



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 Kesimpulan

Astenopia merupakan kondisi mata lelah dan umum dialami oleh para pekerja *digital workplace*. Hal ini menjadi penghambat kualitas kerja para pekerjanya dalam menyelesaikan pekerjaan, terutama dalam intensitas waktu bekerja yang tinggi. Berdasarkan data yang diperoleh penulis melalui pengumpulan data kuantitatif, para pekerja *digital workplace* merupakan penderita astenopia sebab mengalami keluhan yang berpengaruh terhadap produktivitas kerja. Namun, sangat disayangkan bahwa penderitanya justru menyepelekan dan kemudian tetap memaksakan penggunaan mata yang telah lelah untuk melanjutkan atau bahkan menyelesaikan pekerjaan, tanpa memperhatikan kondisi prima mata. Sedangkan hasil survei menunjukkan bahwa sebagian dari responden telah mengetahui risiko dari astenopia sendiri namun tidak mengetahui solusi yang tepat untuk mengatasinya. Maka dari itu, penulis merancang kampanye Eight yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mengedukasi *figure of eight eye exercise* secara langsung melalui *demo* yang dikampanyekan pada tahap *action*.

Proses perancangan kampanye diawali dengan pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dan realistis dalam memproses pesan yang akan disampaikan pada kampanye. Kemudian data yang terkumpul dibuat menjadi sebuah *creative brief* yang menjadi batasan dan detail perancangan. Dengan *tone and manner* kampanye berupa *authoritative, simple, dan serious*. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan pesan kampanye terhadap perhatian para penderitanya yang terbiasa menyepelekan kondisi astenopia dalam kesibukan kerjanya, yang padahal merupakan hal sederhana namun berdampak pada produktivitas dan profesionalisme kerja.

Kampanye Eight dilakukan dengan menggunakan media digital dan konvensional untuk menyesuaikan dan menjangkau target audiens dalam

memperoleh informasi. Penggunaan media utama kampanye berupa poster dan *digital banner* dengan format video. Pada kampanye Eight diaplikasikan dengan titik berat pada media utama ini bertujuan untuk menimbulkan interaksi dari tahap *attention* dan *interest* dalam bentuk memproses pertanyaan pada *headline* kampanye yang kemudian menggiring target audiensnya untuk memperoleh informasi *search*, serta respon target audiens dalam mempraktikkan *figure of eight eye exercise* secara langsung pada tahap *action*. Dan sebagai perluasan kampanye melalui target audiens sendiri dilakukan melalui tahap *share* yang menitikberatkan pada media sosial dan *printed* yang dapat dengan mudah digunakan.

5.2 Saran

Melalui perancangan kampanye Eight, penulis menemukan pembelajaran baru yang dapat dikembangkan dan diperluas. Khususnya kepada para pembaca atau bahkan peneliti selanjutnya yang mengangkat topik sejenis. Dengan saran terhadap perancangan tugas akhir ini, sebagai berikut:

- 1) Saran dari Ketua Sidang dan Dewan Penguji
 - a) Mempertimbangkan *range* usia berdasarkan target audiens yang ditentukan pada perancangan kampanye Eight yang ditujukan kepada para pekerja *digital workplace* dalam kurun usia produktif 20 – 29 tahun, maka dilakukan perluasan *range* usia sebagai target usia sekunder, yaitu usia 30 – 49 tahun. Hal ini bertujuan untuk mencapai target usia yang masih mungkin berstatus sebagai pekerja *digital workplace*, namun belum dilibatkan dalam perancangan tugas akhir.
 - b) Mempertimbangkan gaya visual yang digunakan pada visual karya kampanye Eight yang telah dibuat, ada baiknya menggunakan adaptasi gaya visual modern. Dengan pertimbangan tampilan visual dibuat untuk tidak menambah tingkat lelah mata dalam proses melihat dan memahami informasi yang disampaikan pada kampanye.
 - c) Mempertimbangkan cara penyampaian kampanye terhadap target audiens dan menyesuaikan perkembangan era dalam penyebaran informasi dunia digital, maka perlu dipertimbangkan adanya

memperkenalkan isu sosial yang dibahas pada kampanye dengan pembuatan topik viral pada media sosial. Dalam hal ini dapat dilakukan pendekatan viral visual bentuk *infinity loop* yang digunakan pada *figure of eight eye exercise* untuk mengatasi isu sosial yang dibahas.

- d) Mempertimbangkan implementasi kampanye Eight terhadap media penyalur kampanye terkait pendekatan kepada target audiens yang dituju, maka perlu dilakukan pertimbangan penambahan media yang digunakan pada tahap *action*. Hal ini perlu dilakukan untuk dapat menggapai target kampanye secara lebih tepat sasaran.

2) Saran dari Penulis

Sehingga penulis menarik kesimpulan dan menyampaikan saran bahwa topik penelitian ini dapat dilakukan secara real dan memiliki dampak efektif. Namun, alangkah baiknya apabila informasi dikembangkan lebih lagi, baik secara lebih mendetail maupun dipertahankan untuk kepentingan tepat guna dalam mengedukasi dan mempersuasi sehingga solusi yang disampaikan semakin tertanam dalam pola pikir dan dilakukan secara spontan oleh para penderitanya sebagai solusi untuk mengatasi kelelahan mata dalam penggunaan intensitas kerja yang tinggi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA