



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam bidang kedokteran, Anabolik Androgenik Steroid(AAS) merupakan obat yang digunakan untuk mengatasi penyakit kelainan hormon pada pria. Oleh karena itu, AAS sering juga disebut sebagai hormon *testosterone* buatan. Namun, sekarang ini AAS sering disalahgunakan dalam dunia *fitness*. Masyarakat menggunakannya untuk membentuk otot secara instan sehingga dapat memperoleh bentuk tubuh ideal dalam kurun waktu yang relatif singkat. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara yang telah penulis lakukan, masyarakat tidak mengetahui dampak negatif dari AAS tersebut karena kurangnya informasi yang ada. Hal itu yang kemudian menjadi tujuan penulis dalam merancang kampanye sosial ini, yaitu penulis ingin memberikan informasi mengenai dampak negatif AAS agar masyarakat tidak menggunakan AAS lagi.

Kampanye NOROID mengajak masyarakat untuk menyadari bahayanya AAS. Kampanye ini juga memiliki *tagline* yaitu “Good Muscle, Bad Future” yang artinya adalah untuk apa memiliki otot yang kekar dan tubuh yang maskulin, tetapi masa depan Anda terancam oleh berbagai penyakit. Lalu, media utama yang digunakan dalam kampanye ini adalah poster, karena hasil kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa masyarakat memilih poster sebagai media yang paling mudah dimengerti dan tidak memerlukan waktu lama untuk memahami informasi yang terdapat dalam sebuah poster. Mereka cenderung

memilih media yang dapat dipahami dengan cepat karena jeda istirahat mereka saat melakukan fitness hanya 1-3 menit.

Target dari kampanye sosial ini adalah masyarakat awam pria umur 20-30 tahun yang tinggal di Jakarta dan melakukan kegiatan *fitness*. Konsep visual kemudian disesuaikan dengan minat target, yaitu menggunakan warna gelap seperti hitam dan abu-abu untuk memberikan kesan kuat dan kokoh. Di samping itu, warna hitam juga memiliki arti kesedihan, dan suram, sesuai dengan kata “*Bad Future*”. Sementara, visualisasi dari kata “*Good Muscle*” adalah dengan menggunakan model pria yang berotot.

Metode kampanye sosial yang digunakan adalah metode AISAS, sehingga dalam setiap tahap-tahapnya terdapat media yang dirancang sesuai dengan tujuan dari setiap tahap. Selanjutnya, pada tahap terakhir yaitu *Share*, penulis akan membagikan atribut fitness, berupa kaos, kepada anggota member tempat kebugaran dan mengajak mereka untuk menggunakan atribut tersebut saat sedang melakukan kegiatan fitness. Hal ini bertujuan agar para member tersebut, secara tidak langsung, ikut membagikan informasi mengenai bahaya AAS kepada orang-orang non-member yang juga melakukan aktivitas *fitness* di tempat kebugaran yang bersangkutan, sehingga tujuan dari tahap *Share* terpenuhi.

5.2. **Saran**

Melalui perancangan kampanye sosial dampak negatif AAS ini, penulis telah memperoleh berbagai tahapan pembelajarsn. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pembaca yang ingin mengembangkan atau mengambil

tema sejenis, agar melakukan observasi, wawancara, dan studi pustaka untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai AAS, sehingga pesan yang diberikan berupa fakta yang telah terbukti dan bukan opini semata. Lalu, dalam pengembangan kampanye sosial ini, sebaiknya pembaca benar-benar memahami dunia *fitness* dan AAS agar perancangan kampanye sosial ini dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi.



U M N