

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Ketika membuat perancangan *mobile website* tentang *Animal Communicator* kita mempelajari target apa yang dibutuhkan untuk permasalahan dalam perancangan ini yaitu di mana *pet owners* merasa skeptis menggunakan jasa *Animal Communicator* dan kurang percaya. Hal ini terutama terjadi karena meskipun banyak yang sudah mengenal profesi *Animal Communicator*, pengetahuan mengenai komunikasi dengan hewan dan peran penting profesi ini masih minim, apalagi karena masih terbatasnya media yang membahas topik ini secara mendalam. Oleh karena itu, perancangan *mobile website* ini bertujuan untuk menyediakan *platform* yang kredibel dan mudah diakses, guna membantu pemilik hewan dalam memahami emosi hewan mereka secara lebih ilmiah, mempererat hubungan emosional, serta mengurangi kesalahpahaman yang sering terjadi.

Hasil analisis di Bab IV menunjukkan bahwa perancangan *mobile website* ini sangat sesuai dengan kebutuhan pemilik hewan peliharaan, di mana 77,1% responden telah mengetahui profesi *Animal Communicator*, namun pengetahuan mereka tentang cara kerja dan manfaat profesi ini masih terbatas. Sebanyak 54,2% responden mengaku belum pernah menggunakan jasa *Animal Communicator*, dan 21,2% hanya menggunakannya sesekali, dengan alasan utama kurangnya informasi kredibel dan keterbatasan akses. Kekhawatiran tentang potensi penipuan juga muncul, dengan 27,1% responden merasa khawatir terhadap praktik yang tidak profesional dalam profesi ini. Lebih lanjut, 64,6% responden tidak bersedia dihubungi lebih lanjut mengenai penggunaan jasa *Animal Communicator*, mengindikasikan adanya ketidakpercayaan terhadap profesi ini.

Wawancara dilakukan dengan *pet owners* yang tinggal di Jabodetabek, dengan usia 21 – 30 tahun menunjukkan manfaat komunikasi dengan hewan dalam mengatasi masalah perilaku dan kesehatan hewan. Namun, mereka juga menekankan pentingnya keberadaan *platform* yang kredibel dan transparan, dengan validitas data yang jelas untuk memastikan keaslian jasa *Animal Communicator*.

Dengan mempertimbangkan target, perancangan dibuat dengan menggunakan *tone of voice caring, curious* dan *trusting*, yang sesuai dengan *big idea: Every bond between human and animal grows deeper through knowing them better*. Maka, perancangan *mobile website* menggunakan warna-warna yang sesuai *tone of voice* tersebut, yaitu pastel pink, biru, oranye, coklat dan hijau tua. Untuk pemilihan *typography* dan *elemen interface* dibuat dengan ujung yang *square rounded* untuk menimbulkan kesan yang lebih ramah. Informasi yang diberikan pada *mobile website Paw Me* terdiri dari artikel informasi mengenai profesi *Animal Communicator*, *telepathy function, forum, testimony* dari *pet owners* dan *Animal Communicator*, *FAQS* tentang *Animal Communicator*, dan *Source Contact* untuk menghubungi jasa tersebut.

Penulis melakukan dua tahap pengujian, yaitu *alpha test* dan *beta test*, terhadap *mobile website Paw Me* untuk memperoleh masukan dari target pengguna. *Alpha test* dilakukan di Universitas Multimedia Nusantara dengan melibatkan 37 responden dan memperoleh hasil yang positif, meskipun terdapat masukan terkait *layout* dan teks yang kemudian direvisi. *Beta test* dilakukan melalui wawancara terhadap tiga *pet owner* dan menghasilkan revisi minor. Sebagai pendukung perancangan, dibuat media sekunder sebagai penghubung antara pengguna dan *mobile website Paw Me*, yang terdiri atas media digital dan media cetak, meliputi *social media posts, Instagram story ads, ads banner, brochure*, serta *merchandise* berupa *sticker sheet*.

Berdasarkan temuan tersebut, perancangan *mobile website* ini bertujuan menyediakan informasi yang valid dan terpercaya, serta memfasilitasi pemilik hewan mengakses informasi cara kerja *telepathy function*. *Mobile website* ini akan menyediakan informasi *Animal Communicator* terverifikasi dengan ulasan pengguna sebelumnya, untuk membantu pemilik hewan memilih praktisi yang tepat. Dengan *platform* yang kredibel dan interaktif, diharapkan *mobile website* ini dapat meningkatkan pemahaman pemilik hewan tentang komunikasi dengan hewan dan memberikan solusi yang efektif dalam memahami perilaku dan emosi hewan peliharaan mereka serta tidak skeptis dengan profesi *Animal Communicator*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang diperoleh dalam perancangan *mobile website* tentang *Animal Communicator*, beberapa saran dapat disampaikan untuk pengembangan lebih lanjut, baik dari sisi teoretis maupun praktis. Saran ini ditujukan kepada dosen, peneliti, serta Universitas Multimedia Nusantara, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan penelitian dan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap profesi *Animal Communicator*, sebagai berikut :

### 1. Dosen/ Peneliti

Dosen menyarankan agar perancangan *mobile website* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mampu membangun kepercayaan pengguna terhadap profesi *Animal Communicator*. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan bagian-bagian dalam *mobile website* yang secara jelas dapat meningkatkan kredibilitas, seperti penjelasan metode yang digunakan, landasan ilmiah atau praktis dari visual yang ditampilkan, serta penyusunan elemen visual yang lebih runtun dan memiliki keterkaitan konseptual yang jelas dari satu bagian ke bagian lainnya.

### 2. Universitas

Universitas Multimedia Nusantara sebaiknya mendukung pengembangan penelitian *interdisipliner* atau lintas fungsi dalam bidang komunikasi hewan, dengan memperkenalkan kurikulum yang mengintegrasikan ilmu psikologi, komunikasi *non-verbal*, dan teknologi digital. Fasilitas penelitian yang memadai, seperti *laboratorium* komunikasi dan pusat riset, perlu disediakan untuk mendalami profesi *Animal Communicator*. Selain itu, Universitas Multimedia Nusantara dapat berkolaborasi dengan praktisi untuk mengadakan seminar atau pelatihan yang bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang profesi ini, serta memperkuat hubungan antara akademisi, praktisi, dan pemilik hewan.