



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Perancangan kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan perhatian dan pemahaman ibu muda mengenai tahapan makananan pendamping asi, penulis memutuskan untuk membuat kampanye ini karena fenomena-fenomena terkait pemberian MPASI yang salah masih sering terjadi, serta berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis masih ada ibu-ibu yang memberikan MPASI sebelum waktunya

Penulis menggunakan metode perancangan Venus (2018) yaitu analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi sasaran, menentukan pesan, menentukan strategi dan taktik, alokasi waktu dan sumber daya serta evaluasi dan tinjauan. Kampanye ditargetkan untuk ibu berusia 20-35 tahun, berencana memiliki anak atau baru menikah, dan ibu-ibu yang sudah memiliki anak, dikarenakan pendidikan mengenai tata cara merawat anak penting untuk kedepanya.

Kemudian penulis menggunakan strategi milik Dentsu (2011) dalam perancangan kampanye ini, strategi yang digunakan adalah strategi AISAS, Pada tahapan *Attention* dan *Interest*, penulis melakukan proses penyebaran informasi yang diharapkan menarik perhatian target kampanye dan mengarahkan target kampanye pada tahapan *Search* , pada tahapan search para calon ibu dan ibu muda

kampanye pada tahapan *Search* , pada tahapan search para calon ibu dan ibu muda yang memiliki anak akan mencari tahu informasi mengenai tahapan MPASI dengan mengunjungi media sosial atau website kampanye, pada tahap selanjutnya yaitu Action dan Share, penulis mengharapkan target audience bertindak berdasarkan informasi yang sudah didapat target audiens dan menyebarkannya kepada orang-orang disekitarnya.

5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye ini penulis menyadari masih ada kekurangan dan tidak menutup kemungkinan dapat di kembangkan lagi, penulis menyarankan untuk melakukan pendekatan lebih mendalam lagi dengan para ibu dari berbagai usia untuk mendapatkan pandangan yang berbeda berdasarkan usia atau generasi mengenai fenomena yang sedang terjadi, hal-hal ini diperlukan untuk menunjang penelitian sehingga dapat membuat desain yang sesuai.