

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Posisi tubuh yang tidak benar saat bekerja menggunakan *smart device* dapat menyebabkan berbagai macam gangguan pada leher dan tulang punggung. Penekukan leher lebih dari 15 menit dapat menimbulkan *spasme* pada otot, apabila hal ini berlangsung lama tentu akan menimbulkan gangguan yang lebih serius. Hal tersebut sebenarnya dapat di cegah dengan rutin melakukan peregangan di sela-sela waktu, dan tentunya harus diikuti dengan melakukan posisi ergonomis saat bekerja menggunakan *smart device*.

Akan tetapi dari *insight* yang penulis temukan, bahwa target audiens masih tidak peduli dengan masalah ini, masih banyak yang tetap melakukan posisi yang salah karena sudah terbiasa, sehingga diperlukan usaha untuk merubah pola pikir masyarakat. Kampanye punya berbagai macam tujuan, akan tetapi tujuan yang paling inti dari kampanye yaitu perubahan. Kampanye selalu berhubungan dengan aspek pengetahuan (knowledge), sikap (attitude) dan perilaku (behavioural), Sehingga dalam hal ini kampanye menjadi perlu untuk meningkatkan rasa waspada, sehingga target audiens dapat mengubah kebiasaan buruk tersebut dengan selalu melakukan posisi ergonomis saat bekerja menggunakan *smart device*.

Perancangan kampanye ini disusun menggunakan metode AISAS dan tahapan perancangan desain dilakukan berdasarkan metode perancangan yang dipaparkan oleh Landa yang dimulai dari tahapan orientasi, analisis, konsepsi, desain, dan implementasi. Pada tahap konsepsi, penulis membuat *mindmap* untuk menemukan *keyword*, kemudian disusun menjadi *big idea* yaitu 'The good bad habit' yang berarti kebiasaan buruk yang dianggap baik. *Big idea* ini kemudian diturunkan menjadi nama kampanye yaitu Posing Right dengan *tagline* #Than Nothing Left, dan ide visual yang diimplementasikan pada media kampanye

seperti media sekunder yaitu *billboard*, *poster*, GoScreen, Google Ads dan *merchandise*, kemudian untuk media utama yaitu Instagram karena berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas target audiens sering menggunakan Instagram untuk mencari informasi, sehingga diharapkan pesan yang disampaikan akan merata / *engage* dengan target audiens.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan perancangan kampanye sosial dengan topik mengenai posisi yang benar saat bekerja menggunakan *smart device*, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan penulis kepada pembaca yang ingin membuat perancangan kampanye sosial dengan topik yang serupa terutama tentang masalah kesehatan postur tubuh.

Untuk merancang sebuah kampanye, riset perlu dilakukan secara mendalam guna untuk memvalidasi apakah dampak yang ditimbulkan kepada masyarakat benar adanya. Semakin dalam riset yang dilakukan, perancangan kampanye akan semakin relevan dengan masyarakat.

Setelah melakukan riset, penulis dapat melakukan analisis data, baik primer maupun sekunder secara kritis, sehingga nantinya dapat melahirkan ide-ide yang kreatif. Hasil wawancara terhadap narasumber juga perlu dianalisa sehingga dapat menemukan sebuah *insight* menarik terkait isu yang nanti dapat disusun menjadi konten atau pesan yang ingin disampaikan pada tahap AISAS. Lalu selanjutnya penyusunan *strategic planning* dan perencanaan waktu yang baik dapat mendukung keberhasilan kampanye. Penulis harus memiliki pengetahuan mengenai penggunaan dan karakteristik media yang luas untuk menyusun *strategic planning* sebuah kampanye.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA