

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Keperihatinan banyaknya remaja yang menjadi pelaku maupun korban *toxic relationship* mendorong untuk melakukan kampanye edukasi. Kampanye edukasi ini bertujuan membangun kesadaran remaja agar dapat mendeteksi jika mereka dalam relasi yang beracun dan juga memiliki pemahaman cara mengatasi dampak negatif dari hubungan beracun bagi remaja.

Proses perancangan kampanye edukasi ini diawali dengan pengumpulan dari berbagai tinjauan literatur dari beberapa sumber dari media tercetak maupun digital kemudian pengumpulan data melalui Google Form. untuk mengetahui seberapa pentingnya perancangan ini dibuat. Media kampanye edukasi yang dipilih berupa komik yang diunggah di Instagram, poster, *motion graphic*, dan stiker. Dari bahan-bahan yang telah dikumpulkan, maka ditentukanlah kriteria media yang cocok untuk target sasaran kampanye edukasi.

Dalam proses perancangan kampanye edukasi tentang tindakan *toxic relationship* bagi remaja memiliki tantangan tersendiri bagi penulis. Topik yang diangkat cukup sensitif di kalangan remaja. Untuk menghindari terjadinya miskomunikasi dalam penyampaian pesan, salah satu cara digunakannya media komik yang memiliki alur *story telling* atau cerita untuk mengarahkan para pembaca untuk memahami topik perancangan kampanye. Media komik dianggap dekat dan disukai anak remaja.

Selain tantangan di atas, pesan kampanye tindakan *toxic* bermuatan penjelasan verbal yang cukup panjang. Karena itu, perlu dipersingkat dan diperdalam dengan bahasa visual. Visualisasi lebih menarik dalam pemilihan tagline “Sehati Tanpa Meracuni” yang berima supaya berkesan lebih dekat dan tegas, dalam bentuk pemilihan warna yang komplekter dengan komposisi warna *tetradic*, dan style visualisasi yang digunakan

dalam bentuk komik “*cartoon*” supaya lebih dekat dengan target sasaran ketika pesan dalam kampanye disampaikan.

Semua proses tersebut berlanjut ke uji kelayakan isi konten kampanye "sehati tanpa meracuni" ke beberapa psikolog. Kesesuaian antara pesan verbal dan visualisasi sangat penting dan beberapa psikolog menjadi penelaah muatan pesan kampanye dan dianggap sesuai dengan target sasaran yaitu para remaja. Kelayakan tersebut mulai dari konten komik, poster grafik, dan stiker. Hasil uji kelayakan dari beberapa psikolog tersebut menunjukkan bahwa kampanye "sehati tak mau meracuni" mampu mengedukasi para remaja mengenai tindakan *toxic relationship*.

Rangkaian hasil proses perancangan kampanye edukasi *toxic relationship* dalam berpacaran bagi remaja dengan judul "sehati tanpa meracuni" dapat disimpulkan, bahwa kampanye dapat digunakan sebagai media edukasi tentang tindakan *toxic*. Disamping itu juga cara mengatasi tindakan *toxic* dalam berpacaran untuk remaja untuk membantu hubungan antar pasangan untuk menjaga ikatan positif dan juga sehat supaya terhindar dari tindakan *toxic* atau beracun yang merugikan kedua belah pihak.

B. Saran

Perancangan kampanye edukasi tentang *toxic relationship* ini perlu perhatian yang lebih dikarenakan para remaja masih memerlukan informasi edukasi untuk menghindari hubungan yang *toxic* dalam berpacaran. Kampanye ini berpotensi untuk dijadikan sebagai kampanye yang berkelanjutan ke tahun-tahun berikutnya. Kampanye mengangkat isu tindakan *toxic relationship* yang akan terus berubah seiring perkembangannya para remaja juga media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu tindakan *toxic relationship*.

Saran selanjutnya dalam penyampaian pesan ke depannya akan lebih banyak menyampaikan bentuk-bentuk tindakan *toxic relationship* secara menyeluruh dan maksimal dengan media yang lebih kreatif. Penentuan target sasaran yang lebih meluas juga dalam menentukan gaya

desain, pemilihan jenis font penggunaan ilustrasi, dan banyaknya konten yang akan dimuat.

Diharapkan media kampanye bermanfaat bagi target sasaran para remaja yang telah dirancang dengan keilmuan DKV semaksimal mungkin. Kampanye edukasi merupakan sarana komunikasi untuk memberikan informasi kepada remaja usia 16 sampai 24 tahun yang nantinya dapat meningkatkan kesadaran dan juga pemahaman dalam mengatasi tindakan *toxic relationship* dalam berpacaran.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bonneff, M. (1998). *Komik Indonesia. Terjemahan Rahayu S. Hidayat*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia). Halaman 5-15
- Cate & Lloyd, d. D. (2011). *intimate relationship, marriages, anda families*. New York: McGraw-Hill. Halaman 45-50
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Dewasa Muda*. Jakarta: Grasindo. Halaman 30-46
- DeGenova, M. &. (2008). *Intimate Relationship, Marriages, and Families (7th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Diane E. Papalia, et. Al. (2009). *Human Development (Psikologi Perkembangan)*. Jakarta: Kencana.
- Gallagher, R. &. (2007). *Exploring Motion Graphics, The Art and Techniques of Creating Imagery for Film and New Media*. Thomson.
- Glass, L. (1995). *Toxic People : 10 Ways Of Dealing With People Who Make Your Life Miserable*. Beverly Hills: Santa Monica BLVD Suite.
- Gunarsa, D. S. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia
- Gottman, J.M., & Brittle. Z. (2015). *The Relationship Alphabet: A Practical Guide to Better Connection for Couples Kindle Edition*. New York: BookBaby
- Hurlock, E. B. (2012). *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga. Halaman 27-35
- Knys, P. (1989). *Cinta Muda-Mudi (pustaka kaum muda)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Klingeman, H.-D. &. (2002). *Public Information Campaign & Opinion Reseach*. New Dehli: SAGE Publication
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran .* Jakarta: Erlangga.
- Larson, C. U. (1992). *Persuasion, Reception and Responsiblity*. California: Wardsworth Publishing Company.
- Maharsi, Indira. M. (2011). *Komik dunia kreatif tanpa batas*. Yogyakarta: Kata Buku. Halaman: 15,16-29,75-147
- Mc Cloud, S. (2007). *Membuat Komik, Rahasia Bercerita dalam Komik, Manga dan Novel Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Halaman: 26-29, 37-45

Murray, J. (2015). *But I Love Him: Mencegah kekerasan dan Dominasi Pasangan*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Prabandari, Y. S. (2019). *Promosi Kesehatan dalam. Lingkup Kesehatan Reproduksi*. Gajah Mada University.

Pfau, M. d. (1993). *Persuasive Communication Campaign*. Allyn and Bacon: Massachussets

Rogers, E. M. (1987). *Communication Campaign. Dalam C. R. Berger*. New Burry Park: sage.

Savitri, A. (2021). *A Hanbook For Toxic relationship (I Wanna Be Loved & Respected)*. Yogyakarta: Penerbit Brilliant.

Santrock, J.W. (2003). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga. Halaman : 10-15

Sudjana, N. (2009). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Venus, Dr. A. (2019). *Manajemen Kampanye Paduan Teorites dan Praktis Dalam Mengefetifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.

JURNAL

Pastey, Geeta S, & Aminbhavi, Vijayalaxmi A (2006). *Impact of Emotional Maturity on Stress And Self Cofidence of Adolescent*. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 66-70 (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 12:29 WIB)

Uyun, M. (2020). Peran Psikolog dalam Bidang Pendidikan, Pemerintahan dan Industri . *Peran Psikolog dalam Bidang Pendidikan, Pemerintahan dan Industri* , 63. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 10:38 WIB)

WEBSITE

Annur, C. M. (2021, November 15). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa> (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 09:30 WIB)

Budkowski, M. (2019, November 16). *What is explainer video (and how your*. Retrieved from Explain Visually Co.: <https://explainvisually.co/en/what-is-explainer-video/> (Diakses penulis pada 23 Maret, 2021, pukul 09:30 WIB)

- Glass, D. L. (2020, September 16). *Sering Tak Disadari, Kenali Tanda-Tanda Hubungan Toxic*. Diambil kembali dari [lifestyle.okezone.com](https://lifestyle.okezone.com/read/2020/09/16/612/2278861/sering-tak-disadari-kenali-tanda-tanda-hubungan-toxic): <https://lifestyle.okezone.com/read/2020/09/16/612/2278861/sering-tak-disadari-kenali-tanda-tanda-hubungan-toxic> (Diakses penulis pada 25 Desember, 2021, pukul 12:29 WIB)
- Komnas, P. (2019, march 6). *Lembar Fakta dan Poin Kunci Catatan Tahunan Komnas Perempuan Tahun 2019 Korban Bersuara, Data Bicara: Sahkan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual sebagai Wujud Komitmen Negara Jakarta*. Retrieved from komnasperempuan.go.id: <https://komnasperempuan.go.id/catatan-tahunan-detail/lembar-fakta-dan-poin-kunci-catatan-tahunan-komnas-perempuan-tahun-2019>(Diakses penulis pada 11 Mei, 2022, pukul 10:38 WIB)
- Makarim, d. F. (2021, November 26). *Hubungan Seperti Apa yang Bisa Disebut Toxic relationship?* Retrieved November 26, 2021, from [halodoc.com](https://www.halodoc.com/artikel/hubungan-seperti-apa-yang-bisa-disebut-toxic-relationship): <https://www.halodoc.com/artikel/hubungan-seperti-apa-yang-bisa-disebut-toxic-relationship> (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 17:09 WIB)
- Nareza, d. M. (2020, juni 16). *Toxic relationship: Arti, Ciri-Ciri, dan Cara Mengatasinya*. Retrieved from www.alodokter.com: <https://www.alodokter.com/hati-hati-ini-tanda-kamu-terjebak-dalam-toxic-relationship> (Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 20:29 WIB)
- Nugroho, F. T. (2021, february senin). *Pengertian Poster, Ciri-Ciri, Tujuan, Fungsi, dan Jenis-jenisnya yang Perlu Diketahui*. Retrieved from [bola.com](https://www.bola.com): <https://www.bola.com/ragam/read/4475602/pengertian-poster-ciri-ciri-tujuan-fungsi-dan-jenis-jenisnya-yang-perlu-diketahui> (Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 18:29 WIB)
- Pahlevi, R. (2022, june 10). *Penetrasi Internet di Kalangan Remaja Tertinggi di Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia> (Diakses penulis pada 28 oktober, 2022, pukul 20:29 WIB)
- Pittara, d. (2022, April 16). *Depresi*. Retrieved from www.alodokter.com: <https://www.alodokter.com/depresi> (Diakses penulis pada 28 Mei, 2022, pukul 20:08 WIB)
- Prabandari, A. I. (2020, September 16). *Toxic relationship adalah Hubungan yang Merusak dan Tidak Sehat, Ketahui Jenisnya*. Retrieved desember 25, 2021, from www.merdeka.com. (Diakses penulis pada 29 Mei, 2022, pukul 18:33 WIB)
- SIMFONI-PPA. (2022, January 1). <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/>. Retrieved from SIMFONI PPA (Sistem Informasi Online Perlindungan Perempuan dan Anak): <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan> (Diakses penulis pada 26, Desember 2021, pukul 12:42 WIB)

Sitoresmi, A. R. (2022, March 25). *16 Macam Poster Berdasarkan Isi dan Fungsi, Lengkap dengan Contohnya*. Retrieved from hot.liputan6.com: <https://hot.liputan6.com/read/4921102/16-macam-poster-berdasarkan-isi-dan-fungsi-lengkap-dengan-contohnya> (Diakses penulis pada 30 April, 2022, pukul 01:10 WIB)

UGM, H. (2021, march). *Pakar UGM: Waspada Hubungan Toxic di Kalangan Remaja*. Retrieved from www.ugm.ac.id: <https://www.ugm.ac.id/id/berita/20943-pakar-ugm-waspada-hubungan-toxic-di-kalangan-remaja> (Diakses penulis pada 25 november, 2021, pukul 16.26 WIB)

yousure.fisipol. (2020, Agustus 04). *Pandemi dan Toxic relationship dalam Keluarga*. Diambil kembali dari yousure.fisipol.ugm.ac.id: <https://yousure.fisipol.ugm.ac.id/2020/08/04/pandemi-dan-toxic-relationship-dalam-keluarga/> (Diakses penulis pada 29, Mei 2022, pukul 17:03 WIB)

LISENSI GAMBAR

Toxic relationship

Sumber : <https://www.gadis.co.id/love/103185/4-ciri-toxic-relationship>

Akun Instagram Rifkannisa Lembaga perlindungan perempuan

Sumber : Instagram https://www.instagram.com/rifkaannisa_wcc/

Website Satu Persen –Indonesia Life School

Sumber : <https://satupersen.net/>

Lingkaran warna

Sumber : <https://www.indahprimadona.com/2020/07/memahami-teori-warna-perlu-gak-sih.html>

Sumber : <https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/page/view.php?id=88573>

Sumber : <https://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-jenis-warna-berdasarkan-keharmonisannya>

Stiker pada Whatsapp

Sumber : <https://m.tribunnews.com/section/2018/11/07/cara-kirim-stiker-di-whatsapp-dengan-mudah-pasti-berhasil>

Stiker pada Instagram

Sumber : <https://kreativv.com/stiker-gif-instagram-stories/2/>

Survey Penggunaan Internet/social media

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia>

Survey Penggunaan Instagram

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>

Komik 3 cara menolak narkoba

Sumber : <https://hellomotion.com/content/3-alasan-utama-kenapa-kita-harus-say-no-narkoba>

Komik hubungan yang *toxic*”

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CcIXuVth4Af/>
<https://www.instagram.com/petualanganmenujusesuatu/>

Kampanye social surviving *toxic relationship* dalam lingkup keluarga

Sumber : https://senirupaikj.ac.id/ruang_pamer/desain-komunikasi-visual/perancangan-kampanye-sosial-surviving-toxic-relationship-dalam-lingkup-keluarga/

Referensi font Action man

Sumber : https://www.fontriver.com/font/komika_slick_slim/

Referensi font Monserrat

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/878764946010308403/>

Referensi skema warna

Sumber <https://id.pinterest.com/pin/878764946010308403/>

Referensi model ilustrasi by "Petualang menuju sesuatu"

Sumber : <https://www.instagram.com/petualanganmenujusesuatu/>

Referensi model ilustrasi by "Tumlit"

Sumber : <https://www.instagram.com/tumnulit/>

Referensi Grid pada Instagram.

Sumber : <https://instagram+layout+template>

