

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam era digital yang terus berkembang, game online multiplayer telah menjadi bagian penting dari kehidupan generasi muda, khususnya kalangan remaja dan dewasa muda di Indonesia. Tingginya angka pengguna dan waktu bermain mencerminkan antusiasme besar terhadap game, namun juga mengungkap masalah serius terkait etika bermain. Perilaku tidak etis seperti *cheating*, *flaming*, *scamming*, hingga *toxic behavior* masih marak, khususnya di daerah urban seperti Tangerang Selatan, di mana 42,6% gamer menunjukkan perilaku negatif.

Kurangnya edukasi, anonimitas digital, serta minimnya regulasi dari pengembang game menjadi pemicu utama memburuknya lingkungan bermain. Hal ini berdampak buruk tidak hanya dalam konteks game, tetapi juga terhadap kesehatan mental dan hubungan sosial pemain. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan strategis dalam membangun kesadaran akan pentingnya etika bermain yang baik.

Melalui perancangan kampanye sosial interaktif berbasis media digital seperti website atau aplikasi, pendekatan edukatif yang mengedepankan interaktivitas, kepekaan sosial, serta pengalaman pengguna yang menyenangkan dapat menjadi solusi. Target dari kampanye ini adalah gamer usia 16–23 tahun, dengan karakteristik digital native yang responsif terhadap konten visual, gamifikasi, dan media sosial.

Menggunakan metode design thinking, peneliti telah merancang tahapan strategis mulai dari pengumpulan data lewat observasi, wawancara, FGD, dan kuesioner, hingga tahap prototype dan uji coba. Proses ini memastikan bahwa solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan target audiens. Kampanye ini diharapkan tidak hanya mampu mengurangi perilaku negatif dalam

game, tetapi juga membentuk komunitas gamer yang lebih sehat, positif, dan bertanggung jawab.

Penulis menggunakan pendekatan *Design Thinking* sebagai dasar dalam merancang solusi kampanye, dengan strategi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk mengarahkan alur keterlibatan audiens secara menyeluruh. Strategi ini diwujudkan melalui pemanfaatan media utama berupa *mobile website*, didukung oleh *digital ads* serta *kolaborasi strategis* dengan pihak-pihak relevan. Pendekatan ini bertujuan menciptakan pengalaman interaktif yang mendorong perubahan perilaku secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Penulis menyadari masih terdapat sejumlah kekurangan dalam perancangan kampanye yang telah dibuat. Pada saat proses sidang, penulis mendapatkan beberapa saran dan masukan dari dewan sidang mengenai proses perancangan seperti pada visual desain yang tidak memiliki data yang mendalam dalam proses perancangan sehingga pada hasil visual tidak maksimal. Adapun media-media yang dibuat oleh penulis tidak memiliki pesan yang kuat untuk disampaikan kepada audiens sehingga audiens tidak mengerti maksud dari kampanye yang sudah dirancang. Berikut beberapa saran yang dapat diberikan untuk dosen/peneliti dan universitas:

1. Dosen/Peneliti

Dosen diharapkan membimbing secara terbuka, memberikan arahan yang jelas, serta mendorong eksplorasi ide mahasiswa. Mahasiswa juga perlu didorong untuk melakukan riset sejak awal, mengatur waktu dengan baik, terbuka terhadap kritik, dan fokus pada pesan yang ingin disampaikan dalam karya tugas akhirnya.

2. Saran Universitas

Universitas sebaiknya mendukung proses tugas akhir melalui penyediaan fasilitas yang memadai, pelatihan yang relevan, serta ruang kolaborasi yang mendorong inovasi agar hasil tugas akhir lebih bermanfaat dan berdampak.