

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis perancangan kampanye sosial “Terus Bergerak” pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa kampanye ini berhasil menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan bagaimana merancang media komunikasi visual yang mampu mendorong sikap positif terhadap kegagalan pada *fresh graduate*. Melalui pengumpulan data lapangan, ditemukan bahwa audiens target membutuhkan ruang yang aman, empatik, dan memvalidasi proses jatuh - bangun mereka dalam memasuki dunia karir. Kebutuhan tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam konsep visual dan naratif yang konsisten dengan big idea bahwa kegagalan adalah cermin untuk mengenali arah baru. Seluruh media, baik utama maupun pendukung, menunjukkan kesesuaian antara permasalahan, data temuan, dan konsepsi visual, sehingga kampanye ini dinilai mampu memberikan sarana refleksi dan motivasi bagi audiens yang sedang mengalami *fear of failure*.

5.2 Saran

Sebagai penutup, penulis ingin memberikan beberapa saran yang dapat menjadi panduan untuk pengembangan secara akademis maupun praktis. Saran ini disusun berdasarkan manfaat yang diharapkan dari perancangan kampanye sosial. Berikut ini adalah saran yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan selanjutnya:

1. Dosen/ Peneliti

Kampanye sosial dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan strategi komunikasi visual yang lebih relevan dan mudah diterima oleh audiens. Melalui analisis kampanye yang telah ada, perancang dapat memahami pola visual, narasi, serta pendekatan komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan sosial. Perancangan berikutnya diharapkan tidak hanya berfokus pada satu jenis media, tetapi juga menambahkan media lain yang dapat digunakan secara fleksibel sesuai kebutuhan dan karakter target audiens. Pemanfaatan

berbagai platform, baik digital maupun offline, dapat memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan tingkat keterlibatan masyarakat. Selain itu, integrasi elemen visual dan verbal yang konsisten perlu diperhatikan agar identitas kampanye tetap kuat dan mudah dikenali. Evaluasi terhadap respon audiens juga menjadi aspek penting untuk menyempurnakan strategi komunikasi yang diterapkan. Dengan demikian, kampanye sosial ke depan dapat dirancang secara lebih adaptif, efektif, dan berdampak dalam mendorong perubahan sikap maupun perilaku masyarakat.

2. Universitas Multimedia Nusantara

Tugas akhir ini dapat digunakan sebagai panduan bagi mahasiswa dan mahasiswi yang ingin melakukan perancangan kampanye sosial dengan tema dan pendekatan serupa. Kajian yang disajikan diharapkan mampu memberikan gambaran proses perancangan yang sistematis, mulai dari analisis masalah hingga implementasi strategi komunikasi visual. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dalam memahami isu sikap negatif terhadap kegagalan yang dipengaruhi oleh *fear of failure*. Dukungan dari pihak universitas sangat diharapkan agar penelitian dan perancangan kampanye sosial dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan. Fasilitasi dalam bentuk kebijakan, pendampingan akademik, maupun dukungan sumber daya akan membantu meningkatkan kualitas penelitian. Dengan adanya dukungan tersebut, kampanye sosial yang dihasilkan diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat.