

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Indonesia menduduki peringkat ketiga dalam jumlah perokok terbanyak di dunia. Penurunan jumlah perokok setiap tahunnya telah dilakukan oleh pemerintah melalui beberapa programnya. Mulai dari iklan layanan masyarakat, kampanye dan juga mewajibkan industri rokok untuk mencantumkan peringatan kesehatan pada kemasan bungkus rokok. Di Indonesia, merokok bukan perilaku yang hanya dilakukan orang dewasa saja, tetapi juga dengan remaja dan anak-anak.

Perilaku merokok bukanlah hal yang mudah dihentikan. Seseorang akan kesulitan untuk berhenti merokok jika sudah menjadi rutinitas. Hal itu disebabkan oleh Nikotin sebagai salah satu kandungan di dalamnya yang mempunyai sifat adiktif atau candu yang di mana seorang perokok akan mengalami sifat ketergantungan pada rokok.

Kampanye dan upaya pemerintah untuk menghentikan bertambahnya perokok setiap tahunnya disebabkan oleh beberapa hal. Seperti misalnya, pesan yang terkandung di dalam iklan layanan masyarakat oleh pemerintah atau kampanye yang sedang berjalan cenderung memberikan kesan negatif dan menakut-nakuti.

Selain itu, terdapat pula peraturan yang tidak kuat, karena rokok tidak hanya bisa dibeli per bungkus, tetapi juga bisa dibeli per batang. Hal ini lah yang membuat anak-anak dan remaja bisa lebih mudah untuk membeli rokok.

Pesan dari kampanye anti-rokok yang monoton tidak membawa dampak yang signifikan karena belum ada kampanye anti-rokok yang berhasil. Hal itu bisa dilihat dari prevalensi jumlah perokok yang jarang turun. Informasi mengenai perilaku merokok seharusnya berimbang, mulai dari kerugian dari aktivitas merokok dan juga informasi tentang keuntungan dari perilaku tidak merokok. Keuntungan yang diperoleh tidak hanya dari segi kesehatan, melainkan secara finansial juga.

Penulis berharap agar target primer dalam perancangan ini yang di mana adalah remaja berusia 13-18 tahun dapat memahami informasi mengenai keuntungan dan kerugian dari tidak merokok dan merokok, sehingga bisa membantu untuk membayangkan masa depan mereka ketika mereka memilih dari salah satu perilaku, yaitu antara merokok atau tidak merokok.

Penulis dan sekaligus perancang menyadari banyak kekurangan dari rancangan ini, mulai dari konten yang masih belum maksimal, interaktivitas yang masih belum efisien dan sampai ke hasil akhir yang belum maksimal untuk menyelesaikan permasalahan yang dipilih. Selain itu kampanye pada umumnya berjalan dalam jangka waktu yang panjang. Maka dari itu, penulisan dan perancangan ini belum bisa dijadikan patokan dan referensi bagi pengerjaan tugas akhir yang akan dilakukan oleh adik-adik kelas nantinya.

5.2. Saran

Bedasarkan pengalaman yang dialami penulis ketika merancang website Bayangkan sebagai media informasi interaktif, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh desainer lain jika ingin melakukan perancangan media informasi interaktif, yaitu:

1. Pencarian informasi sebanyak-banyaknya mengenai masalah yang ada dan valid kebenarannya.
2. Memahami masalah yang dialami oleh target rancangan, tentukan batasannya sehingga solusi yang diberikan akan sesuai dengan target dan masalah yang dialaminya .
3. Mencari referensi yang berkaitan dengan UI/UX
4. Melakukan riset kepada narasumber, wawancara pakar atau ahli yang berhubungan dengan perancangan yang akan dibuat.
5. Akan lebih baik jika mulai mengontak narasumber dari jauh-jauh hari sehingga tidak terkesan mendadak dan jika narasumber pertama berhalangan bisa langsung mencari narasumber yang lain untuk diwawancarai.
6. Mendengarkan dan mencatat *feedback* dari orang lain sehingga bisa menjadi masukan sebagai bahan evaluasi perancangan agar lebih baik lagi.