



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

Asam lambung merupakan cairan yang diproduksi oleh mukosa lambung dalam pencernaan. Asam lambung memiliki banyak sekali fungsi, namun ketika berlebih, hal tersebut berbahaya dan berpotensi dapat merusak kerongkongan lambung dan esofagus. Penderita asam lambung yang terjadi pada mahasiswa cukup tinggi. Hal itu disebabkan karena ketidakpedulian dan gejala kenaikan dan penyakit asam lambung yang disepelekan. Selain itu, banyak mahasiswa juga menjalani pola hidup yang tidak sehat. Kenaikan asam lambung berlebih merupakan penyakit klinis yang tidak dapat sembuh secara total. Bahkan, mahasiswa yang mengabaikan kenaikan asam lambung terus menerus dapat menyebabkan berbagai komplikasi serius, seperti *GERD*, penyempitan esofagus, kanker lambung, dan kematian. Oleh karena itu, penulis ingin menarik segmentasi mahasiswa, untuk dapat lebih sadar dan *aware* atas bahaya dari kenaikan asam lambung, sehingga penyakit dan komplikasi serius dapat dicegah.

Tindakan yang dapat dilakukan untuk mencegah penyakit adalah melalui upaya preventif dan ajakan yang menarik mahasiswa melakukan pola hidup sehat. Selain itu, pemberian informasi dan edukasi kepada mahasiswa yang tidak mengetahui komplikasi mematikan dari kenaikan asam lambung berlebih juga dapat dilakukan.

Oleh karena itu, kampanye “Hati-Hati Monster Gerrr” dilakukan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk selalu waspada dan berada dalam pengendalian dalam potensi dominasi kenaikan asam lambung yang berbahaya bagi tubuh mahasiswa. Segmentasi mahasiswa dengan golongan milenial dipilih karena pada usia tersebutlah mahasiswa cenderung memiliki pola hidup dengan aktivitas

yang sangat padat dan mengabaikan kesehatan dalam tubuhnya sendiri. Model kampanye akan berbasis pada model kampanye M3KS (Model Kampanye komunikasi Kesehatan Strategis) yang berorientasi pada perubahan pola pikir segmentasi, dimana strategi perancangan akan berbasis pada tahapan Landa (2016), dalam buku *advertising by design* yang terdiri dari 6 tahapan. Namun, pada perancangan kampanye ini, penulis hanya akan berpacu pada 5 tahapan.

Pada tahapan *research*, penulis telah menentukan tujuan perancangan kampanye yang dibuat untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa atas bahaya dari kenaikan asam lambung. Selain itu, pada tahapan *strategy development* akan dilakukan dengan berbasis pada tahapan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Search*). Pada *Art Direction and Copywriting*, terdapat 3 headline utama yang saling berkesinambungan dan akan digunakan. Headline pertama adalah ‘Taklukan Monster Gerrr’. Kemudian pada *headline* kedua yakni “Kenali Bahaya Monster Gerrr” dan headline terakhir yang akan digunakan adalah “Cara Mengendalikan Monster Gerrr”. Adapun tagline yang akan digunakan adalah #StopMonsterGerrr.

Pada tahapan implementasi media yang berbasis pada AISAS, pada tahapan *attention* dan *interest*, penulis akan menggunakan *media tactical ads* untuk menarik partisipasi mahasiswa dalam kampanye. Media tactical ads meliputi *youtube ads, website ads, lcd ads, Instagram ads*, dan poster. Pada tahapan *search*, penulis menggunakan media platform Instagram, dengan tujuan agar informasi, edukasi dan menjaga komunikasi dengan segmentasi mahasiswa mengenai topik kenaikan asam lambung yang tidak boleh diabaikan dapat dimengerti oleh mahasiswa. Selain itu, terdapat juga *twibbon* yang digunakan sebagai bukti partisipasi mahasiswa untuk mengikuti perancangan kampanye lebih jauh

Pada tahapan *action*, webinar dilakukan penulis, dengan tujuan untuk mengedukasi mahasiswa untuk melakukan gerakan hidup sehat dalam rangka mengendalikan kenaikan asam lambung berlebih yang tidak boleh diabaikan. Selain itu, perancangan webinar juga disetujui oleh *mandatory* kampanye. Dalam

tahapan *share*, penulis membuat *gimmick* berupa *merchandise* sebagai rangkaian *giveaway* untuk meningkatkan antusiasme mahasiswa dalam berpartisipasi.

Diharapkan dengan adanya perancangan kampanye yang berbasis pada tahapan-tahapan yang telah disebutkan, pandangan mahasiswa dalam *awareness* permasalahan kenaikan asam lambung yang tidak boleh diabaikan dapat lebih ditingkatkan, sehingga mahasiswa termotivasi untuk melakukan gerakan hidup sehat.

5.2 Saran

Perancangan kampanye “Hati-Hati Monsterr Gerrr” dibuat sepenuhnya dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa atas permasalahan kenaikan asam lambung berlebih. Dari hasil perancangan terdapat juga berbagai saran yang didapatkan dan dianjurkan dari hasil *feedback* implementasi dari segmentasi dan mandatory yang telah melihat konten perancangan.

Terkait dari perancangan dengan tema kesehatan, topik perancangan kampanye harus berdasarkan pada isu-isu yang sedang terjadi pada segmentasi. Selain itu, menentukan urgensi dan tujuan perancangan juga merupakan langkah yang penting, agar alur kampanye yang telah dibuat tidak melenceng dari perancangan kampanye. Usahakan sumber berita yang menyertakan isu masalah yang menjadi urgensi merupakan sumber yang jelas dan terakreditasi serta lengkap.

Dalam metodologi pengumpulan data, perancangan kampanye harus didasari pada lembaga atau *mandatory* yang jelas. Selain itu, pastikan bahwa lembaga yang bersangkutan memberikan izin terkait logo yang akan dipakai dalam perancangan kampanye.

Dalam visualisasi kampanye dan media, segmentasi mahasiswa cenderung menyukai perancangan kampanye media yang memperlihatkan visualisasi tujuan perancangan yang terlihat jelas dan bersifat interaktif. Penulis mendapatkan masukan dari berbagai asistensi yang dilakukan, *contrast* dalam judul dan logo *mandatory* dengan warna visualisasi yang harus terlihat seimbang. Pikirkan juga

konten apa saja yang dapat dimasukkan dan disesuaikan dengan segmentasi yang dituju.

Setelah melalui sidang akhir oleh dewan penguji dan dewan sidang yang dilakukan pada 4 Januari 2022, Terkait dengan metodologi perancangan, sumber ahli dan buku dari metode yang akan dilakukan hendaknya disisipkan. Selain itu pada tahapan visualisasi desain kampanye, tahapan proses desain sangat diperlukan untuk dijelaskan secara *detail* dan terperinci sesuai dengan buku yang menjadi landasan. Penulis juga mendapatkan masukan terkait akan visualisasi desain kampanye yang sedikit kekanakan. Oleh karena itu, perancangan visualisasi desain yang dilakukan nanti kampanye disesuaikan dengan target dan segmentasi perancangan kampanye. Selain itu, selain biaya produksi, perancangan biaya desain juga harus dihitung, mengingat kinerja desain tidaklah murah dan memiliki harga.

