

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan video kampanye *#UdahYaCukup* sebagai media awareness pencegahan judi online untuk remaja dilatarbelakangi oleh semakin masifnya penyebaran iklan judi online di media sosial, khususnya Instagram. Iklan-iklan ini kerap muncul dengan pendekatan visual yang menarik dan menjanjikan keuntungan instan, yang secara tidak langsung mampu memengaruhi persepsi dan minat remaja untuk mencoba berjudi secara daring. Melalui pendekatan visual yang emosional dan narasi yang dekat dengan realitas remaja, kampanye ini bertujuan membangun kesadaran terhadap bahaya judi online serta mendorong penonton untuk berpikir ulang sebelum terjerumus lebih jauh.

Konsep kampanye *#UdahYaCukup* dirancang sebagai ajakan reflektif yang kuat namun sederhana. Kata “Udah ya” menjadi bentuk sapaan personal dan pengingat emosional, sementara kata “Cukup” mempertegas batas dan seruan untuk berhenti. Narasi kampanye dibangun melalui cerita karakter Rino, seorang remaja yang tergoda iklan judi online dan mulai membayangkan dirinya terlibat, hingga akhirnya tersadar akan konsekuensi buruk yang menantinya. Pendekatan visual kampanye ini diperkuat oleh penggunaan pencahayaan bernuansa biru dengan teknik backlight dan side light, menciptakan atmosfer dramatis dan emosional yang mendukung penyampaian pesan.

Selain video utama, media pendukung seperti poster, feed Instagram, dan booth juga dirancang untuk memperluas jangkauan kampanye dan menyentuh berbagai titik kontak dengan target audiens, yaitu remaja usia 15–21 tahun. Gaya visual dan pesan-pesan yang digunakan disesuaikan dengan karakter Gen Z yang lebih responsif terhadap komunikasi singkat, visual yang ekspresif, dan konten yang autentik. Keseluruhan media dan strategi kampanye ini membentuk satu kesatuan pesan yang berupaya tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menggugah empati dan kesadaran emosional agar remaja menjauh dari jerat judi

online. Kampanye *#UdahYaCukup* diharapkan mampu menjadi pemantik perubahan sikap dan titik balik untuk berkata cukup terhadap godaan judi online

5.2 Saran

Pertama, kampanye pencegahan judi online seperti ini perlu didukung oleh distribusi yang lebih luas dan kolaborasi lintas platform, baik dengan instansi pendidikan, lembaga pemerintah, maupun komunitas digital yang peduli terhadap isu remaja dan kesehatan mental. Dengan demikian, pesan kampanye dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memiliki daya pengaruh yang lebih kuat.

Kedua, dari sisi teknis produksi, pendekatan visual dan naratif emosional terbukti efektif dalam membangun awareness, namun ke depannya dapat dikembangkan dengan menyisipkan elemen interaktif seperti fitur respons di media sosial atau QR code yang mengarah ke sumber edukatif, konseling, atau laporan iklan judi online. Hal ini dapat mendorong aksi nyata dari audiens, tidak hanya berhenti pada kesadaran.

Ketiga, penting juga untuk melakukan uji coba atau evaluasi terhadap penerimaan kampanye, khususnya pada kelompok sasaran remaja, guna mengetahui seberapa besar pengaruh pesan kampanye terhadap perubahan persepsi dan sikap. Data tersebut dapat menjadi bekal berharga untuk penyempurnaan konten dan strategi penyampaian di masa mendatang.

Terakhir, isu judi online adalah fenomena yang terus berkembang seiring perubahan teknologi. Oleh karena itu, kampanye serupa harus adaptif terhadap tren media dan perilaku digital remaja, serta terus diperbarui agar tetap relevan dan mampu menjawab tantangan zaman