

## BAB V

## PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Perancangan buku panduan mengenai menstruasi wanita untuk pria dalam hubungan pasangan muda dilatarbelakangi oleh rendahnya pemahaman pria mengenai menstruasi membuat pria memahami menstruasi sebatas proses biologis saja tanpa memahami perubahan emosional yang menyertainya, sehingga respons yang diberikan kepada pasangan sering kali tidak tepat. Hal ini juga didukung oleh informasi menstruasi yang beredar di internet masih bersifat generik dan lebih ditujukan untuk wanita, sehingga tidak sesuai dengan pengalaman menstruasi yang berbeda-beda dan tidak menyesuaikan dengan gaya komunikasi pria. Melalui rangkaian penelitian berupa wawancara ahli, FGD, dan kuesioner, diperoleh kesimpulan bahwa pria membutuhkan buku panduan *Forecasting Her Mood*.

Pendekatan *Design Thinking* digunakan agar proses perancangan berpusat pada pengalaman target audiens. Pada tahap *empathize*, ditemukan bahwa media yang paling sesuai adalah buku panduan yang menghadirkan informasi biologis sekaligus panduan respons emosional dan contoh situasi nyata. Tahap *define* menemukan bahwa pria membutuhkan media informasi yang ringkas, aplikatif, visual, dan menggunakan gaya komunikasi pria. Tahap *ideate* menghasilkan pesan utama, konten, serta *big idea* “*A little storm makes the sky interesting*”, yang memandang gejala emosional menstruasi wanita sebagai bagian alami yang dapat dipahami dan dapat dihadapi. *Big idea* ini kemudian diterjemahkan ke dalam konsep visual melalui metafora cuaca.

Tahap *prototype* menghasilkan rancangan media utama berupa buku panduan dan media sekunder seperti *IG post*, *reels*, poster, banner, *merchandise*, dan *ephemera* untuk memperluas penyebaran informasi. Melalui tahap *test/market validation*, mayoritas responden menilai bahwa visual, informasi, dan panduan praktis yang disajikan berhasil membantu mereka memahami gejala emosional menstruasi dan cara memberikan dukungan yang tepat. Dengan demikian,

perancangan buku panduan ini dapat disimpulkan efektif menjawab kebutuhan target audiens, sekaligus berpotensi meningkatkan kualitas komunikasi dan kedekatan emosional dalam hubungan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil evaluasi dan masukan yang diperoleh ada beberapa hal yang dapat diaplikasikan dalam pengembangan media perancangan agar menjadi lebih efektif. Pertama, konten buku dinilai masih dapat ditingkatkan dari segi penyampaian emosi. Penyajian perasaan wanita pada setiap fase menstruasi disarankan untuk dibuat lebih hiperbola dan *bold*, sehingga mampu menghadirkan pengalaman emosional yang lebih kuat, tidak terasa repetitif, serta dapat merepresentasikan *big idea* dan konsepnya dengan lebih jelas.

Selain itu, media yang dirancang dinilai masih memiliki kecenderungan unsur feminin sehingga dibutuhkan riset yang lebih mendalam mengenai aspek psikologis laki-laki sebagai target audiens utama baik dari strategi visual dan strategi komunikasi yang dimiliki. Oleh karena itu, perlu ditambahkan kajian yang lebih komprehensif terkait psikologi laki-laki, mencakup alasan mengapa sebagian laki-laki tertarik atau tidak tertarik untuk mempelajari menstruasi, kebutuhan emosional dan informasional yang mereka miliki, serta karakteristik laki-laki yang menjadi sasaran media ini.

Selanjutnya, disarankan agar pengembangan isi buku dapat melibatkan atau setidaknya didasarkan pada kajian dan validasi dari ahli psikologi, sehingga konten yang disampaikan memiliki dasar ilmiah yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Dengan demikian, peran penulis dalam perancangan ini sebaiknya lebih difokuskan pada aspek desain komunikasi visual. Secara keseluruhan, penerapan saran-saran tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas perancangan, baik dari sisi konseptual, keilmuan, maupun efektivitas komunikasi, sehingga media yang dihasilkan tidak hanya menarik, tetapi juga tepat sasaran bagi target audiens.