Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penulis telah melakukan penelitian, observasi, dan pembuatan karya dengan rumusan masalah yaitu intensitas duduk yang terlalu tinggi untuk para pekerja kantor usia 21 hingga 35 tahun di DKI Jakarta. Berdasarkan rumusan masalah ini, penulis memperdalam latar belakang permasalahan dengan melakukan wawancara dengan para pakar di bidang ini, melakukan studi pustaka dan observasi lapangan. Penulis juga melakukan survei langsung kepada para pekerja kantor usia untuk mengetahui *insight* dari target audiens.

Kegiatan penelitian yang penulis lakukan membawa penulis kepada pembuatan kampanye sosial Sit and Fit yang dimaksudkan untuk mengurangi resiko negatif yang ditimbulkan dari kebiasaan para pekerja kantor duduk terlalu lama bekerja. Konten Sit and Fit didasarkan pada hasil penelitian baik dari wawancara maupun studi pustaka. Visual dibuat berdasarkan hasil survei, dan studi *existing* pada kampanye sejenis yang sudah ada sebelumnya.

Pembuatan karya diawali dengan perancangan konsep dasar berdasarkan ide-ide dengan batasan berupa usia, wilayah geografis, dan psikografis para pekerja kantor yang menjadi tujuan kampanye. Ide awal tersebut kemudian diolah menjadi sketsa, yang kemudian divisualisasikan dengan berbagai teknik seperti fotografi, vektor ilustrasi, dan *layouting*. Strategi kampanye dibagi menjadi dua,

Perancangan Visual..., William Setiawan, FSD UMN, 2015

dan setiap media yang digunakan dipilih berdasarkan observasi dan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sehingga diharapkan hasilnya sesuai dengan yang diharapkan. Media utama yang digunakan pada tahap *raising awareness* adalah poster, sedangkan pada tahap *information* adalah aplikasi mobile. Media-media yang penulis gunakan dirancang agar para pekerja melakukan gerakan Sit and Fit secara rutin setiap hari.

5.2. Saran

Penulis menyarankan kepada pembaca yang ingin merancang sebuah kampanye sosial yang didasarkan pada sebuah fenomena sosial, untuk:

1. Melakukan penelitian terlebih dahulu secara mendalam mengenai fenomena yang terjadi, seberapa besar dampaknya, dan apa yang harus dilakukan untuk mengatasi dampak tersebut.
2. Melakukan proses desain berdasarkan data-data penelitian yang telah diperoleh agar efektif. Bukan berdasarkan keinginan penulis.
3. Membuat banyak brainstorming dan sketsa agar karya yang dibuat lebih unik dan kreatif.
4. Mempertimbangkan berbagai kemungkinan pada media-media yang ada, dan membandingkan karya-karya yang sudah ada (studi *existing)*.

Perancangan Visual..., William Setiawan, FSD UMN, 2015