



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Gaya hidup sedentari adalah gaya hidup yang ditandai dengan kurangnya aktivitas fisik dibawah 1,5 MET. Gaya hidup ini memiliki resiko penyakit jangka panjang bila tidak dibatasi atau diubah. Berdasarkan survey penulis yang diisi oleh 124 responden di Jakarta berusia 17-25 tahun, tingkat pengetahuan generasi muda mengenai gaya hidup tersebut masih rendah. Kurangnya wawasan juga dapat menyebabkan kurangnya kesadaran terhadap hal yang sepatasnya dilakukan dan tidak dilakukan.

Berdasarkan survey, mayoritas responden juga memilih *website* sebagai media edukasi untuk membahas topik yang berorientasi kesehatan. Penulis malakukan riset bersama ahli untuk mendapatkan *insight* mengenai solusi untuk mengurangi gaya hidup ini. Menurut narasumber, pada usia muda, lingkungan memiliki pengaruh lebih besar terhadap perilaku dan sikap seseorang. Oleh karena itu penulis memilih untuk merancang sebuah kampanye sebagai sarana untuk menciptakan dampak tertentu dengan perubahan pola pikir atau tingkah laku dengan jumlah sasaran yang lebih luas. Dengan karakteristik target audiens yaitu generasi Z, dapat dikatakan bahwa alur tercepat agar sebuah informasi beredar di kalangan mereka adalah melalui media digital seperti media sosial dan dengan menambah interaktivitas target audiens juga memiliki peran yang aktif dalam kegiatan yang direncanakan.

Salah satu media kampanye tersebut, penulis merancang sebuah *website* sebagai media informasi dengan berbagai bentuk interaktivitas di programnya. Penggunaan konsep yang *professional*, *dynamic* dan *energetic* diterapkan untuk perancangan *layout* dan elemen visual telah menciptakan kesan yang persuasif sehingga menarik perhatian atau meningkatkan rasa ingin tahu target audiens terhadap topik perancangan.

Beberapa hal masih perlu diperhatikan dan diperbaiki, namun secara keseluruhan konsep kampanye untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih sehat bukanlah hal yang baru. Maka dari itu, diperlukan suatu inovasi atau ide interaktivitas baru yang membuat kampanye tersebut berbeda dari yang lainnya, tidak hanya sebuah penyampaian informasi pada umumnya.

5.2 Saran

Setelah melakukan proses perancangan, penulis ingin menyampaikan saran untuk peneliti yang hendak membahas topik yang serupa:

- 1) Pencarian data yang komprehensif diperlukan untuk mempermudah proses identifikasi masalah serta menentukan solusi yang sesuai dengan kebutuhan target audiens sebelum melaksanakan perancangan.
- 2) Pastikan riset atau pengumpulan data memiliki tujuan yang jelas dengan pemilihan narasumber yang tepat agar data yang didapatkan tidak repetitif dan relevan untuk topik perancangan.
- 3) Pengalaman pribadi dapat membantu penulis untuk berempati dengan kesulitan target audiens dan memahami kebutuhannya lebih dalam.
- 4) Topik mengenai gaya hidup sedentari dapat dikemas dengan nada yang lebih dramatis, tidak hanya *straight-forward* dengan materi ilmiahnya. Membangun konsep dengan naratif atau *storytelling* dalam meningkatkan ketertarikan target audiens terhadap topik tersebut.
- 5) Manfaatkan kesempatan *user test* untuk mendapatkan *insight* yang konstruktif sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan kualitas desain.

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