

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Diabetes Melitus Gestasional (DMG) menjadi perhatian penting dalam kesehatan ibu hamil karena kondisi ini sering tidak disadari dan berpotensi menimbulkan risiko bagi ibu dan janin jika tidak terdeteksi sejak dini. Berdasarkan hasil data permasalahan utama dalam penelitian ini adalah rendahnya pemahaman dan kesadaran ibu hamil mengenai DMG, serta belum tersedianya media kampanye yang komunikatif, persuasif, dan mudah dipahami untuk membantu meningkatkan kewaspadaan terhadap kondisi tersebut. Solusi yang ditawarkan melalui tugas akhir ini berupa perancangan kampanye yang bertujuan meningkatkan kesadaran ibu hamil mengenai risiko, gejala, dampak, serta pencegahan DMG melalui pendekatan visual yang ramah, informatif, dan relevan bagi audiens. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis merancang kampanye untuk meningkatkan kesadaran mengenai DMG pada ibu hamil dengan menggunakan metode perancangan *Six Phases* dari Robin Landa. Metode ini membantu penulis menyusun proses perancangan secara terstruktur dan menyeluruh, dimulai dari pengumpulan data, analisis *insight*, perumusan strategi komunikasi, pengembangan konsep visual, hingga hasil akhir perancangan.

Pada tahap *Overview*, penulis mengumpulkan data terkait pemahaman ibu hamil mengenai DMG melalui wawancara, FGD, kuesioner, serta studi eksisting dan referensi. Data ini memberikan gambaran yang jelas mengenai rendahnya pengetahuan ibu hamil dan kurangnya media edukasi yang mudah dipahami. Temuan tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan strategi kampanye. Tahap *Strategy* dilakukan dengan merumuskan tujuan komunikasi, menyusun pesan utama, menentukan target audiens, serta merancang *big idea* yang relevan dengan kebutuhan ibu hamil. Strategi pesan dikembangkan agar kampanye mampu memberikan informasi yang sederhana, jelas, dan sesuai dengan pengalaman yang umum dialami ibu hamil.

Pada tahap *Ideas*, penulis menyusun konsep kreatif kampanye yang berfokus pada penyampaian informasi secara hangat, ramah, dan mudah dipahami. Konsep visual dipilih untuk menggambarkan pengalaman ibu hamil secara *relatable* sehingga pesan mengenai risiko dan pencegahan DMG dapat diterima dengan lebih baik. Tahap *Design* diwujudkan melalui pembuatan berbagai elemen visual kampanye, seperti konten edukasi digital, poster, brosur, *x-banner*, *Merchandise* dan *event*. Pemilihan warna didominasi oleh warna-warna yang memberikan kesan hangat, tenang, dan aman untuk merepresentasikan isu kesehatan ibu hamil serta membangun suasana yang positif dan menenangkan. Ilustrasi karakter ibu hamil digunakan sebagai elemen utama untuk menciptakan kedekatan emosional dengan target audiens serta membantu menyampaikan informasi secara lebih mudah dipahami. Tipografi dipilih dengan mempertimbangkan tingkat keterbacaan yang baik, baik pada media digital maupun cetak, sehingga informasi dapat diterima dengan jelas oleh audiens. Selain itu, penerapan tata letak dan hierarki visual dirancang agar alur baca audiens lebih terarah dan pesan utama kampanye dapat ditangkap dengan cepat.

Tahap *Production* dilakukan dengan memfinalisasi seluruh desain media, memastikan ketepatan warna, tata letak, ilustrasi, dan tipografi agar sesuai dengan standar kampanye yang telah ditetapkan. Penulis memastikan setiap media mampu menyampaikan informasi dengan jelas kepada audiens. Proses perancangan kampanye diwujudkan melalui pengembangan media utama berupa konten edukasi di Instagram yang terdiri dari kombinasi unggahan *feed* dan *carousel*. Selain itu, berbagai media pendukung seperti poster, brosur, dan materi promosi digital juga dibuat untuk membangun persepsi, menarik perhatian, serta mendorong target audiens menuju tindakan. Seluruh media dirancang berdasarkan strategi AISAS agar pesan kampanye tersampaikan secara terstruktur, mulai dari menciptakan perhatian hingga mendorong audiens berbagi informasi kembali.

Pada tahap *Implementation*, seluruh media kampanye diuji dan dievaluasi untuk melihat apakah pesan yang disampaikan sudah dipahami oleh target audiens. Berdasarkan evaluasi dan uji coba, media kampanye dinilai efektif,

konsisten, serta mudah dipahami oleh para responden. Hasil perancangan kampanye diharapkan mampu menjawab kebutuhan ibu hamil akan informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai DMG. Kampanye yang dirancang tidak hanya meningkatkan pemahaman audiens terhadap risiko DMG, tetapi juga mendorong perubahan sikap agar ibu hamil lebih waspada terhadap kondisi kesehatan mereka selama masa kehamilan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan dan evaluasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan penelitian atau perancangan kampanye dengan topik serupa. Saran ini disusun untuk memberikan arahan yang konstruktif bagi peneliti, dosen, maupun institusi pendidikan agar penelitian selanjutnya dapat lebih optimal, komprehensif, dan bermanfaat. Selain itu, saran ini diharapkan dapat membantu pembaca atau calon peneliti memahami aspek-aspek penting yang perlu diperhatikan ketika mengangkat isu kesehatan, khususnya terkait kampanye mengenai Diabetes Melitus Gestasional (DMG).

1. Dosen/ Peneliti

Berdasarkan manfaat penelitian yang telah dijabarkan, penulis menyarankan agar dosen dan peneliti yang tertarik pada topik kampanye kesehatan dapat mengembangkan penelitian lanjutan yang memperluas pembahasan mengenai komunikasi risiko pada ibu hamil, khususnya terkait kondisi seperti DMG yang masih jarang diangkat dalam penelitian visual dan kampanye sosial. Penelitian berikutnya dapat memperdalam analisis mengenai perilaku audiens, efektivitas pesan visual, serta pendekatan komunikasi yang paling tepat untuk meningkatkan kesadaran kesehatan ibu hamil. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan penggunaan metode atau model perancangan lain untuk dibandingkan efektivitasnya, sehingga hasilnya dapat memberikan kontribusi yang lebih luas bagi kajian desain komunikasi visual dan kampanye sosial.

Berdasarkan hasil perancangan kampanye, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan selanjutnya. Data

prevalensi DMG di wilayah Tangerang sebaiknya dilengkapi dan diperdalam, baik melalui data resmi dari instansi kesehatan setempat maupun laporan fasilitas layanan kesehatan terkait. Pertanyaan yang digunakan dalam wawancara dan kuesioner disarankan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dirancang secara persuasif. Pertanyaan persuasif pada penelitian diharapkan mampu menggali persepsi, sikap, serta kesadaran audiens secara lebih mendalam. Perlu adanya kejelasan terkait rujukan kasus yang diangkat dalam kampanye, khususnya dalam penentuan pihak atau fasilitas layanan kesehatan yang dijadikan sebagai brand mandatory. Pemilihan brand mandatory sebaiknya dipertimbangkan berdasarkan data yang relevan, seperti jumlah kasus, tingkat prevalensi, atau peran fasilitas tersebut dalam penanganan isu yang diangkat.

Dari segi desain, media kampanye sebaiknya dilengkapi dengan *call to action* (CTA) yang mengarahkan audiens pada langkah lanjutan, seperti mengakses informasi melalui *website* resmi, media sosial, atau kanal digital lain yang relevan dengan layanan kesehatan terkait. Selanjutnya untuk penggunaan grid harus disesuaikan kembali dengan kebutuhan konten dan karakter target audiens agar alur baca menjadi lebih terarah dan mudah diikuti.

2. Universitas

Penulis menyarankan agar universitas dapat terus mendorong mahasiswa untuk melakukan penelitian dan perancangan kampanye terkait isu kesehatan masyarakat, termasuk DMG, mengingat kebutuhan masyarakat akan informasi yang jelas dan mudah dipahami semakin meningkat. Universitas juga dapat menyediakan lebih banyak fasilitas, bimbingan, serta akses terhadap narasumber dari bidang kesehatan agar mahasiswa memiliki sumber data yang lebih kaya dan kredibel