

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam fase hidup anak berusia 6-24 bulan, selain mengonsumsi ASI juga dianjurkan untuk memberikan MPASI kepada anak. Namun selain memperhatikan nutrisi dan cara memasak MPASI, perlu diperhatikan keamanan pangan dalam persiapan, penyajian dan penyimpanan MPASI. Penulis menemukan fenomena di Kabupaten Banyuasin 1 dimana prevalensi angka stunting yang berakar masalah pada MPASI yang diberikan kepada anak mencapai 3.5%. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk merancang kampanye tentang keamanan pangan dalam MPASI di Kabupaten Banyuasin 1.

Metodologi penelitian yang diterapkan pada perancangan ini merujuk kepada metode Landa Design Method yang terdiri atas Orientation, Analysis, Concept, Design, Implementation. Strategi kampanye yang digunakan adalah metode AISAS dari Dentsu Studio, yang membagi perancangan media kampanye menjadi fase Attention, fase Interest, fase Search, fase Action dan fase Share. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada target perancangan, wawancara dengan narasumber, FGD dengan target perancangan dan observasi ke lokasi secara langsung.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari kuesioner, wawancara, FGD dan observasi langsung, penulis melihat bahwa media yang paling efektif adalah kampanye digital melalui media sosial Instagram dan TikTok. Penulis juga merancang acara posyandu, yang merupakan acara yang rutin terjadi dan diminati oleh warga Banyuasin 1. Puncak acara merupakan acara posyandu dimana akan ada lomba berhadiah seputar persiapan, penyajian dan penyimpanan MPASI yang akan diikuti oleh pihak suami dan istri pasangan. Media sekunder meliputi baliho, spanduk, gimmick merchandise dan poster.

Dengan ini, dirancang sebuah kampanye bernama 'Ringkes' yang berarti bersih dan rapih dalam dialek Sumatera Selatan. Pesan kampanye yang ingin disampaikan adalah agar warga Banyuasin 1 lebih mementingkan dan memperhatikan keamanan pangan dalam persiapan, penyajian dan penyimpanan MPASI. Hasil dari beta test menunjukkan bahwa target penelitian dapat mudah mengerti dengan informasi yang disajikan, serta mendapatkan pesan dari kampanye yang dirancang.

5.2 Saran

Maka dari seluruh proses perancangan yang telah dilakukan, disarankan untuk melakukan beberapa perbaikan seperti perlunya. Media yang lebih banyak dan tepat sasaran, agar pesan dari kampanye dan *copywriting* dapat lebih diekspresikan kepada target sesuai dengan pertimbangan setiap *media behavior* yang direncanakan. Aspek dramatis dapat lebih diekspresikan melalui jumlah media video yang lebih banyak dan lebih memanfaatkan *videography* sehingga tidak hanya menggunakan video bergaya *tutorial* untuk bagian perancangan media video. Fitur *Story*, *Live* dan post (baik gambar atau video) di *Feed* juga bisa dibuat dengan jumlah yang lebih banyak agar interval penerbitan konten dapat lebih sering agar bisa lebih *viral* di algoritma media sosial yang digunakan.

Selain saran yang ditujukan untuk penulis perancangan ini secara pribadi, berikut penulis juga melampirkan saran bagi calon peneliti yang ingin melanjutkan penelitian di topik yang serupa:

1. Bagi dosen dan peneliti yang ingin mengembangkan topik disarankan untuk lebih mendalami situasi kehidupan warga lokal secara lebih mendalam, tidak hanya melalui sudut pandang orang ketiga. Pada proses perancangan ini, penulis tidak mendapatkan kesempatan untuk melihat langsung kondisi struktur rumah warga secara fisik. Ada informasi yang dibutuhkan warga yang juga belum ditunjukkan dalam media yang dirancang pada penelitian ini. Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi daerah lain di Indonesia yang mengalami fenomena yang serupa.

2. Bagi pihak Universitas, bagi saya selaku mahasiswa, dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk membuat penelitian dengan skala seperti ini,

sehingga saran yang saya bisa berikan adalah dibutuhkan waktu yang lebih panjang untuk menyelesaikan penelitian ini hingga menjadi Tugas Akhir dengan kualitas yang cukup baik untuk diuji.

