

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Hobi adalah suatu kegemaran, kesenangan yang dilakukan pada waktu senggang bukan sebagai pekerjaan untuk menenangkan pikiran. Tujuan hobi adalah untuk memenuhi keinginan dan memperoleh kesenangan. Dalam melakukan aktivitas hobi yang bermanfaat dapat memberikan kegiatan yang bermakna untuk mengisi waktu senggang serta dapat meningkatkan kualitas hidup. Banyak pelajar yang kesulitan menemukan waktu untuk melakukan aktivitas hobinya karena aktivitas yang padat karena beban akademik yang tinggi. Dengan kesibukan aktivitas akademik dan anggapan bahwa hobi harus produktif atau bermanfaat maka aktivitas hobi tidak dilakukan. Seseorang jika tidak melakukan aktivitas hobi akan mempengaruhi pada keseimbangan fisik dan mental.

Dalam teori kampanye sosial dari buku berjudul Manajemen Kampanye dari Antar Venus dapat membantu menentukan perencanaan kampanye yang akan penulis rancang dengan strategi AISAS. Kemudian penulis menggunakan teori *website* UI/UX yang berhubungan dengan perancangan *mobile website* yang akan penulis buat. Dalam teori UI/UX ini akan penulis gunakan sebagai landasan utama dalam perancangan *mobile website* mengenai eksplorasi hobi untuk Gen Z. Dengan teori UI/UX ini penulis dapat memperhatikan aspek – aspek yang penting saat melakukan perancangan karya. Teori fotografi dan ilustrasi supergrafik juga digunakan dalam perancangan *mobile website*. Fotografi dan ilustrasi supergrafik berkaitan dengan desain komunikasi visual karena menghasilkan suatu karya visual berupa foto dan ilustrasi yang memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada pengguna.

Pada tahap pengumpulan data penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), dan kuesioner. Dalam wawancara penulis melakukan wawancara dengan psikolog dan

UX Researcher. Pada *Focus Group Discussion* (FGD) penulis melakukan dengan target audiens berusia 18 – 25 tahun dengan lima orang. Kuesioner penulis sebarakan kepada taerget audiens Gen Z dengan domisili Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) dan dibuat dalam bentuk *google form* dengan mendapatkan 124 responden.

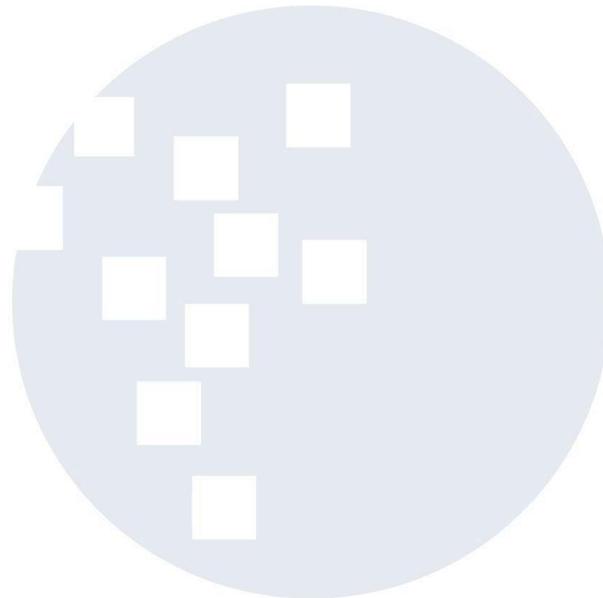
Perancangan *mobile website* kampanye mengenai eksplorasi hobi untuk Gen Z dengan mengkampanyekan pentingnya memiliki hobi melalui media utama *mobile website* serta media sekunder. Pada tahap *emphatize* saat pencarian data penulis mendapatkan *insight* penting dalam menentukan isi konten, fitur, dan gaya visual/desain yang diinginkan target audiens. Kemudian pada tahap *define* terdapat dua *user persona* yang ditentukan. *User persona* pertama memiliki kategori usia 20 tahun dan kedua berusia 25 tahun. Lalu tahap ideate dilakukan mindmapping yang kemudian mendapatkan tiga kata kunci menjadi *big idea*. Pada tahap *prototype* merupakan tahap merancang media utama dan sekunder. Akhirnya perancangan media diuji coba melakukan *user testing*. Dari hasil *alpha test* dilakukan revisi yang kemudian dilakukan *beta test* kepada spesifik target audiens. Dengan perancangan ini penulis mendapatkan banyak *insight* dan pembelajaran yang berharga selain itu penulis juga berharap perancangan ini dapat memberikan dampak positif bagi Gen Z untuk mengeksplor hobi mereka. Serta bagi masyarakat luas yang ingin mencari hobi mereka.

## 5.2 Saran

Setelah merancang *mobile website* kampanye mengenai eksplorasi hobi, penulis mendapatkan pembelajaran yang berharga yang dapat dikembangkan lebih baik pada kedepannya. Penulis berharap saran ini dapat berguna bagi peneliti yang ingin meneliti topik perancangan ini. Terdapat catatan saran sebagai berikut:

1. Pengumpulan data harus diperbanyak agar data kredibel dan tersampaikan dengan jelas.
2. Harus memperhatikan gaya visual dan gaya bahasa agar pesan tersampaikan kepada target audiens.

Harapan dari penulis bagi pembaca yang sedang melihat laporan tugas akhir ini penulis berharap kampanye ini dapat membantu mengeksplorasi hobi dan manfaat hobi tercapai. Bagi mahasiswa yang sedang menjalani tugas akhir, penulis berharap agar menyelesaikan setiap *progress* dengan baik dan mengatur waktu dengan bijak.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA