



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

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi literatur yang dilakukan dan hasil penelitian yang dilakukan dalam proses perancangan karya, maka penulis mencapai kesimpulan bahwa kampanye sosial penanaman karakter menabung anak bertujuan untuk merubah perilaku sosial yang ada pada masyarakat. Kampanye sosial ini dirancang dengan pendekatan yang tepat bagi target audiens yaitu anak usia 6-9 tahun melalui media digital berupa motion graphic serta penggunaan maskot yang dapat lebih menarik perhatian anak dan tujuan kampanye ini pun dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Dari segi isi yang terdapat pada motion graphic, disesuaikan dengan psikologis anak yang memiliki pemikiran konkrit dengan menetapkan tujuan terlebih dahulu sebagai motivasi untuk menabung. Hal ini dapat menarik perhatian anak karena tidak ada paksaan dalam mengubah perilaku anak, melainkan anak dengan senang hati memiliki keinginan untuk menabung.

Hasil dari perubahan perilaku sosial yang dapat dicapai oleh target audiens dari kampanye ini adalah munculnya inisiatif atau kesadaran untuk mulai menabung sejak dini, memberikan informasi atau pengetahuan tentang menabung pada anak, munculnya perubahan perilaku berupa tindakan nyata dalam memulai mengelola uang dengan menabung.

6.2. Saran

Untuk meningkatkan efektifitas kampanye sosial penanaman karakter menabung anak, penulis menyampaikan beberapa saran, yaitu:

- 1 Untuk pengembangan karya lebih lanjut dari kampanye sosial penanaman karakter menabung anak, dapat merancang media visual lainnya seperti media interaktif, buku, dan lain-lain.
- 2 Pelaksanaan kampanye sosial juga dapat dilakukan dengan media non visual, seperti pelaksanaan event maupun sponsorship.

UMMN