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

Pencerah Nusantara hadir sebagai sebuah gerakan inisiatif kesehatan pertama di Indonesia. Bermisi meningkatkan kesejahteraan bangsa lewat optimalisasi layanan kesehatan primer lintas sektoral dengan menempatkan generasi muda pada wilayah bermasalah kesehatan. Walaupun bervisi mulia, program Pencerah Nusantara mengalami kesulitan untuk menampung calon-calon Pencerah Nusantara yang baru karena minimnya pengetahuan masyarakat dalam pengenalan program pengabdian kesehatan ini. Harapan untuk merekrut tenaga profesional kesehatan di kota-kota besar pun tidak mencapai target yang dikehendaki. Rendahnya *awareness* terhadap gerakan ini terhadap target audiens menjadi permasalahan bagi Pencerah Nusantara untuk terus berkembang dan berkontribusi bagi Indonesia.

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan meningkatkan *awareness* program Pencerah Nusantara pada target audiens, penulis berusaha menghadirkan solusi berupa perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara, dengan tujuan meningkatkan *awareness* dari gerakan positif ini sehingga semakin banyak pihak turut peduli dan berpartisipasi dalam perbaikan kesehatan masyarakat Indonesia. Atas dasar tersebut, penulis melakukan proses perancangan dengan mengumpulkan data secara kualitatif, melalui wawancara narasumber, observasi program, target audiens dan studi dokumen visual yang sudah dipublikasikan. Hasil

Perancangan Ulang Visual..., Vevi Julian, FSD UMN, 2018

data primer pun didukung dengan data sekunder berupa kajian pustaka dari teori-teori terhadap perancangan *brand*, desain, dan komunikasi.

Data yang terkumpul kemudian diolah oleh penulis dengan proses *mind mapping*, *brainstorming*, serta *trial and error* lainnya untuk menentukan *creative brief* dalam perancangan. Kemudian, ditemukanlah *big idea* dari perancangan ini, yaitu "*Empowering Indonesian Health through Youth Collaboration"*. *Big idea* tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk visual berdasarkan kata-kata kunci yang diperoleh pada proses strategi perancangan. Ide utama proses perancangan ini menampilkan Pencerah Nusantara sebagai inspirasi, gerakan penguatan Indonesia, kolaborasi antarprofesi, dan pengembangan profesional muda.

Perancangan visual meliputi identitas visual, elemen desain *brand*, komunikasi *brand*, dan *brand guidelines* untuk menjawab permasalahan Pencerah Nusantara. Visualisasi tersebut kemudian diaplikasikan pada media-media dengan pertimbangan target audiens, konten, *marketing tools* sebelumnya, serta *budget* yang tersedia. Media utama dari perancangan ini berupa *brand guidelines* yang digunakan sebagai pedoman penggunaan identitas visual Pencerah Nusantara beserta pengaplikasiannya terhadap media pendukung sebagai bentuk komunikasi *brand*. Media pendukung dari perancangan ini berupa media komunikasi *brand*, yakni poster, *banner*, *website*, media sosial, dan *merchandise*.

Perancangan ulang *visual branding* gerakan Pencerah Nusantara yang dirancang oleh penulis diharapkan hadir sebagai solusi dan mampu meningkatkan

Perancangan Ulang Visual..., Vevi Julian, FSD UMN, 2018

awareness dan *recognition* Pencerah Nusantara sebagai gerakan yang terpercaya bagi profesional muda yang ingin mengabdi pada negeri lewat sistem penguatan layanan kesehatan primer di daerah perifer Indonesia.

5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian yang dilakukan tidaklah sempurna. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih dalam mengetahui kepada siapa perancangan hendak ditujukan, melakukan identifikasi permasalahan secara spesifik, melakukan tinjauan pustaka secara seksama, dan mengenal target audiens lebih mendalam. Hal tersebut akan mempermudah penulis untuk menentukan strategi komunikasi, merancang pesan, visual, dan *copywriting* yang efektif.

Saran kepada pengurus Pencerah Nusantara sebagai program dari CISDI, untuk merancang strategi komunikasi yang menarik lewat konten secara verbal maupun visual yang baik dan konsisten, sebagai jembatan utama menyuarakan gerakan ini terhadap target audiens untuk meningkat *brand awareness* masyarakat terhadap Pencerah Nusantara.

Bagi penelitian selanjutnya dengan topik sejenis, mengingat banyaknya gerakan sosial di Indonesia dan kemampuannya berkembang menjadi komunitas yang positif dan bermanfaat, baik adanya apabila potensi tersebut dimaksimalkan. Perancangan media promosi, *rebranding*, kampanye sosial, *brand communication* dapat dilakukan untuk mengembangkan gerakan tersebut menjadi gerakan berskala nasional bahkan di kancah internasional.

Perancangan Ulang Visual..., Vevi Julian, FSD UMN, 2018