



### **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**

Kesadaran Ibu balita terhadap pemantauan kesehatan balita dengan menimbang rutin ke posyandu sangatlah penting untuk memastikan generasi selanjutnya memiliki hidup yang lebih sehat dan terjamin. Maka dari itu, penulis merancang sebuah kampanye sosial “PosyanduSeRu!”

Awalnya penulis mencari data mengenai masalah yang ada seperti buku mengenai balita, ibu, posyandu dan metode pengumpulan data lainya dari kualitatif hingga kuantitatif. Dari data yang terkumpul penulis menelusuri latar belakang masalah tersebut dan menyusun sebuah strategi kampanye yang digunakan untuk merancang *mindmap* untuk membuat sebuah *big idea* dan *tone of voice*. Penulis merancang sebuah *customer journey map* yang disesuaikan dengan tahapan AISAS untuk menentukan peletakan media dan media apasaja yang digunakan untuk mendukung kampanye ini beserta konten didalamnya. Agar tahapan AISAS dapat berhasil konten setiap tahapan perlu mendukung satu sama lainnya. seperti pada tahap *search*, audiens memahami pesan kampanye dan disambung dengan kalender *reminder* untuk mendukung audiens untuk tetap rutin ke posyandu. kesinambungan tersebut mewubujkan sebuah komunikasi yang baik antara pembuat kampanye dan audiens.

Dalam memvisualkan kampanye dibuatlah *moodboard* berdasarkan *tone of voice* yang sudah ditentukan. Kemudian menentukan *typeface*, warna, logo dan memvisualkan media-media yang ditentukan sesuai dari *customer journey map*

dan tahapan AISAS sebelumnya. Setelah seluruh media kampanye selesai dirancang, penulis menyusun budget yang perlu dikeluarkan untuk melaksanakan kampanye ini.

## **5.2. Saran**

Adapun saran kepada pembaca yang sedang meneliti mengenai topik yang serupa. Mengenai perizinan, ada baiknya menyimpan *fotocopy* dari tiap berkas yang didapatkan untuk mempermudah izin penelitian ke setiap posyandu. Dalam merancang sebuah kampanye seperti ini, galilah *insight* dari audiens yang tidak datang ke posyandu secara rutin dan kuesioner yang disebarakan tidak hanya kepada pengunjung posyandu, juga kepada mereka yang tidak datang. Dalam perancangan pesan kampanye, ada baiknya untuk menyampaikan informasi mengenai keunggulan dari posyandu itu sendiri secara eksplisit sehingga menjadi daya tarik lebih untuk audiens mengunjungi posyandu secara rutin. Mengenai penentuan media, sangat penting bagi perancang kampanye untuk membuka kemungkinan media untuk audiens lebih luas dan tidak terbatas oleh stigma yang ada sehingga penyampaian pesan dapat lebih variatif dan optimal. Pemilihan *vending machine* perlu di pikirkan lagi mengenai *budgetnya* karena harga sewa yang tinggi. Aplikasi kuis pada mesin *vending machine* dapat dikembangkan menjadi sebuah aplikasi pada *smartphone* melihat banyak dari audiens yang menggunakan *smartphone*.