

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Perancangan promosi untuk layanan panggilan telepon Layanan SEJIWA merupakan sebuah kesempatan yang penulis dapatkan untuk mengaplikasikan dan mengimplementasikan ilmu yang sudah didapat dan dipelajari penulis selama perkuliahan. Layanan SEJIWA adalah sebuah layanan telekonseling gratis yang diinisiasi oleh HIMPSI (Himpunan Psikologi Indonesia) dan diakomodasi oleh Kantor Staf Presiden (KSP), Kementerian Kesehatan, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA), Satgas COVID-19, dan BNPB untuk memberikan layanan Bantuan Psikologi Awal (PFA). Layanan SEJIWA memulai perjalanannya saat masa pandemi untuk membuat masyarakat Indonesia dapat menyalurkan kegelisahan mereka dengan psikolog yang tersedia. Walau dibuat dengan tujuan utama untuk memberikan telekonseling bagi pengguna yang kesehatan mentalnya terdampak saat pandemi, Layanan SEJIWA kini tetap memberikan layanan telekonseling untuk masalah kesehatan mental umum bagi yang membutuhkan. Walau diakomodasi oleh banyak pihak, Layanan SEJIWA belum banyak diketahui oleh masyarakat akibat minimnya promosi dan informasi yang ada. Hal ini membuat perancangan media promosi menjadi salah satu jawaban dalam menyebarkan informasi umum tentang Layanan SEJIWA.

Dalam melakukan proses perancangan, penulis menggunakan metode perancangan yang dikemukakan oleh Robin Landa (2014) pada buku *Graphic Design Solutions*, terdiri dari *Orientation*, *Analysis*, *Visual Concept*, *Design Development*, dan *Implementation*. Tahap *orientation* dilewati penulis dengan cara melakukan pengumpulan data seperti kuesioner, observasi, wawancara, dan studi eksisting. Data yang sudah diperoleh pun dianalisis. Analisis menghasilkan segmentasi dan jenis media yang dipilih untuk pelaksanaan perancangan. Jenis media yang sudah terpilih pun dikelompokkan kembali menurut AISAS. Setelah melewati kedua tahapan tersebut, penulis melakukan proses kreatif merancang

kegiatan promosi ini sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, *Big idea* yang berhasil penulis dapatkan untuk Layanan SEJIWA adalah “*Just One Call Away*”. Dalam membuat perancangan media promosi ini, penulis mengutamakan kesederhanaan dan keterbukaan yang Layanan SEJIWA tawarkan bagi audiens yang menghubungi mereka.

## 5.2 Saran

Setelah melaksanakan perancangan media promosi untuk Layanan SEJIWA ini, penulis menyadari bahwa banyak hal yang dapat menjadi bahan evaluasi yang berguna bagi pembaca maupun para pembaca yang hendak mengambil topik serupa.

- 1.) Saat melakukan pengumpulan data, beberapa *keyword* yang bersangkutan dengan perancangan perlu dimasukkan dan menjadi salah satu topik pembicaraan agar mendapatkan informasi yang sesuai dengan arah perancangan.
- 2.) Penyesuaian batasan masalah seperti demografis, geografis, dan psikografis harus diingat agar perancangan tidak melenceng dan tepat sasaran.
- 3.) Dalam melakukan penelitian, perlu memastikan bahwa cara mengumpulkan data yang dipilih sudah menjawab pertanyaan seputar topik yang ingin diangkat.
- 4.) Perancangan karya harus sejalan dengan *big idea* agar target audiens dapat paham secara keseluruhan akan perancangan media yang sudah dibuat.
- 5.) Penjelasan tentang kesehatan mental juga diperlukan dalam pembuatan media yang berpusat pada masalah kesehatan mental, tidak hanya sekedar memberikan informasi mengenai Layanan SEJIWA. Selain itu, media dan visual yang sudah dibuat harus memberikan penekanan bahwa Layanan SEJIWA dapat dipercaya dan memberikan jaminan kerahasiaan kepada audiens yang hendak menghubungi layanan telekonseling tersebut. Terdapat pula beberapa poin yang dapat disorot lebih lanjut untuk

menarik perhatian audiens seperti nomor kontak 119 ext 8 serta pemberian layanan telekonseling yang gratis.

- 6.) Perancangan karya dan penulisan laporan perlu dilakukan secara beriringan agar terhindar dari langkah-langkah yang hilang jika tidak segera ditulis sehingga laporan tidak maksimal.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA