Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kampanye sosial merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk merubah pola pikir masyarakat dari yang tidak mau menjadi mau dengan atau tanpa imbalan. Dalam kampanye sosial donor apheresis ini tujuannya adalah mengajak masyarakat agar ikut menyumbangkan trombosit yang kita miliki untuk saurada-saudara kita yang membutuhkan. Fungsi dari trombosit itu sendiri sangatlah banyak salah satunya dapat menolong penderita kanker dan yang kita tahu perkembangan kanker di Indonesia setiap tahun semakin meningkat dengan signifikan, selain itu fakta unik mengenai trombosit ini yaitu hanya bertahan didalam tubuh kita selama sepuluh hari lebih dari itu akan dikeluarkan dengan proses alami tubuh melalui sel pembuangan seperti keringat. Oleh sebab itulah penulis ingin mengajak masyarakat untuk menyumbangkan tromobosit yang kita miliki dari pada hanya terbuang melalui sel keringat.

Dalam perancangan kampanye sosial mengenai donor apheresis ini menggunakan media cetak *outdoor* jenis poster dan media pendukung berupa sosial media ads. Karena kampanye ini harus bersifat berkelanjutan agar pesan yang disampaikan dapat terkomunikasikan dengan baik oleh target audien, maka dibutuhkan media pendukung lainnya yang berfungsi sebagai pengingat pesan yang telah disampaikan oleh media utama seperti xbanner, flyer, stiker, topi, *t-shirt*, handuk, dan bantal.

Perancangan Kampanye Sosial..., Dio Abby Dharma, FSD UMN, 2018

Proses pengerjaan konsep, ilustrasi, *digital imaging*, hingga *final artworks* cukup banyak menghadapi kendala, adapun kendala dalam penyusunan konsep untuk kampanye sosial ini terdapat pada pengumpulan data dilapangan dan sumber informasi mengenai trombosit itu sendiri, namun dengan bimbingan para dosen dan teman-teman penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Dengan adanya kampanye sosial ini diharapkan mulai banyak masyarakat yang ingin secara sukarela menyumbangkan trombosit untuk membantu saudara-saudara kita yang membutuhkan dan dapat memberikan informasi bagaimana cara dan syarat yang harus dipenuhi untuk donor apheresis.

5.2 Saran

Dalam merancang kampanye sosial ini masih banyak kekurangan yang nantinya akan dijadikan tolak ukur serta acuan bagi penulis untuk lebih baik kedepannya. Banyak saran dan masukan yang penulis dapatkan tetapi tidak bisa terrealisasikan dalam kampanye ini di karenakan satu dan lain hal. Saran bagi peneliti berikutnya yang ingin mengambil topik yang sama yaitu kampanye sosial, perbanyaklah melakukan riset baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Karena riset suatu masalah dalam kampanye sosial itu sangatlah berpengaruh terhapat target sasaran kita nantinya, selain itu penulis juga menyarankan untuk menggali lebih dalam topik, keunggulan, keunikan yang ingin diangkat dari suatu masalah, agar pesan dari kampanye dapat diterima dengan baik oleh target audien. Selain itu juga penulis menyarankan gunakanlah media-media yang unik dan jarang digunakan oleh orang lain agar dapat menarik perhatian target audien.

Perancangan Kampanye Sosial..., Dio Abby Dharma, FSD UMN, 2018

Sedangkan saran untuk para calon pendonor yang ingin mendonorkan apheresis, sebelum mendonor lebih baik menyiapkan diri seperti tidur yang cukup perbanyak minum air mineral serta tidak mengkonsumsi obat dalam 7 hari kebelakang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA