

BAB V. KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Kampanye sosial bahaya ujaran kebencian atas nama Islam memiliki tujuan memperkenalkan dampak-dampak negatif yang diakibatkan oleh ujaran kebencian yang mengatasnamakan agama Islam. Selain itu juga merubah pola pikir pelaku ujaran kebencian yang mengatasnamakan agama Islam. Dengan melakukan perancangan kampanye sosial, dengan cara mengajak pelaku *hate speech* di media sosial untuk berhenti melakukan hal tersebut dan memberikan pemahaman mengenai dampak dari perlakuan *hate speech* dari perspektif kehidupan bermasyarakat hingga Al-Qur'an.

Dalam perancangan kampanye sosial ujaran kebencian yang mengatasnamakan agama Islam ini menggunakan pendekatan secara intimidasi. Dengan menggunakan cara intimidasi, maka pelaku ujaran kebencian yang mengatasnamakan agama akan merasa tidak nyaman akan perilaku yang telah dilakukannya sehingga diharapkan dapat merubah pola pikir.

Dalam upaya mengampanyekan hal tersebut, dibutuhkan media-media untuk menginformasikannya. Beberapa media bertujuan memperkenalkan kampanye sosial, mencari perhatian audiens, hingga membantu menginformasikan pesan utama dari perancangan yang dibuat. Jenis media yang ada terbagi dalam dua tipe yakni dari digital hingga cetak. Media-media tersebut didistribusikan menggunakan metode yang selayaknya, yaitu AISAS. Keunggulan pendistribusian dengan metode ini yaitu terbaginya media-media berdasarkan fungsi masing-masing.

V.2 Saran

Perancangan yang dibuat dalam kampanye ini beralasan karena masih tingginya tingkat *hate speech* atas nama agama Islam di media sosial. Berdasarkan hal tersebut, saran dari perancang ialah agar masyarakat yang beragama Islam dapat merangkul dan menaungi sesama umat muslim agar ikut bersuara dalam melawan *hate speech* atas agama terkait di era modern di mana cepatnya penyebaran

informasi di media sosial. Dengan adanya kerja sama dari sesama umat beragama khususnya Islam maka diharapkan dapat tereduksinya wacana-wacana *hate speech* di media sosial.