



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.

BAB V

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Seiring dengan perkembangan jaman, peredaran lensa kontak semakin luas dan masyarakat semakin mudah mendapatkan lensa kontak. Hal ini berbanding terbalik dengan tingkat kesadaran pengguna lensa kontak dalam memilih, menjaga kebersihan dan merawat lensa kontak. Padahal lensa kontak berfungsi sebagai alat medis, bukan sebagai aksesoris belaka. Pemakaian lensa kontak yang bersentuhan langsung dengan bola mata tentunya membutuhkan perawatan khusus dan penanganan yang steril. Kelalaian dalam proses membersihkan lensa kontak dapat menimbulkan rasa mengganjal, perih bahkan berisiko terinfeksi keratitis.

Banyak dari pengguna lensa kontak berusia remaja yang menganggap remeh rasa sakit tersebut, bahkan kebiasaan yang sama terus diulang. Selain faktor higienitas, banyak pengguna lensa kontak yang melakukan pembelian di gerai *online*, bukan di optik resmi. Pembelian lensa di gerai-gerai yang tidak resmi tidak menyediakan layanan Optician yang merupakan tenaga ahli lensa kontak, yang menyebabkan pengguna lensa tidak mendapat arahan tentang pemakaian dan perawatan lensa yang benar. Hal ini dibuktikan dengan kuesioner terhadap sejumlah responden dan beberapa kasus keratitis dari hasil wawancara narasumber yang merupakan spesialis mata di Rumah Sakit. Sosialisasi mengenai keratitis juga belum pernah dilakukan, peringatan akan bahaya penggunaan lensa kontak yang tak sesuai juga hanya terjadi antara dokter kepada pasien. Hal ini

menyebabkan rendahnya *awareness* tentang keratitis di lingkungan pengguna lensa kontak.

Pencegahan keratitis yang mudah (kebersihan) berbanding terbalik dengan resiko kebutaan yang akan ditanggung penderita merupakan konten yang sangat disorot di kampanye sosial ini. Kampanye sosial ini disusun untuk mengenalkan keratitis dan memberi alternatif kebiasaan untuk mencegah infeksi keratitis. Pemilihan media yang sesuai dengan target sasaran tentunya akan sangat berpengaruh. Berdasarkan pengamatan dan kuesioner, diputuskan pemilihan media digital seperti website dan social media serta media cetak seperti poster dan brosur. Pemilihan *merchandise* juga disesuaikan dengan keseharian target yang merupakan pelajar, sehingga *merchandise* yang dipilih berupa tas, notebook, tumblr, gantungan kunci, bantal serta topi.

Kampanye taktis ini memiliki pesan untuk mengubah perilaku serta menanamkan rasa disiplin dalam membersihkan lensa dan meningkatkan kesadaran pengguna lensa kontak mengenai bahaya keratitis. Sehingga memberi dampak pada penurunan angka penderita infeksi, walaupun ada yang masih terinfeksi masih dalam tahap yang dapat disembuhkan.

4.2. Saran

Kampanye sosial ini masih jauh dari sempurna, pengembangan kampanye Taktis ke dalam bentuk buku dan media interaktif lainnya sangat mungkin dilakukan dikarenakan konten yang cukup padat. Proses perancangan tugas akhir ini tentunya tak selalu berjalan mulus, ada banyak kendala dan tantangan yang harus

dihadapi penulis selama proses penyusunan kampanye Taktis. Berdasarkan apa yang dialami penulis, berikut beberapa saran:

1. Penyusunan kampanye sosial menuntut ilmu dari beberapa bidang yakni *marketing, public relation, design* dan pada kampanye Taktis ini sedikit ilmu mengenai kedokteran. Sebagai mahasiswa DKV yang tidak terbiasa dengan ilmu-ilmu tersebut, penulis dituntut untuk mau membaca beragam studi literatur. Hal ini demi tersampainya pesan kampanye yang diinginkan kepada target sasaran.
2. Penyusunan sebuah karya ilmiah tentunya menuntut data dari narasumber yang kredibel, pembuatan janji untuk sesi wawancara dengan narasumber membutuhkan perencanaan yang matang. Buatlah jadwal sedini mungkin apabila narasumber yang ditunjuk merupakan seseorang dengan kedudukan tinggi, dalam kampanye Taktis ini narasumber yang dipilih penulis adalah seorang dokter. Profesi dokter memiliki jadwal yang sangat ketat, penulis mengalami beberapa kali pergantian jadwal dikarenakan narasumber harus melakukan operasi dan cuti kerja.

U M M N