

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Gastritis merupakan penyakit yang terjadi pada bagian lambung manusia yang salah satu penyebab paling sering dialami adalah karena pola makan yang tidak teratur, seperti melewatkan waktu makan, banyak mengonsumsi makanan yang terlalu pedas atau asam secara berlebihan, menggunakan obat aspirin, konsumsi alkohol secara berlebih, merokok, terlalu banyak mengonsumsi *junk food*. Jika penyakit gastritis dibiarkan terlalu lama, maka dapat merusak fungsi lambung dan meningkatkan resiko terkena kanker lambung, bahkan menyebabkan kematian. Oleh karena itu, menjaga pola makan yang baik dan benar merupakan salah satu pencegahan yang sangat efektif dan dapat dilakukan oleh setiap individu tanpa memerlukan usaha yang terlalu berat atau alat-alat tertentu. Masih terdapat banyak remaja yang kerap mengalami penyakit gastritis. Penyakit gastritis yang terjadi pada remaja disebabkan oleh faktor tidak teraturnya pola makan dan pola hidup yang mereka lakukan. Berdasarkan hasil data kuantitatif yang telah disebarkan oleh penulis kepada remaja usia 17-22 tahun di Jabodetabek, sebanyak 94.5% remaja sudah tahu akan penyakit tersebut dan kerap mengalami penyakit gastritis. Hal tersebut disebabkan karena melewatkan waktu makan, konsumsi makanan pedas dan asam, junk food, makanan berminyak, alkohol, dan lain-lain. Berdasarkan hasil FGD yang telah dilakukan juga, para narasumber juga berpendapat bahwa dibutuhkannya media-media persuasif yang dapat menarik perhatian remaja untuk menjaga kesehatan lambung mereka, mengingat bahwa masih banyak remaja yang bersikap acuh tak acuh dengan kesehatan lambungnya.

Rangkaian acara dari kampanye ini diselenggarakan secara daring, dimana para remaja diajak untuk mengikuti *challenge* dalam kurun waktu 4 minggu untuk menerapkan pola makan yang baik dan benar. Diharapkan bahwa dalam periode waktu 4 minggu tersebut, para remaja dapat mulai terbiasa untuk mengadaptasi pola

hidup yang teratur, karena sebuah kebiasaan dapat dibentuk dengan cara rutin melakukan kebiasaan tersebut sehingga lama-lama akan menjadi rutinitas atau kebiasaan sehari-hari. Untuk menambah antusias remaja mengikuti kampanye ini, maka kampanye ini akan memberikan hadiah kepada beberapa audiens terpilih.

Dalam upaya untuk merancang kampanye ini, penulis menggunakan metodologi perancangan yang dipaparkan oleh Robin Landa, yang meliputi *Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, dan Implementation*. Tahapan pertama, penulis menemukan penyusunan terhadap informasi-informasi yang akurat tentang hubungan antara pola makan dengan penyakit gastritis yang terjadi pada remaja di Jabodetabek dengan menggunakan metode wawancara, kuesioner, dan juga FGD. Untuk mendukung kampanye ini, penulis juga menggunakan brand mandatory salah satu produk obat untuk penyakit gastritis, yaitu Promag. Namun, dari brand mandatory ini, penulis ingin menunjukkan kepada audiens bahwa obat Promag mempunyai kemampuan untuk mengatasi gejala penyakit gastritis, namun peran yang lebih besar adalah bagaimana Promag dapat mengajak para audiens untuk hidup lebih sehat dengan tujuan untuk mengatasi penyakit gastritis.

Berdasarkan pada mindmap yang telah dibuat oleh penulis, penulis menemukan 1 *big idea*, yaitu “*Healthy foods, happy lives without Gastro*”. Dari *big idea* tersebut, terdapat nama kampanye berupa Gastro Plates, dengan *tagline* utama kampanye adalah “*Healthy Plates, Happy Guts*”. Penulis juga membuat ilustrasi karakter remaja-remaja yang akan menjadi titik utama atau pusat dari setiap media kampanye. Melalui *big idea* tersebut juga, penulis membuat *key visual* dengan desain yang *digital modern*, dilengkapi dengan ilustrasi karakter-karakter remaja. Desain media-media kampanye ini menggunakan tampilan *digital*. Konsep desain akan berfokus pada tampilan *digital* untuk mencerminkan tren *modern* dalam pengaturan jadwal remaja yang sering menggunakan laptop atau ponsel untuk aktivitas sehari-hari.

Terdapat beberapa media yang digunakan untuk kampanye ini, namun penulis menggunakan media platform Instagram sebagai media utama, dimana segala informasi mengenai kampanye ini akan disatukan pada media Instagram.

Penulis menggunakan media ini, karena hampir semua remaja di Indonesia menggunakan aplikasi ini dalam kehidupan sehari-hari, untuk *update* sosial, mencari informasi, atau mengunggah moment berupa foto serta video mereka. Platform ini juga dapat dengan mudah menjangkau audiens dan mudah untuk diakses. Tidak hanya media tersebut, penulis juga menggunakan media-media lain seperti poster, poster MRT, *go-screen* Gojek, *x-banner*, *merchandise*, dan *gimmick*.

## 5.2 Saran

Terdapat beberapa saran dari penulis setelah mendapatkan kesempatan untuk menjalani proses perancangan Tugas Akhir ini. Penulis memberikan saran kepada para mahasiswa yang akan melaksanakan Tugas Akhir di semester berikutnya, untuk dapat mempertimbangkan topik yang ingin mereka ambil secara matang, dimana permasalahan yang ingin dibahas haruslah bersifat nyata dan merupakan permasalahan yang kerap terjadi di masyarakat luas. Tidak hanya itu saja, diharapkan juga untuk para mahasiswa dapat bertanggung jawab atas topik Tugas Akhirnya masing-masing dengan cara mendapatkan informasi yang akurat dari para ahli, buku, atau jurnal yang mempunyai kredibilitas yang tinggi.

Setelah melakukan sidang akhir, penulis juga mendapatkan saran untuk dapat mencari informasi lebih dalam mengenai solusi untuk mengatasi penyakit gastritis dari segi menjaga pola makan, mencari tahu lebih dalam mengenai perbedaan dari pencegahan penyakit gastritis dengan penyakit lain dengan tujuan agar solusi dari kampanye ini dapat terpapar lebih jelas. Penulis mendapatkan saran atau evaluasi terhadap karya final dari media-media kampanye ini melalui sidang akhir yang telah dilaksanakan. Dapat disimpulkan bahwa hierarki dari masing-masing desain media kampanye harus lebih diperhatikan, sehingga para target audiens tahu apa yang harus dilihat terlebih dahulu dari karya yang ditampilkan. Tidak hanya itu saja, untuk media-media *share* harus diperhatikan lagi kegunaannya apakah sudah sesuai dengan target audiens, apakah media-media tersebut dapat dijual dan dapat menarik perhatian target audiens atau tidak. Penulis juga mendapat masukan untuk memberikan penjelasan mengenai peletakkan masing-masing media *offline*. Untuk *copywriting* yang disajikan pada media-media AISAS juga harus lebih diperhatikan

dengan target audiens, apakah dengan menggunakan *copywriting* tersebut dapat dimengerti oleh target audiens.

Penulis juga memberikan masukan atau saran kepada mahasiswa yang ingin mengambil perancangan yang serupa. Jika terdapat mahasiswa yang ingin membuat kampanye, diharapkan agar mereka dapat menghasilkan kampanye yang menarik dengan rangkaian acara yang sesuai dengan target usia, segmentasi, maupun geografi dari kampanye tersebut dengan tujuan agar kampanye tersebut dapat dijalankan dengan baik. Kampanye juga harus mempunyai tujuan yang jelas dan pasti, misalnya ingin meningkatkan kesadaran masyarakat, atau mengubah perilaku, serta mendorong sebuah tindakan tertentu. Diharapkan juga menggunakan penggunaan bahasa dengan *tone of voice* yang sesuai dengan target audiens untuk menghindari terjadinya miskomunikasi serta membuat konten yang menarik.

Diharapkan para mahasiswa dapat menghasilkan visualisasi karya yang sesuai dengan target audiens. Terdapat banyak aspek desain yang harus diperhatikan, seperti penggunaan warna, gaya ilustrasi, jenis tipografi, penggunaan *layout*, dan hal-hal penting lainnya karena hal-hal tersebut dapat mempunyai pengaruh yang besar dalam visualisasi sebuah desain. Penulis juga berharap agar kedepannya, para mahasiswa yang ingin mengambil Tugas Akhir di semester selanjutnya dapat dengan bijak menentukan media-media yang ingin digunakan yang sesuai dengan topik Tugas Akhir yang ingin diangkat.

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