



### **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**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Selama beberapa tahun terakhir, campak mengalami kenaikan kembali di berbagai penjuru dunia, termasuk Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik, serta wawancara yang dilakukan penulis dengan dokter dan Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa angka campak di Jakarta terus meningkat, seiring dengan angka vaksinasi yang terus menurun. Penyebab utama turunnya angka vaksinasi yang mengakibatkan angka campak meningkat adalah pemahaman yang salah mengenai vaksinasi, misalnya bahwa vaksin menyebabkan autisme, atau vaksin tidak halal; serta meremehkan manfaat yang diberikan vaksin.

Hal ini sangat ironis, mengingat campak merupakan penyakit yang sangat dapat dicegah dengan pemberian vaksinasi. Oleh karena itu, dirancanglah sebuah kampanye sosial untuk menyadarkan orang tua terhadap pentingnya vaksinasi, dan meluruskan pemahaman yang salah akibat mitos dan *hoax*.

Perancangan kampanye sosial ini mengedepankan motivasi positif dan ajakan dibandingkan menggunakan ancaman dan rasa takut. Hal ini ditampilkan melalui namanya, “ABC – Aku Bebas Campak,” yang dirancang agar memberikan kesan bahwa menciptakan masyarakat yang lebih sehat adalah “semudah A-B-C.” Elemen visual utama dalam kampanye ini ditampilkan melalui fotografi dan warna utama. Pose yang digunakan dalam fotografi adalah pose-

pose yang memberikan makna optimisme, kekuatan, dan harmoni. Sementara itu, warna utama yang digunakan adalah biru pastel kehijauan untuk merepresentasikan kesehatan, harmoni, dan kepercayaan.

Media utama yang digunakan dalam kampanye ini adalah poster dan media sosial. Poster diletakkan di puskesmas dan rumah sakit, karena kedua institusi kesehatan ini tidak mungkin dihindarkan bagi ibu hamil dan orang tua yang memiliki anak balita. Selain itu digunakan juga brosur untuk memberikan informasi secara lebih detil, media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak orang dan melawan *hoax* yang menyebar di internet, penyuluhan untuk menyampaikan informasi secara detil dan lebih meyakinkan, serta *merchandise* untuk menarik perhatian lebih banyak orang terhadap kampanye ini.

## 5.2. Saran

Terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada beberapa pihak berkaitan dengan kesadaran akan vaksinasi campak:

- Kepada orang tua: Orang tua dianjurkan untuk lebih jeli dalam memilah-milah kredibilitas informasi yang didapatkan di internet, misalnya siapa pihak yang menyampaikan informasi tersebut, apakah memiliki *track record* yang dapat dipercaya atau tidak, dan sebagainya. Hal ini diperlukan agar misinformasi, baik yang disengaja maupun tidak, tidak menyebar luas dan menimbulkan dampak negatif. Dalam kasus ini, yaitu penolakan terhadap vaksinasi.

- Kepada pihak sekolah: Cara berpikir kritis juga perlu diajarkan kepada anak-anak agar ketika mereka dewasa mereka dapat menjadi kakak atau orang tua yang dapat memilah informasi dengan lebih baik. Selain itu, pihak sekolah juga dapat mengajarkan pentingnya vaksinasi, sehingga anak menjadi tertarik dan dapat menanyakan ke orang tua apakah mereka sudah pernah mendapatkan vaksinasi atau belum.
- Untuk pelaksanaan kampanye dan penelitian berikutnya di masa depan: Penggunaan *tagline* yang berbeda-beda dalam media atau *merchandise* juga dapat digunakan untuk membagi *timeline* kampanye. Tiap *tagline* dapat digunakan di fase yang berbeda-beda yang kemudian dikulminasikan pada puncak kampanye.

UMMN