

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui survey yang perancang lakukan di Kota Padang dapat disimpulkan bahwa *phubbing* merupakan hal penting yang harus dihindari untuk kenyamanan dalam komunikasi personal maupun kelompok. Hilangnya etika dan kesantunan dalam berkomunikasi dapat merusak hubungan sosial dengan lingkungan sekitar, seperti mengacuhkan orang sekitar saat berbicara, waktu bersama keluarga jadi tersita, tidak menghargai dosen saat perkuliahan, maupun saat dalam ruang seminar atau rapat. Hal tersebut membuat kita menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh. Pesan dan telpon yang masuk tidak penting, alangkah baiknya mengabaikan demi terjaganya hubungan sosial. Sekira pesan atau telepon yang masuk tersebut penting, biasakan memohon izin kepada lawan bicara untuk menjawab panggilan tersebut dan menjauh demi kenyamanan bersama. Berdasarkan dari hasil perancangan model iklan layanan masyarakat mengenalkan *phubbing* pada publik di Kota Padang. Perancang telah membentuk iklan *phubbing* dalam bentuk Infografis, iklan radio, iklan koran, *banner*, poster, *sign*, *billboard*, *T-shirt*, stiker, kalender, stiker *oneway*, dan mug. Semua hasil desain tersebut terletak dalam laporan karya perancang. Dari tahapan perancangan Iklan layanan masyarakat ini.

B. Saran

Perancangan ILM ini masih jauh dari kata sempurna karena perancang melakukan dalam masa pandemi *COVID-19*. Pergerakan melakukan survey pengumpulan data di Kota Padang terbatas dengan protokol kesehatan yang diberlakukan oleh pemerintah. Seharusnya pada tahapan sosialisasi perancang mengadakan pameran untuk menampilkan kepada publik model ILM yang sudah di pilih dan *print ads*. Namun tidak terlaksana, melihat situasi dan kondisi pandemi.

Kepada para perancang yang merujuk tulisan ini, agar mendapatkan bentuk data yang kongkrit sesuai dengan desain iklan layanan masyarakat yang akan dirancang. Tanpa mengurangi bentuk data meskipun kecil, kemungkinan berpengaruh terhadap perancangan iklan. Merancang dengan sesuai aturan rancangan yang telah ditetapkan dalam konsep Desain Komunikasi Visual sehingga rancangan dapat terealisasi dengan efektif dan efisien, baik dari segi fungsi, makna, bentuk hingga karakter yang sesuai dengan yang diharapkan.

Bagi masyarakat, sebaiknya masyarakat di Kota Padang bijak dalam menggunakan *gadget/smartphone*. Tahu kapan harus menggunakan dan kapan tidak menggunakannya, seperti saat kumpul keluarga, saat berkumpul dengan teman, perkuliahan, seminar dan ruang rapat. Demi terjaganya hubungan sosial yang baik.

Daftar Pustaka

- Anggraini Lia. dan Nathalia Kirana. (2014). Desain Komunikasi Visual. Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Agus Maulana.1997. Manajemen Strategik. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Akbar Taufik Riko, Mengenalkan Phubbing kepada Remaja SMA Melalui webseries, dalam artikel itenas repository, 7 November 2018,
- Amelia Tiara, Phubbing, penyebab dan dampak pada mahasiswa fakultas kesehatan masyarakat, Universitas Indonesia, dalam jurnal ekologi kesehatan Volume 18 Nomor 2, Halaman 122-134, 2019
- Betancourt, Michael. (2013). The History of Motion Graphics. Wildside Press: United States
- Dina Julia Ilham, Pengaruh phubbing terhadap kualitas persahabatan pada mahasiswa psikologi UNP, dalam Jurnal Riset Psikologi Volume 2019 Nomor 4 (2019)
- Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antar Manusia. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Edward, Caroline. 2009. Mind Mapping Untuk Anak Sehat dan Cerdas. Yogyakarta: Sakti.
- Engin Karadağ, *Determinants of Phubbing, Which is the Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model*. PMID: 26014669 PMCID: PMC4500886 DOI: 10.1556/2006.4.2015.005
- Fitri Ainil, Gambaran pengetahuan tentang phubbing akibat kecanduan gadget pada generasi Z di SMA Negeri 9 kota Pekanbaru provinsi Riau. dalam Jurnal Keperawatan Abdurrab, Volume 3 Nomer 2, januari 2020
- Gallaher, R. & Paldy. A. M. (2007). Eploring motion graphic. New York City: Thompson Delmar Learning.
- Hadi, S. (1989). Metodologi Research, Jilid 1. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Hanika Ita Musfirowati, Fenomena phubbing di era milenial (Ketergantungan seseorang pada smartphone terhadap lingkungannya) Jurnal Interaksi, Volume 4 Nomor 1, Halaman 42 - 51, Januari 2015

- Haomasan Pitthaully, Pengaruh penggunaan smartphone terhadap pola komunikasi interpersonal siswa SMP Negeri 50 Bandung, dalam jurnal komunikasi, Volume. XII Nomor 01, Halaman 1-7, 2018
- Heath, T. F., *Method in Architecture*, John Wiley & Sons, Chichester. 1972.
- Hornung, David. 2005. *Colour a workshop for artists and designers*. London: King Publishing Ltd
- Ivany Rachmi, 12 Maret 2019 “Hubungan kesatuan pergaulan dengan perilaku phubbing pada mahasiswa universitas Islam Riau”, Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Riau, Pekanbaru
- Jihan Annisa, Devi Rusli Pengaruh faktor kepribadian terhadap phubbing pada generasi milenial di Sumatera Barat, dalam Jurnal riset psikologi volume 2019 Nomor 4 (2019)
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Newsom, Doug and Haynes, Jim. 2004. *Public Relations Writing: Form and Style*, Nelson Education, Ltd, Canada.
- Pathak, S. (2013). McCann Melbourne made up a word to sell a print dictionary: New campaign for Macquarie birthed 'phubbing'. Diambil kembali dari <http://adage.com/article/news/mccann-melbourne-made-aword-sell-adictionary/244595/>.
- Pravita Gita Eka, iqbal prabawa wiguna, Dampak phubbing pada interaksi sosial, dalam jurnal e-proceeding of art & Design : Volume 6, Nomor 3 Halaman 45-64, 2019
- Rachman Ali, Layanan Bimbingan Klasikal Dampak Phubbing pada siswa kelas VII SMP Negeri 25 Banjarmasin, dalam Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, Volume 4 Nomor 3 Halaman 293-298, 2019
- Riduwan (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Rustan. (2017). *Bisnis Desain*. Jakarta: PT Lintas Kreasi Imaji
- Slembrouck, Paul Van. (2012). *How to Produce Motion Graphic*.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tubbs, S.L dan S.Moss (1996). Human Communication. Prinsip-prinsip dasar. (terjemahan: Dedy Mulyana). Bandung: Rosda.
- V. Chotpitayasunondh, K.M. Douglas, Computers in Human Behavior Volume 63 Halaman 9-18, 2016
- Varoth, C. K. (2017). The effects of “phubbing” on social interaction. Wiley: Journal Of Applied Social Psychology, Vol 1 No 33.
- Vetsera Noriksa Ratu, Gambaran penyebab perilaku phubbing pada pelanggan restoran, dalam Jurnal Psikologi Sosial Volume 17, Nomor 02, Halaman 86-95, 2019
- Verdever, Kathleen S.; Verderber, Rudolph F.; & Berryman-Fink, Cynthia. Inter-Act: Interpersonal Communication Concept, Skills, and Context. 11th edition. Oxford University Press. 2007
- Youarti Inta Elok, Perilaku *phubbing* sebagai karakter remaja generasi Z dalam *Jurnal Fokus Konseling* Volume 4 Nomor 1 Halaman 143 – 152, 2018

Daftar Informan

Rizki Hanafie, 28 Tahun, Desain grafis Bumi Minang, samping Masjid Nurul Iman Aur Duri.

Budi candra zain, 32 tahun, go car, jualan lontong, depan kampus UPI YPTK Padang Lubeg.

Mandria Yundelfa, 32 Tahun, Dosen Akper Aisyiyah Padang, Taman Asri II Siteba

