

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dapat ditarik suatu kesimpulan yang terkait dengan temuan di lapangan, pesan dan strategi media. Pada saat perancangan kampanye cerdas cegah tumor payudara pada remaja putri, diketahui bahwa masyarakat masih belum mengetahui hal-hal mengenai kanker payudara (gejala, faktor risiko, dan hal yang dapat dilakukan) serta tentang deteksi dini *carcinoma mammae* dengan melakukan (SADARI). Selain itu diketahui pula bahwa masyarakat khususnya remaja putri tidak rutin melakukan SADARI.

Pesan yang ingin disampaikan melalui perancangan kampanye ini adalah cegah kanker payudara dan lakukan SADARI sekarang juga sebelum terlambat. Penyakit ini dapat dideteksi sejak dini dengan adanya kepedulian serta kesadaran dari masyarakat khususnya para remaja itu sendiri untuk melakukan deteksi dini. Kenyataannya, masyarakat masih belum mengetahui tentang kanker payudara dan apa yang bisa dilakukan untuk mencegah sel kanker tersebut agar tidak bertambah parah. Berdasarkan temuan tersebut, maka dibuat media-media untuk memberikan informasi, meningkatkan kesadaran dan mengingatkan target yaitu remaja untuk melakukan SADARI. Informasi yang diberikan merupakan informasi penting yang perlu diketahui tentang kanker payudara, yaitu pengertian, gejala, faktor risiko dan bahaya kanker payudara. Selain itu juga ada informasi mengenai SADARI dan cara melakukan SADARI melalui sebuah *motion graphic*. Adapun media pendukung tersebut disampaikan melalui media sosial, *background zoom*, sertifikat, *notebook*, totebag, lanyard dan T-shirt.

5.2 Saran

Penelitian dan perancangan kampanye cerdas cegah kanker payudara pada remaja putri telah diupayakan dengan maksimal, namun tentunya masih

banyak kekurangan yang dapat diperbaiki oleh peneliti berikutnya. Adapun kendala yang ditemui dalam pemilihan media. Target dari kampanye ini adalah remaja putri berusia 14-21 tahun. Oleh karena itu, hobi dan kebiasaan antara usia pun berbeda sehingga sulit untuk menentukan media apa yang tepat dan cocok untuk remaja tersebut.

Berdasarkan kendala yang dihadapi, penulis mendapati penting untuk memperdalam tujuan kampanye agar penelitian lain dapat melaksanakannya. Elaborasi dapat dilakukan melalui observasi ataupun *focus discussion*. Observasi atau *focus group discussion* berguna untuk melihat kebiasaan dari target. Dengan cara ini, dapat ditarik kesimpulan dan mengetahui media apa yang cocok digunakan dalam kampanye yang ingin dibuat.

Selain itu perlu dilakukan uji lapangan yang menunjukkan hasil-hasil desain kita kepada target untuk melihat desain yang kita bikin sudah pas dengan target. Media yang dibuat dalam kampanye ini merupakan video *motion graphic* dan media pendukung seperti media sosial dan *merchandise*.