

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan kampanye interaktif tentang layanan kesehatan mental di Student Support Universitas Multimedia Nusantara dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dimana terdapat mahasiswa yang ragu untuk mengakses layanan kesehatan mental Student Support karena merasa masalah yang dialami tidak cukup serius. Selain itu, alasan keraguan mereka untuk mengakses adalah karena kekhawatiran jika cerita pribadi mereka dapat tersebar dilingkungan kampus. Dari pernyataan tersebut menunjukkan adanya persepsi yang salah mengenai layanan kesehatan mental hanya diperuntukan bagi mahasiswa yang mengalami masalah yang berat. Jika situasi ini terus berlanjut, maka gejala gangguan kesehatan mental yang dialami mahasiswa berisiko tidak segera tertangani hingga berakibat pada terganggunya aktivitas keseharian dan menurunnya prestasi akademik.

Maka dari itu, dirancang kampanye interaktif untuk mengubah keraguan yang ada supaya mahasiswa lebih merasa nyaman dan berani mengakses layanan kesehatan mental Student Support. Metode perancangan menggunakan teori Landa dalam buku *Advertising by Design* yang terdiri dari 6 tahap, yaitu *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Pada *overview*, peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, observasi, menyebar kuesioner, dan melakukan studi eksisting. Data *insight* tersebut digunakan untuk merancang strategi, dimana peneliti menggunakan strategi kampanye AISAS. Hasil dari strategi dikembangkan menjadi sebuah ide dan divisualisasi pada tahap desain. Media utama pada perancangan kampanye ini adalah *microsite* yang berguna memberikan pengalaman emosional serta kejelasan informasi mengenai Student Support kepada target kampanye. Hasil dari perancangan media AISAS dipersiapkan hingga *file* akhir di tahap *production* dan diimplementasi melalui *alpha testing* pada *prototype day*.

Hasil dari *feedback* yang diterima menjadi bahan evaluasi dan iterasi. Hasil media utama *microsite* sudah memberikan visual yang nyaman dilihat, alur yang dapat diikuti, dan pengalaman yang menyenangkan bagi target kampanye. Dari hasil *beta test*, juga ditemukan bahwa media kampanye telah meningkatkan pemahaman target kampanye mengenai peran dan layanan Student Support. Dari media kampanye, Student Support berhasil memberikan kesan yang ramah dan *approachable* sehingga mahasiswa UMN pun lebih nyaman dan percaya terhadap Student Support. Kampanye Beacon juga telah berhasil memotivasi target kampanye untuk mengakses layanan kesehatan mental Student Support ketika mereka merasa butuh bantuan atau dukungan mental.

5.2 Saran

Dalam merancang kampanye interaktif, peneliti telah melakukan proses perancangan dari pengumpulan data hingga implementasi hasil karya. Dari proses ini, peneliti mendapat pengetahuan lebih mendalam mengenai topik perancangan.

Peneliti mendapatkan saran dan kritik terhadap kampanye yang telah dirancang. Dengan target perancangan yang spesifik di Universitas Multimedia Nusantara, peneliti mendapat kritik bahwa *copywriting* perancangan terlalu *general* dan dapat dirancang lebih spesifik. Di sisi lain, *copywriting* juga perlu dibuat lebih konsisten antara pesan mengajak mahasiswa mencari bantuan, atau memperkenalkan Student Support sebagai sumber bantuan. Saran yang diberikan selanjutnya adalah *call to action* menuju Student Support juga perlu ditambahkan karena masih dianggap minim.

Microsite sebagai media utama perancangan juga mendapatkan kritik dan saran. Hal yang dimaksud adalah penggunaan ukuran *button* yang inkonsisten dan juga ada yang berukuran terlalu kecil. Kemudian, aksi dan fungsi dari tiap *microinteraction* pada *microsite* juga perlu lebih difokuskan.

Dari hasil pengetahuan yang didapat selama proses perancangan, terdapat beberapa saran dari peneliti terhadap peneliti lain dan universitas untuk mendukung topik serupa. Saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Dosen/ Peneliti

Peneliti memberikan saran agar hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi dosen dan juga peneliti dalam perancangan media kampanye interaktif, dan juga topik mengenai layanan kesehatan mental di kampus. Disarankan untuk peneliti lain dalam mengeksplorasi strategi kampanye selain AISAS untuk menemukan hasil pendekatan yang berbeda.

2. Universitas

Peneliti memberikan saran kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk terus meningkatkan pengenalan mengenai layanan kesehatan mental kampus, yaitu Student Support melalui media digital dan interaktif secara konsisten. Selain itu, universitas diharapkan dapat berupaya untuk memperkuat kesadaran mahasiswa akan pentingnya kesehatan mental melalui berbagai kegiatan. Evaluasi secara berkala juga perlu dilakukan untuk memastikan layanan kesehatan mental di kampus tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Hasil dari perancangan kampanye ini dapat dimanfaatkan oleh universitas sebagai acuan maupun referensi dalam menyusun strategi komunikasi yang relevan dengan karakter mahasiswa saat ini. Penggunaan visual metafora dan pendekatan *storytelling* juga dapat dilakukan guna membantu penyampaian pesan supaya semakin mudah diterima oleh mahasiswa. Dengan demikian, universitas bisa mempertimbangkan untuk mengadaptasi pendekatan serupa.

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