

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kucing merupakan hewan domestik yang keberadaannya dekat dengan manusia. Namun tingginya popularitas kucing tidak diiringi dengan tingkat kesejahteraan terutama pada kucing liar. Permasalahan seperti overpopulasi dan penelantaran masih sering ditemui, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya pemahaman, persiapan, dan komitmen masyarakat dalam memelihara dan merawat kucing. Selain itu, masih banyak masyarakat yang belum memahami bahwa adopsi kucing liar tidak hanya membantu hewan tersebut, tapi juga memberikan manfaat positif bagi pengadopsi, baik secara psikologis, fisik, maupun sosial.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perancangan yang dibuat adalah kampanye komunikasi visual yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kesejahteraan kucing liar. Kampanye ini mengangkat konsep *mindful adopt*, yaitu panduan adopsi secara berkesadaran yang mengedukasi masyarakat tentang cara mengadopsi dan merawat kucing liar secara bertanggung jawab serta memperkenalkan manfaat dari mengadopsi bagi kedua pihak. Hasil dari kampanye ini adalah konten media visual di akun @MengBercerita dalam aplikasi Tiktok dan Instagram. Konten disusun dalam format *carousel* yang informatif serta dengan penyampaian pesan kampanye secara bertahap melalui empat proses yaitu tahap manfaat, fakta, *mindful adopt*, dan testimoni. Setiap konten menggunakan pendekatan baik visual atau komunikasi melalui *storytelling* yang kasual dan *relatable* sehingga mampu membuat *audience* lebih terhubung dengan pesan tersebut. Perancang juga memanfaatkan fitur media sosial dimana *audience* bisa ikut berpartisipasi secara daring, seperti melalui *sharing* konten kampanye dan interaksi langsung di platform kampanye. Secara visual, perancang menggunakan elemen desain yang mendukung citra kampanye yaitu *playful*, *colorful*, dan kasual. Penggunaan palet warna yang cerah dan *soft* menciptakan kesan ekspresif dan menarik perhatian, sementara perpaduan antara *layout* komik dengan *layout*

yang memanfaatkan *whitespace* memberikan tampilan yang seimbang, beragam namun tetap sederhana. Tipografi bergaya kasual seperti Sans Serif dan *handwritten* juga digunakan untuk memperkuat kesan *playful* namun tetap menjaga keterbacaan teks. Dalam perancangan ini juga didominasi oleh ilustrasi bergaya kartun dan ekspresif untuk mendukung jalan pesan kampanye melalui *storytelling*.

Hasil uji coba konten kampanye di platform Tiktok, mencapai 1.2 juta tayangan dengan 238 ribu *likes*, 39 ribu komentar dan 20 ribu kali dibagikan. Sementara di Instagram, konten meraih 24.834 tayangan dan 2.480 interaksi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kampanye mendapatkan *insight* dan tingkat *engagement* yang positif di media sosial.

Adapun pembaruan yang dilakukan dalam perancangan kampanye ini adalah sebagai berikut:

a. Isi pesan

Strategi kampanye yang tidak hanya menyoroti manfaat adopsi bagi para kucing, tapi juga memperkenalkan manfaat positif yang dapat dirasakan oleh pihak pengadopsi. Umumnya kampanye lebih berfokus pada sisi hewan, namun dalam perancangan ini, dikembangkan secara seimbang dari dua sudut pandang baik kucing maupun manusia khususnya dalam sisi psikologis dan emosional.

b. Strategi komunikasi kampanye

Selain isi pesan, pembaruan lainnya terletak dalam pendekatan komunikasi kampanye yang memadukan tiga aspek yaitu edukatif, hiburan (*entertaining*), dan emosional. Strategi ini dirancang tidak hanya untuk mengedukasi dan menyampaikan pesan secara informatif, tapi juga membangun kedekatan emosional dengan *audience* dan menarik perhatian melalui sisi hiburan. Pendekatan ini diterapkan di berbagai konten kampanye, salah satunya yaitu konten hiburan MBTI *test* yang menggunakan referensi *meme*, hingga konten ajakan mengadopsi yang dirancang agar *audience* bisa merasakan *relate* juga terhubung secara emosional.

- c. Pembaruan juga dilakukan secara visual melalui penggunaan palet warna yang cerah, *soft*, dan mendekati pastel namun tetap memiliki kesan solid. Pendekatan warna ini menjadi pembeda dalam kampanye bertema kesejahteraan kucing liar lainnya. Pemilihan palet warna ini juga digunakan untuk mendukung citra kampanye yang *ekspresif dan playful* serta mendukung penyampaian pesan secara emosional.

Dengan memadukan sisi edukatif, hiburan, dan emosional, perancangan ini juga dilengkapi dengan media pendukung yang tidak hanya berfungsi dalam komunikasi visual tapi juga sebagai alat partisipatif. Media seperti botol *street feeding*, *template story* dirancang untuk mendorong *audience* berkontribusi dalam mendukung kesejahteraan kucing liar.

## B. Saran

Dalam merancang kampanye di media sosial, disarankan untuk memberikan perhatian pada penyusunan naskah konten yang disesuaikan dengan strategi kampanye. Karena dalam kampanye ini dilakukan secara bertahap, diperlukan strategi narasi yang konsisten, relevan, dan mudah dipahami oleh *audience*. Oleh karena itu, perancang selanjutnya diharapkan dapat merancang naskah komunikasi yang lebih terstruktur dan mempertimbangkan gaya bahasa yang sesuai dengan karakteristik *target audience*.

Selain itu, disarankan lebih mengoptimalkan fitur yang tersedia dalam media sosial seperti *reels* atau konten audio visual lainnya. Penggunaan audio visual berpotensi meningkatkan ketertarikan *audience* lebih luas khususnya di platform seperti Tiktok dan Instagram. Selain fitur, pemahaman terhadap perilaku konsumsi media sosial juga menjadi hal penting dalam perancangan ke depannya. Perancang selanjutnya perlu menyesuaikan durasi penyampaian informasi agar sesuai dengan waktu konsumsi *audience* di media sosial.

Kolaborasi dengan komunitas atau lembaga perlindungan juga dianjurkan untuk memperkuat kredibilitas kampanye. Selain itu juga mampu memperluas distribusi kampanye sehingga mampu memberikan dampak positif yang signifikan dalam masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anggraini, L., & Nathalia, k. 2020. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Batra, R., Collen, S., dan Brei D. (2016). *The Psychology of Design; Creating Consumer Appeal*. New York: Roulledge.
- Couto, N. 2016. *Psikologi Persepsi & Desain Informasi; Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Fadhallah, A, R. 2021. *Wawancara*. Jakarta timur: UNJ Press.
- Frascara, J. 2004. *Communication Design: Principles, Methods, and Practice*. New York: Allworth Press.
- Mae Kim, C. 2020. *Social Media Campaigns: Strategies For Public Relations and Marketing*. New York: Routledge.
- Maharsi, I. 2016. *Ilustrasi*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI. Maharsi, I. 2016. *Komik*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI
- Nasrullah, R. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, S. 2015. *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Putra, W. 2021. *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ruslan, R. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sriwitari. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Turner, D. C., & Bateson, P. 2013. *The Domestic Cat: The Biology Of Its Behaviour*. New York: Cambridge University Press.

### Jurnal

- Abdulkarim, A., Goriman Khan, M. A. K. B., dan Aklilu, E. (2021). Stray Animal Population Control: Methods, Public Health Concern, Ethics, and Animal Welfare Issues. *World's Veterinary Journal*. 11(3): 319-326.
- Fauhani, Sabila dkk. 2017. Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Panduan Dalam Memelihara Kucing Untuk Remaja Dan Dewasa Muda Usia 16 – 24 Tahun. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*. 1.

- Finka, L. R., Ward, J., Farnworth, M. J., & Mills, D. S. (2019). Owner personality and the wellbeing of their cats share parallels with the parent-child relationship. *PloS one*. 14(2).
- Grimes, Kitchen. 2007. Researching Mere Exposure Effect to Advertising-Theoretical Foundations and Methodological Implication. *International Journal of Market Research*. 49(2).
- Kapriani, Lubis., R. D., Juara. Efektivitas Media Sosial Untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Solidarity: Jurnal Pedesaan*. 2(3).
- Khairunnisa, Asyari. 2024. Strategi Penggunaan Content Marketing Pada Pengguna Tiktok dan Instagram Berdasarkan Audience di Perusahaan X. *Jurnal Vokasi Indonesia*. 12(1).
- McCausland, C. 2014. The Five Freedoms of Animal Welfare are Rights. *J Agric Environ Ethics*. 27, 649–662.
- McConnell, R. & Brown, M. 2011. Friends With Benefit: On The Positive Consequences of Pet Ownership. *Journal Of Personality and Social Psychology*. 101(6).
- Miller, J., & Chinnadurai, K. 2023. Beyond The Five Freedoms: Animal Welfare at Modern Zoological Facilities. *Animals 2023*, 13(11), 1-2.
- Muggenthaler., V., E. 2001. The Felid Purr: A Healing Mechanism?. *Journal Acoustical Society of America*. 110: 2666.
- Paksi. 2021. Warna dalam Dunia Visual. *IMAJI*. 12(2).
- Prisca, H. 2019. Perancangan Program Kampanye Rescue and Adopt Melalui Webtoon Four Little Feet Untuk Membangun Sikap Kepedulian Pada Hewan. *Journal of Servite*. 1(1), 50–73.
- Quaranta, A., D'Ingeo, S., Amoroso, R., & Siniscalchi, M. 2020. Emotion Recognition in Cats. *Animals: MDPI*. 10(7): 1107.
- Sarsono A., Sitorus, P., Fatahillah, R., Duwi, A., Chandra, E. 2021. Pengaruh Tipe Post, Waktu, Post, Testimoni, dan Flollower Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Master: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*. 1(1).
- Soedarso, N. 2014. Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Humaniora*. 5(2): 566.
- Tsania, S. 2023. Pet Attachment Sebagai Mediator Pengaruh Perceived Stress Terhadap Affect Pada Mahasiswa Pemilik Kucing. *Journal of Psychology Students*. Vol-2.
- Zubaidah, Z., Hatija, R., Husna, N., Sariyati, S., Peran Test Kepribadian MBTI dalam Proses Konseling: Meningkatkan Pemahaman dan Pengembangan Diri Individu. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*. 18 (1), 35-37.

## Skripsi

- Amuluh, S. W. 2022. *Penggambaran Perubahan Karakter Menggunakan Set Interior Gaya Modernisme Dan Desain Memphis Pada Penataan Artistik Film Pendek "Isolasi 'Hati' Mandiri"*. Skripsi Thesis, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Ayu Widyasari Hanaya, Nyoman. 2024. *Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Gaya Hidup Berkelanjutan di Kalangan Anak Kos*. Skripsi Thesis, ISI Yogyakarta.
- Madyantari, N., Hidayat, S., Wahab, T. 2016. *Perancangan Buku Ilustrasi Kucing Stray Di Bandung*. Skripsi Thesis, Universitas Telkom.
- Nurjanah, Intan. 2021. *Perancangan Komunikasi Visual Body Positivity Campaign Fat Heart Club Melalui Instagram*. Skripsi thesis, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Prisca, Hannah. 2019. *Perancangan Kampanye Rescue And Adopt Melalui Webtoon "Four Little Feet" Untuk Membangun Sikap Kepedulian Pada Hewan*. Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Masyarakat.
- Tita, Negoro, Ajeng. 2022. *Perancangan Komik Mitos Kucing Sebagai Media Kampanye Kesejahteraan Hewan*. Skripsi Thesis, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Yubelin Christalis, Gabriella. 2024. *Perancangan Komik Edukasi Cara Merawat dan Memelihara Anjing di Yogyakarta*. Skripsi Thesis, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

## Website

- Animal Friend Jogja. 2019. Apasih Animal Welfare itu?. <https://animalfriendsjogja.org/blog/apasih-animal-welfare-itu>. Diakses pada 29 Agustus 2024.
- DataReportal.com. 2024. Digital 2024: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> Diakses pada 28 Oktober 2024.
- IonNetwork.com. 2025. Waktu Terbaik Posting di Media Sosial Untuk Memaksimalkan Engagement. [https://blog.ionnetwork.co.id/waktu-terbaik-posting-di-media-sosial/?utm\\_source=chatgpt.com](https://blog.ionnetwork.co.id/waktu-terbaik-posting-di-media-sosial/?utm_source=chatgpt.com) Diakses pada 1 Juni 2025.
- Kompas.com. 2021. Hewan Peliharaan Bantu Kurangi Stres dan Kecemasan. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/02/20/122441820/hewan-peliharaan-bantu-kurangi-stres-dan-kecemasan?page=all#page2>. Diakses pada 19 Oktober 2024.

Kompas.com. 2024. Kasus Penembakan Kucing di Semarang, Animal Defenders: Penyiksaan Hewan Harus Ditindak Tegas. <https://regional.kompas.com/read/2024/07/17/101045078/kasus-penembakan-kucing-di-semarang-animal-defenders-penyiksaan-hewan-harus>. Diakses pada 3 November 2024.

Rakuten Insight. 2021. Pet Ownership in Asia. <https://insight.rakuten.com/pet-ownership-in-asia/>. Diakses pada 7 Oktober 2024.

### **Presentasi**

Royyana, F. 2022. Psikologi Persepsi. Desain Komunikasi Visual. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Raharjo, C. Y. B., Meiditira, A. H., Dila, S., Rizkiani, H., & Hastuti, M. H. 2023. Citra dalam Media Sosial Happy Happy Cat 2023. *In Prosiding Seminar Nasional Desain dan Media*. 455-458.

### **Wawancara**

Tinta Alma Asy Syafi. Diwawancarai Oleh Penulis. Januari 2025. Medical Vet, Daerah Istimewa Yogyakarta. Indonesia.

Animal Friends Jogja. Diwawancarai Olen Penulis. November 2024. Daerah Istimewa Yogyakarta. Indonesia

