

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Perancangan kampanye sosial yang dilakukan secara online melalui Instagram bertujuan untuk mengedukasi audiens tentang apa saja yang perlu diketahui terkait isu stereotip gender termasuk definisi, penyebab, dampak, serta menawarkan solusi dengan harapan dapat menghasilkan perubahan perilaku pada audiens. Tujuan kampanye dapat dicapai dengan menggunakan tahapan model *The Five Functional Stages Development Model* yang juga diterapkan pada konsep media dan strategi kreatif. Tahap identifikasi; dicapai dengan menyusun identitas visual yang minimalis namun maknanya tetap mewakili keseluruhan dari pesan kampanye; tahap legitimasi; tidak hanya menyampaikan pesan larangan/himbauan, namun suatu pesan utuh yang terstruktur dan berkaitan satu dengan yang lain; tahap partisipasi; dapat dicapai dengan pemilihan media utama kampanye yang interaktif; dan terakhir tahap distribusi; dapat dicapai dengan penyusunan dan pemilihan media yang mudah di akses dan saling berkaitan satu dengan yang lain.

Melalui data yang telah dikaji, Ketidakmampuan masyarakat dalam membedakan gender dan kodrat menuntun kita pada peran yang kaku dan timpang. Praktik stereotip gender menjadi suatu fenomena yang sangat dekat dengan keseharian perempuan, dan tanpa sadar ikut membentuk dan mengotak-ngotakkan identitas serta peran sesuai konstruksi dan harapan sosial. Perancangan kampanye dibutuhkan sebagai bentuk komunikasi yang mengajak audiens untuk memutus rantai stereotipisasi yang diwariskan dari generasi satu ke generasi yang lain.

Kampanye terdiri dari media utama yaitu konten Instagram, yang terbagi menjadi video singkat dan seri poster digital yang memuat *key message* dan informasi kampanye secara terstruktur. Media pendukung satu berupa stiker digital dapat digunakan sebagai respon untuk menegur orang lain ketika mereka memberikan ungkapan stereotip gender. Sedangkan media pendukung dua

berupa bundle merchandise dapat memunculkan perasaan terlibat secara personal.

B. Saran

Perancangan kampanye disusun melalui data visual yang dibatasi dalam kurun waktu 2019 hingga 2022. Walaupun kampanye dilakukan di Instagram sebagai media utama, namun kampanye berpotensi menjangkau media sosial lain dan berkembang menjadi kampanye lanjutan atau *ongoing campaign* hingga tahun-tahun selanjutnya, dengan tetap mengangkat isu-isu keperempuanan terkait stereotip gender yang juga terus dibahas oleh berbagai komunitas dan aktivis feminis.





Daftar Pustaka

- Anwar. (2017). Implikasi Budaya Patriarki Dalam Kesetaraan Gender di Lembaga Pendidikan Madrasah. *Al-Maiyyah*, 48-49.
- Arini, D. P. (2021, Juli 1). EMERGING ADULTHOOD : PENGEMBANGAN TEORI ERIKSON MENGENAI TEORI PSIKOSOSIAL PADA ABAD 21. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 15, 15.
- Dalimoenthe, I. (2020). *Sosiologi Gender*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Guswandani, D. (2017). PENDEKATAN EDUKASI DALAM PROGRAM KAMPANYE “TANYA SAYA” BPJS KETENAGAKERJAAN. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16, 98-99.
- Hurlock, E. B. (2013). *Perkembangan Anak; Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Ismiati. (2018). Pengaruh Stereotype Gender Terhadap Konsep Diri Perempuan. *Takammul: Jurnal Studi Gender dan Islam serta Perlindungan Anak*, 34-39.
- Jumyah, N. (2018). Aplikasi Prinsip Gender Equilibrium di Kalangan Pasangan Suami Istri Pada Tokoh Masyarakat Desa Semuntai Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser. *eJournal Sosiatri-Sosiologi*, 17.
- Muyasaroh, S. (2013). *Kampanye Perubahan Sosial*. 2.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Yogyakarta: deepublish.
- Putri, S. A. (2021). Potret Stereotip Perempuan di Media Sosial. *Jurnal Representamen*, 7, 114.
- Sakina, A. I., & Siti, H. D. (2017). Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia. *118SHARE: SOCIAL WORK JURNAL*, 7, 74.
- Shaw, A. (2016:93). *Design For Motion: Fundamentals And Techniques Of Motion Design*. New York: Taylor & Francis Ltd.
- Suyanto, & Astuti, S. P. (2013). Stereotip Perempuan dalam Bahasa Indonesia dalam Ranah Rumah Tangga. *SEMIOTIKA*, 14, 79-81.
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Zaduqisti, E. (2013). Stereotipe Peran Gender Bagi Pendidikan Anak. *Muwazah*,
6.



Daftar Laman

- Adinda, P. (2020, Januari 11). *Kenapa Perempuan Indonesia Diupah Lebih Rendah?* Dipetik April 2022, dari Asumsi.co: <https://asumsi.co/post/3968/perempuan-indonesia-masih-diupah-lebih-rendah-apa-penyebabnya>
- Aini, N. (2020, September 18). *ILO, UN Women Promosikan Kesetaraan Upah di Indonesia.* Dipetik April 2022, dari Republika: <https://republika.co.id/berita/qguno4382/ilo-un-women-promosikan-kesetaraan-upah-di-indonesia>
- Ander, C. (2017, Mei 25). *ARTIKBBI: Visual.* Dipetik Maret 2022, dari Arti Kata visual, Makna, Pengertian dan Definisi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online: <https://artikbbi.com/visual/>
- Anisa, D. F. (2019, Agustus 27). *Psikolog Roslina: Masalah Gender Masih Terjadi di Indonesia.* Dipetik Maret 2022, dari Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/571816/psikolog-roslina-masalah-gender-masih-terjadi-di-indonesia>
- Annur, C. M. (2021, November 15). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- APJIII. (2020, November 9). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta .* Retrieved from databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Astuti, N. F. (2021, Mei 27). *Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya.* Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-klm.html>
- Bailey, J. (2022, Januari). *'90s design: riding the wave of nostalgia marketing.* Retrieved from 99design: <https://99designs.com/blog/design-history-movements/the-90s-design-trend/>

- Connexindo. (2021, April 28). *KENALI SEGMENTASI PENGGUNA MEDIA SOSIAL AGAR TIDAK SALAH PILIH TARGET PEMASARAN*. Retrieved from connexindo: <https://www.nataconnexindo.com/blog/kenali-segmentasi-pengguna-media-sosial-agar-tidak-salah-pilih-target-pemasaran>
- Gani, P. K. (2014, Juni 9). *Kampanye Sosial*. Retrieved from Prita Kemal Gani: <https://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/>
- Hutari, F. (2021, April 16). *Fakta pelecehan seksual di tempat kerja*. Retrieved from alinea.id: <https://www.alinea.id/infografis/fakta-pelecehan-seksual-di-tempat-kerja-b2c1r927w>
- ILO. (2015). *Pemberitaan Tentang Masalah Gender*. Retrieved from ilo.org: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/presentation/wcms_203586.pdf
- Infid.org. (2021, November 22). *Tempat Kerja Masih Belum Aman dan Nyaman bagi Perempuan*. Retrieved from Infid.org: <https://www.infid.org/publication/read/tempat-kerja-masih-belum-aman-dan-nyaman-bagi-perempuan>
- Jabbar, A. R. (2020, Oktober 30). *Stereotype Perempuan di Negara Patriarki*. Retrieved from Media Mahasiswa Washilah: <https://washilah.com/2020/10/stereotipe-perempuan-di-negara-patriarki/>
- Karunia, A. M. (2020, Juli). *ILO Ingatkan Indonesia soal Kesenjangan Upah*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/09/17/202332726/ilo-ingatkan-indonesia-soal-kesenjangan-upah>
- Kemenpppa. (2017, Juni 9). *Mencapai Kesetaraan Gender dan Memberdayakan Kaum Perempuan*. Retrieved from Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia: <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1439/mencapai-kesetaraan-gender-dan-memberdayakan-kaum-perempuan>
- Kirana, S. (2020, September 22). *Magdalene Primer: Memahami Gender dan Seksualitas*. Retrieved from Magdalene:

<https://magdalene.co/story/magdalene-primer-memahami-gender-dan-seksualitas>

- Latifa, L. (2020, September 5). *Remotivi: Amatan*. Retrieved from Serial Animasi Anak Mengajarkan Perempuan untuk Selalu jadi Nomor Dua: <https://www.remotivi.or.id/amatan/627/serial-animasi-anak-mengajarkan-perempuan-untuk-selalu-jadi-nomor-dua>
- Pintek. (2021, Juni 17). *Pintek: Pendidikan*. Retrieved from Pengertian Media Pembelajaran, Contoh dan Manfaatnya Untuk Sekolah: <https://pintek.id/blog/media-pembelajaran/>
- Prastiwi, A. M. (2021, Maret 2). *Jalan Panjang Menuju Kesetaraan Gender*. Retrieved from KataData.co.id: <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/621f57f69a5d9/jalan-panjang-menuju-kesetaraan-gender>
- Prawiro, M. (2020, September 19). *Maxmanroe: Sosial*. Retrieved from Pengertian Kampanye: Tujuan, Fungsi, dan Jenis Jenis Kampanye: <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-kampanye.html>
- Rahman, I. M. (2020, Juli 3). *Her Story*. Retrieved from Stereotip Gender, Bagaimana Harus Melawan?: <https://herstory.co.id/read4520/stereotip-gender-bagaimana-harus-melawan>
- Riadi, M. (2019, Januari 11). *Pengertian, Jenis dan Teknik Kampanye*. Retrieved from kajianpustaka.com: Pengertian, Jenis dan Teknik Kampanye
- Zaratunisah, D. (2019, Desember 6). *Budaya Patriarki dalam Ketidakadilan Gender*. Retrieved from Kompasiana: https://www.kompasiana.com/dwizaratunisah9281/5de995bf097f3646a8532a32/budaya-patriarki-dalam-ketidakadilan-gender?page=1&page_images=1