

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Depresi merupakan gangguan mood yang dimiliki oleh individu, apabila tidak ditangani dengan serius, individu dapat melakukan hal yang merugikan dirinya sendiri, seperti *self-harm* bahkan bunuh diri. Penyebab seseorang dapat melakukan *self-harm* adalah karena individu tersebut tidak memiliki distraksi dari permasalahan yang sulit untuk diselesaikan. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah kampanye pencegahan *self-harm* agar remaja 12-24 tahun dapat menghindari *self-harm* hanya dengan memiliki sebuah distraksi.

Penulis menggunakan metode Landa dalam proses perancangan kampanye, pada tahap awal yaitu orientasi, penulis melakukan riset untuk mendalami topik yang akan penulis angkat pada kampanye. Penulis melakukan wawancara terhadap *expert*, menyebar kuisioner, melakukan studi eksisting dan studi referensi. Tahapan orientasi dilakukan agar penulis dapat memikirkan konsep penyampaian pesan agar dapat tersampaikan dengan baik.

Pada tahapan analisis, penulis mendapatkan pesan yang ingin disampaikan serta media penyampaian pesan tersebut agar sesuai dengan target audiens. Penulis menggunakan strategi kampanye AISAS yang terdiri dari *attention, interest, search, action, share*.

Pada tahap konsep penulis melakukan *mindmapping* untuk mendapatkan *keyword* yang dapat penulis manfaatkan sebagai acuan dalam perancangan kampanye. Setelah itu penulis menentukan *big idea* serta konsep visual yang sesuai dengan *keyword* yang sudah ditentukan. Hal tersebut juga dijadikan sebagai landasan dalam menentukan warna, *font, moodboard*.

Pada tahapan desain, penulis membuat sebuah visualisasi pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan *big idea* dan *keyword* yang sudah ditentukan. Pada tahapan *attention*, penulis membuat sebuah ilustrasi yang menjelaskan kebebasan

remaja dalam menentukan kebahagiaan. Penulis memanfaatkan media seperti *Instagram Ads*, dan poster, serta *billboard* untuk menyampaikan pesan tersebut. Kemudian pada tahapan interest, penulis memberikan kesan *relatable* pada ilustrasi yang sudah disebar pada tahapan *attention*, sehingga target akan menjadi tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai kampanye. Pada tahapan *search* penulis memanfaatkan fitur yang ada pada *Instagram ads* dengan memanfaatkan *call to action* yang diarahkan pada Instagram profile serta website yang telah penulis rancang untuk mendukung kampanye tersebut, website dan Instagram akan diisi dengan informasi mengenai topik terkait, serta keberadaan dari kampanye tersebut. Pada tahapan *action*, target dari kampanye akan membaca konten cerita dalam bentuk komik yang sudah penulis siapkan di dalam *website* tersebut, target dari audiens juga membaca isi konten dari *instagram feeds*. Pada tahapan *share*, penulis memanfaatkan fitur share pada sosial media *Instagram*, baik melalui *personal message*, maupun *instagram story*. Penulis juga sudah menyiapkan *merchandise* dalam bentuk *t-shirt* yang dapat dibeli oleh target, *t-shirt* tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media *share* saat digunakan oleh target audiens.

5.2 Saran

Pada proses perancangan kampanye, sangatlah penting untuk mendalami permasalahan dan urgensi mengenai topik terkait. Memanfaatkan sumber yang kredible dalam mencari data juga diperlukan untuk menghindari kesalahan dalam perancangan kampanye. Pada saat merancang sebuah kampanye, perlu diketahui bahwa proses riset harus dilakukan dengan teliti, apabila proses riset telah dilakukan dengan baik, maka proses eksekusi dapat berjalan dengan lancar. Penentuan target audiens pada saat merancang sebuah kampanye juga sangat penting, karena target audiens sangat berhubungan dengan *tone of voice* serta visual yang ingin diangkat dalam menyampaikan pesan kampanye.