

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Perancangan kampanye ini telah dilakukan dengan menggunakan metode *design thinking* mulai dari *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* sampai *test*. Penulis berkesimpulan bahwa hasil yang didapat pada perancangan ini berupa tiga tahapan perancangan, tahap sebelum perancangan, pada tahap ini terdiri dari konten pembahasan dengan beberapa jenis konten, yaitu konten edukasi, konten *trivia*, konten *quote*, konten *tips & tricks*, dan konten *interactive*, penggunaan tema “Hidup Sehat Tanpa Narkoba”, lalu selanjutnya ada hashtag yang digunakan yaitu *#SayNoToDrugs*, penggunaan nama pada mikroblog ini yaitu “Sehat Tanpa Narkoba”. Selain itu, pemilihan warna yang digunakan berupa warna putih sebagai warna utama dan warna biru beserta warna turunannya, warna toska, warna cream, dan warna hitam, jenis tipografi yang digunakan berjenis *typeface sans serif* yaitu *Akira Expanded Super Bold Font* sebagai *Headline*, dan *Cocogose Semi Light Font* sebagai *bodytext*. Selanjutnya yaitu tahap perancangan yang terdiri dari elemen visual yang digunakan yaitu jenis ilustrasi *flat design* dan foto. Pada tahap perancangan ini terdiri dari penggunaan *logotype*, *template*, *input elemen on layout*, dan *layouting*. Selanjutnya yaitu pada tahap terakhir, tahap sesudah perancangan yang terdiri dari *test* bersama target *audiens* dengan menggunakan metode kuesioner. Pada tahap *test*, target *audiens* memberikan pendapatnya bahwa

desain dan informasi telah sesuai dengan yang mereka lihat, setelah itu dilakukan evaluasi yang menyimpulkan bahwa tidak ada revisi, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa desain yang didapat telah final.

Kesimpulan lainnya yaitu implementasi kampanye bahaya penyalahgunaan narkoba telah dilakukan dengan hasil berupa publikasi kampanye bahaya penyalahgunaan narkoba yang dituangkan dalam mikroblog Instagram, kampanye ini dilakukan selama 3 bulan dari bulan April sampai 25 Juni.

## **5.2 Saran**

Selama hasil yang didapat dari perancangan ini, maka apabila akan dilakukan kampanye serupa dengan harapan penyebar luasan pesan yang lebih efektif serta tepat sasaran, dengan demikian penulis menyarankan untuk dapat melakukan kampanye secara langsung dengan target audiens. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sumber referensi penelitian sejenis.