

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Scabies merupakan penyakit yang tidak dapat dianggap sepele karena semakin dibiarkan, penyakit tersebut dapat mempunyai dampak buruk yang cukup berat. Oleh karena itu, penyadaran masyarakat khususnya bagi pemelihara kucing sangat penting untuk dilakukan. Pada zaman sekarang ini para masyarakat di usia remaja akhir sangat sering menggunakan media sosial sebagai alat pencari informasi. Karena seringnya penggunaan media sosial dikalangan usia tersebut, penulis membuat perancangan media kampanye pada media sosial instagram agar memudahkan para target audiens menemukannya. Pada perancangan ini, penulis mengadakan webinar agar dapat menyadarkan dan megajak para target audiens untuk melakukan penanganan dini terhadap kucing mereka. Dengan adanya perancangan kampanye ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran serta kepedulian pemelihara terhadap kucing peliharaanya akan penyakit scabies dan dampak buruk jika tidak ditangani.

Dalam perancangan kampanye ini, penulis menggunakan metode dari Robin Landa (2011), strategi tersebut terdiri dari 5 tahapan antara lain, *orientation, analysis, concept, design* dan *implementation*. Di tahapan *orientation*, penulis mengumpulkan data dengan mengklasifikasi masalah yang ada pada perancangan kampanye sosial. Ditahapan kedua yaitu *analysis*, seperti namanya yaitu *analysis*, setelah pengumpulan data telah dilakukan, penulis menganalisis data tersebut yang bertujuan dapat menentukan strategi yang tepat untuk perancangan kampanye sosial.

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

Setelah melalui tahapan metode dari Robin Landa (2011), penulis akhirnya berhasil merancang karya-karya kampanye yakni, Instagram Post, Instagram Story, Poster, Merchandise, dan menyelenggarakan Webinar. diharapkan dapat menjadi upaya pengurangan dampak buruk yang terjadi pada kucing yang terpapar scabies. Dalam perancangan kampanye ini, penulis mendapat beberapa saran untuk perbaikan desain seperti penggunaan font, tata letak layout, serta penggunaan warna agar konten-konten yang tersaji dapat mudah dicerna oleh para target audiens.

5.2 Saran

Setelah melalui proses perancangan kampanye sosial tentang pentingnya penanganan scabies pada kucing, penulis mendapatkan beberapa saran dan masukan khususnya terkait media yang penulis rancang, yakni sebagai berikut:

1. Penulis mendapatkan saran terkait konten, dimana karena perancangan penulis adalah kampanye maka sebaiknya *copywriting* dan konten yang disampaikan seharusnya sifatnya lebih seperti kampanye.
2. Penulis kemudian mendapatkan saran dari aset ilustrasi kucing yang penulis gunakan lebih disesuaikan dengan ekspresi kucing yang terpapar scabies karena ilustrasi yang penulis gunakan masih kurang merepresentasikan isu dari scabies.
3. Penulis juga mendapatkan saran terhadap kelengkapan konten penulis. Dalam perancangan masih banyak konten yang kurang lengkap contohnya mengenai cara penanganan dari scabies.

Selain saran untuk penulis, selama proses perancangan kampanye ini banyak hal yang harus penulis perhatikan, sehingga, dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengambil topik kampanye sosial mengenai kesehatan kulit kucing. Berikut adalah beberapa sarannya:

1. Pada saat memulai melakukan perancangan, informasi terkait isu kampanye harus lengkap terlebih dahulu baik dari segi masalah maupun perancangan karena data tersebut akan menentukan urgensi dan tujuan dibentuknya perancangan.

2. Selanjutnya, saran dari penulis adalah untuk menemukan brand mandatory yang tepat. Tujuannya yaitu untuk meniadakan kepercayaan masyarakat akan kampanye yang diadakan dan juga mempengaruhi bentuk dari visual kampanye.
3. Pada saat pemilihan media, ada baiknya untuk memilih media yang sesuai dengan target perancangannya. Misalnya apabila target perancangannya adalah remaja akhir dan SES A, maka akan sesuai menggunakan media primernya sebagai Instagram post.

