

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perawatan Ortodonti merupakan topik pembahasan utama yang ingin penulis sosialisasikan melalui kampanye yang penulis buat. Masalah yang terletak dalam masyarakat berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan adalah kurangnya *awareness* target akan pentingnya perawatan Ortodonti. Seperti yang dikatakan oleh, Rogers & Storey (dalam, Rice dan Atkin, 2009) bahwa kampanye memiliki tujuan untuk memberikan suatu dampak atau efek dalam bentuk perubahan sikap kepada audiens yang dituju. Maka dari itu, dengan tujuan meningkatkan *awareness* target, penulis memilih kampanye sebagai media yang tepat.

Dimulai dari tahap *Orientation* hingga *Implementation* dari Landa dalam merancang sebuah desain penulis telah mendapatkan *insight-insight* mengenai topik pada tahap *orientation* serta menganalisis mengenai ketepatan dalam menyampaikan pesan menggunakan taktik-taktik pesan, kemudian penulis menetapkan media-media yang tepat sebagai sarana pembawa pesan dengan melakukan riset kuesioner dan dipetakan dalam proses *strategy*. Hingga penulis akhirnya sampai pada tahap desain dengan pemilihan-pemilihan elemen-elemen visual dan kemudian di produksi serta diimplementasikan ke media-media yang sebelumnya telah dipilih pada tahap *strategy* pada kampanye.

Jika dijabarkan maka kampanye memiliki identitas yaitu *Inherited Smile* dengan tujuan agar target mengerti dan mulai menjaga kesehatan gigi anaknya sejak dini melalui perawatan Ortodonti. Untuk menyampaikan pesan tersebut, penulis menggunakan keywords *health, clean, smile* dengan *big idea* yaitu *One Smile at a Time* dengan maksud memberikan ajakan melalui langkah sederhana yaitu datang ke klinik untuk konsultasi yang diimplementasikan lewat media-media yang telah dibuat pada kampanye.

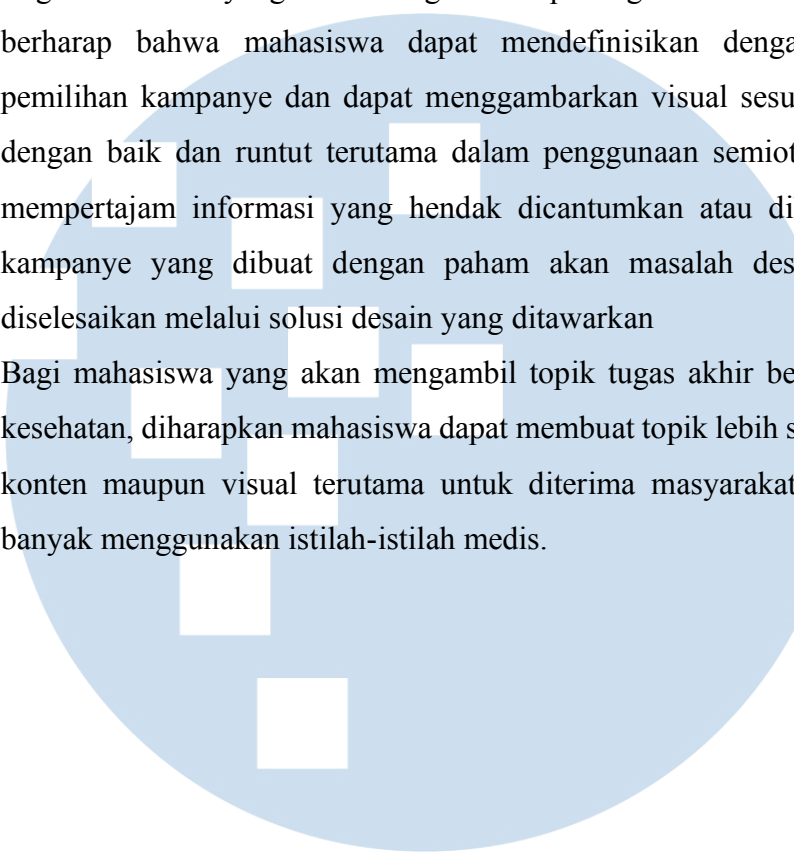
Kampanye yang dibuat memiliki keunikan dari cara penyampaian dan elemen visual yaitu objek sehari-hari sehingga memberikan kesan *relateable* kepada audiens. *Copywriting* dalam kampanye dikemas sedemikian rupa untuk memberikan pesan reflektif yang digambarkan melalui tipografi yang dipilih sehingga audiens dapat merasa tergerak dan terpersuasi untuk melakukan konsultasi maupun tahu bahwa anaknya membutuhkan perawatan Ortodonti.

5.2 Saran

Setelah melakukan perancangan kampanye ini, maka penulis mendapatkan berbagai pengalaman dan juga saran sebagai berikut

- (1) Bagi pembaca, penulis memiliki harapan bahwa perancangan kampanye yang dibuat dapat menjadi wawasan baru bagi pembaca sehingga pembaca merasa tergerak dan memperhatikan kesehatan gigi tak hanya berurusan dengan masalah gigi berlubang, namun juga struktur gigi yang teratur melalui perawatan Ortodonti.
- (2) Bagi peneliti lain yang sedang maupun akan melakukan perancangan kampanye, penulis berharap riset yang dilakukan dapat lebih menyeluruh dan mendalam sehingga mendapatkan *insight-insight* yang unik dan menarik untuk diolah dan dijadikan sebagai sebuah kampanye serta menggunakan kreativitas lebih dalam pemilihan media dan implementasinya pada karya.
- (3) Bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas akhir, penulis berharap agar mahasiswa dapat memaksimalkan waktu sebaik mungkin untuk melakukan riset serta menentukan strategi yang paling efektif dan menarik untuk dikemas dalam bentuk desain, sehingga karya yang dihasilkan dapat menyampaikan pesan yang ingin dituju kepada target, agar solusi yang dihasilkan relevan dengan masalah utama yang hendak diselesaikan melalui 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

- 
- (4) Bagi mahasiswa yang akan mengambil topik tugas akhir kampanye, penulis berharap bahwa mahasiswa dapat mendefinisikan dengan jelas alasan pemilihan kampanye dan dapat menggambarkan visual sesuai dengan judul dengan baik dan runtut terutama dalam penggunaan semiotika, serta dapat mempertajam informasi yang hendak dicantumkan atau dibawakan dalam kampanye yang dibuat dengan paham akan masalah desain yang ingin diselesaikan melalui solusi desain yang ditawarkan
- (5) Bagi mahasiswa yang akan mengambil topik tugas akhir berkenaan dengan kesehatan, diharapkan mahasiswa dapat membuat topik lebih sederhana secara konten maupun visual terutama untuk diterima masyarakat awam terlebih banyak menggunakan istilah-istilah medis.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA