

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Karies gigi adalah masalah gigi dengan prevalensi tertinggi se-Indonesia, terutama di Provinsi Banten sekitar 48,5% dari 45.831 masalah gigi. Penulis merancang kampanye sosial mengenai karies gigi bagi dewasa akhir SES C usia 35—44 tahun berdasarkan kelompok usia dengan masalah karies tertinggi di Indonesia. Perancangan kampanye bertujuan untuk mengubah miskonsepsi bahwa karies gigi dapat disembuhkan dengan obat bebas atau pengobatan berdasarkan pengetahuan nenek moyang. Perancangan kampanye ini juga dibuat untuk mempersuasi dewasa akhir SES C untuk menangani karies gigi dengan tenaga medis.

Setelah melalui tahap riset dan analisis, penulis menyimpulkan bahwa *insight* dari riset lapangan sangat diperlukan untuk memastikan media kampanye dapat menjangkau target audiens. Dengan melakukan riset, penulis dapat menentukan ide, konsep, strategi penyampaian pesan, dan desain media kampanye yang dapat diterima dengan baik oleh target audiens. Diharapkan dengan perancangan kampanye yang *user-centered* ini, pesan kampanye dapat diterima dan diterapkan oleh target audiens.

#### 5.2 Saran

Selama merancang kampanye sosial ini, penulis belajar banyak mengenai karies gigi, pentingnya strategi penyampaian pesan, *media planning*, dan riset lapangan sebelum mendesain karya. Berdasarkan pengalaman tersebut, penulis ingin menyampaikan saran kepada pembaca maupun peneliti berikutnya sebagai berikut:

- 1) Dalam melakukan suatu penelitian, pastikan data-data yang didapat berasal dari sumber-sumber kredibel dan relevan dengan yang ada di sekitar.

- 2) Carilah *insight* sebanyak mungkin dari beberapa narasumber terkait topik yang diteliti. Akan lebih baik jika Anda riset langsung ke lapangan untuk mengobservasi lingkungan target audiens. Dengan demikian, dalam proses perancangan, Anda dapat menentukan pendekatan yang tepat berdasarkan sudut pandang target audiens Anda.
- 3) Pastikan topik yang diangkat memiliki urgensi, relevan dengan kondisi saat ini, dan memiliki solusi supaya proses penelitian dan perancangan karya berjalan lancar.

Adapun saran dari dewan sidang kepada penulis setelah tahap evaluasi untuk penyempurnaan perancangan kampanye dan penulisan tugas akhir ini yaitu:

- 1) Sebaiknya, *copywriting* pada *approaches* pesan memberikan solusi dengan mempertimbangkan hambatan emosional dan logis target audiens.
- 2) Usahakan menyesuaikan *copywriting* dengan bahasa yang digunakan di sekitar target audiens atau segmentasi geografis.
- 3) Sebaiknya, pertimbangkan menggunakan foto dibandingkan ilustrasi agar maksud kampanye dapat tersampaikan dengan baik.
- 4) Sebaiknya, nama kampanye dan *tagline* ditambahkan keterangan agar lebih menjelaskan tujuan, makna, dan maksud kampanye.
- 5) Akan lebih baik jika ada perpindahan *channel* yang lebih jelas pada setiap media kampanye berdasarkan tahapan AISAS.

U M N  
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