

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Makanan sering menjadi pelega dari masalah hidup seperti stres, relasi, dan juga *body image*. Tanpa disadari, kebiasaan tersebut memiliki risiko terhadap masalah *compulsive overeating*. Permasalahan *compulsive overeating* tidak hanya mempengaruhi produktivitas suatu individu, tetapi *compulsive overeating* juga memiliki pengaruh yang cukup signifikan seperti pengaruh kesehatan fisik seperti obesitas dan diabetes serta bisa mempengaruhi kesehatan mental seperti risiko terkenanya *binge eating disorder* maupun depresi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan psikolog, ditemukan bahwa mayoritas dewasa muda tidak menyadari pengaruh dari permasalahan *compulsive overeating* sebelum mencapai titik kondisi parah atau sudah terlanjur mempengaruhi kondisi kesehatan mereka. Hal ini juga di dukung dengan hasil wawancara dengan penderita *compulsive overeating* dimana mereka menyadari permasalahan *compulsive overeating* ketika kondisi tubuh mereka memburuk karena kebiasaan mereka menggunakan makanan sebagai solusi rasa stres. Kuesioner yang disebar oleh penulis juga menemukan fakta bahwa 40% dari responden tidak memahami permasalahan *compulsive overeating* sehingga meningkatkan kemungkinan dewasa muda terkena permasalahan *compulsive overeating*.

Maka dari itu, untuk meningkatkan kesadaran dewasa muda terhadap bahaya *compulsive overeating*, dirancang kampanye interaktif dengan metode perancangan *human centered design* oleh IDEO (2015) dan strategi AISAS oleh Sugiyama dan Andree (2010). Media utama yang diambil adalah bentuk website interaktif dengan tujuan untuk memberikan pengalaman baru bagi user melalui media yang mudah di akses. Konsep kampanye yang diambil adalah *Journey to overcoming compulsive overeating* dengan mendorong aspek eksplorasi user terhadap diri sendiri untuk memahami resiko dari *compulsive overeating*.

Perancangan kampanye juga menyertakan media sekunder seperti iklan youtube, website, instagram dan instagram feeds serta twibbon dan merchandise seperti totebag, notebook, lanyard, dan pin. Setelah melakukan perancangan, website di ujikan melalui alpha test untuk mendapatkan masukan terhadap aspek visual, interaktivitas, dan konten website. Beberapa masukan kemudian dipertimbangkan dan dipilih lalu dilakukan perubahan pada website untuk menciptakan iterasi baru yang lebih baik. Kemudian iterasi terbaru kembali di uji pada *beta test* untuk kembali mencari celah pada desain.

Berdasarkan hasil *beta test* dan analisa penulis, konsep yang diterapkan pada website secara keseluruhan sudah cukup baik dan berhasil dalam tujuannya sebagai media kampanye untuk meningkatkan pemahaman target user terhadap permasalahan *compulsive overeating*. Namun solusi masih bisa terus dikembangkan menjadi iterasi berikutnya seperti mengatur kembali aspek interaktivitas, menambahkan suara pada website, menambahkan aspek visual pada website agar user terasa lebih *immerse* dalam pengalaman menggunakan website kampanye.

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman penulis dalam proses perancangan tugas akhir ini, penulis memiliki beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk mahasiswa yang ingin mengambil topik atau media yang serupa, yaitu sebagai berikut:

- 1) Saat memilih topik perancangan, ada baiknya untuk memilih topik yang tidak terlalu bersifat personal untuk mengurangi adanya subjektivitas pada saat pengerjaan perancangan.
- 2) Saat menentukan batasan masalah, pastikan batasan masalah dipilih dengan matang dan sesuai dengan topik yang dipilih untuk mempermudah proses pengumpulan data dan juga pembuatan konten.
- 3) Menggunakan metodologi penelitian dengan sebaik-baiknya dan berusaha melakukan eksplorasi melalui proses pengumpulan data untuk memperluas wawasan seputar topik yang dibahas.

- 4) Untuk perancangan kampanye, penting untuk melakukan pertimbangan terhadap media yang digunakan sematang-matangnya agar memiliki korelasi satu dengan lain dan menciptakan pengalaman user yang baik.
- 5) Untuk perancangan website, penting untuk terus melakukan pengujian terhadap user untuk mencapai iterasi terbaik dari website sebab tidak selalu desain menjadi nyaman dipakai setiap saat sehingga memerlukan perubahan berkala.
- 6) Dalam perancangan website, penggunaan grid seharusnya dipatuhi agar desain terkesan konsisten satu dengan lainnya serta terlihat lebih rapi.
- 7) Dalam perancangan media sekunder seperti Instagram story dan feeds tidak bisa disamakan satu dengan lainnya dalam penataan asset, sebab keduanya memiliki resolusi yang berbeda sehingga penataan asset harus dipertimbangkan kembali untuk menciptakan keharmonisan dan kepenuhan suatu desain.
- 8) Dalam menentukan *merchandise* dan *gimmick* kampanye dapat dipertimbangkan sematang-matangnya agar media tidak terlalu monoton atau standar serta media yang digunakan sejalan dengan tujuan kampanye dan tidak terkesan janggal oleh user.
- 9) Untuk media interaktif, perlu dipertimbangkan *microinteraction* pada setiap bagian media seperti penambahan *feedback* dan suara untuk memberikan pengalaman terbaik bagi user serta membantu user dalam menggunakan website dengan baik.