

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa video mengenai persuasi mengurangi konsumsi minuman dalam kemasan ini ditujukan kepada khalayak usia 10-19 tahun. Sebelum memasuki tahap perancangan, terdapat proses pengumpulan informasi terhadap dampak buruk pada minuman manis kemasan, pencarian ide konsep secara tertulis maupun visual, dan selanjutnya masuk pada proses penggambaran secara manual dan digital, lalu masuk pada proses pergerakan visual dan pemberian audio. Perancangan ini bersifat mengajak khalayak untuk memahami mengenai dampak yang diakibatkan ketika mengonsumsi gula berlebihan. Dengan menyajikan sebuah video iklan layanan masyarakat diharapkan anak-anak dan remaja bahkan masyarakat umum agar lebih menyadari bahaya konsumsi gula pada minuman kemasan dan termotivasi untuk membuat pilihan yang lebih sehat dalam kehidupan sehari-hari. Perancangan ini akan bermanfaat bagi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dan *Center for Indonesia Strategic Development Initiatives (CISDI)* untuk memperkuat program kampanye Kesehatan dan pencegahan penyakit tidak menular, serta mendukung upaya pemerintah dalam mengurangi angka prevalensi penyakit terkait gula dan meningkatkan efektivitas dalam menyebarluaskan pesan kesehatan kepada khalayak sasaran.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan efektivitas video mengenai persuasi mengurangi konsumsi minuman dalam kemasan yang ditujukan kepada khalayak usia 13 hingga 17 tahun. Pertama, tingkatkan riset dan pengumpulan data mengenai dampak buruk konsumsi minuman manis kemasan agar informasi yang disampaikan tetap relevan dan akurat. Kedua, optimalkan visual dan audio dengan memastikan ilustrasi dan yang digunakan menarik dan sesuai dengan preferensi khalayak, serta menggunakan audio yang mendukung suasana dan pesan yang ingin disampaikan. Ketiga, manfaatkan platform media sosial yang populer di kalangan remaja untuk

menyebarkan video, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, agar pesan dapat menjangkau khalayak lebih luas. Terakhir, pertimbangkan untuk membuat konten interaktif atau menggunakan narasi yang dapat mengajak audiens untuk terlibat aktif, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diingat dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.