

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari proses penyusunan Tugas Akhir mengenai perancangan kampanye “*Keep Positive*” yaitu:

1. Adanya perbedaan istilah terhadap air yang dapat dikonsumsi. Masyarakat Indonesia lebih mengenal istilah air putih yang merujuk kepada semua jenis air yang dapat diminum sedangkan dalam dunia medis, istilah tersebut dikenal dengan air minum. Air minum sendiri memiliki banyak jenis. Pada kampanye ini, air minum yang dimaksud adalah air yang mengandung mineral yang sering dikonsumsi dalam bentuk kemasan oleh masyarakat Indonesia. Air mineral memiliki banyak manfaat untuk tubuh sehat. Orang yang memiliki gangguan ginjal tidak dianjurkan meminum air mineral.
2. Saat ini media sosial berkembang pesat yang memudahkan perancang kampanye untuk menjangkau target tertentu, tapi media sosial seperti ini tetap harus didukung dengan *event* agar target merasa menjadi bagian dari kampanye secara nyata.

5.2 Saran

Saran bagi perancang kampanye, saat ini banyak topik mengenai isu sosial yang sederhana tetapi dapat diangkat menjadi sebuah kampanye. Keberhasilan kampanye salah satunya bergantung pada media yang digunakan, untuk itu perlu adanya analisa mengenai daya efektif dari media yang akan digunakan. Apabila kampanye memerlukan figur tokoh publik, tokoh tersebut harus memiliki karakter selaras dengan tujuan kampanye. Selain itu, penyampaian informasi pun harus memiliki nilai kebaruan agar target tertarik mengikuti kampanye tersebut.