

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Angin duduk atau *angina pectoris* masih banyak dipandang sebelah mata oleh banyak masyarakat dan bahkan masih banyak masyarakat yang tidak paham secara baik apa itu angin duduk sehingga kesadaran masyarakat akan bahaya angin duduk masih sangat rendah. Angin duduk dapat berakibat kematian apabila tidak ditangani dengan baik. Bahaya gejala angin duduk yang masih dianggap remeh atau dirasa hanya penyakit masuk angin biasa, membuat penulis terdorong untuk merancang kampanye sosial untuk mengajak masyarakat untuk turut mengubah pikiran dan berpartisipasi dalam perubahan hidup yang lebih sehat dan berkualitas.

Berdasarkan metode perancangan kampanye yang dikemukakan oleh Landa, penulis kemudian mengumpulkan data-data dan melakukan analisis masalah. Setelah itu ditentukan target audiens, tujuan dan pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye. Penulis kemudian menyusun konsep, big idea, strategi penyebaran kampanye dan copywriting yang akan digunakan sebagai acuan penulis dalam perancangan. Strategi penyebaran media kampanye yang digunakan adalah PESO yang merupakan singkatan dari Paid, Earned, Shared dan Owned.

Penulis memulai perancangan visual dengan cara menentukan elemen-elemen visual yang akan digunakan pada desain menggunakan teori-teori desain

grafis seperti, warna, tipografi, fotografi, dan lain-lainnya. Penulis juga menyusun moodboard yang digunakan untuk menjadi landasan perancangan. Setelah itu penulis mulai merancang desain untuk media yang akan digunakan dalam kampanye dimulai dengan sketsa, digitalisasi, dan hasil akhir.

Konsep yang akan digunakan oleh penulis dalam kampanye ini adalah dimana angin duduk dapat terjadi ketika seseorang sedang melakukan kegiatan berat seperti berolahraga maupun kegiatan ringan seperti pada saat belajar lalu diperlihatkan melalui pendekatan fotografi yang akan di lebih-lebihkan (hiperbola) melalui *photo treatment*.

Dimulai dengan tahapan Owned yang mencakup informasi paling lengkap mengenai kampanye. Penyebaran Owned media dilakukan melalui website yang bertindak media utama kampanye. Pada tahapan ini penulis ingin menyampaikan informasi lengkap mengenai angin duduk, definisi, cara penanganan, cara mencegah dan emergency call yang akan diimplementasikan didalam website. Selain itu juga terdapat twibbon instagram dan gimmick untuk target.

Pesan yang disampaikan pada tahapan earned, shared dan paid merupakan informasi pada tahap Owned yang sudah melalui penyederhanaan dengan tujuan untuk memberikan pengenalan mengenai angin duduk pada target audiens. Media tahapan Shared akan disebarakan melalui media sosial seperti instagram dan facebook yang secara spesifik mencakup instagram story, instagram feeds, facebook feeds dan facebook story. Media tahapan Paid mencakup poster, online banner, ambient media, instagram ads dan facebook ads.

## **5.2. Saran**

Kampanye ini sendiri bertujuan untuk mengajak masyarakat agar mau mengubah pola pikir sekaligus meningkatkan kesadaran target audiens sehingga masalah yang ada dapat terselesaikan dengan baik. Urgensi pada masalah harus didukung dengan data-data yang faktual dan lengkap sehingga terdapat titik terang dalam menentukan tujuan kampanye sehingga terdapat solusi yang tepat. Seorang desainer harus dapat melakukan analisa dan pengamatan yang baik terhadap suatu masalah sehingga perancangan visual yang inovatif dan menarik bagi target audiens dapat tercapai. Selain itu, pemilihan copywriting untuk sebuah kampanye memegang peran penting. Kampanye hanya dapat dinyatakan berhasil apabila dapat diterima oleh target dan terjadi perubahan sesuai dengan tujuan kampanye.