



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

5.1. Kesimpulan

Epilepsi sebenarnya hanyalah bagian kecil dari kehidupan penyandang. Sayangnya, menurut para penyandang epilepsi, banyak keluarga dari penyandang yang masih kurang mengerti tentang epilepsi. Padahal, penyandang epilepsi menyatakan bahwa seharusnya keluarga yang paling berperan dalam proses penyembuhan dan pertumbuhan penyandang. Hal ini juga dapat dilihat dari banyaknya keluarga yang mengaku pernah menutupi kenyataan bahwa anaknya adalah seorang penyandang epilepsi, dan ini menyebabkan penyandang menjadi merasa sendiri dan bahkan depresi. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu kampanye penanganan anak yang menyandang epilepsi bagi keluarga untuk mengubah dan menyatukan pikiran antara keluarga dan penyandang.

Dari hasil yang telah dikumpulkan oleh penulis secara kualitatif dengan melakukan wawancara serta studi eksisting, serta kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner online kepada penyandang epilepsi serta keluarganya, serta data-data lain yang dikumpulkan melalui jurnal, disimpulkan bahwa sosial media merupakan sarana yang paling efektif dalam menyebarkan kampanye sosial. Selain itu, video *motion graphic* digunakan menjadi media utama melihat bahwa video merupakan salah satu media yang paling sering dibagikan dalam sosial media, khususnya facebook yang merupakan pusat Komunitas Epilepsi Indonesia berbagi informasi. Media sekunder juga digunakan seperti penggunaan facebook

dan Instagram untuk penyebaran informasi, poster, brosur, *website*, dan *banner*, beserta dengan *merchandise* seperti pen, *notebook*, tas kanvas, baju, dan topi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan audiens tentang pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye dan menaikkan *interest* serta menjadi ajakan untuk *audiens*. Pesan yang disampaikan dari media-media tersebut adalah bahwa epilepsi hanyalah bagian kecil dari diri penyandang, jangan menutupinya, dan justru rangkul mereka para penyandang.

5.2. Saran

Selama proses perancangan kampanye ini tentunya penulis mempelajari banyak hal yang dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran serta untuk dikembangkan kedepannya. Dalam melakukan kampanye yang berkaitan dengan kesehatan, alangkah baiknya untuk meriset secara mendalam terlebih dahulu yayasan-yayasan atau organisasi-organisasi yang tersedia yang berkaitan dengan topik yang dipilih. Hal ini agar saat pengumpulan data kedepannya akan lebih mudah dan dapat dengan cepat berkoordinasi dengan pihak yayasan atau organisasi tersebut. Selain itu, pastikan bahwa audiens yang dituju dapat dijangkau dengan mudah agar sekali lagi, data yang dikumpulkan dapat didapatkan dengan lebih cepat dan proses perancangan dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, saat membuat kampanye, akan lebih baik jika kampanye dibuat lebih spesifik lagi dan secara tidak *general*, agar kampanye dapat lebih terfokus kepada topik dan tidak makna atau pesan dari kampanye tidak tersaru dengan kampanye-kampanye lainnya.