

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perancangan kampanye sosial untuk penderita diabulimia dilatarbelakangi dengan urgensi, dimana masih banyak sekali target audiens yang tidak mengetahui gangguan makan diabulimia yang beresiko tinggi pada penderita diabetes tipe 1. Banyak sekali penderita diabetes tipe 1 merasa berbeda dari yang lainnya sehingga mereka mulai tidak melakukan pengobatan dengan baik. Kebanyakan dari target audiens sebetulnya sudah menyadari risiko terburuk bila tidak menggunakan insulin, tetapi meremehkannya atau karena adanya perasaan dari mereka yang tertekan serta takut akan menjadi gemuk bila menggunakan insulin.

Penulis mendalami topik mengenai diabulimia dan diabetes. Selain itu perasaan dan persepsi dari target audiens mengenai penyakitnya serta pola pikir mereka tentang bentuk tubuh. Gangguan makan ini masih belum cukup terkenal dibanding gangguan makan lain seperti bulimia ataupun anorexia, sehingga penanganannya juga masih sangat minim. Seringkali, target audiens tidak mendapatkan penanganan yang benar sehingga sulit untuk mencegah bahkan setelah komplikasi baru diketahui. Oleh karena itu, penulis melakukan kampanye sosial ini untuk membantu merubah persepsi dan juga kebiasaan meremehkan penggunaan insulin.

Pada perancangan untuk kampanye ini penulis menggunakan strategi penelitian penulis menggunakan teori Landa, serta untuk strategi perancangan

penulis menggunakan teori AISAS. Strategi penelitian dimulai dari *overview* merupakan tahapan pertama dimulai menganalisis data serta materi, selanjutnya adalah tahapan *strategy* mengenal *positioning* dan juga produk pada *marketplace*. Kemudian dilanjutkan dengan *idea* dimana penulis mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya, selanjutnya masuk pada tahapan *design* mulai untuk masuk pada tahapan sketsa hingga finalisasi desain. Setelah melewati semua tahapan tersebut diakhiri dengan *production*, mendapatkan hasil desain yang sudah difinalisasi dan juga di cetak. Penulis melewati tahapan mulai dari *attention* sehingga target audiens dapat tertarik dengan kampanye. Selanjutnya, *interest* untuk memahami topik lebih dalam. Kemudian tahapan *search*, dimana target audiens mencari informasi mengenai topik, serta *action* adalah dimana target audiens mempunyai keinginan kuat untuk berpartisipasi dalam kampanye. Terakhir adalah *share* yang mana target audiens akan menyebarkan mengenai kampanye sosial.

Penulis mendesain media-media menggunakan gabungan fotografi dan ilustrasi. Media utama penulis adalah *website*, yang masuk dalam tahapan *search* dan juga *action*. Penulis menggunakan *website* karena merupakan media yang kredibel dan juga memberikan informasi yang berkualitas bagi target audiens. Pada *website* akan menjadi platform bagi target audiens untuk berbagi pengalaman dan juga bertemu bagi mereka yang merasakan hal yang sama, selain itu media ini juga digunakan untuk berpartisipasi dalam *event*. Selain *website* penulis menggunakan media 2 *ambient* untuk dilokasikan di lift rumah sakit dan juga *charging spot* di mall yang akan dilakukan pada tahap *attention*. Media pendukung selanjutnya adalah media sosial yaitu *instagram* dimana penulis akan

melaksanakan *challenge* yang dapat diikuti target audiens, dan menjadi tahapan *interest*. Pada media instagram juga akan menggunakan media *filter* dan *twibbon* yang akan digunakan pada tahapan *share* dan juga tahapan *action*. Kemudian penulis juga membuat *gimmick* yang akan menjadi salah satu tahapan *share* yang dapat dibeli oleh partisipan, selain itu penulis juga mendesain *gimmick* sebagai tahapan *attention* yang akan disebarkan sebagai *freebies*.

5.2. Saran

Dalam merancang kampanye sosial ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran yang dapat dikembangkan. Meskipun dalam perancangannya ini masih memiliki banyak kekurangan, serta tantangan dalam mendapatkan informasi, dan lain sebagainya. Namun, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini karena bantuan dan juga bimbingan dari para dosen. Penulis mempunyai beberapa saran yang akan penulis sampaikan kepada:

5.2.1. Masyarakat

Saran kepada pembaca, semoga kedepannya masyarakat dapat mulai memperhatikan permasalahan mengenai diabulimia. Selain itu, perlu ada edukasi yang lebih lanjut mengenai diabulimia. Kepada target audiens kedepannya semoga dengan membaca laporan tugas akhir penulis, dapat membantu target audiens mengubah persepsi dan juga pentingnya pengobatan insulin. Sehingga kedepannya, bila terdapat penderita dapat lebih cepat ditangani dan lebih banyak yang selamat.

5.2.2. Peneliti Selanjutnya

Kepada mahasiswa yang kedepannya meneliti topik yang serupa. Bila akan melakukan wawancara kepada ekspert sebaiknya menyiapkan proposal wawancara, selain itu sebaiknya melakukan wawancara kepada ekspert yang memang dibidang terkait. Selanjutnya, kuesioner yang dibuat sebaiknya disebar kepada target audiens yang sudah tepat sasaran, dan pertanyaan kuesioner sudah harus fokus mengenai topik.