

BAB V

PENUTUP

Pada penulisan bab ini, penulis selaku pencipta karya menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran selama masa produksi video iklan layanan masyarakat, sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Tugas akhir ini diproduksi sebagai upaya interaksi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat generasi muda melalui KPU Kota Semarang terkait dengan ujaran kebencian pasca pemilu melalui produksi video iklan layanan masyarakat. Pembuatan iklan layanan masyarakat ini merupakan solusi untuk mencegah ujaran kebencian yang masih marak terjadi pasca pemilu, serta mendorong kesadaran masyarakat terutama kepada generasi muda wilayah Kota Semarang untuk menjadi agen perubahan dalam mencegah ujaran kebencian serta meningkatkan partisipasi masyarakat pada pemilu selanjutnya. Kelima video Iklan layanan masyarakat yang diproduksi berhasil menjangkau lebih dari 18 rb penonton serta mendapat respon *engagement* interaksi yang baik dari setiap video yang di tayangkan pada platform Instagram @kpukotasemarang. Walaupun dalam upaya pada penciptaan karya iklan layanan masyarakat ini berpotensi untuk merubah perilaku masyarakat pada pencegahan ujaran kebencian, masih diperlukan evaluasi lebih lanjut agar memberikan dampak yang lebih signifikan kepada masyarakat terutama pada generasi muda sebagai pemilih pada pemilu selanjutnya di wilayah Kota Semarang. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai proyek penciptaan karya ini :

1. Tugas akhir ini merupakan upaya interaksi untuk mencegah ujaran kebencian yang masih terjadi hingga pasca pemilu melalui pembuatan video iklan layanan masyarakat melalui KPU Kota Semarang.
2. Pembuatan video iklan layanan masyarakat ini berjumlah lima video dengan tema terkait sesuai dengan tujuan utama dari pembuatan produksi iklan layanan masyarakat ini yaitu memberikan kesadaran tentang pencegahan *hate speech* pasca pemilu kepada generasi muda.

3. Pemilihan tema video berdasarkan pada masih banyaknya polarisasi serta penyebaran ujaran kebencian yang masih dilakukan oleh oknum – oknum yang tidak bertanggung jawab setelah pasca pemilu.
4. Kelima video iklan layanan masyarakat tersebut berhasil diproduksi sesuai tema terkait dengan judul (1) “Ciptakan Demokrasi Bersih, Bersatu Lawan Ujaran Kebencian”, (2) “Cermati, Hilangkan Ujaran Kebencian”, (3) “Jaga Ucapan, Jaga Persatuan”, (4) “Semua Sahabat, Stop Ujaran Kebencian, KPU Kota Semarang Prduli”, (5) “Stop Ujaran Kebencian”.
5. Kelima video iklan layanan masyarakat tersebut berhasil mendapat respon *engagement* positif dengan total jangkauan video sebanyak 18.435 penonton , 578 *likes*, dan 296 komentar.
6. Meskipun upaya ini berpotensi dalam memberikan dorongan perubahan kepada perilaku masyarakat dalam pemahaman terkait dengan cara mencegah serta menangani pencegahan ujaran kebencian, masih perlu upaya evaluasi lebih yang harus dilakukan untuk lebih meningkatkan *engagement* partisipasi masyarakat pada pemilu berkelanjutan.
7. Pada proses distribusi video iklan layanan masyarakat ini masih ada kendala terkait dengan konsistensi pada jadwal unggah yang masih berubah sehingga dapat mempengaruhi pada pencapaian *engagement*.
8. Pihak KPU Kota Semarang perlu membentuk tim khusus yang menangani media sosial untuk memperkuat strategi edukatif pada penyebaran pesan yang lebih terarah sehingga dapat menjangkau audiens lebih luas.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi KPU Kota Semarang

Sebagai upaya interaksi dalam memberikan pemahaman terkait dengan pencegahan *hate speech* pasca pemilu di kalangan generasi muda, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Semarang perlu melakukan berbagai strategi dalam memperluas jangkauan serta memperoleh atensi lebih dari masyarakat. Dalam

penulisan tugas akhir ini, penulis memberikan beberapa saran khususnya untuk divisi Humas dan SDM KPU Kota Semarang sebagai berikut:

1. Membentuk tim khusus untuk mengelola akun – akun pada media sosial KPU Kota Semarang sebagai langkah strategis guna lebih mengoptimalkan pendekatan komunikasi melalui interaksi secara aktif dan adaptif dalam menyampaikan edukasi untuk mencegah *hate speech* pasca pemilu kepada generasi muda di wilayah Kota Semarang. Dengan menyajikan konten edukasi berupa inovasi berbasis cerita nyata dengan bentuk video iklan layanan masyarakat, ilustrasi, maupun animasi dalam hal ini terkait dengan akibat secara nyata dari ujaran kebencian yang dapat membangkitkan rasa kesadaran kritis dari generasi muda
2. KPU Kota Semarang dapat membuka ruang diskusi secara online yang bersifat terbuka dan santai, dengan strategi ini dapat memberikan dampak secara signifikan terhadap interaksi dari masyarakat Kota Semarang terkait dengan isu yang sedang di angkat dalam hal ini edukasi untuk mencegah ujaran kebencian pasca pemilu dikalangan generasi muda.
3. Mengembangkan kolaborasi dengan berbagai pihak yang memiliki pengaruh terhadap audiens dalam hal ini menggandeng influencer lokal dan komunitas kreatif digital di wilayah Kota Semarang, dengan cara ini diharapkan dapat menjadi jembatan yang efektif dalam menyampaikan pesan terkait edukasi penanganan ujaran kebencian pasca pemilu dengan cara yang lebih relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat khususnya generasi muda,

Dengan melalui pendekatan secara kreatif dan kolaboratif secara baik, melalui saran yang diajukan diharapkan dapat menjadi masukan dalam upaya edukasi melalui KPU Kota Semarang untuk mencegah penyebaran ujaran kebencian pasca pemilu, di mana diharapkan dapat memperoleh hasil yang efektif dan mampu menciptakan ruang digital yang sehat serta merubah kesadaran

masyarakat akan dampak dari ujaran kebencian sehingga dapat meningkatkan partisipasi pemilih di pemilu selanjutnya.

5.2.2 Saran Bagi Penulis Selanjutnya

Untuk penulis selanjutnya yang mengangkat tentang upaya interaksi untuk mencegah ujaran kebencian pasca pemilu melalui media sosial, khususnya pada platform media sosial, tentunya masih memiliki ruang yang sangat luas untuk dikembangkan, oleh karena itu terdapat beberapa saran yang dituliskan oleh penulis selaku pencipta karya untuk penulis selanjutnya yang ingin mengangkat tema yang serupa diantaranya sebagai berikut :

1. Penulis selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis mendalam terkait dengan efektivitas edukasi pencegahan *hate speech* pasca pemilu melalui berbagai platform media sosial di wilayah lain selain Kota Semarang, agar hasil yang diperoleh bisa digunakan sebagai perbandingan efektivitas strategi edukasi sesuai tema yang diangkat di berbagai daerah
2. Penulis selanjutnya dalam hal menyampaikan pesan melalui konten video iklan layanan masyarakat bisa lebih mengkaji efektivitas di platform lain seperti Tiktok, Youtube atau dikemas dalam bentuk Podcast sebagai media kampanye untuk menyampaikan kepada generasi muda
3. Penulis selanjutnya disarankan untuk lebih mengembangkan strategi yang lebih inovatif dalam hal upaya memberikan pemahaman untuk mencegah ujaran kebencian pasca pemilu kepada generasi muda berupa penyampaian informasi dengan bentuk animasi yang dikemas secara interkatif agar pesan yang disampaikan dapat lebih meningkatkan kesadaran kepada masyarakat mengenai upaya pencegahan *hate speech* pasca pemilu dikalangan generasi muda.

Dengan menerapkan berbagai saran yang sudah disampaikan oleh penulis yaitu berdasarkan pendekatan yang lebih luas, lebih interaktif, edukatif, dan inovatif diharapkan penulis selanjutnya dapat mampu menghadirkan kontribusi lebih efektif dalam upaya menciptakan ruang digital yang sehat dan bebas dari ujaran kebencian serta lebih meningkatkan partisipasi demokratis generasi muda.