

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan seluruh proses yang telah dilakukan, perancangan kampanye "Berkawan Tanpa Sangkar Maya" berhasil disusun secara terstruktur dengan menggabungkan pendekatan kreatif dan strategi komunikasi yang relevan. Metode *Design Process* dari Robin Landa digunakan sebagai acuan dalam setiap tahapan perancangan, mulai dari riset, pengembangan konsep, sketsa, revisi, hingga penyelesaian akhir. Tahapan ini membantu penulis untuk bekerja secara sistematis dan menghasilkan karya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki tujuan komunikasi yang jelas.

Selain itu, penerapan strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) memberikan arah dalam menyusun media yang mampu menjangkau target audiens secara efektif, khususnya remaja awal yang aktif di media sosial. Melalui proses *brainstorming*, penulis merumuskan big idea "Break free of the online 'cage' for change" yang mencerminkan semangat kampanye dalam mendorong remaja keluar dari isolasi sosial akibat media sosial. Gagasan ini dikembangkan melalui pencarian kata kunci, diperkuat secara visual lewat *mood board*, *stylescape*, pemilihan yang merepresentasikan harmoni, kepercayaan, dan optimisme, serta tipografi yang memberi kesan ramah namun tegas. Kampanye ini juga telah memasuki tahap *alpha* dan *beta testing* untuk melihat sejauh mana media yang dirancang mampu menyampaikan pesan dan mendorong interaksi.

Secara keseluruhan, proses perancangan ini memberikan pengalaman penting dalam mengelola proyek desain komunikasi visual berbasis isu sosial, serta menjadi sarana pembelajaran dalam menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan ke dalam praktik nyata.

5.2 Saran

Berikut disampaikan beberapa saran berdasarkan pengalaman perancangan tugas akhir. Saran yang disampaikan dan didapatkan mencakup saran dosen atau peneliti, dan juga saran untuk universitas.

1. Dosen/ Peneliti

Penulis memiliki saran agar dosen atau peneliti selanjutnya untuk melakukan riset yang lebih dalam terkait masalah media sosial dan remaja, mengingat meningkatnya adiksi atau kecanduan media sosial, dan juga adiksi short-form video seperti TikTok.

Ada saran dan kritik yang penulis dapatkan dari dewan sidang saat sidang akhir. Penulis seharusnya menggunakan bahasa yang lebih persuasif. Mengingat penulis memilih untuk membuat kampanye edukasi, media yang penulis buat masih terkesan informatif dan terlalu menyepelkan target audiens. Seharusnya, sisi manusia perlu dilihat mengapa mereka seperti itu, dan kalimat perlu dibuat lebih mengajak agar perilaku mereka bisa berubah.

2. Universitas

Saran penulis untuk universitas adalah untuk menyediakan media literatur yang lebih lengkap lagi, apalagi terkait tren dan fenomena modern seperti media sosial, Internet, short-form video, dan lain-lain, sehingga mahasiswa mempunyai bacaan yang lebih banyak untuk penelitian masalah terkait media sosial dan perilaku generasi Z.