

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan kampanye SHOT HAPPEN dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran vaksinasi dewasa pada kelompok usia 18 sampai 25 tahun melalui pendekatan visual yang relevan dan mudah diterima oleh audiens muda. Seluruh proses penelitian, analisis, serta tahapan *design thinking* menunjukkan bahwa rendahnya literasi vaksinasi dewasa dipengaruhi oleh keterbatasan informasi, rasa takut terhadap vaksin, dan anggapan bahwa imunisasi hanya penting pada masa kanak-kanak. Temuan tersebut menjadi dasar dalam menyusun kampanye yang komunikatif, interaktif, dan lebih dekat dengan cara berpikir target audiens.

Media utama berupa *interactive microsite* dipilih karena memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi secara runtut dan menarik, serta memungkinkan pengguna untuk melakukan eksplorasi yang lebih mendalam, termasuk mengakses jadwal vaksinasi dan penjelasan mengenai jenis vaksin yang diperlukan. Media sekunder seperti poster, konten sosial media, serta berbagai *gimmick* dirancang untuk memperkuat identitas kampanye dan memperluas jangkauan pesan di ruang publik maupun ruang digital. Pemilihan warna, tipografi, penggunaan tekstur *halftone*, ilustrasi, dan *tone of voice* yang lugas dan hidup membantu menciptakan pengalaman komunikasi yang konsisten serta sesuai dengan gaya interaksi anak muda.

Hasil evaluasi melalui tahap *alpha test* dan *beta test* menunjukkan bahwa kampanye ini mampu memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai pentingnya vaksinasi dewasa, mempermudah akses informasi, serta menarik perhatian melalui visual yang berbeda dari kampanye kesehatan pada umumnya. Pendekatan yang ringan, tidak menggurui, dan dekat dengan keseharian audiens terbukti menjadi strategi yang efektif untuk mendorong perubahan perilaku.

Secara keseluruhan, kampanye *SHOT HAPPEN* berhasil memenuhi tujuan perancangan, yaitu menghadirkan media komunikasi yang informatif, menarik, dan mampu meningkatkan kesadaran mengenai vaksinasi dewasa. Kampanye ini diharapkan dapat menjadi contoh bahwa isu kesehatan dapat disampaikan melalui konsep visual yang segar, relevan, dan mudah diterima oleh generasi muda, serta membuka peluang untuk pengembangan kampanye serupa dalam skala yang lebih luas pada masa mendatang.

5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye interaktif mengenai vaksinasi dewasa, penulis telah melalui serangkaian proses mulai dari pengumpulan data, analisis target audiens, perumusan konsep, hingga perancangan media utama dan media sekunder. Selama proses tersebut, terdapat beberapa tantangan yang muncul, misalnya tidak meratanya literasi vaksinasi dewasa di Indonesia, minimnya data publik yang mudah dipahami oleh audiens muda, serta adanya persepsi bahwa kampanye kesehatan seharusnya tampil dengan visual yang lebih formal. Tantangan ini memberikan wawasan bahwa edukasi kesehatan membutuhkan pendekatan desain yang lebih dekat dengan karakter generasi muda, namun tetap memperhatikan kejelasan informasi.

Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa saran bagi pembaca atau peneliti yang ingin mengembangkan topik atau media kampanye serupa sebagai berikut.

1. Penggunaan istilah *kampanye edukasi* pada judul disarankan agar selaras dengan fokus perancangan dan pendekatan penelitian yang digunakan.
2. Pemilihan topik kampanye kesehatan sebaiknya dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan data dan fenomena yang relevan di Indonesia agar proses riset dapat berlangsung lebih cepat dan akurat.
3. Ketika melakukan pengumpulan data, usahakan menjangkau target audiens secara lebih luas dan menyeluruh. Tidak hanya mengumpulkan data terkait topik, tetapi juga kebiasaan, cara konsumsi media, dan preferensi visual mereka agar solusi yang dirancang benar benar tepat sasaran.

4. Dalam memilih media kampanye, setiap media perlu dipertimbangkan dengan matang. Pastikan alasan penggunaan media tersebut jelas, sesuai dengan karakter audiens, dan mendukung alur kampanye dari tahap awareness hingga action.
5. Perencanaan konten dan strategi komunikasi hendaknya dilakukan sejak awal agar proses visualisasi dan produksi media dapat berjalan dengan lebih terarah.
6. Bagi mahasiswa yang menggunakan pendekatan visual non medis seperti kampanye ini, penting untuk menyiapkan argumentasi yang kuat mengenai alasan pemilihan gaya visual yang tidak langsung menyerupai kampanye kesehatan. Pendekatan ini dapat efektif untuk audiens muda, namun tetap perlu disertai elemen pendukung agar konteks kesehatan tetap terlihat.

