BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Remaja dipandang belum terlalu berkompeten melindungi dirinya dari berbagai pengaruh buruk dunia, termasuk pesan yang termediasi. Remaja mengalami banyak perubahan fisik dan emosional sehingga kerap suasana hatinya berubah-ubah, akibatnya remaja mudah terpengaruh dengan pendapat, pandangan, dan ajakan orang lain. Kondisi tanpa batas ini menjadikan sebuah pesan/informasi berkembang pesat dan cenderung liar atau tidak dapat terkendali sepenuhnya. Munculnya sebagian orang dengan rasa tanggung jawab yang kurang, membuat hingga menyebarkan sebuah kebohongan dalam suatu bentuk informasi (hoaks).Maraknya disinformasi berupa berita berisikan informasi palsu (hoaks) di media digital secara *online* menyebabkan khalayak menjadi target sekaligus korban dari jeratan hoaks tersebut. Visual dalam sebuah kampanye memiliki pengaruh besar akan tersampaikannya informasi yang bersifat persuasif di dalamnya. GAHOAKS merupakan kampanye sosial yang bertujuan untuk menyasar remaja menengah, khususnya remaja tingkat sekolah menengah atas.

Pada perancangan kampanye sosial, visual dirancang dalam bentuk karakter yang merepresentasikan remaja sekolah menengah atas. Perancangan dibuat berdasarkan hasil temuan fakta yang terjadi di lapangan agar pesan kampanye tapat dan dapat tersampaikan dengan mudah dan tidak terkesan membosankan bagi. Video animasi 2 dimensi dibuat dan diunggah di Youtube sebagai media utama pada perancangan ini. Video dan Youtube sebagai tempat penyebarluasan dipilih berdasarkan kefektifitasanya, melihat kebiasaan remaja masa kini yang aktifitasnya tidak terlepas dari *gadget/smartphone.* Media pendukung juga dibuat dalam perancangan ini dengan tujuan menjembatani khalayak menuju media utama.

V.2. Saran

Pada penyususnan perancangan ini, dapat dilanjutkan ketahap yang lebih luas. Perancang hanya berfokus terhadap pembuatan video animasi 2 dimensi sebagai bentuk kampanye sosial terhadap khalayak. Sehingga masih memungkinkan dapat diperluas untuk perancangan selanjutnya. Perancang menyarankan pada perancangan selanjutnya untuk memperdalam pada aspek isi pesan, lama durasi video, hingga sasaran khalayak yang lebih luas. Namun video animasi 2 dimensi ini dapat menjadi media yang paling dekat dan mudah untuk diterima oleh khalayak saat ini.