

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Skincare merupakan rangkaian aktifitas dalam hal merawat diri dengan menggunakan produk – produk tertentu. Melihat rangkaian aktifitas ini yang sering dilakukan wanita dari pada pria dalam hal ini masih banyak orang yang beranggapan pria yang menggunakan *skincare* terlihat seperti semula. Padahal *skincare* memiliki manfaat yang baik bagi kulit siapapun. Sayangnya masih banyak pria yang belum sadar akan pentingnya penggunaan *skincare* dan menganggap bahwa *skincare* merupakan rangkaian yang digunakan oleh wanita saja hal tersebut yang membuat pria beralasan malas untuk menggunakannya. Penyakit kulit dapat terjadi pada siapapun baik pria maupun wanita. sehingga dalam hal ini pria juga membutuhkan untuk menjaga kesehatan kulit agar terhindar dari penyakit kulit. Maka dari itu, dibutuhkan kesadar audiens dengan membuat suatu kampanye untuk mengubah perilaku khususnya pria untuk menggunakan *skincare*.

Dalam perancangan kampanye ini penulis menggunakan model kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis untuk menyampaikan mengenai pentingnya penggunaan *skincare* terhadap kesehatan kulit. Pada tahapan awal penulis melakukan analisis terhadap masalah yang ada. Setelah itu penulis menentukan target audiens, tujuan dan pesan kampanye. setelah itu penulis melakukan brainstorming untuk mendapatkan ide keyword, dan konsep yang akan dijadikan

sebagai acuan dan landasan dalam perancangan kampanye ini. Kemudian penulis membuat copywriting dan strategi media yang akan diterapkan pada skema AISAS. AISAS terdiri dari tahapan *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*.

Sebelum memasuki perancangan visual penulis menentukan elemen yang akan digunakan dalam perancangan seperti penggunaan warna, tipografi, supergrafis, layout, aset gambar dan sebagainya. setelah menentukan konsep selanjutnya penulis merancang desain dengan membuat *moodboard* terlebih dahulu, pencarian referensi, melakukan sketsa kasar, digitalisasi, hingga hasil desain akhir. Desain tersebut akan digunakan sebagai aset visual yang ditempatkan dalam berbagai media. Pada tahapan strategi AISAS media yang digunakan didominasi dengan media *online* seperti instagram, *web*, dan youtube *banner ads*.

Pada tahapan *attention* ini menarik perhatian audiens dengan membuat visual yang menampilkan objek gambar foto dari pria untuk menyampaikan pesan terhadap kesadaran penggunaan *skincare* pada pria. Media yang digunakan pada tahapan ini adalah media poster, *billboard*, instagram, *digital signage*, *ambient* media dan sebagainya.

Berikutnya tahapan *interest*. Pada tahapan ini target audiens sudah mengetahui dan aware terhadap pengetahuan mengenai *skincare* dan memiliki ketertarikan mengenai kampanye lebih lanjut. Penulis menggunakan instagram sebagai media utama untuk menyampaikan informasi secara mendalam mengenai kampanye. Untuk tetap menjaga konsistensi dan pengingat kepada target audiens

penulis membuat *instagram story*. pada tahapan *search* audiens dapat mengunjungi website untuk mengetahui informasi secara singkat mengenai gerakan kampanye, cara penggunaan, serta dampak yang terjadi ketika tidak menggunakan *skincare*. Pada tahapan *action* penulis membuat gerakan melalui *instagram challenge* dan menyelenggarakan *instagram live* yang berkolaborasi dengan *influencers* yang membahas mengenai *skincare* pada pria. Dalam mendukung gerakan audiens akan diarahkan pada tahapan *share* dengan mendapatkan *merchandise* dan *voucher*. Setiap desain yang dibuat selalu menggunakan acuan pada *big idea*, konsep visual dan konsep komunikasi yang sama.

5.2. Saran

Tujuan dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan kesadaran pria mengenai permasalahan yang terjadi dengan memberikan solusi yang yang mudah untuk dilakukan. Selain itu kampanye harus memiliki latar belakang yang didukung dengan data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dengan membuat ide dan konsep yang kreatif dalam merancang desain akan mendukung dalam pembuatan dan penyampaian pesan kampanye yang disesuaikan dengan pendekatan terhadap target sasaran.

Penyampaian visual yang dibuat menarik dapat meningkatkan perhatian kepada audiens yang didukung dengan penggunaan visual, *copywriting*, serta penggunaan media agar pesan kampanye dapat tersampaikan dan diterima dengan baik oleh audiens. Dalam kampanye ini akan lebih baik jika terdapat penyampaian informasi dalam bentuk video singkat untuk menginformasikan mengenai cara

penggunaan kampanye agar dapat lebih dipahami oleh target audiens mengenai bagaimana cara menggunakan *skincare* yang baik dan benar. Dalam tampilan visual poster kampanye penyampaian pesan kampanye masih memiliki *clarity* pesan yang masih kurang tersampaikan sehingga hanya akan berfokus pada visual gambar pria yang dijadikan sebagai objek didalam poster.