



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.

BAB IV

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis peroleh dalam perancangan kampanye sosial tentang memberikan kursi prioritas di bus Transjakarta adalah melalui tahap edukasi terlebih dahulu yang dimana penulis memberikan informasi mengenai keberadaan dan arti kursi berwarna merah. Selain itu, untuk menarik perhatian agar desain mudah dibaca dan dimengerti penulis menggunakan desain dengan metode *ambient* untuk menarik perhatian masyarakat. Warna yang digunakan menggunakan warna merah, agar lebih mencerminkan perusahaan Transjakarta. Selain itu, warna merah merupakan warna kuat sehingga dapat menarik perhatian. Fotografi yang menggunakan dua anak remaja sambil berdiri dengan memegang gantungan bus serta orang-orang prioritas di lengannya ingin menyampaikan pesan bahwa kalau anak remaja yang masih kuat berdiri harus rela memberikan tempat duduknya kepada orang-orang prioritas yang membutuhkan. Penggunaan tipografi menggunakan sans-serif agar informasi yang disampaikan jelas dan mudah dibaca. Dengan metode tersebut, kampanye ini mampu memberikan informasi tentang bangku prioritas dan mengajak kaum remaja agar rela memberikan kursinya kepada orang yang membutuhkan.

5.2. Saran

Penulis memiliki beberapa saran untuk mengembangkan topik tugas akhir, yaitu:

1. Pada pemilihan topik untuk mengerjakan tugas akhir dapat juga membuat kampanye sosial yang mengembangkan topik kampanye ini yang membahas tidak hanya kursi prioritas saja, tetapi mengenai kesadaran untuk memberikan semua kursi untuk orang yang lebih membutuhkan. Serta mungkin dapat memanfaatkan media visual lain yang belum digunakan dalam kampanye ini.
2. Pemilihan topik yang di angkat mungkin dapat diambil berdasarkan masalah sehari-hari yang sering berada di lingkungan kita tetapi sulit terpecahkan, contohnya seperti hal sederhana yaitu memberikan tempat duduk kepada orang yang lebih membutuhkan.

UMMN