

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan persuasi ini merupakan sebuah ajakan kepada orang tua yang telah bercerai dan memiliki anak remaja berusia 14 sampai 17 tahun agar tetap memperhatikan anak remajanya setelah perceraian salah satunya menjadi pendengar yang baik untuk anak. Perancangan ini dibuat dengan konsep menggunakan *video motion graphic*. Dengan target audiens orang tua berusia 35 sampai 40 tahun yang tinggal di kota Bandung (urban) dan memiliki kebiasaan mencari informasi melalui video dan lebih banyak menghabiskan waktunya bekerja di ranah digital. Dalam pembuatan media *video motion graphic* ini menggunakan berbagai pendekatan baik itu pendekatan visual, verbal maupun audio. Pendekatan visual yang ditampilkan yakni kesan sedih dan juga kesan kehangatan keluarga yang menampilkan karakter ayah, ibu dan juga anak remaja. Dengan mengusung konsep *flat design* agar tampilan lebih modern sederhana dan menggunakan warna yang menampilkan kesan hangat seperti jingga, kuning, merah dan menampilkan kesan sedih menggunakan warna biru tua. Selain itu pendekatan verbal yang diangkat yakni tetap menggunakan bahasa Indonesia namun tidak baku, dan yang membedakan perancangan ini dengan yang lain yakni menggunakan gaya bahasa yang menyindir kepada perilaku orang tua yakni “anak *broken home* itu didengarkan bukan didiamkan”. Sedangkan dari pendekatan audio menggunakan suara narasi dan *background music* yang mendukung suasana sedih atau bahagia. Isi konten utama dari *video motion graphic* yakni bagaimana cara menjadi pendengar yang baik untuk anak remaja setelah perceraian, sedangkan isi konten lainnya seperti manfaat mendengarkan, *tagline*, *hashtag* ditempatkan di media pendukung. Semua konsep yang dirancang bertujuan agar informasi atau ajakan yang diberikan didalam perancangan dapat mudah diterima oleh khalayak sasaran. Dari strategi kreatif dan juga pendistribusian media, perancangan ini menggunakan metode AISAS, karena pendekatan ini mengikuti perubahan perilaku konsumen berdasarkan kemajuan teknologi digital. Untuk pendistribusian media utama

dilakukan di salah satu *platform* yang sering diakses target audiens yakni Youtube, sedangkan untuk media pendukung didistribusikan ketika kampanye berlangsung.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Persuasi Menjadi Pendengar Yang Baik untuk Anak”. Maka dari itu bagi mahasiswa yang akan melakukan perancangan tugas akhir dengan tema yang serupa, disarankan agar memperhatikan permasalahan dalam prosesnya baik dari pengambilan data lapangan, atau pemilihan data yang akan ditampilkan pada media utama dan pendukung dan juga proses dalam pembuatan karya. Karena data yang didapat akan menentukan arah perancangan sebenarnya. Dalam perancangan persuasi ini harus menentukan pesan dan media apa yang akan diangkat agar dapat tersampaikan dan diterima oleh khalayak sasaran. Perancangan persuasi ini juga diharapkan menjadi referensi dan inspirasi bagi perancangan selanjutnya.