

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penyakit pneumonia merupakan penyakit yang menyerang saluran pernapasan manusia, yaitu di bagian paru-paru. Berdasarkan hasil riset dan wawancara, penyakit ini lebih rentan untuk menyerang balita karena sistem imun dan saluran pernapasan mereka yang belum terbentuk secara sempurna. Pneumonia sendiri menjadi penyakit penyebab kematian terbanyak di Indonesia pada tahun 2018 menurut UNICEF. Tidak hanya kematian, dr. Budi Risjadi juga menyampaikan bahwa pneumonia dapat menjadi berbahaya dan berkomplikasi menjadi penyakit lain apabila tidak segera dicegah. Selain itu, biaya yang diperlukan dalam pengobatan pneumonia yang terlambat juga relatif besar. Oleh karena itu, melalui wawancara yang telah dilakukan, dr. Budi Risjadi menyarankan untuk mencegah penyakit pneumonia dari jauh-jauh hari dibandingkan mengobati, karena akan semakin sulit apabila mengalami komplikasi dan terlambat ditangani ke depannya.

Pada tahun 2023, Jawa Barat menjadi provinsi dengan kasus pneumonia terbanyak di Indonesia menurut Direktur P3PM. Meningkatnya kasus pneumonia juga dapat disebabkan karena kualitas udara yang buruk, di mana Jawa Barat juga menjadi provinsi dengan kualitas udara terburuk di akhir tahun 2023. Namun, masih terdapat orang tua yang memiliki kesadaran yang kurang terhadap masalah ini. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, masih ada sekitar 37,5% dari responden yang belum melakukan pencegahan pneumonia. Meskipun persentase tersebut relatif tidak terlalu tinggi, masih dapat diartikan bahwa banyak orang tua yang masih belum melakukan pencegahan tersebut, dan perlu dijangkau dan ditingkatkan kesadarannya terhadap masalah ini. Berdasarkan riset dan wawancara, masih jarang adanya kampanye pneumonia dilakukan di Indonesia, terutama kampanye yang berfokus di Jawa Barat. Maka dari itu, masih diperlukan

sebuah media persuasi untuk orang tua, berupa kampanye yang dapat mengajak orang tua melakukan pencegahan pneumonia pada balita.

Dalam kampanye ini, penulis menggunakan metode *Design Thinking* oleh *Stanford University* (2019) dalam perancangan dari karya secara keseluruhan. Selain metode tersebut, penulis juga membuat kampanye dengan strategi AISAS oleh Sugiyama dan Andree (2010) pada bukunya, yaitu *The Dentsu Way*. Media utama yang digunakan dalam kampanye ini yaitu *mobile site*, di mana berdasarkan wawancara, semua orang tua memilih ponsel sebagai *gadget* utama yang digunakan sehari-hari. Selain itu, penulis juga membuat media sekunder berupa poster dan *gimmick*, yang dapat membantu target audiens untuk meningkatkan kesadarannya terhadap masalah yang ada serta terhadap kampanye ini, yaitu kampanye NOMONIA. Kampanye NOMONIA ini dirancang dan dikembangkan dengan *big idea* yang telah ditemukan sebagai acuan perancangan karya dari awal sampai akhirnya melewati proses pengujian, yaitu “*Boosting Child’s immune as an investment for the future*”. Kampanye ini bertujuan untuk mengajak orang tua agar segera melakukan pencegahan dari penyakit pneumonia sejak dini hari, sebelum anak terpapar dan berubah menjadi semakin berbahaya.

Dalam serangkaian kampanye ini, orang tua akan pertama diajak untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai masalah yang ada melalui salah satu media sekunder, yaitu poster. Poster tersebut disebar di puskesmas dan pada media sosial, mengingat orang tua akan sering mengunjungi puskesmas untuk *screening* pada anaknya, dan seringkali menggunakan media sosial sehari-hari. Setelah menarik perhatian, orang tua akan diarahkan untuk mengakses *mobile site* sebagai media utama, di mana mereka dapat menambahkan pengetahuannya mengenai pneumonia, dan mengakses fitur yang dapat membantu mereka dalam melakukan pencegahan pneumonia. Tahapan terakhir dalam rangkaian kampanye ini yaitu, mereka akan diberikan *gimmick* apabila telah selesai melakukan imunisasi hingga tahap tertentu, yang dapat diberikan pada anaknya, dalam rangka menjangkau target secara lebih luas.

Selama perancangannya, penulis juga melakukan *alpha test* kepada mahasiswa UMN dan *beta test* kepada beberapa orang tua di Jawa Barat, sebagai

tahap penyempurnaan karya agar dapat sesuai dengan kebutuhan target, dan dapat berperan sebagai solusi dari masalah yang ada. Kampanye juga dibuat dengan memilih Rumah Sakit Hasan Sadikin sebagai *brand mandatory* yang sesuai dengan kampanye yang dibuat. Rumah Sakit Hasan Sadikin merupakan sebuah rumah sakit pemerintah ternama di Bandung, Jawa Barat, yang telah terjamin kredibilitasnya, dan sudah berperan menjadi salah satu rumah sakit pendidikan di Indonesia.

## 5.2 Saran

Setelah melalui perancangan media persuasi sebagai Tugas Akhir, penulis mendapatkan beberapa masukan dan saran yang dapat meningkatkan perancangan penulis ke depannya di bidang desain. Terdapat beberapa kesalahan yang dilakukan selama perancangan, salah satunya penggunaan gaya visual yang kurang konsisten antara satu karya dengan karya lainnya. Selain itu, *copy writing* yang digunakan penulis dalam eksekusi karya kurang memenuhi strategi kampanye. Pada *mobile site* yang dibuat, navigasi dirancang dengan kurang praktis dan efektif, sehingga cukup menyulitkan bagi pengguna untuk berpindah antar satu halaman dan halaman lainnya. Selain itu, penulis mengalami kekeliruan dan tidak mencantumkan logo dari *brand mandatory* yang digunakan, pada halaman utama dari *mobile site*, sehingga hal tersebut dapat mengurangi kredibilitas dari *mobile site* tersebut.

Selain pada tahapan perancangan, penulis juga melakukan kesalahan dalam pengumpulan data, yaitu kurang banyaknya riset dan data yang dikumpulkan dalam tahapan tersebut. Penggunaan *brand mandatory* yang digunakan juga terjadi kekeliruan, dan dapat berdampak pada karya yang dibuat juga. Penulis sadar bahwa karya ini jauh dari kata sempurna, dan kesalahan-kesalahan ini akan dijadikan pembelajaran bagi penulis dalam merancang karya ke depannya. Selain itu, beberapa saran yang diharapkan dapat dilakukan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian tugas akhir yang serupa.

1. Pencarian data harus diambil dari sumber yang kredibel dan terpercaya, sehingga mempermudah dan semakin mendukung perancangan selama berlangsungnya Tugas Akhir.
2. Pelaksanaan tahapan pencarian data yang baik, mencakup setiap informasi yang mendukung terbentuknya sebuah karya, mulai dari fenomena yang terjadi, hingga setiap keputusan desain yang diambil.
3. Pemilihan topik dan media utama yang baik dan sesuai dengan target dan kemampuan masing-masing, sehingga perancangan Tugas Akhir dapat berlangsung dengan lebih efektif.
4. Melakukan manajemen waktu dengan baik, agar pengerjaan Tugas Akhir dapat berlangsung lebih efisien, dan dapat menyelesaikan perancangan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
5. Pembuatan aset dengan *style* yang konsisten, sehingga tidak membingungkan dan dapat menyampaikan pesan dengan baik.
6. Pemilihan *copy writing* yang digunakan dalam perancangan harus sesuai dengan tujuan utama perancangan, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik tanpa adanya miskomunikasi.

