

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Setelah melalui proses perancangan yang cukup lama dan melalui berbagai tahap revisi. Dapat penulis simpulkan, bahwa dalam pembuatan sebuah kampanye yang efektif harus diawali dengan riset yang sangat mendalam mengenai isu atau topik yang ingin diangkat terkhususnya mengenai tuberkulosis yang penulis angkat dalam perancangan ini. Sebuah riset yang mendalam akan mempermudah proses perancangan kedepannya terlebih mengenai kampanye seperti apa yang akan dibuat. Hal ini berkaitan dengan target kampanye nantinya dan pemilihan media yang tepat untuk menjangkau para target sasaran kampanye. Selain itu insight yang didapat saat riset bisa digunakan kembali sebagai bahan mempertimbangkan pembuatan visual media-media dari kampanye.

Untuk membangun kampanye yang efektif juga diperlukan penggunaan media-media secara digital dan *offline* untuk mendukung berjalannya kampanye dan dikenal oleh masyarakat. Selain penggabungan media, dibutuhkan juga pemilihan media yang menjadi pembaruan yang nantinya bisa lebih menarik perhatian masyarakat yang melihat atau mendengarnya. Selain pemilihan media, penggunaan *copywriting* juga menjadi hal yang penting untuk dipikirkan. Penggunaan *copywriting* yang ringkas juga mendukung sebuah kampanye menjadi lebih efektif. Dengan begitu masyarakat dapat lebih mudah mengingat konten dan pesan kampanye melalui *copy* yang *catchy*.

#### 5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye TUNTAS TB ini tentunya tidak luput dari adanya kekurangan. Oleh karena itu, adapun saran-saran yang ingin penulis sampaikan setelah penulis melakukan perancangan kampanye ini. Saran ini akan terbagi ke dalam beberapa kategori mulai dari riset hingga perancangan visual. Jika dari segi riset terutama terkait metode pengambilan data, alangkah lebih baik

apabila dapat melakukan wawancara dengan pasien tidak tuntas TB karena topik yang diangkat adalah mengenai penuntasan pengobatan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan sudut pandang dari seorang pasien yang tidak tuntas, sehingga dapat lebih mudah dan tergambar untuk menentukan gaya bahasa yang ingin digunakan serta konten yang akan disampaikan. Dengan hal tersebut, maka pesan konten akan lebih tersampaikan kepada target audiensnya.

Selanjutnya diharapkan untuk melakukan riset lebih mendalam mengenai topik yang dibahas. Dalam hal ini, dapat mencoba untuk mencari sumber data yang lebih *advance* seperti lembaga-lembaga kesehatan yang menangani hal tersebut. Ditujukan agar mendapat gambaran yang lebih mendalam mengenai fenomena tuberkulosis terbaru. Selain itu, bisa tergambar juga sisi geografis, demografis yang meliputi usia hingga status ekonomi sosial mengenai TB yang tidak tuntas dikategori seperti apa. Tidak hanya dari lembaga saja, pengumpulan data juga bisa dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada target sasaran kampanye terlebih untuk melihat SES yang berpotensi untuk tidak melakukan pengobatan TB hingga tuntas. Hal tersebut berkaitan dengan target perancangannya terutama mengenai *behavior* target sasaran kampanye. Ditujukan agar kampanye dapat berjalan dengan efektif melalui pemilihan media kampanye yang nantinya juga tepat digunakan sesuai dengan target sasaran. Selain itu, cobalah untuk lebih memfokuskan dalam pembahasan tertentu mengenai topik tuberkulosis. Dalam perancangan ini, cobalah untuk tetap memfokuskan kepada penuntasan pengobatan TB.

Dalam sisi desain, cobalah untuk lebih memperhatikan pemilihan *family font* dan penerapannya ke dalam desain apabila hanya ingin menggunakan satu *typeface* saja. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan satu kesatuan terhadap satu desain dengan desain lainnya. Dalam membuat ilustrasi meskipun nantinya akan berada di media yang berbeda, alangkah lebih baik apabila tetap menggunakan satu *style* yang sama untuk memberi kesan satu kesatuan perancangan. Selain itu, cobalah untuk memperhatikan setiap pemilihan serta penggunaan grid dengan baik dan benar yang sesuai dengan kebutuhan konten.

Perhatikan pula penggunaan *gutter* pada grid untuk memudahkan saat *layouting*. Setiap aspek dari riset, pemilihan dan pembuatan identitas visual, pemilihan media hingga final visual kampanye saling memiliki perannya masing-masing. Tanpa adanya riset yang jelas maka tidak akan ada perancangan sebuah kampanye yang baik. Oleh karena itu diperlukannya mendalami sebuah riset dan kepekaan terhadap masalah serta target perancangannya untuk menghasilkan kampanye yang lebih efektif dan maksimal.

