

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hiperkolesterolemia merupakan suatu kondisi berbahaya ketika seseorang memiliki kadar kolesterol yang melebihi batas. Kondisi ini berbahaya karena dapat meningkatkan risiko penyakit serius seperti stroke dan penyakit jantung koroner. Data menunjukkan kasus hiperkolesterolemia sudah banyak ditemukan pada generasi muda, namun kesadaran masyarakat khususnya generasi muda masih rendah. Kampanye mengenai kolesterol yang sudah ada dinilai kurang efektif dalam menjangkau generasi muda karena lebih berfokus dalam penjualan produk. Hal ini juga didukung oleh data yang diperoleh dari kuesioner, wawancara dan *Focus Group Discussion* (FGD). Dari pengambilan data tersebut, data menunjukkan bahwa target perancangan sudah mengetahui bahaya dari hiperkolesterolemia namun kesadarannya yang dimiliki masih rendah. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran akan bahayanya hiperkolesterolemia di kalangan generasi Z.

Penulis memulai proses kreatif yang diawali dengan membuat *mindmap*. Dari *mindmap* tersebut penulis memperoleh 3 *keywords* yaitu *health, sustainable, lifestyle*. Kemudian *keywords* ini dikembangkan menjadi 1 *big idea* yaitu “*Empowering young generation to enjoy a healthy, sustainable lifestyle for a better tomorrow*”. *Big idea* tersebut akan menjadi acuan dalam pesan, identitas, serta visual dari kampanye. Menggunakan Instagram sebagai media utama kampanye, penulis mendorong target audiens untuk mulai menerapkan pola hidup sehat agar dapat terhindar dari hiperkolesterolemia di kemudian hari. Media Instagram meliputi Instagram *feeds*, Instagram *story*, dan Instagram *ads*. Media sekunder yang digunakan adalah LED *display*, poster, *booth* dan *gimmicks*.

Untuk memastikan kampanye efektif, penulis melakukan *market validation* dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Form*. Berdasarkan hasil kuesioner skala *likert*, secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa kampanye sudah diterima dengan baik oleh target audiens. Teks

dinilai mudah untuk dibaca, pesan kampanye mudah untuk dipahami, dan visual kampanye dinilai sudah sesuai untuk anak muda dengan usia 18-24 tahun. Elemen desain pada kampanye dinilai konsisten, menarik, dan mudah untuk dipahami. Lalu, sebagian besar responden sangat setuju bahwa kampanye membantu mereka dalam memahami mengenai kolesterol dan pentingnya memiliki pola hidup sehat.

5.2 Saran

Selama proses perancangan, penulis menemukan beberapa aspek yang dapat dikembangkan baik dari sisi teori hingga *output* media perancangan. Hal ini dilakukan agar perancangan kampanye sosial lebih relevan dan tepat sasaran, penulis mendapatkan beberapa saran yaitu kuesioner yang dilakukan sebaiknya dilengkapi dengan pertanyaan yang bersifat *why* dan *how* agar data yang diperoleh dapat lebih menyeluruh. Lalu, metode *design thinking* dinilai tidak cukup efektif untuk konteks perancangan kampanye ini, karena metode tersebut lebih berfokus pada perancangan berbasis pengguna yang umumnya diterapkan pada produk atau media interaktif. Selain itu, fokus kampanye dinilai masih kurang konsisten. Lalu, saran berikutnya adalah terdapat perbedaan kurang seimbang antara masalah dan solusi. Meskipun responden sudah menyadari risiko kolesterol tinggi dan menyebutkan keterbatasan waktu sebagai kendala utama, tetapi kampanye belum memberikan solusi. Kampanye juga dinilai cenderung memaparkan isu kesehatan seperti olahraga dan makanan sehingga pesan utama menjadi kurang jelas. Oleh karena itu, perancangan kampanye perlu memperjelas fokus utama yaitu terkait hiperkolesterolemia agar pesan kampanye dapat disampaikan lebih jelas. Kemudian, saran selanjutnya adalah kampanye dinilai terlalu bergantung pada media Instagram sehingga memiliki jangkauan yang masih terbatas. Terakhir, perancangan ini juga disarankan untuk mempunyai ilustrasi yang lebih seragam karena ilustrasi yang digunakan dinilai belum memiliki konsistensi yang baik.

Kemudian untuk menyempurnakan proses penelitian dan perancangan agar efektif dan tepat sasaran penulis memberikan saran berdasarkan manfaat dan temuan dari proses perancangan baik untuk pihak dosen atau peneliti dan juga dari pihak universitas.

1. Dosen/ Peneliti

Penulis memiliki saran untuk calon peneliti yang meneliti topik yang sama atau serupa yaitu untuk mengatur *timeline* pengerjaan dengan sangat baik sehingga dapat menyelesaikan perancangan dengan tepat waktu. Selain itu juga penting untuk memahami topik dengan menyeluruh dan mendalam. Kemudian penulis juga menyarankan untuk mencari narasumber sesegera mungkin dikarenakan dibutuhkannya waktu untuk mendapatkan *approval* baik dari narasumber atau ahli, maupun dari pihak Universitas.

2. Universitas

Saran penulis kepada Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk memberi waktu pengerjaan yang lebih. Sehingga perancangan dapat diselesaikan dan dikerjakan dengan lebih optimal dan mendalam.

