

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Fenomena di mana individu mengikuti tren secara kompulsif, tanpa mempertimbangkan keabsahan atau konsekuensi jangka panjangnya, dikenal sebagai *bandwagon effect* atau *herd mentality*. Dengan banyaknya informasi dan trend yang beredar luas di *TikTok*, banyak juga dampak negatif yang memberikan efek berkepanjangan yang merubah persepsi pengguna masyarakat Indonesia. Berdasarkan data yang telah diperoleh pada penelitian, didapatkan bahwa sebagian besar responden mengenali mengenai *herd mentality* namun tidak tahu cara mendiagnosa dan masih terbawa arus dalam melakukan keputusan. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye edukasi mengenai *herd mentality* untuk meningkatkan dan memberikan *awareness* dan persuasi untuk perubahan. Pada kampanye edukasi ini, penulis menggunakan media utama berupa *website* dan berbasis digital untuk kemudahan mengakses.

Perancangan kampanye ini menggunakan metode AISAS untuk mengimplementasikan pesan pada target audiens yang dituju, Untuk memberikan efek yang maksimal dalam perancangan kampanye, penulis menggunakan metode perancangan desain yang terdiri dari *Overview, Analysis, Conceptualization, Design, Production* dan *Implementation*. Penulis mengawali perancangan dengan mencari data dan melakukan metode penelitian *mixed method* dan mencari data menggunakan kuesioner, serta wawancara berbentuk *expert interview*. Setelah itu penulis menentukan *creative brief*, perancangan sketsa, sitemapping, wireframing, dan low fidelity dengan banyak dibimbing oleh dosen pembimbing dan menghasilkan output *design*. Penulis juga melakukan bimbingan spesialis serta *alpha test* pada perancangan media utama. Hasil dari perancangan media yang digunakan untuk fase AISAS adalah Instagram Story, Instagram Feeds, Poster, Banner, Website, dan Merchandise. Media Utama dan sekunder diperlukan untuk kelancaran dalam pembuatan kampanye edukasi dan memenuhi tahapan AISAS.

5.2 Saran

Dalam perancangan laporan Tugas Akhir dan perancangan kampanye edukasi, penulis mempunyai beberapa saran yang dapat dijadikan patokan untuk calon peneliti yang akan kedepannya. Saran yang ditulis oleh penulis merupakan untuk kepentingan akademik serta sebagai masukan kepada calon peneliti serta mahasiswa yang lain dalam melakukan perancangan Tugas Akhir.

Dalam tugas akhir ini berdasarkan saran dan masukan dari dewan sidang, kurang memiliki riset yang optimal dan mendapatkan hasil yang maksimal dengan kurangnya *interview* atau adanya *focus group discussion* dengan perspektif target audiens. Walaupun kuesioner sudah berlaku untuk target audiens, namun kurang memiliki empati dan subjektifitas melainkan statistik. Kedepannya, pada saat proses perancangan hal ini penting untuk memberikan masukan dan perspektif dari target market yang dituju.

Berdasarkan media, pemilihan gaya logo dari kampanye memiliki kekurangan dan misinterpretasi dalam penggunaan. Pembentukan logo kurang merepresentasikan mengenai seekor domba sebagai simbol dari *herd mentality* karena menggunakan *style* minimalistik. Pembentukan dari logo domba tidak dapat diinterpretasi dengan baik. Hal ini akan menghambat untuk mengenali *branding* dari kampanye dan bisa mengimplementasikan tujuan kampanye yang berbeda. Maka oleh itu, visual dari logo harus dikembangkan lagi. Dalam media utama yang dibuat, *website* masih memiliki banyak kekurangan terutama pada *button* yang digunakan dalam perancangan *website*. Pada bentuk *button* yang berada pada isi *content page*, hanya berbentuk bulat dan tidak memiliki indikasi interaktifitas yang dapat dilakukan pada tombol tersebut. Pada sisi media, pemilihan *website* yang berbasis *desktop* bertujuan untuk mencakup informasi serta dinamika dan visualisasi yang nyaman oleh *user*. Namun, hal tersebut membuat pembatasan dalam perancangan kampanye edukasi karena memiliki keterbatasan secara *platform* dan efisiensi yang dituju untuk target audiens. Kedepannya, kampanye akan didirikan dalam bentuk *reactive* untuk *mobile user* agar dapat mencakup target market yang lebih luas.

Penulis mempunyai beberapa saran yang dapat dijadikan patokan untuk calon peneliti kedepannya, kepada dosen, dan kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara. Saran yang ditulis oleh penulis merupakan untuk kepentingan akademik serta sebagai masukan kepada calon peneliti serta mahasiswa yang lain dalam melakukan perancangan Tugas Akhir. Saran tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1. Dosen/ Peneliti

Bagi calon peneliti selanjutnya atau mahasiswa yang akan meneliti dengan topik yang memiliki relevansi tinggi mengenai *mental health*, penulis menyarankan untuk melakukan riset lebih dalam untuk memahami topik secara matang agar tidak mendapatkan kesulitan dalam pengaplikasian data pada tahap perancangan. Peneliti juga menyarankan untuk meluangkan waktu lebih untuk mematangkan rencana perancangan agar tidak kesulitan dalam menyusun laporan. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk membagi waktu dengan baik dalam melakukan *timeline perancangan* agar dapat memberikan hasil yang lebih maksimal. Penulis berharap penelitian ini dapat memperluas jangkauan pemahaman pada perancangan kampanye. Bagi calon peneliti selanjutnya atau mahasiswa yang akan meneliti dengan topik yang memiliki relevansi tinggi mengenai *mental health* dan memiliki media utama *website*, penulis menyarankan untuk melakukan riset lebih dalam untuk memahami topik secara matang agar tidak mendapatkan kesulitan dalam pengaplikasian data pada tahap perancangan. Peneliti juga menyarankan untuk meluangkan waktu lebih untuk mematangkan rencana perancangan agar tidak kesulitan dalam menyusun laporan. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk membagi waktu dengan baik dalam melakukan *timeline perancangan* agar dapat memberikan hasil yang lebih maksimal. Penulis berharap penelitian ini dapat memperluas jangkauan pemahaman pada perancangan kampanye.

Penulis menyarankan untuk melakukan riset lebih dalam dan sebanyak-banyak mungkin mengenai *herd mentality* dan memvalidasi hasil data riset tersebut dengan melakukan wawancara *expert* serta *indepth* dan

FGD lebih banyak untuk menambahkan efektifitas kampanye. Penulis juga menyarankan untuk memperbanyak pra observasi dan pra kuesioner untuk mendapatkan hasil kampanye dan tujuan yang lebih baik dan penyampaian pesan yang lebih jelas kedepannya. Data riset merupakan asset yang penting dalam membangun *copywriting* yang baik dan sesuai dengan *tone* dan tujuan komunikasi pesan. Hal ini meliputi tahap riset dan perancangan. Tujuan dari saran ini adalah agar penelitian kedepannya dapat dilakukan lebih maksimal dan memberikan output terbaik.

2. Universitas

Untuk pihak Universitas Multimedia Nusantara, terdapat saran untuk memberikan waktu lebih banyak dalam melakukan pengerjaan perancangan tugas akhir. Hal ini meliputi tahap riset dan perancangandari perancangan kampanye. Tujuan dari saran ini adalah agar penelitian kedepannya dapat dilakukan lebih maksimal dan memberikan output terbaik.

