

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Kampanye sosial Peduli Skoliosis ini diadakan dengan harapan dapat membantu masyarakat untuk lebih meningkatkan *awareness* guna memerangi peningkatan jumlah masyarakat Indonesia yang terkena skoliosis. Pesan yang disampaikan seputar seberapa besar kemungkinan seorang anak terkena skoliosis dan bagaimana skoliosis dapat mempengaruhi bentuk dan cara kerja tubuh seorang anak. Orang tua, yang menjadi target utama kampanye sosial ini, diharapkan untuk memeriksakan anak-anaknya ke dokter dan jika terkena skoliosis mereka akan memberikan penanganan tepat agar skoliosis tidak masuk dalam tingkat parah.

Media visual yang dapat digunakan dalam kampanye sosial sangat beragam dan bervariasi, tergantung dari bagaimana kampanye tersebut akan disampaikan dan target dari kampanye tersebut. Esensi penting dari sebuah kampanye yang sukses adalah cara penyampaian pesan yang kreatif dan menarik agar bisa dengan mudah diingat oleh target audiens. Menentukan desain dan penyampaian pesan tersebut harus dilandasi oleh proses *brainstorming* yang kuat untuk menghindari adanya kesalahan pengertian arti

dari pesan awal oleh target audiens. Terlebih lagi kampanye ini berhubungan dengan kesehatan yang masih belum umum diketahui oleh masyarakat, jadi desain yang digunakan adalah desain yang tidak terlalu implisit, sehingga mudah dimengerti oleh para orang tua.

2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, media visual yang tepat untuk kampanye ini adalah poster, brosur, x-banner yang akan diletakkan dan dibagikan di rumah sakit ibu dan anak, serta ruang tunggu orang tua dan kantin di sekolah. Pemilihan tempat tersebut didasari atas banyaknya para orang tua yang berada di tempat tersebut dan sebagian besar dari mereka sudah pasti memiliki anak.

Selain itu media visual lainnya adalah baju dan pena sebagai media alternatif. Baju kampanye sosial ini akan digunakan oleh pengurus dan peserta acara-acara yang diselenggarakan, seperti seminar mengenai skoliosis.

Media promosi kampanye ini adalah menggunakan *website*, Twitter, dan Facebook yang bisa diakses secara *online* agar mudah dilihat kapanpun dan dimanapun.

5.2. Saran

Kesadaran para orang tua akan skoliosis dapat membuat pertumbuhan seorang anak menjadi lebih baik lagi. Skoliosis tidak dapat dicegah, namun pencegahan terhadap peningkatan keparahan skoliosis seseorang dapat dilakukan dengan adanya kesadaran untuk memberikan penanganan yang tepat. Oleh karena itu, untuk kedepannya, sangat diharapkan kampanye sosial ini dapat terealisasi sebaik mungkin. Selain itu, dapat berlangsung secara terus-menerus dan bukan hanya

untuk segelintir waktu saja, sehingga akhirnya masyarakat Indonesia bisa terdorong untuk benar-benar menanamkan dan mempraktikkan pesan yang disampaikan dalam kampanye sosial ini (mulai dari *awareness* yang berubah menjadi *action*).

