

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Saat ini banyak masyarakat yang sedang giat bekerja, terutama pada usia 21-30 tahun, hal tersebut mempengaruhi pola dan waktu makan yang dapat meningkatkan asam lambung. Masyarakat merasakan beberapa gejala yang merupakan penyakit dari *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*. Beberapa gejalanya yakni terasa asam pada kerongkongan, heartburn, kerusakan pada gigi, serta perut kembung.

Sangat disayangkan masyarakat kerap menyepelekan hal tersebut sebagai sakit lambung atau maag, padahal apabila tidak segera dicegah, penderita akan mengalami sakit yang luar biasa serta tidak dapat melakukan aktivitas seperti biasanya, apabila lama kelamaan tidak segera diobati, maka kerusakan yang diakibatkan oleh *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)* akan parah.

Penulis berharap kampanye pencegahan penyakit *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)* ini dapat membantu meningkatkan kesadaran serta mengubah pola makan agar tidak terkena penyakit *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)* di Indonesia.

Penulis merancang kampanye sosial ini berdasarkan 5 fase yang terdapat pada teori Landa, yakni *Orientation, Analysis, Conception, Design, dan Impelementation*. Pada fase *Orientation*, penulis mengorientasikan target kampanye ini. Di fase *Analysis*, penulis menganalisis keseluruhan dari target

audiens yang telah di dapat. Di fase *Conception*, penulis mulai menuangkan ide kedalam sketsa media yang akan dipakai pada kampanye. Di fase *Design*, penulis melakukan tahap desain serta digitalisasi dari konsep ide sebelumnya.

Pada tahap *Attention* dan *Interest*, penulis membuat visual yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens terhadap kampanye pencegahan penyakit *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*. Apabila tertarik, audiens akan diarahkan ke tahapan *Search*, untuk mengetahui lebih lanjut mengenai *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)* serta pencegahannya. Selanjutnya tahapan *Action*, dimana audiens mulai melakukan perubahan terhadap pola hidupnya agar tidak terkena penyakit *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*. Tahapan terakhir yakni *Share*, diharapkan setelah mengikuti kampanye ini, audiens akan mengajak dan memberika informasi mengenai kampanye sosial pencegahan penyakit *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*.

5.2. Saran

Penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan perancangan kampanye sosial mengenai *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*. Penulis memiliki masukan dan saran terhadap peneliti lain yang nantinya akan merancang kampanye sejenis, yaitu:

1. Lakukan riset lebih dalam dalam menentukan fokus dari isu yang akan diangkat nantinya, agar tujuan dari peneliti dapat dicapai dan tersampaikan dengan baik.
2. Pelajari media yang selalu digunakan oleh target audiens.

3. Pelajari dengan baik dan mendalam mengenai *copywriting* agar target audiens dapat tertarik dengan kampanye sosial peneliti berikutnya.