

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan Pola makan sehat selama bulan Ramadhan dapat memberikan manfaat kesehatan yang signifikan jika dijalani dengan bijak berdasarkan beberapa pola makan sehat yang telah dipaparkan dalam materi sebelumnya. Pola makan hidup sehat yang tidak seimbang terutama pada bulan Ramadhan dapat menimbulkan beberapa pengaruh yang tidak baik dalam kesehatan.

Pola makan yang tidak sehat dan seimbang diakibatkan kurangnya informasi yang mendukung dan membantu memberikan kesadaran akan hidup sehat, sehingga target semakin hati semakin hidup tidak sehat. Akibat keadaan tersebut, diperlukannya sebuah wadah untuk memberikan suatu informasi dan juga arahan yang baik untuk semua kalangan mengenai pentingnya menjaga pola hidup sehat terutama dibulan Ramadhan ini. Dengan adanya kampanye ini, diharapkan akan merubah mindset dan perilaku target untuk memulai menerapkan pola makan hidup sehat di bulan Ramadhan.

Penulis merancang kampanye ini dengan pemilihan tipe yang informatif serta ramah dengan dikemas oleh media – media yang berkaitan dengan keseharian target audiens, sehingga kampanye ini dapat menarik banyak perhatian dan memotivasi banyak target diseluruh khalayak untuk dapat memulai menerapkan pola makan hidup sehat di bulan Ramadhan ini. Sesuai dengan visi PT Nutrifood Indonesia yaitu, menjadikan pionir dan pemimpin pasar dalam memberikan Solusi atau cara yang tepat kepada pelanggan untuk meraih kehidupan yang lebih sehat dan penuh arti, baik untuk saat ini maupun di masa mendatang. “Inspiring a Nutritious Life”

Tahapan perancangan yang menjadi acuan penulis dalam prosesnya adalah metode perancangan kampanye oleh Robin Landa yang terbagi atas 6 tahap, yaitu Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, dan Implementation. Dengan metode perancangan ini, penulis dapat menghasilkan karya dengan alur strategi

yang terstruktur, persuasif, dan logis berdasarkan fase Attention, Interest, Search, Action, dan Share. Melalui penggunaan ilustrasi vektor dan aset visual yang menggambarkan perjalanan, serta palet warna yang menyegarkan termasuk warna buah dan sayuran, keseluruhan tampilan dan nuansa visualisasi media kampanye membawa kesegaran ke dalam kesibukan audiens targetnya. Copywriting yang digunakan cukup ringan dan mudah dipahami sehingga disukai oleh target audiens. Setelah melakukan tahap desain yang berulang, besar kemungkinan kampanye media akan terlaksana secara efektif untuk mencapai pola makan sehat di masyarakat, khususnya di bulan Ramadhan..

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada calon mahasiswa yang akan menjalani tugas akhir adalah mengenai pengelolaan waktu dan keseimbangan antara kehidupan. Keterlibatan waktu yang efisien sangat krusial dalam proses perancangan tugas akhir ini; oleh karena itu, gunakan waktu dengan efektif dan optimal agar proses pengerjaan dan hasil karya dapat mencapai ekspektasi yang diinginkan. Saran kedua adalah aktif berdiskusi dengan dosen pembimbing untuk berbagi ide dan konsep, sehingga mendapatkan wawasan baru. Saran ketiga adalah memilih judul yang sesuai minat, mengingat tugas akhir ini memiliki tingkat kesulitan dan durasi yang signifikan. Memilih judul yang disukai akan memudahkan proses pembuatan dan penelitian, karena akan lebih mudah untuk mendalami topik yang diminati. Terakhir, tahap uji coba karya kepada target audience sebaiknya dilakukan secara rutin untuk memperoleh umpan balik yang berguna..

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