

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada tahap MPASI merupakan tahap yang penting bagi perkembangan bayi karena berperan dalam menambahkan nutrisi dan stimulasi keterampilan makan, terutama di usia 6 – 9 bulan. Salah satu metode yang secara spesifik mendukung keterampilan makan ialah *baby-led weaning*, yaitu mendorong bayi untuk makan sendiri dengan diberikan makanan padat berbentuk *finger food*, bukan disuap. Meskipun metode tersebut memiliki banyak manfaat seperti meningkatkan kemampuan mengunyah, memperkenalkan berbagai jenis, mengurangi risiko *picky-eater*, sehingga melatih motorik, metode tersebut menimbulkan kekhawatiran pada orang tua, terutama terkait risiko tersedak.

Padahal, berbagai penelitian mengatakan bahwa risiko tersedak pada *baby-led weaning* berasal dari penerapan yang kurang tepat seperti pemberian makanan yang tidak sesuai usia serta ukuran. Selain itu, ketika bayi menunjukkan refleks muntah atau *gagging* (seperti wajah memerah dan mendorong makanan keluar atau memuntahkannya), yang sering salah artikan sebagai tersedak. Tersedak yang sebenarnya ditandai dengan bayi tidak akan bisa bersuara atau batuk. Kecenderungan untuk panik terlebih dahulu, alih-alih bahaya pemberian makan yang sebenarnya, menjadi hambatan psikologis utama yang menumbuhkan perasaan ragu-ragu untuk mencoba metode tersebut.

Untuk mengatasi keraguan tersebut, penulis menciptakan kampanye dalam mengedukasi dan memberikan keyakinan bahwa metode tersebut tidak berbahaya. Karena kampanye dapat sebagai media yang dapat mendorong target audiens untuk membuat perubahan tertentu yang sesuai dengan tujuan, serta dengan media interaktif karena dengan keterlibatan audiens secara aktif, bisa dapat membangun pemahaman dan mempengaruhi pandangannya. Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan adalah *design thinking* oleh Hasso Plattner, karena metode tersebut menghasilkan solusi sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Visual yang digunakan pada kampanye menggunakan tekstur kertas HVS yang *wrinkled* dan berbahan *kraft paper*, dengan tujuan agar menyelaraskan pada konsep desain yang didapatkan melalui *big idea* “Tiap genggaman kecil adalah langkah besar menuju pengalaman baru”, maka konsep desain menggunakan latar belakang sebuah jurnal atau diari cuitan dari sang ibu terhadap momen-momen masa MPASI anak. Pada ilustrasi utama yaitu sang bayi, dengan menggunakan proporsi bayi berusia 6 bulan. Keseluruhan ilustrasi pada kampanye, termasuk *key visual* menggunakan gaya *flat design* dengan *outline* dan diberikan *effect* yaitu *outline* putih dan *drop shadow* agar memberikan kesan seperti stiker yang tengah di tempel pada kertas. Penggunaan warna pada visual tidak jauh dari skema *tetradic* yang digunakan yaitu *pink*, biru, hijau, dan oranye serta warna sekunder yaitu kuning, coklat, dan krim. Namun terdapat penambahan warna seperti warna kulit dari shade *merah*. Oleh karena itu, visual dengan warna yang kontras memberikan look and feel yang fun, sesuai dengan *big idea* dan konsep yang ditentukan. Dan prinsip desain yang digunakan pada *key visual* kampanye juga di implementasikan ke seluruh media dengan tujuan menarik perhatian audiens dan membantu menyampaikan pesan.

Selain itu, dibantu dengan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*). Mengimplementasi kampanye juga dibantu oleh media sekunder seperti dari Instagram, Poster A2, *Wobbler*, POP Display Product Rack, dan *merchandise* berupa *feeding kit* anak. Setelah media utama, yaitu *mobile website* melakukan pengujian dari *alpha test* dengan sesama desainer untuk mengidentifikasi masalah awal dan mengembangkan desain, dan *beta test* dengan target audiens untuk melihat apakah sesuai dengan kebutuhan atau memerlukan penyesuaian lebih lanjut. Hasil dari kedua tahap *testing* tersebut membantu perancangan *mobile website* agar lebih menarik dan berpartisipasi pada kampanye lebih lanjut.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan proses perancangan desain untuk tugas akhir, terdaapt beberapa saran untuk mahasiswa lain yang ingin menempuh topik yang serupa dengan penulis, seperti metode pemberian makan bayi atau masa MPASI.

Pada konteks penulisan pada *mini quiz* yang berkaitan dengan penerapan *baby-led weaning* agar orang tua siap mendamping sang anak memiliki perubahan minor agar tidak memunculkan kesalahpahaman dari penulis kepada target audiens. Kemudian, pada halaman *milestone* juga dapat dikembangkan seperti memberitahu bagaimana mencapai tiap *milestone* anak tersebut, seperti dari tips dan trik untuk menstimulasi bayi agar mencapai *milestone* yang diinginkan. Penulis mengakui terdapat kelemahan dalam media dari jumlah media sehingga konsistensi terhadap desain, namun secara keseluruhan *mobile website* telah menjadi media pendamping kesiapan anak maupun orang tua dalam mendorong untuk mencoba metode *baby-led weaning* sebagai salah satu bagian dari proses tumbuh kembang anak.

Penelitian masih berfokus pada tingkat pengetahuan, pertanyaan, dan keraguan orang tua terhadap metode *baby-led weaning*, sehingga hasilnya lebih kuat dalam menggambarkan kebutuhan informasi audiens. Dan disarankan untuk menghasilkan dasar yang lebih kuat dalam merancang strategi kampanye yang tidak hanya bersifat informatif namun persuasif mendorong perubahan sikap dan perilaku. Selain itu, penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mempertimbangkan secara lebih spesifik karakteristik sosial-ekonomi (SES) agar lebih tepat sasaran dan relevan dengan *behavior* audiens. Dan penelitian selanjutnya memperbaiki penggunaan *padding* antara elemen pada *interface* untuk meningkatkan kejelasan visual serta kemudahan pengguna.

1. Dosen/ Peneliti

Pentingnya untuk mengetahui bahwa metode pemberian makan pada anak bukannya hal yang mutlak, dalam artian metode *baby-led weaning* bisa di gabung dengan metode makan lainnya, karena pada dasarnya untuk memastikan nutrisi dan perkembangan tumbuh anak tercapai dengan baik, bukan mengikuti tren saja tanpa mempertimbangkan sang anak.

2. Universitas

Penelitian tersebut dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa yang tertarik pada ranah edukasi *parenting* dalam perancangan kampanye, baik dari masa MPASI maupun metode pemberian makan bayi. Serta sebagai acuan bagi mahasiswa yang merancang kampanye interaktif.