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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Remaja memang sering kali mengalami masalah kulit pada saat mereka dalam proses pubertas, secara tidak langsung setiap individu akan mencari jalan keluar dari masalah mereka tanpa melakukan *research* terlebih dahulu sehingga munculnya reaksi alergi. Jumlah *skincare* yang dijual memiliki berbagai macam sehingga sering kali membuat konsumen kebingungan, bahan-bahan yang digunakan pada produk berbahan dasar kimia juga dirasa asing oleh kaum awam. Karena remaja sering mengalami masalah pada kulit mereka dan belum mengetahui bahaya dari bahan-bahan kimia sehingga mereka sangat rentan untuk mengalami alergi dari produk kecantikan untuk itu dibutuhkan kampanye sosial sebagai panduan untuk remaja dalam menggunakan *skincare* untuk mencegah terjadinya alergi.

Penyampaian pesan pada kampanye ini dilakukan dengan ringan dan santai sehingga remaja mudah untuk mengerti isi konten dan merasa sedang dipandu oleh seseorang yang mempunyai pengetahuan lebih dengan topik yang bersangkutan. Penulis menggunakan metode AISAS (*attention, interest, search, action* dan *share*) sebagai strategi perancangan kampanye ini agra kampanye berjalan sesuai harapan penulis dan efektif dengan mempertimbangkan perilaku dan kebiasaan target audiens yaitu reaja dalam penggunaan *skincare* dan penggunakan media sosial. Setelah melakukan pengamatan, penulis menggunakan

media yang merupakan media yang sering digunakan oleh remaja meliputi *instagram filter, intagram story, instagram feeds* sebagai media utama dan Tiktok, *website* dan merchandise sebagai media sekunder untuk memperlancar keberlangsungan kampanye ini.

5.2. Saran

Tentu saja perancangan kampanye ini masih memiliki beberapa kekurangan seperti kesulitan mendapatkan informasi mengenai *skincare* natural dan menemukan remaja yang menggunakan barang-barang natural. Penulis menyadari bahwa di Indonesia kasus alergi dari penggunaan *skincare* dengan bahan dasar kimia masih dianggap remeh oleh pengguna, mereka juga belum memahai dampak negatif dari penggunaan bahan kimia . Penulis berharap dengan adanya kampanye ini remaja di indonesia mulai menyadari hal-hal yang dianggap mereka remeh dan dapat mulai mengganti gaya hidup mereka. Menentukan strategi perancangan, gaya visual dan gaya bahasa dapat membantu agar pesan bisa tersampaikan kepada target audiens dengan tepat.

Setelah melakukan evaluasi penulis menyadari bahwa dalam kampanye ini selain menggunakan ilustrasi sebagai elemen visual juga dapat menggunakan teknik fotografi. Mandatory dalam kampanye dapat diubah sebagai organisasi sehingga tidak dianggap sebagai promosi suatu produk.