



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Obesitas merupakan penyakit yang sangat sering ditemukan pada kucing dewasa. Dan tingkat obesitas pada kucing semakin lama semakin meningkat. Penyakit ini sangat berbahaya bagi kucing karena dapat mengurangi umur mereka hingga 2,8 kali lebih sedikit.

Dari hasil riset primer dan sekunder yang dilakukan oleh penulis, terdapat fakta dimana masih banyak pemilik kucing yang tidak mengetahui bahaya yang akan datang kepada kucing yang obesitas. Karena urgensi masalah ini, penulis merancang sebuah kampanye edukatif yang bertujuan untuk mencegah obesitas pada kucing dengan memberikan pembelajaran cara pemberian makanan paling baik kepada kucing.

Untuk mendukung jalannya kampanye, penulis memanfaatkan teori Landa (2010) mengenai perancangan desain, dan menggunakan strategi AISAS dalam pembuatan seluruh strategi. Dari seluruh riset dan ide konsep yang telah dibuat, penulis menemukan beberapa media yang digunakan dalam kampanye ini. Media utama yang dimanfaatkan oleh penulis adalah website, dan sisanya hanya sekedar media sekunder.

Media yang digunakan oleh penulis cukup variatif mulai dari media digital hingga media cetak. Media digital yang digunakan oleh Penulis adalah Instagram, Youtube, dan Website. Lalu media cetak yang digunakan oleh penulis adalah x-banner, produk *compact reminder*, kaos, tote bag, topi, dan mangkok makan.

Big idea dari kampanye ini adalah “The ultimate guide to cat feeding”. Kampanye ini memiliki konsep seperti *slice of life* dimana karakter utama dari kampanye ini adalah seekor kucing yang digambarkan seperti sesama keluarga dengan memanfaatkan ekspresi yang lebih realis sehingga kesan perasan yang dialami oleh kucing terlihat.

5.2 Saran

Setelah melewati proses perancangan kampanye pencegahan obesitas ini penulis menyadari kalau masih banyak kekurangan dari kampanye ini. Mulai dari penulisan, pengumpulan data, terutama desain. Berikut beberapa saran yang dapat diperhatikan dan dipelajari kembali oleh pembaca maupun calon peneliti selanjutnya;

1. Penulis berharap agar para peneliti lain yang sedang atau akan merancang kampanye dapat melakukan riset secara menyeluruh dan mendalam mengenai topik masing-masing. Dengan begitu, peneliti akan memperoleh wawasan unik dan menarik yang bisa dijadikan sebagai dasar kampanye. Selain itu, para peneliti juga diharapkan dapat lebih kreatif dalam pemilihan media dan implementasi kampanye agar dapat memaksimalkan hasil karya yang dihasilkan.
2. Penulis berharap agar mahasiswa yang sedang menyelesaikan tugas akhir dapat memanfaatkan waktu dengan baik untuk melakukan penelitian dan menentukan strategi terbaik dalam merancang desain yang menarik dan efektif. Diharapkan hasil karya yang dihasilkan dapat efektif menyampaikan pesan yang diinginkan kepada target, dan memberikan solusi yang relevan terhadap masalah utama yang ingin diselesaikan melalui desain.
3. Bagi mahasiswa yang sedang melaksanakan tugas akhir kampanye, penulis menyarankan untuk mengerjakan proses sesuai dengan teori yang sudah dipilih masing-masing sehingga perancangan akan lebih terarah dan jalannya tidak membingungkan.
4. Bagi mahasiswa yang sedang melaksanakan tugas akhir, penulis menyarankan untuk selalu berpatokan dengan color palette, dan *idea* yang telah ditentukan untuk memastikan semua desain terlihat kohesif dan konsisten.