

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN

#### 5.1 Simpulan

Seksisme merupakan isu yang marak terjadi dan berasal dari budaya patriarki dan stereotip *gender* yang sudah melekat dalam lingkungan sosial. Seksisme atau *sexism* adalah pola pikir dan tindakan diskriminasi terhadap suatu jenis kelamin atau *gender* tertentu, terutama pada *gender* perempuan. Isu ini menyebabkan banyak masalah yang dialami oleh perempuan, seperti pelecehan seksual, kekerasan perempuan, humor seksis, *catcalling*, dan sebagainya. Oleh karena itu, seksisme berdampak buruk bagi masyarakat, salah satunya adalah kepada remaja laki-laki karena seksisme ini dapat menjadi contoh buruk bagi remaja laki-laki yang berada pada fase pertumbuhan dan senang belajar hal baru secara observasi (McLeod, 2024).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis merancang kampanye interaktif gerakan mengurangi seksisme bagi remaja laki-laki yang bertujuan untuk mengajak remaja laki-laki dalam gerakan mengurangi seksisme dan memutuskan siklusnya. Pembahasan jenis seksisme dibatasi seputar jenis *hostile sexism*, *benoalent sexism*, dan *ambivalent sexism* (Slovka, 2022) yang marak terjadi berdasarkan data kasus yang terjadi di Indonesia, seperti kasus pelecehan, diskriminasi, kekerasan, *cyberbullying* berbasis *gender*, dan lainnya. Media utama berupa *interactive storytelling* yang efektif meningkatkan kesadaran dan membangun empati agar pesan melawan seksisme mudah dipahami secara emosional, dan pendekatan komunikasi kampanye disesuaikan dengan karakteristik remaja yang cenderung lebih percaya pada pesan yang menyentuh perasaan dan terasa dekat dengan remaja laki-laki.

Proses perancangan menggunakan metode *design thinking* dan menggunakan strategi komunikasi AISAS dengan alur *media journey* dari media *attention* dan *interest* memiliki *touchpoint* mengarah langsung ke media utama *interactive storytelling website* pada tahap *search*, dan pada bagian akhir *interactive*

*storytelling website* terdapat *call-to-action* dan *touchpoint* yang mengarah ke media tahap *action* dan *share*. Kampanye interaktif ini menyediakan media sekunder untuk menarik perhatian target audiens untuk mencoba dan mencari lebih dalam tentang *interactive storytelling*. Sehingga, solusi dan tujuan kampanye dapat memberi hasil secara maksimal. *Interactive storytelling* disajikan dengan tampilan visual ilustrasi, tersedia isi materi konten mengenai apa itu seksisme, jenis atau contoh seksisme, dan cara melawan seksisme yang dapat dilakukan oleh remaja laki-laki.

Dari seluruh media kampanye ini, penulis melakukan ujicoba dengan *alpha test* dan *beta test*. Dari hasil ujicoba, penulis menyempurnakan media utama dan media sekunder dalam strategi komunikasi AISAS. Dari penambahan isi konten materi yang bersifat edukasi dan keterangan mengenai kampanye, alur cerita yang dilengkapi, penambahan fitur, perbaikan visual dari warna dan *emphasis* dalam media, dan kelengkapan *merchandise*. Melalui perancangan kampanye ini, diharapkan dalam memberikan solusi desain dan membantu memberikan pesan kepada remaja laki-laki untuk melawan seksisme dan menjadi mitra atau pribadi yang adil bagi perempuan.

## 5.2 Saran

Dalam perjalanan pengerjaan tugas akhir yang telah penulis lakukan dari awal hingga akhir, penulis memiliki saran kepada dosen dan peneliti lain yang tertarik membahas topik yang serupa, serta saran kepada universitas sebagai berikut:

### 1. Dosen/ Peneliti

Saran penulis kepada dosen atau peneliti lain yang tertarik membahas pilar DKV persuasi kampanye adalah fokuskan pada strategi komunikasi AISAS atau *media journey* yang jelas dan berhubungan. Kemudian, untuk yang tertarik membahas topik seksisme, saran dari penulis adalah fokuskan pada satu jenis atau contoh seksisme agar pembahasan lebih terfokus dan tidak melebar. Untuk yang tertarik membahas topik dengan target audiens remaja laki-laki, saran dari penulis adalah lakukan pengumpulan data mengenai kebutuhan atau *behaviour* remaja laki-laki secara lengkap. Melakukan pengumpulan data primer sesuai target audiens baik melalui

wawancara atau kuesioner terkait preferensi visual, baik ilustrasi, karakter, dan lainnya agar perancangan sesuai dengan persepsi target audiens. Selain itu, disarankan melakukan eksplorasi *media journey* yang beragam, luas, dan mudah diakses sesuai *behaviour* target audiens. Saran lain penulis bagi peneliti dalam pengerjaan tugas akhir adalah *time management* yang baik dan mencoba untuk menyelesaikan *step-step timeline* lebih awal agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.

## 2. Universitas

Saran penulis kepada Universitas Multimedia Nusantara adalah agenda mahasiswa tugas akhir terutama sesudah pra-sidang dan masa tahap *prototype* dapat diatur kembali. Dikarenakan waktu bagi mahasiswa dalam masa tahap *prototype* sangat singkat, terlebih lagi *prototype* adalah poin penting dalam perancangan juga selain tahap *ideate*. Selain itu, *prototype* memiliki proses yang panjang dari perancangan media utama, media sekunder, dan lainnya. Terlebih lagi bagi mahasiswa yang mengambil media kampanye atau media *game*.

