

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Sebuah media kampanye social yang berupa video akan dibuat dengan tujuan memberikan edukasi sekaligus meningkatkan kesadaran ketidakpedulian khalayak terhadap TBC anak di bawah umur 6 tahun. Video ini menggunakan teknik pengambilan gambar beragam seperti, *Close up*, *Medium Shot*, *Cinematic Shot*, dan *Long Shot*, digunakan untuk memberikan gambaran yang mempresentasikan permasalahan tentang TBC anak di bawah umur 6 tahun. Tipografi yang digunakan dalam video ini menggunakan *font* subheadline seperti *More Sugar* dan *Myriad Pro*, *font* ini digunakan untuk memastikan pesan yang disampaikan tersampaikan dengan mudah dipahami oleh khalayak. Selain video utama, akan adanya media pendukung berupa poster promosi, *x-banner*, *feed Instagram*, *video teaser*, *website*, *feeds Instagram*, *Story Instagram*, *Tiktok Content*, *Design booth event*, *Totebag*, *T-shirt*, *Topi*, *Tumbler*, *Stickerpack*, dan *Mug*, yang akan digunakan sebagai media pendukung untuk penguat dari pesan yang akan disampaikan dari media video utama. Kedua media tersebut akan ditampilkan secara bersamaan dalam sebuah event atau hari TBC nasional, sehingga pengunjung dapat memperoleh informasi yang mempresentasikan dan meningkatkan kesadaran mengenai bahaya TBC pada anak di bawah umur 6 tahun kepada khalayak.

IV.2 Saran

Di dalam perancangan TBC pada anak di bawah umur 6 tahun melalui media video ini memiliki beberapa kekurangan dalam aspek tertentu baik dari segi media ataupun penelitian. Untuk diharapkan perancangan berikutnya mampu membuat media yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh para khalayak. Selain itu diharapkan lebih menggali lagi data lebih dalam sehingga saat pembuatan media akan jatuh lebih mudah dan mengerti permasalahan apa yang dapat diangkat, dan perancangan berikutnya sebaiknya melibatkan kerjasama dengan berbagai media atau mandatory untuk mengetahui lebih lebih dalam dan luas terhadap permasalahan yang ada, selain itu diharapkan menghasilkan konten yang lebih kreatif dan bervariasi di media *social*, serta memanfaatkan *event* untuk mengajak para khalayak untuk mengetahui lebih luas terhadap bahaya TBC pada anak di

bawah umur 6 tahun secara lebih dalam, dan dapat mengembangkan promosi berkelanjutan guna memperluas informasi media kampanye TBC pada anak di bawah umur 6 tahun.