

Bab V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Gangguan tidur berupa insomnia merupakan sebuah gejala dan bukan penyakit, di mana hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai indikasi untuk mencegah sesuatu yang bersifat lebih serius. Karena itu akibat-akibat yang dapat ditimbulkan insomnia seperti rasa kantuk saat beraktifitas, sulit berkonsentrasi, atau *exhausting sleep*, perlu ditindaklanjuti dengan segera.

Melalui perancangan kampanye berjudul “NO INSOM!” yang disampaikan pada target audiens berusia 24-30 tahun dengan media seperti poster, brosur, media sosial, *banner*, serta *gimmick* dan mempunyai acara puncak yakni seminar “Insomnia: Gangguan Tidur Teratur”, diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat akan manfaat-manfaat tidur serta pentingnya menanggulangi gangguan-gangguan tidur seperti insomnia.

Menggunakan penyampaian secara visual yang disesuaikan dengan segmentasi demografis, geografis, dan psikografis target market yaitu dewasa muda berusia 24-30 tahun kelas Menengah Atas (A) dan Menengah (B), berpendidikan minimal Sekolah Menengah Atas serta tinggal di Bandung, informasi disampaikan melalui penggunaan elemen-elemen yang menghindari bentuk-bentuk tajam, warna-warna terlalu cerah, dan komposisi yang terlampau padat. Hal ini berkaitan dengan suasana yang diperlukan untuk tidur – yang menjadi salah satu fokus utama perancangan kampanye ini – yakni aman, tenang, dan nyaman.

Dengan demikian, insomnia terutama insomnia kronik yang dapat terjadi pada jangka waktu yang relatif panjang serta berakibat lebih buruk dan umum dialami, dapat dicegah dan ditanggulangi secara dini, terutama oleh target audiens berusia 24-30 tahun.

5.2 Saran

Dalam mengatasi masalah insomnia yang semakin berkembang, terutama dikarenakan perubahan pola hidup dan perkembangan teknologi, penulis menyarankan agar para praktisi akademis khususnya di Indonesia untuk bekerja sama dalam proses pencegahan insomnia

sejak dini, khususnya para pakar kesehatan seperti ahli gizi, ahli pernafasan, ahli kejiwaan, dan ahli tidur, dengan pakar-pakar dalam industri kreatif seperti desainer.

Pemerintah serta organisasi-organisasi/yayasan/badan kesehatan misal rumah sakit dapat mendukung kampanye-kampanye serupa seputar penanggulangan insomnia, dan sebaiknya tidak hayan berfokus pada masalah kesehatan yang dianggap lebih 'nyata' seperti Narkoba.