

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil perancangan kampanye sosial tentang pengendalian amarah yaitu masyarakat dapat lebih sadar dan peduli dengan kesehatan mental, baik bagi dirinya sendiri maupun orang-orang terdekat di sekitarnya. Terutama mengenai pengendalian emosi marah, yang sering diabaikan oleh masyarakat, hingga banyak hal-hal yang tidak diinginkan terjadi malah menjadi hal yang dianggap biasa oleh masyarakat, seperti marah dengan berteriak bahkan memukul kepada anak ketika ia melakukan kesalahan.

Tidak hanya sebatas meningkatkan kesadaran saja, tetapi kampanye sosial ini juga memberikan saran-saran dan masukan-masukan kepada orang-orang yang memang kesulitan dalam mengendalikan amarahnya dengan baik. Karena di luar sana sudah cukup banyak orang-orang yang merasakan dampak negatif dari pengendalian amarah yang rendah, tetapi kebingungan dalam mencari cara untuk menghilangkan kebiasaan marahnya yang sulit untuk dikontrol.

Dengan adanya kampanye sosial ini diharapkan bisa menjadi solusi dan memberikan dampak positif kepada masyarakat yang selalu dihadapkan dengan berbagai keadaan yang menguji tingkat pengendalian amarah masyarakat. Sehingga semakin banyak masyarakat Indonesia yang berkualitas dalam segi EQ (*Emotional Quotient*) atau kecerdasan emosional yang sangat bagus dimiliki oleh setiap manusia.

B. Saran

Sebuah perancangan yang berhubungan dengan psikologi manusia membutuhkan riset yang mendalam, dikarenakan cukup sulitnya akses untuk mencari tahu data dan hasil penelitian yang konkrit, terbukti, dan terpercaya untuk dijadikan bahan acuan dalam perancangan. Sulitnya mendapatkan narasumber dan cara mencari tahu kepribadian target audiens menjadi kendala bagi perancangan kampanye sosial ini.

Pengendalian amarah merupakan topik yang jarang diangkat oleh para desainer. Karena semakin dewasa seseorang maka orang tersebut semakin merasa bisa dan mampu dalam mengendalikan amarahnya, walaupun banyak fenomena-fenomena yang bertolak belakang dengan hal itu, banyak kasus kekerasan di Indonesia yang dilakukan oleh orang dewasa. Sebuah perancangan akan lebih baik jika dapat membuka pemahaman dan pemikiran masyarakat mengenai hal-hal yang sudah dianggap biasa oleh masyarakat, namun ketika dikaji lebih dalam hal tersebut bisa sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat.

Bagi perancang yang ingin merancang sebuah perancangan video *podcast* terkhusus untuk kampanye sosial, maka harus menyediakan waktu yang cukup untuk setiap prosesnya, agar semuanya dapat terencana dengan matang. Mulai dari tema dan konsep dari *podcast*, tempat dan peralatan *podcast*, *talent* sebagai pembawa acara dan narasumber, tim yang membantu, serta dana yang cukup. Selain itu, sediakan juga waktu untuk audiens *me-review* kampanye kita, agar kita dapat merancang kembali atau menambahkan sesuatu yang dirasa perlu, jika perancangan belum cukup kuat dalam menyampaikan pesan kepada target audiens.

Perancangan tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk mencapai derajat Strata 1 (S1). Tidak hanya sebagai tuntutan akademis, diharapkan kehadiran perancangan ini bisa menjadi contoh atau acuan dalam perkembangan desain dan seni terutama di Institut Seni Indonesia Padangpanjang.



DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku dan Jurnal

- Al Baqi, Safiruddin. Juni 2015. "Ekspresi Emosi Marah" dalam jurnal bulletin psikologi. XXIII/01. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Chandra, Giovanni. 2010. Panduan Pendamping Kecerdasan Emosional. Mojokerto: Manuscript.
- Elga, A. Yusrianto. 2017. Stop! Jangan Marah. Yogyakarta: Laksana.
- Hasanah, Ratih. 2017. Penulisan Naskah Iklan (Copy Writing). Yogyakarta: Deepublish.
- Hendri, Ezi. 2019. Komunikasi Persuasif – Pendekatan dan Strategi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hude, M. Darwis. 2006. Emosi – penjelajahan Religio-Psikologi tentang Emosi Manusia di dalam Al-Qur'an. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, Rama. 2015. Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep pesan, media, branding, anggaran. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Maheswara, Gusti Agung Ananta. Maret 2022. "Perancangan Krodha Graha : Pusat Anger Management Therapy di Ubud dengan Pendekatan Healing Environment" dalam jurnal vastukara. II/01. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar
- Prasetyo, Herdi dan Indira Rachmawati. Desember 2016. "Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)" dalam jurnal e-Proceeding of Management. III/03. Bandung: Universitas Telkom.
- Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: ANDI.
- Saputra, Nefri Andra. 2020. Handbook Psikologi, Persepsi, dan Persuasi. Padang Panjang: FSRD ISI Padangpanjang.
- Sarwono, Jonathan dan Harry Lubis. 2007. Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI.
- Sulistyaningtyas, Ike Devi. Juni 2006. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Program Kampanye Sosial" dalam jurnal Ilmu Komunikasi. III/01. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Utami, Ferisa Prasetyaning. Februari 2019. "Tingkat Kemampuan Kelola Emosi Marah Siswa SMA" dalam Jurnal Pendidikan, Teori, Penelitian, dan Pengembangan. IV/02. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Yulianto. 2018. Buku Sakti Kuasai Desain Grafis. Yogyakarta: Start Up.

2. Sumber Wawancara

Esti Wulandari, M.Pd., Kons, Konselor, dan *volunteer* (relawan), wawancara tanggal 23 Agustus 2022. Melalui media online Google Meet.

Nefri Andra Saputra, Psi.I., M.Pd., Dosen Psikologi Institut Seni Indonesia Padangpanjang, wawancara tanggal 18 Juli 2022. Di ruang dosen Program Studi Pendidikan Kriya, Institut Seni Indonesia Padangpanjang.

Rahmi Dahnan, S.Psi., M.Pd., Psikolog. Psikolog RS Kemang Medical Care, psikolog eksternal Biro SDM Badan Pemeriksa Keuangan RI, dan dosen di STIT Fatahillah, Bogor, wawancara tanggal 18 Oktober 2022. Di media online WhatsApp.

3. Sumber Internet

Bayu, Dimas. Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Diakses pada 20 oktober 2022 dari <https://dataindonesia.id/digital/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

Effendi, Deni. Karakteristik Dari Bentuk Dasar Segi Empat, Segitiga, dan Lingkaran. Diakses pada 25 Januari 2023 dari https://www.academia.edu/33049693/KARAKTERISTIK_DARI_BENTUK_DASAR_SEGI_EMPAT_SEGITIGA_DAN_LINGKARAN.

iTunes. Untuk Penggemar *Podcast*. Diakses pada 24 Juli 2022 dari <https://www.apple.com/id/itunes/podcasts/fanfaq.html>.

Konsumen, Riset. Indonesia – Pandangan dan Tren Media Sosial 2023. Diakses pada 24 Januari 2023 dari <https://oosga.com/social-media/idn/>.