

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melalui proses analisa, penelitian, studi kasus, studi pustaka dan riset, maka saya memutuskan judul “Kampanye Anti Rokok Untuk Wanita” sebagai Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual saya.

Melalui “Kampanye Anti Rokok Untuk Wanita” ini diharapkan kesadaran kaum wanita mengenai dampak buruk rokok akan meningkat, melalui pendekatan bahwa rokok tidak hanya buruk bagi kesehatan, melainkan juga kecantikan mereka. Selain itu, diharapkan pandangan wanita mengenai 5 alasan utama wanita merokok, dapat diubah ke jalur yang benar.

Menurut survey **ASH** (*Action on Smoking and Health*), sebuah lembaga legal di Amerika yang sering mengadakan kampanye anti merokok, 5 alasan utama wanita merokok tsb adalah sebagai berikut:

- | | |
|--|-----|
| 1. Menaikkan citra diri | 26% |
| 2. Sebagai gaya hidup / <i>lifestyle</i> | 24% |
| 3. Membantu proses diet | 21% |
| 4. Membantu meredakan stress | 18% |
| 5. Wujud emansipasi terhadap kaum pria | 11% |

Tujuan pembuatan kampanye ini adalah untuk meminimalkan tingkat wanita perokok di Indonesia, dengan cara memberi informasi dampak buruk rokok pada kesehatan dan kecantikan mereka.

Para wanita akan diingatkan mengenai dampak buruk rokok melalui media-media yang terdapat dalam kampanye, yang dibagi menjadi 2 golongan besar, yaitu *above the line* dan *below the line*.

Media *above the line* antara lain :

- TVC / Iklan TV
- Website
- Roadshow

Sedangkan media below the line antara lain :

- Poster
- Leaflet
- Iklan Majalah
- Ambience
- Gimmick

Manfaat dari keberhasilan kampanye ini sangat besar, yaitu dengan turunnya tingkat wanita perokok di Indonesia, masyarakat otomatis telah melakukan manuver, yang mengacu pada hidup sehat. Setelah itu, diharapkan sedikit demi sedikit kaum pria pun mulai mengikuti jejak kaum wanita dengan membudayakan hidup sehat. Melalui hal tsb, program Indonesia Sehat 2010 tentu akan lebih mudah tercapai.