

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Dengan perancangan kampanye untuk pengenalan gangguan tiroid terhadap kesuburan wanita yang telah dirancang oleh penulis, hal ini diawali dengan isu dimana tingkat masyarakat mengalami gangguan tiroid yang tinggi namun tidak terdiagnosa, terutama hipertiroid. Hal itu disebabkan oleh gejala-gejala gangguan tiroid yang seringkali dianggap ringan dan sulit dideteksi tanpa tes darah. Hal tersebut tentu saja memiliki dampak pada organ-organ tubuh lainnya, seperti jantung yang berdetak kencang, tubuh menjadi lebih sensitif pada temperatur, kemudian juga berdampak besar pada kesuburan wanita.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh penulis, dimulai dari kuesioner, FGD, wawancara *expert*, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran masyarakat mengenai isu ini masih rendah. Maka dari itu, perancangan kampanye ini akan menjadi salah satu solusi kreatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai gangguan tiroid dan dampaknya terhadap kesuburan wanita. Penulis merancang kampanye ini berdasarkan metode perancangan Robin Landa (2010) yang mencakup *overview, strategy, ideas, design, production*, serta *implementation*. Diikuti dengan metode AISAS oleh Sugiyama dan Andree (2011) untuk pola perilaku konsumen.

Kampanye ini membawa pesan bahwa kelenjar tiroid dan gangguannya memiliki dampak besar terhadap tubuh, maka dari itu, diharapkan target audiens dapat dibawa ke sebuah perjalanan dimana target audiens yang belum tahu mengenai isu tersebut menjadi peka dan sadar terhadap isu gangguan tiroid dan juga dampaknya terhadap kesuburan wanita. Hal ini didasari dengan *big idea* yang telah disusun yaitu “*The Journey to Thyroid-conscious Life*”.

Pada tahap *attention* dan *search*, penulis menggunakan media yang telah ditentukan berdasarkan AISAS yaitu *Instagram post ads, Instagram story ads, X-banner, poster*, dan *YouTube overlay ads*. Diikuti dengan tahap *search*, penulis

menggunakan *social media content* dan *website*. Kemudian *action* memiliki media *Instagram feed*, *Instagram story*, serta *website*. Tahap terakhir adalah *share*, dimana target audiens akan memberitahu pengalamannya saat mengikuti kampanye tersebut. Penulis menggunakan media *Instagram story*, serta *merchandise*.

## 5.2 Saran

Dengan perancangan kampanye pengenalan gangguan tiroid terhadap kesuburan wanita, penulis memiliki beberapa saran yang meliputi *copywriting*, eksplorasi media, dan eksplorasi topik. Secara *copywriting* dapat ditinjau kembali agar mampu menarik atensi serta ketertarikan target audiens. Selain itu, penyampaian pesan juga masih kurang efektif. Eksplorasi media juga penting untuk mencakup target audiens yang lebih luas lagi, penting untuk perancang kampanye agar memahami perilaku konsumen mengenai media-media yang sering dikonsumsi, agar perancangan kampanye dapat berjalan dengan efektif. Kemudian untuk eksplorasi topik, masih banyak sekali gejala-gejala dari gangguan tiroid yang seringkali dilewatkan oleh target audiens, hal tersebut dikarenakan oleh informasi mengenai gangguan tiroid sendiri masih minim. Maka dari itu, akan sangat amat informatif dan berguna bagi masyarakat jika mahasiswa UMN lainnya yang memiliki ketertarikan pada topik gangguan tiroid, sehingga mampu menjadikannya topik TA dan memperbanyak referensi untuk masyarakat.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA