



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 V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam pembuatan karya tugas akhir ini, penulis sudah melakukan beberapa penelitian yang terdiri dari penelitian kuantitatif dan kualitatif. Kedua penelitian tersebut mencakup pengisian kuesioner *online*, wawancara dengan narasumber yang bersangkutan, dan studi literatur dalam pembuatan karya dengan rumusan masalah ‘Bagaimana merancang sosialisasi mengenai *infused water* kepada kalangan remaja yang tinggal di daerah perkotaan dengan tepat?’ Didasarkan pada rumusan masalah tersebut penulis mencari masalah yang berhubungan dengan gaya hidup sehat remaja berusia 18-23 tahun yang tinggal di daerah perkotaan dan penulis membatasi batasan masalah tersebut untuk remaja yang tinggal di daerah Gading Serpong. Kemudian penulis melakukan survei dengan membagikan kuesioner *online* dan melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang ahli dalam bidang *infused water*. Kemudian dari data- data yang sudah terkumpul penulis, penulis pun dapat menentukan bagaimana harus merancang strategi perancangan kampanye sosial yang akan dibuat nantinya. Berdasarkan hasil penelitian, studi pustaka, dan wawancara yang dilakukan, poster ditentukan menjadi media utama, serta beberapa media pendukungnya. Konten yang ada dalam media utama maupun media pendukungnya dibuat berdasarkan hasil survey,

studi pustaka dan wawancara secara langsung ke beberapa narasumber yang ahli dalam bidang ini.

Keseluruhan proses dari sosialisasi kampanye ini, selalu didasarkan sesuai dengan hasil penelitian dan wawancara. Selain itu, dalam proses perancangannya dibuatlah *mind mapping* dan juga melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan ide-ide yang tepat dan efektif dalam kelancaran proses. Penulis juga melakukan pencarian referensi visual untuk dijadikan acuan karya yang akan dibuat. Kemudian seluruh media yang akan dibuat, digunakanlah teknik fotografi yang selanjutnya diolah dengan *digital imaging* agar didapatkan hasil yang sesuai.

Dalam kampanye sosial ini, terdapat 4 poster sebagai media utama yang bertujuan agar target audiens dapat mengubah gaya hidupnya menjadi gaya hidup yang lebih sehat sejak dari muda dan mencegah remaja-remaja masa kini menghindari penyakit yang dapat timbul di usia yang masih tergolong muda.

5.2. Saran

Penulis menyarankan kepada pembaca yang ingin membuat sebuah kampanye sosial maupun melanjutkan kampanye sosial yang sudah penulis buat berdasarkan:

1. Mencari fenomena dan topik permasalahan yang ingin diangkat sebagai topik kampanye sosial tersebut. Pencarian topik tidak perlu yang terlalu berlebihan dan rumit, karena sebenarnya fenomena

permasalahan dapat kita dapatkan dari hal-hal yang kecil dan sederhana.

2. Sosialisasi kampanye ini dapat diteruskan/dilanjutkan dengan menggunakan tema yang sama, namun media yang akan digunakan untuk kampanye bisa berbeda.
3. Sesuaikan media yang akan digunakan untuk melakukan kampanye dengan target yang dituju.
4. Sebelum memutuskan untuk mengangkat topik tersebut menjadi sebuah kampanye sosial, hendaklah didalami dulu permasalahannya melalui pencarian data dan bukti yang kuat

UMMN