

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan proyek tugas akhir yang telah dilaksanakan, kegiatan ini menjadi bentuk implementasi karya bidang *event management* dan *public relations campaign* dalam upaya peningkatan kesadaran tentang diabetes dan dorongan perubahan gaya hidup menjadi lebih sehat. Penulis telah mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kampanye SEHATI berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai diabetes melitus. Hal ini terlihat melalui hasil pre dan post test yang mengalami peningkatan pada seluruh indikator pemahaman. Secara keseluruhan, rata-rata peningkatan kesadaran mencapai 44,8% sehingga target KPI berhasil tercapai
2. Kampanye SEHATI berhasil membentuk kesadaran dan sikap positif peserta terhadap pencegahan diabetes melitus. Hasil post-test menunjukkan mayoritas responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator sebagai upaya pencegahan diabetes melitus
3. Kampanye SEHATI berhasil meningkatkan *behavioural intention* atau niat perilaku hidup sehat peserta. Mayoritas responden menyatakan berniat untuk menerapkan pola hidup sehat. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya meningkatkan pengetahuan namun juga mendorong kesiapan audiens untuk memulai perilaku hidup sehat
4. Pelaksanaan Kampanye SEHATI memperoleh penilaian yang sangat baik dari peserta. Mayoritas responden menilai media edukasi yang digunakan mudah dipahami serta permainan edukatif dan interaktif yang disediakan turut membantu pengunjung untuk memahami materi. Pengunjung juga turut merasa terlibat aktif selama kegiatan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang

diterapkan mampu menciptakan pengalaman edukasi yang interaktif dan efektif.

5. Secara keseluruhan, Kampanye SEHATI berhasil mencapai tujuan dan *Key Performance Indikator* (KPI) yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil evaluasi, kampanye mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai diabetes melitus, membentuk sikap positif terhadap pencegahan penyakit, mendorong niat untuk menerapkan perilaku hidup sehat, serta memperoleh respons positif terhadap media dan pelaksanaan kampanye. Dengan demikian, kampanye SEHATI dapat dinilai efektif sebagai media komunikasi kesehatan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pencegahan diabetes melitus

5.2 Saran

Pada pelaksanaan proyek tugas akhir yang menghasilkan kegiatan Kampanye SEHATI (Sehat Tanpa Diabetes), terdapat berbagai hal dan tantangan yang dihadapi, baik dari pihak penulis maupun *stakeholder* yang terlibat. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan beberapa saran guna menjadi bahan evaluasi dan perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan sejenis di masa mendatang :

1. Bagi Dinas Kesehatan Kota Semarang

Dari kegiatan ini, diharapkan Dinas Kesehatan Kota Semarang diharapkan dapat terus mengembangkan program promosi kesehatan mengenai pencegahan diabetes melitus melalui kampanye yang berkelanjutan dengan memanfaatkan media komunikasi yang lebih interaktif dan inovatif. Selain itu, kegiatan edukasi di ruang publik seperti Car Free Day dapat dilaksanakan secara berkala dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan sehingga jangkauan edukasi kepada masyarakat menjadi lebih luas dan mampu mendorong perubahan perilaku hidup sehat secara berkelanjutan.

2. Bagi Penulis

Berdasarkan hasil observasi dan pengumpulan data yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan, penulis disarankan untuk lebih mematangkan perencanaan serta koordinasi dengan stakeholder agar tidak terjadi miskomunikasi. Selain itu, evaluasi pasca kegiatan perlu dilakukan secara lebih mendalam untuk mengetahui perubahan perilaku nyata setelah peserta mengikuti kampanye.

3. Bagi Program Studi D4 Informasi dan Humas

Program studi diharapkan terus mendukung inisiatif mahasiswa dalam pengembangan proyek berbasis *event management* dan public relations campaign yang berorientasi pada isu kesehatan. Kegiatan ini menjadi media yang sangat relevan untuk melatih keterampilan praktis mahasiswa dalam produksi media PR, lobi dan negosiasi, serta pengelolaan *stakeholder* secara langsung di lapangan. Program studi juga diharapkan terus memperkuat pembelajaran mengenai evaluasi kampanye, analisis data, serta pengukuran efektivitas komunikasi sehingga mahasiswa memiliki kemampuan yang lebih komprehensif dalam menyusun dan mengevaluasi program kampanye secara profesional.