

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hidup sehat merupakan faktor penting dalam kehidupan, terutama di masa pandemi ini kesehatan tubuh harus tetap terjaga dan diperhatikan. Salah satu cara menjaganya dengan mengkonsumsi tanaman obat. Tanaman obat bisa ditanam di pekarangan rumah dan menjadikannya apotek hidup. Apotek hidup memiliki banyak manfaat, selain sebagai obat manfaat lainnya dapat menghiasi halaman rumah. Namun masyarakat masih ada yang belum mengetahui apotek hidup. Karena hal tersebut masyarakat masih belum memanfaatkan halaman rumahnya untuk dijadikan apotek hidup.

Dari uraian tersebut, untuk menciptakan *awareness* masyarakat dibutuhkan adanya kegiatan berupa kampanye sosial. Kampanye sosial adalah kegiatan komunikasi yang dapat mempengaruhi khayalak yang dilakukan berkelanjutan dalam waktu yang ditentukan (Venus, 2019). Kampanye sosial akan mengangkat tentang apotek hidup. Dari kampanye sosial ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui apotek hidup dan menyadari pentingnya apotek hidup dari manfaat yang diberikan.

Berdasarkan data yang didapatkan bahwa hampir sebagian masyarakat belum menggunakan tanaman obat. Dari data kuesioner, masyarakat juga belum mengetahui apa itu apotek hidup dan apa saja manfaat yang didapat. Padahal tanaman obat sudah lama digunakan sebagai obat-obatan tradisional, namun karena pemanfaatannya kurang diketahui oleh masyarakat sehingga obat-obatan yang sekarang dipakai masyarakat cenderung ke arah obat-obatan kimia. Selain itu solusi yang dapat diberikan yaitu masyarakat diajak untuk berpartisipasi dalam pembuatan apotek hidup melalui instagram challenge sehingga apotek hidup bisa dapat digunakan atau dimanfaatkan.

Target audience pada kampanye ini ditujukan pada masyarakat kategori usia 25-35 tahun dengan mempertimbangkan kemampuan untuk melakukan sebuah tindakan/perubahan. Informasi yang dibuat pada perancangan media kampanye, banyak menampilkan hal-hal yang berkaitan dengan apotek hidup dan tanaman obat, baik itu pengertian, manfaat, penggunaan lahan dan lainnya. Dalam perancangan kampanye sosial, terdapat *big idea* “Bertindak untuk kesehatan jadikan kebiasaan” yang digunakan sebagai acuan dalam merancang seperti *moodboard*, *color theme*, identitas kampanye dan elemen-elemen visual lainnya. Hal yang berkaitan dengan lahan dan manfaat digunakan untuk menarik perhatian dimulai melalui penggunaan poster. Media kampanye yang digunakan mengarah ke media sosial karena penyebaran informasi akan lebih efektif dikarenakan target audiens yang sering menggunakan media sosial dalam mencari informasi.

5.2 Saran

Saran penulis yang dapat diberikan kepada teman-teman mahasiswa lainnya di Universitas Multimedia Nusantara yang akan membuat Tugas Akhir, yang akan memiliki topik yang serupa atau pembahasan yang sama dengan penulis yaitu dalam pembuatan tugas akhir agar dapat bekerja sama dengan pihak atau instansi atau komunitas yang berkaitan dengan topik sehingga dapat mengembangkannya. Topik pembahasan dapat dibahas berdasarkan persepsi yang berbeda, bisa dengan kategori usia yang berbeda atau lebih muda yaitu diusia anak sekolah. Dalam penentuan media yang digunakan, dapat menggunakan media dengan semaksimal mungkin sehingga tujuan yang inginkan dapat tercapai. Penelitian dapat mengambil topik yang berhubungan mengenai tanaman obat atau apotek hidup sehingga masyarakat dapat lebih mengetahui informasi tentang tanaman obat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A