

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa dan proses yang dilalui sewaktu pengerjaan Tugas Akhir Kampanye Meditasi Bagi Pekerja Kantor Jakarta dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Target audience* antusias terhadap meditasi, rasa penasaran terhadap meditasi tinggi
2. *Target audience* sangat memerlukan manfaat meditasi, baik dari manfaat kesehatan jasmani maupun mental
3. *Target audience* menyukai gaya visual digital painting
4. Meditasi merupakan kunci menuju hidup yang lebih baik, dan langkah awal yang tepat dan efektif adalah mengkampanyekan meditasi ini kepada pekerja kantor usia 25-30 tahun karena seringkali mengalami stress, yang dikarenakan tingkat ambisinya yang tinggi.

## **5.2 Saran Penulis**

1. Kampanye yang mengajak masyarakat untuk meditasi harus dilakukan secara terus menerus, karena meditasi merupakan aktivitas yang asing bagi masyarakat Indonesia, kampanye tentang meditasi tidak bisa dilaksanakan hanya dalam hitungan bulan. Perlu waktu yang panjang untuk menjadikan meditasi menjadi bagian dari gaya hidup orang Indonesia, khususnya masyarakat kota besar.
2. Meditasi sebenarnya merupakan aktivitas ibadah yang universal bagi agama dan kepercayaan spiritual manapun dan merupakan esensi dari ibadah. Maka pemikiran bahwa meditasi sebagai aktivitas suatu agama tertentu saja apalagi melakukan pengharaman aktivitas meditasi, bagi penulis itu merupakan tindakan dangkal, intoleran, dan tolol secara harafiah.
3. Setiap orang harus menyisihkan waktunya untuk menyempatkan diri bermeditasi tiap harinya. Untuk kehidupan yang lebih baik.