

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### 5.1 Kesimpulan

Kesehatan merupakan hal yang sangat berharga dalam hidup manusia, bila tubuh manusia dalam keadaan tidak sehat maka otomatis kinerjanya pun terganggu dan dapat pula berdampak pada orang di sekitarnya. Dampak yang mempengaruhi orang sekitarnya cenderung negatif, seperti mengganggu aktifitas anggota keluarga lainnya dengan cara anggota keluarga tersebut membantu anggota keluarganya yang sedang sakit.

Banyak mitos – mitos keliru tentang kolesterol yang terjadi di masyarakat. Misalnya mitos pada orang berkadarnya kolesterol tinggi jika berolah raga, diet dan dalam keadaan fit, berarti kolesterol pasti baik, padahal selain olah raga dan diet ada hal lain yang mempengaruhi kadar kolesterol seperti berat badan, merokok, riwayat keluarga, umur, dan jenis kelamin. Agar kadar kolesterol tetap terkontrol dibutuhkan pola hidup sehat (diet dan olah raga), serta kepatuhan minum obat, dll. Salah satu cara mudah dalam pencegahan kolesterol, yaitu kita dapat menyisihkan waktu minimal 30 menit setiap harinya dengan melakukan senam maupun *jogging*, baik di dalam rumah, halaman maupun di sekitar perumahan, sehingga metabolisme tubuh bekerja optimal dan kolesterol jahat tidak menumpuk.

Dalam sebuah kampanye yang efektif, diperlukan perencanaan yang akurat mengenai masalah, tujuan, target audience, pesan yang ingin disampaikan, *budgeting*, pihak terkait, media kampanye, distribusi, dan teori yang berkaitan. Kampanye sosial yang efektif akan dapat berjalan dengan baik dan maksimal, jika digunakan pendekatan yang tepat, dalam hal ini yaitu membuat mereka berpikir dan tersentuh secara emosi.

Dari pengumpulan data, studi literatur, hingga *finishing*, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam mendesain sebuah Print Ad kampanye yang efektif, diperlukan perencanaan keseluruhan yang akurat, serta pengetahuan yang luas akan target audience, dan keseimbangan antara informasi dan elemen estetis, agar keduanya

dapat berjalan selaras, terlihat serasi, informatif, dan menunjang keseluruhan media kampanye lainnya dan menimbulkan kesan tertentu mengenai kampanye itu sendiri.

Selain itu, pengetahuan bahan dan cetak juga diperlukan guna mendapatkan hasil cetak yang maksimal dan efisien.

2. Dalam mendesain sebuah billboard, diperlukan pengetahuan dan perencanaan yang akurat, terutama mengenai permasalahan *budget*, tempat pemasangan efektif, dan jangka waktu pemasangan efektif. Selain itu bidang desain yang sangat besar juga harus menjadi bahan pertimbangan dalam memasukkan elemen-elemen desain yang tidak hanya estetis namun juga informatif dan memudahkan target audience dalam menyerap informasi yang dimuat dalam billboard seefektif mungkin.

3. Dalam mendesain sebuah situs web, diperlukan pengetahuan dasar mengenai situs web yang baik, pengenalan sistem interaksi yang memudahkan, waktu akses yang cepat, agar pengunjung merasa betah berlama-lama dan membaca informasi yang disediakan. Selain itu, sebuah situs web juga harus memiliki konsistensi dengan media-media yang lain.

4. Situs Jejaring Sosial / Cyber Friends Network menawarkan sebuah identitas digital di dunia maya, kemudian berkembang menjadi sebuah media promosi yang populer karena dapat diakses secara bebas dari dalam jaringan. Media ini sudah menjadi tren di Indonesia seiring dengan semakin murahnya tarif internet, menjadikannya sebagai salah satu media promosi yang baru dan efektif. Selain itu desain halaman web-nya dapat disesuaikan dengan keinginan kita, sehingga tampilannya dapat terlihat lebih menarik tanpa menghilangkan unsur - unsur penting didalamnya.

5. Dalam penerapan Endorse Product, diperlukan pengetahuan yang luas akan target audience, khususnya dalam pemilihan produk yang dekat dengan target audience dan keefektifan dalam distribusinya.

6. Dalam merancang iklan layanan masyarakat, diperlukan wawasan luas dari segala aspek, dari konsep, pesan, *props*, biaya hingga penayangannya yang dikonsumsi oleh target audience.

7. Dalam merancang Ambient Media, diperlukan juga wawasan yang luas akan target audience, pesan, pemilihan lokasi hingga penerapannya.
8. Dalam mendesain sebuah gimmick atau merchandise, diperlukan konsistensi dalam penggunaan elemen-elemen estetis agar menunjang keseluruhan media kampanye, pengetahuan yang benar akan pola hidup dan kebiasaan-kebiasaan yang dekat dengan target audience, agar membuat pesan kampanye dapat bertahan lebih lama dan selaras dengan keseharian target audience.
9. Secara keseluruhan, dalam merancang media-media kampanye yang efektif, diperlukan pengetahuan dan wawasan yang luas akan target audience yang menjadi sasaran utama kampanye. Pemetaan target audience yang baik selanjutnya akan memudahkan desainer dalam menentukan informasi verbal, gaya desain, dan keselarasan antara keduanya.

## 5.2 Saran Penulis

- Sekiranya Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat lebih aktif lagi dalam aktifitas kampanye – kampanye kesehatan khususnya yang berhubungan dengan masalah kolesterol.
- Target audience maupun orang disekitarnya lebih peduli akan masalah kesehatan khususnya yang berhubungan dengan kesehatan kolesterol.
- Produsen barang – barang kebutuhan pribadi yang berhubungan dengan kesehatan, lebih peduli dengan konsumennya dalam menerapkan mempromosikan gaya hidup sehat.