

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisa menurut data dan fakta yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penggemar fitness baik pria maupun wanita menggunakan suplemen fitness. Namun hanya 11% dari mereka yang peduli akan adanya efek samping dari suplemen fitness yang mereka gunakan. Selain itu kepedulian mereka dengan kesehatan mereka sendiri sangatlah rendah. Menurut data hanya 16% dari mereka yang pernah memeriksakan kesehatan mereka setelah mengkonsumsi suplemen fitness. Sedangkan, menurut ahli gizi pengguna suplemen fitness diharuskan minimal satu tahun sekali memeriksakan kesehatan mereka untuk menghindari efek samping dari suplemen yang mereka konsumsi.

Untuk memecahkan masalah tersebut maka dibuatlah “ Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Efek Samping Penggunaan Suplemen Fitness Untuk Para Penggemar Fitness “. Dengan menggunakan tiga tahapan yaitu, *awareness*, *informing*, dan *reminding*. Dengan konsep komunikasi menggunakan gaya bahasa sehari-hari yang mudah dimengerti. Selanjutnya konsep kreatif menggunakan unsur hiperbola dan metafora, dan konsep media menggunakan media sosial Instagram sebagai media utama. Tujuan dari perancangan kampanye ini adalah meningkatkan kesadaran para pengguna suplemen fitness akan adanya efek samping yang timbul bila digunakan dengan cara yang kurang tepat, agar mereka dapat lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi suplemen fitness. Manfaat dari kampanye ini adalah agar para pengguna suplemen fitness dapat terhindar dari efek samping suplemen yang mereka konsumsi.

#### **5.2 Saran**

Untuk mendalami topik yang dipilih harus lebih sering bergaul dengan orang yang sudah lama berkecimpung atau yang ahli dalam bidang tersebut. Contohnya pada topik ini harus sering bergaul pada orang yang sudah lama menggunakan suplemen fitness, *personal trainer*, dan orang-orang yang mendalami suplemen fitness.