

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Skoliosis merupakan penyakit kelainan tulang yang banyak dialami oleh remaja di Indonesia kecenderungan bertambahnya derajat kelengkungan sangat rentan terjadi pada masa pertumbuhan bagi mereka yang telah mengidap skoliosis sejak lahir. Kebiasaan beraktivitas dengan postur yang salah merupakan salah satu penyebab utama bertambahnya derajat kelengkungan.

Skoliosis ringan dengan derajat kelengkungan 25 derajat masih dapat diperbaiki dan belum terlalu berdampak pada kehidupan sehari – hari namun perlu adanya usaha untuk mengurangi agar kelengkungan tidak semakin parah dan dapat berdampak pada kualitas kehidupan SDM manusia.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh penulis sebanyak 53% responden dari 100 responden mengalami gejala pegal – pegal saat duduk terlalu lama. Sebanyak 59% mengetahui cara pencegahan skoliosis. Namun, sebanyak 46% dari responden masih memilih cara pencegahan yang salah seperti jogging, basket dan futsal. Sehingga masalah ini dapat dibilang cukup *urgent* karena masih banyak dari mereka yang tidak mengetahui cara pencegahan yang baik dan benar.

Maka dari itu penulis merancang kampanye sosial mengenai pencegahan derajat kelengkungan skoliosis pada remaja usia 10-15 tahun dengan menggunakan teori Robin Landa (2010) yang tertulis dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design* yang terbagi atas beberapa tahapan metode perancangan yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, implementation*. Selanjutnya untuk melakukan perancangan media penulis menggunakan metode AISAS yaitu *Attention, interest, search, action, dan share*. Penulis menggunakan metode AISAS sebagai penentu dalam pembuatan media. Pada tahap *attention* penulis menggunakan media seperti *billboard*, dan spanduk yang biasa ditempatkan dekat dengan sekolah sehingga akan mudah menjangkau target audiens. Selanjutnya pada tahap *interest* penulis

menggunakan media *go screen* dan ads di web. Pada tahap *search* penulis menggunakan media Instagram sebagai media primer atau utama karena semua interaksi dan informasi terdapat di sana dan merupakan salah satu media sosial yang paling sering diakses berdasarkan hasil kuesioner yang penulis sebar. Pada tahap *action* penulis memilih media photobooth yang diletakan pada beberapa mall besar di Jakarta. Pada tahap *share* penulis merancang *template photobooth*, *filter story* Instagram dan konten Instagram.

## 5.2 Saran

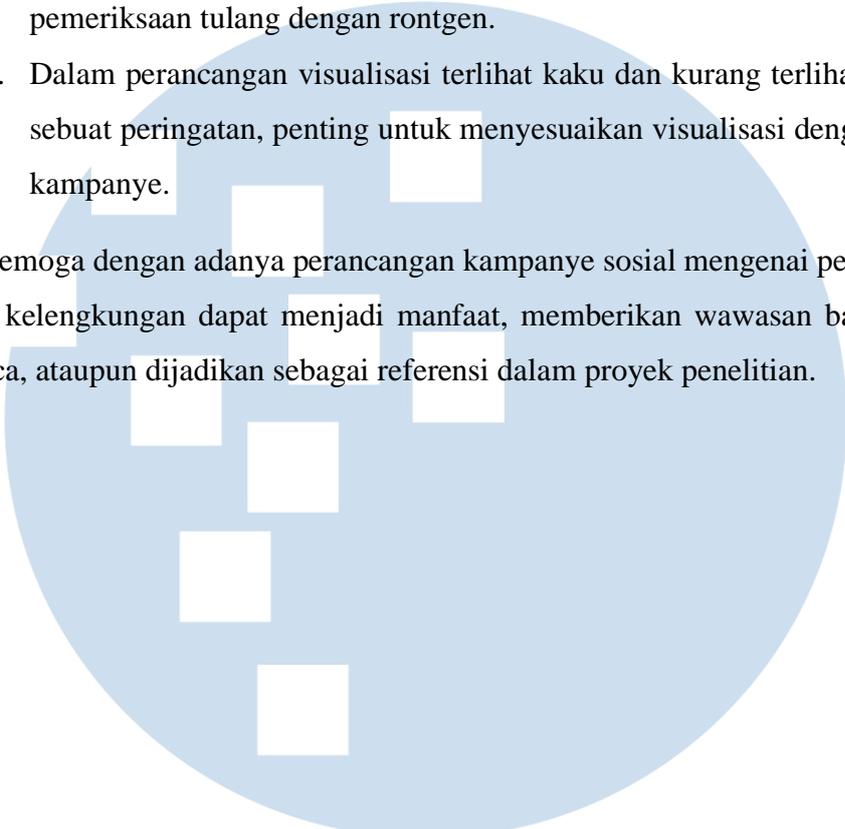
Setelah menyelesaikan seluruh proses perancangan kampanye sosial mengenai pencegahann derajat kelengkungan, terdapat beberapa saran atau masukan yang dapat berguna untuk peneliti yang akan merancang sebuah kampanye sosial yaitu:

1. Dalam perancangan jika diperlukan lebih dari dua target audiens maka perlu mempertimbangkan target audiens primer dan sekunder untuk orang tua dan anak sehingga penyampaian kampanye dapat lebih efektif.
2. Dalam perancangan ini tidak terdapat wawancara dengan remaja penderita skoliosis yang merupakan tokoh utama kampanye, Penting untuk melakukan wawancara dengan pengidap skoliosis adolescent agar data yang diperoleh dapat lebih relevan dan dapat disesuaikan dengan tren bagi remaja.
3. Dalam perancangan, *big idea* cenderung terlalu panjang, disarankan untuk memfokuskan *big idea* sehingga lebih tertuju pada perancangan yang akan dibuat.
4. Dalam perancangan postur terlihat kurang alami, penting untuk memperhatikan pengambilan gambar mengenai postur yang relevan dan sesuai kondisi secara alami.
5. Dalam perancangan kampanye *copywriting* yang dibuat kurang disesuaikan dengan target audiens, penting untuk membuat *copywriting* jadi lebih *friendly* sesuai dengan target audiens remaja agar tidak terlihat

kaku. Perlu adanya ajakan dalam *copywriting* untuk melakukan pemeriksaan tulang dengan rontgen.

6. Dalam perancangan visualisasi terlihat kaku dan kurang terlihat sebagai sebuah peringatan, penting untuk menyesuaikan visualisasi dengan pesan kampanye.

Semoga dengan adanya perancangan kampanye sosial mengenai pencegahan derajat kelengkungan dapat menjadi manfaat, memberikan wawasan baru untuk pembaca, ataupun dijadikan sebagai referensi dalam proyek penelitian.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA