

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Stigma negatif yang diterima oleh wanita dewasa berstatus lajang masih banyak ditemui di masyarakat, khususnya pada kelompok usia 30-45 tahun. Berbagai studi menunjukkan bahwa stigma tersebut dapat menimbulkan dampak psikologis, seperti penurunan kepercayaan diri dan rasa kesepian. Temuan inilah yang menjadi landasan perancangan kampanye stigma negatif terhadap wanita berstatus lajang dewasa akhir.

Melalui metode *Design Thinking*, proses perancangan dari *Empathize* dimana penulis melakukan pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, studi pustaka, studi eksisting, dan studi referensi. Dari tahap ini, penulis melakukan perubahan target perancangan dari pemberi stigma menjadi penerima stigma. Perubahan ini didasarkan pada pertimbangan urgensi dampak psikologis, keterbatasan intervensi kampanye dalam mengubah stigma masyarakat secara instan, serta potensi manfaat langsung yang dapat diterima oleh individu terdampak. Pada tahap ini juga ditemukan minimnya kampanye interaktif yang sifatnya meng-*empower*. Pada tahapan *define*, penulis menemukan *gap* antara pencapaian pribadi para wanita lajang yang terkena stigma dengan standar sosial kebahagiaan yang masih pada status pernikahan. Kesenjangan ini menjadi landasan tahapan *ideate*, dimana penulis merumuskan ide selebrasi diri untuk menguatkan rasa percaya diri bagi wanita dewasa berstatus lajang.

Pada tahap *prototype*, penulis merancang media utama berupa *mobile website* dan media sekunder untuk mendukung penyampaian kampanye. Semuanya dirancang dalam format model AISAS agar pengalaman target audiens terstruktur dari awal hingga akhir. Tahapan attention meliputi KRL *ads*, LED *ads*, dan Instagram *ads*. Untuk *interest* menggunakan media sosial Instagram dan Facebook. Tahap *search* menggunakan *mobile website* yang menyediakan informasi sekaligus pembelian tiket. Tahapan *action* dilaksanakan melalui fitur menulis cerita pada

mobile website dan partisipasi di festival. Untuk tahapan akhir *share*, disediakan CHEERISH kit dan voucher sebagai bentuk apresiasi, dan *filter* untuk membagikan pengalaman setelah mengikuti seluruh rangkaian kampanye.

Tahap *test* dilaksanakan melalui *alpha test* dan *beta test*. Pada *alpha test* digunakan UEQ (User Experience Questionnaire) sebagai metode untuk mengukur keefektifan *mobile website*. Untuk hasilnya, ditemukan bahwa alur navigasi pada *mobile website* mudah dipahami. Temuan ini kemudian divalidasi melalui *beta test* yang melibatkan target audiens secara langsung. Hasil *beta test* menunjukkan bahwa *mobile website* memiliki visual yang baik, *flow* yang mudah dipahami dan konten yang sesuai dengan kebutuhan kampanye. Secara keseluruhan, hasil *test* menunjukkan keefektifan *mobile website* sebagai media interaktivitas utama kampanye.

Keberadaan stigma tidak dianggap sebagai sesuatu yang harus dibiarkan. Namun, setelah melaksanakan tahapan penelitian dari awal hingga akhir, penulis memahami fenomena yang diteliti sebagai sesuatu yang tidak dapat diintervensi secara langsung melalui suatu bentuk solusi desain. Oleh karena itu, dalam konteks perancangan ini, ditetapkan pendekatan yang tidak konfrontatif dengan memposisikan kampanye interaktif sebagai solusi desain dalam wujud media yang berperan dalam memberi *empowerment* kepada mereka yang terdampak. Dengan ini, penulis berharap bahwa kampanye yang telah dirancang dapat memberi kontribusi bagi para wanita dewasa berstatus lajang untuk percaya diri akan pilihan dan status mereka.

5.2 Saran

Setelah mengerjakan tugas akhir dengan topik ini selama satu semester, penulis menerima sejumlah masukan konstruktif dari dewan sidang dan *beta test* mengenai perancangan kampanye interaktif. Beberapa masukan dari dewan sidang antara lain adalah penguatan strategi kampanye, khususnya pendalaman riset mengenai jumlah target audiens serta perancangan strategi untuk mendorong kehadiran mereka pada festival, mengingat bahwa kegiatan ini dirancang dalam skala yang besar. Selain itu, mengingat target audiens kampanye berada di wilayah

Jabodetabek, pelaksanaan festival disarankan untuk lebih dari satu lokasi untuk jangkauan yang lebih luas.

Keterlibatan ahli juga sebaiknya tidak berhenti di riset awal, namun dilibatkan hingga akhir perancangan untuk memvalidasi efektivitas kampanye dalam memberikan rasa *empowerment* kepada target audiens. Dari sisi media, iklan KRL masih bisa ditingkatkan lagi secara visibilitas. Secara visual, pendekatan yang digunakan masih bisa ditingkatkan agar visual kampanye lebih relevan dengan keseharian target audiens, seperti menampilkan representasi wanita lajang dalam konteks pekerjaan, maupun keseharian mereka. Pengembangan pada elemen logo juga disarankan agar selaras dengan segmentasi usia target audiens yang lebih dewasa.

Salah satu saran dari *beta test* yang muncul adalah keperluan menyajikan detail yang lebih spesifik mengenai setiap kegiatan dalam rangkaian CHEERFAIR, termasuk daftar *tenant*, musisi, dan produk atau makanan yang ditawarkan. Masukkan-masukkan ini dinilai dapat meningkatkan realisme perancangan dengan membantu target audiens untuk memiliki gambaran yang jelas mengenai keseluruhan festival. Selain itu, penulis juga memiliki beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa/i yang ingin mengambil topik yang mirip ataupun media yang sejenis:

1. Dosen/ Peneliti

Maksimalkan mata kuliah Seminar Proposal. Mata kuliah tersebut adalah momen penting untuk menemukan judul, menyusun landasan teori, serta merumuskan metodologi penelitian. Penting juga untuk memantapkan target audiens dari judul yang dipilih sejak awal, agar *timeline* pribadi tugas akhir peneliti selanjutnya tidak terganggu.

Topik mengenai stigma, khususnya kepada wanita lajang dewasa merupakan isu yang sensitif dan kompleks. Perlu dipahami bahwa stigma yang dialami dan dampaknya terhadap setiap wanita berbeda-beda, tergantung pada lingkungan sosial, pengalaman, dan psikologis masing-masing wanita. Karena sifatnya yang sensitif, proses merekrut narasumber menjadi salah satu tantangan terbesar dalam penelitian ini. Oleh karena itu, mahasiswa/i lain yang

hendak mengambil topik stigma atau topik sensitif serupa perlu benar-benar memantapkan diri sejak awal, baik secara mental maupun teknis sebelum memulai tugas akhir.

Dalam kaitannya dengan ranah akademis, objektivitas penting dijaga selama proses penelitian. Hal ini akan menjadi tantangan jika peneliti memiliki kedekatan emosional dengan topik yang dikaji. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melaksanakan penelitian seobjektif mungkin agar hasil penelitian tetap valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Terakhir, jangan lupa untuk menjaga kesehatan fisik dan mental selama proses pengerjaan tugas akhir. Pastikan untuk makan, minum, tidur yang cukup, dan tetap meluangkan waktu untuk beraktivitas di luar, tidak lupa juga untuk bersosialisasi. Manajemen waktu yang baik akan sangat membantu menjaga kualitas penelitian serta mengurangi tekanan menjelang *deadline* pengumpulan.

2. Universitas

Untuk Universitas Multimedia Nusantara, seiring partisipan tugas akhir di semester ini mencapai hampir 400 mahasiswa, penulis menghawatirkan beban bimbingan yang diterima oleh para dosen pembimbing menjadi cukup tinggi. Selain itu, tingginya intensitas kegiatan akademik menjelang akhir semester dapat berdampak pada kesehatan karena bertepatan dengan periode meningkatnya risiko penyakit di akhir tahun.

Alangkah baiknya jika dipertimbangkan cara agar distribusi jumlah mahasiswa bimbingan dan penjadwalan tugas akhir tidak terlalu padat di periode yang sama. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas proses akademik, namun tetap menjaga kualitas bimbingan tugas akhir di Universitas Multimedia Nusantara.