

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Text neck syndrome adalah cedera stres yang berulang akibat posisi membungkuk atau menekuk pada daerah *cervical* yang terlalu lama saat melihat smartphone, komputer atau perangkat elektronik lainnya (Al-Gharabawi, 2017). Global Burden of Disease melalui *website* WHO (2021) menyatakan bahwa terdapat 1,71 milyar orang yang memiliki *musculoskeletal disorders*.

Berdasarkan riset yang penulis lakukan dalam merancang kampanye pencegahan *text neck syndrome*. Penulis menemukan *insight* dimana target audiens cenderung memforsir ambang batas tubuh secara tidak sadar karena adanya tuntutan pekerjaan maupun melakukan dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Berdasarkan *insight* ini, penulis mendapat big idea “*don’t push your body limit*” yang kemudian *big idea* ini diturunkan menjadi judul kampanye yaitu *You Are Not A Toy* dengan hashtag #GiveYourNeckAbreak.

Perancangan kampanye ini disusun dengan menggunakan metode AISAS. Visualisasi *big idea* juga dirancang. Tahapan perancangan desain juga dilakukan berdasarkan metode perancangan yang dipaparkan oleh Landa yang dimulai dari tahapan *overview, strategies, ideas, design, dan implementation*. Kampanye ini dirancang untuk menyadarkan target audiens khususnya dalam memperhatikan postur tubuh mereka pada saat menggunakan gadget.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan perancangan kampanye sosial mengenai pencegahan *text neck syndrome*, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan penulis kepada pembaca yang ingin membuat perancangan kampanye sosial dengan topik yang berkaitan dengan perancangan kampanye pencegahan *text neck syndrome*. Dalam merancang sebuah kampanye, riset perlu dilakukan secara mendalam. Riset yang dalam akan membuat perancangan menjadi lebih relevan dengan target audiens.

Setelah riset telah dilakukan, penulis juga sebaiknya dapat menganalisis temuan-temuan terkait dengan kritis. Hasil analisis yang kritis dapat menghasilkan ide-ide yang kreatif yang didasari dengan *data insight* mengenai isu dan target audiens.

Selain itu, penyusunan *strategic planning* yang matang juga diperlukan dalam perancangan kampanye. Penyusunan *strategic planning* yang baik dapat mendukung keberhasilan kampanye. Penulis sebaiknya memiliki pengetahuan mengenai penggunaan dan karakteristik media yang luas untuk menyusun *strategic planning* sebuah kampanye. Pengaturan waktu juga memiliki peran penting dalam perancangan kampanye dalam tugas akhir ini. Penulis harus bisa merencanakan proses perancangan kampanye mulai dari riset, visualisasi media hingga analisis media sesuai dengan *timeline* dari pengerjaan tugas akhir.

