meskipun demikian, kegemaran tersebut tidak selalu diimbangi dengan kemampuan orang tua membimbing anak dalam menonton. Orang tua kerap menemani anak menonton tanpa pengawasan aktif.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis merancang media informasi cara membimbing anak menonton yang benar melalui *mobile website* yang mampu dijangkau oleh orang tua selaku *target audience*. Dalam media tersebut, orang tua dapat mencari informasi mengenai cara membimbing anak menonton yang kontekstual dan relevan. Selain itu, bentuk *mobile website* juga membuat pencarian informasi menjadi lebih mudah.

Proses perancangan solusi desain tersebut berbasis pada metode perancangan *Human-Centered Design* yang dikemukakan oleh IDEO. Dengan menggunakan metode tersebut, perancangan dibagi menjadi tiga tahap, yaitu *inspiration*, *ideation*, dan *implementation*. Tahap *inspiration* dilakukan untuk mengumpulkan data serta mempelajari konteks permasalahan, tahap *ideation* dilakukan untuk mengolah data yang telah didapatkan menjadi konsep visual, serta tahap *implementation* yang dilakukan untuk menerapkan konsep visual menjadi produk desain utuh yang dapat digunakan oleh masyarakat.

Berdasarkan proses perancangan yang telah dibuat, ditemukan bahwa karya media informasi sudah dapat menyampaikan pesan dengan cukup baik. Pesan yang terdapat pada karya dapat sampai dengan jelas pada *target audience*. Dengan demikian, implikasi yang diharapkan muncul setelah perancangan ini yaitu bahwa orang tua tidak lagi kebingungan dalam membimbing anak menonton.

5.2 Saran

Setelah melaksanakan seluruh proses perancangan solusi desain, terdapat hal-hal penting yang dapat menjadi pertimbangan pada masa yang akan mendatang apabila terdapat penelitian yang memiliki topik mirip atau serupa. Hal-hal tersebut merupakan pengalaman penulis yang telah didapatkan selama pengerjaan karya, mulai dari tahap pengumpulan data hingga implementasi karya. Pengalaman tersebut dapat menjadi saran yang terbagi menjadi saran teoretis dan saran praktis.

1. Saran Teoretis

Dalam mengambil topik perancangan, sebaiknya pilih topik dengan subjek yang dekat dengan peneliti, sehingga mudah untuk diteliti. Terlebih bagi pribadi yang sulit untuk membaaur dengan orang asing. Selain itu, ambil topik yang menjadi keresahan pribadi atas sekelompok masyarakat, yang solusinya ingin dibuat murni juga karena keinginan pribadi. Dengan demikian, tujuan yang ingin dicapai menjadi jelas dan dapat menemukan *insight* lebih baik.

2. Saran Praktis

Dalam mengerjakan karya, pilih jenis karya yang menjadi kemampuan utama peneliti. Mencoba untuk membuat hal lain di luar spesialisasi memiliki risiko tinggi. Salah satu risiko tinggi tersebut yaitu perancangan yang membutuhkan waktu perancangan yang lebih lama untuk mempelajari cara pembuatan jenis karya.

Untuk kesempatan berikutnya, penulis menyarankan supaya konten pada produk desain dapat ditambah secara kualitas maupun kuantitas. Hal ini didasarkan pada hasil *beta test* yang menunjukkan bahwa responden menyarankan penambahan variasi konten yang tersedia pada *mobile website* Bimbing Bun!, misalnya referensi film yang lebih banyak serta informasi cara membimbing anak yang lebih relevan dan kontekstual. Penulis berharap Bimbing Bun! dapat dikembangkan menjadi acuan utama orang tua dalam mencari informasi membimbing anak menonton secara terpadu.

Berdasarkan sidang akhir yang telah diselenggarakan, penulis mendapatkan berbagai saran dan masukan yang diterima dari ketua sidang dan dosen

penguji. Masukan-masukan tersebut berupa saran terkait dengan perancangan karya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas keluaran karya. Adapun saran dan masukan yang dimunculkan oleh ketua sidang dan dosen penguji antara lain sebagai berikut.

1. Perlu ada penambahan observasi pada *target audience* dalam penerapan panduan yang disampaikan pada media informasi. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kebiasaan orang tua sebagai *target audience* ketika memperoleh informasi terkait dengan pola pengasuhan anak. Peneliti harus dapat menyimpulkan, apakah orang tua langsung menerapkan informasi tersebut dalam mengasuh anak atau tidak.
2. Pemilihan *brand mandatory* pada perancangan karya perlu lebih sesuai dan relevan dengan topik yang ingin disampaikan. Dalam konteks perancangan *website* tata cara membimbing anak menonton, sebaiknya *brand mandatory* yang dipilih yaitu pihak-pihak yang terkait dengan regulasi film dan perlindungan anak. Contoh lembaga yang dapat dijadikan *brand mandatory* dalam perancangan ini antara lain Lembaga Sensor Film (LSF) dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI). LSF dipilih karena memiliki kewenangan mengatur regulasi perfilman di Indonesia sekaligus melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait dengan klasifikasi usia pada film. Sementara ini, KPAI dipilih karena menjadi lembaga yang memperjuangkan hak-hak anak di Indonesia. KPAI dapat berkolaborasi dengan Bimbing Bun! terkait dengan pemenuhan hak bimbingan orang tua bagi anak ketika menonton. Selain itu, LSF dan KPAI dapat diajak bekerja sama dengan Kemendikdasmen sebagai *brand mandatory* eksisting dalam suatu acara terkait dengan sosialisasi orang tua untuk membimbing anak dalam menonton.
3. Penetapan *brand mandatory* atau sponsor pada perancangan karya perlu memperhatikan program kerja yang dilakukan oleh lembaga pilihan. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan visi misi calon *brand mandatory* atau sponsor dengan karya solusi desain sehingga bentuk kerja sama yang

dilakukan dapat sejalan dan relevan. Dengan demikian, diharapkan kerja sama yang muncul dapat bersifat berkelanjutan.

4. *Data validation* disarankan untuk dilakukan pada perancangan media informasi. Pada perancangan ini, tahap tersebut digantikan oleh penggunaan sumber informasi eksternal yang tidak mendapatkan tinjauan kembali secara menyeluruh oleh ahli. Beberapa pihak yang disarankan untuk melakukan *data validation* pada perancangan ini yaitu regulator film.
5. Beta testing yang dilakukan dalam perancangan sebaiknya memuat pertanyaan yang berhubungan dengan efektivitas karya sebagai solusi desain pada *target audience*. Pada perancangan ini, beta testing memberikan bobot yang terlalu banyak pada pertanyaan mengenai teknis desain pada karya. Dengan memberikan pertanyaan terkait dengan efektivitas media pada *target audience*, peneliti diharapkan mendapatkan masukan yang lebih jelas dan tidak bertele-tele.
6. Pada perancangan ini, *freebies* dianggap kurang memiliki dampak untuk mendukung keberlangsungan media utama. Selain itu, *freebies* berpotensi tidak dapat dibagikan secara optimal karena tidak ada perencanaan acara yang dapat menjadi agenda untuk menyebarkan *freebies* selama proses perancangan. Oleh karena itu, penggunaan *freebies* dalam perancangan media informasi perlu dipertimbangkan kembali secara fungsi dan distribusi yang akan dilakukan.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA