

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kecelakaan yang terjadi kepada anak saat bermain merupakan penyumbang nomor 1 angka kematian anak, disusul dengan faktor penyakit dan bencana alam. Setiap tahunnya angka kecelakaan anak semakin meningkat dan memakan korban tanpa memandang siapapun. Hal ini dapat disebabkan dari beberapa faktor, namun faktor terbesar karena kurangnya pengawasan.

Sesuai dengan Undang-undang yang berlaku di Indonesia, kematian seorang anak merupakan tanggung jawab dan merupakan hasil dari kelalaian orang tuanya. Namun, tidak ada orang tua yang dengan sengaja mencelakai anaknya. Orientasi yang terbagi antara pekerjaan dan pengawasan anak merupakan salah satu alasan mengapa kecelakaan tersebut dapat terjadi. Ada pula anggapan bahwa anak sudah pasti aman selama bermain, dari menyepelkan dan merasa terlalu nyaman, berubah menjadi ancaman bahaya yaitu kecelakaan anak.

Dimulai dari penggunaan metode penelitian *mixed methods*, yaitu penggabungan kuantitatif dan kualitatif, didapatkanlah data yang selanjutnya akan dijadikan landasan perancangan. Dengan menggunakan Model Kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis (MK3S) dan perancangan desain oleh Robin Landa, penulis melakukan perencanaan dengan melakukan studi pustaka dan menganalisis masalah yang ada. Setelah itu mengumpulkan data lainnya untuk menambah informasi untuk diimplementasikan melalui perancangan desain.

Perancangan desain dimulai dari *brainstorming*, konsep, hingga digitalisasi. Setelah itu digunakan Model AISAS untuk mengetahui perilaku target kampanye sehingga pesan kampanye dapat disampaikan dengan efektif.

Sebelum memulai perancangan visual, penulis menentukan elemen yang akan digunakan sebagai asset visual, mulai dari warna, tipografi, *copywriting*, fotografi, dan *doodle*. Pengambilan keputusan disesuaikan dengan pesan dan konsep kampanye yang telah ditentukan. Proses dilanjutkan dengan melakukan sketsa hingga digitalisasi, dan nantinya akan ditempatkan pada media yang telah ditentukan sesuai dengan target kampanye.

Pada tahap *attention*, penulis merancang desain untuk mendapatkan perhatian target kampanye tentang masalah yang ada yaitu kecelakaan anak yang terjadi pada saat bermain. Dengan menunjukkan jenis kecelakaan yang sering terjadi dan memberi tahu target, bahwa terdapat perbedaan pandangan antara orang tua dan imajinasi anak. Hal tersebut yang dapat menjadi faktor kecelakaan anak saat bermain.

Pada tahap *interest*, target mulai diberi tahu informasi tentang penyebab kecelakaan anak saat bermain dengan lebih rinci dan lengkap melalui konten-konten yang dipublikasikan melalui *Instagram*. Apabila target tertarik dan ingin tahu lebih lanjut, akan diarahkan pada tahap selanjutnya yaitu *search*. Informasi selanjutnya yaitu tentang metode SIGAP, yang dipublikasikan melalui *website* dan konten *Instagram*. Selain itu akan terdapat juga ajakan untuk mengambil bagian salah satunya dengan mengikuti *event*.

Event yang dilakukan masuk dalam tahap *action*. *Event* ini akan berbentuk *talkshow parenting*, disertai pemberian apresiasi sebagai *gimmick* kampanye. Kemudian target diarahkan ke tahap terakhir yaitu *share*, dimana diadakan *photochallenge* yang terbuka bagi umum. Terdapat hadiah yang diberikan bagi pemenang yaitu *merchandise* kampanye. Semua desain dibuat dengan mengacu kepada konsep komunikasi, konsep visual dan *big idea* kampanye.

5.2. Saran

Tujuan kampanye adalah meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengajak masyarakat untuk mengubah perilakunya terhadap sesuatu. Untuk menggerakkan masyarakat dibutuhkan argumen dan data yang kredibel. Selain itu dibutuhkan juga konsep yang unik dan kreatif, karena hal tersebut akan berpengaruh pada keseluruhan visual kampanye. Selain kreatif dan unik, konsep juga harus bersifat solutif dan familiar dengan target. Sehingga target dapat berempati dan pesan kampanye dapat diterima dengan baik.