



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

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Menurut hasil riset yang dilakukan penulis di wilayah DKI Jakarta, kecenderungan tingginya frekuensi penggunaan *gadget* pada anak disebabkan oleh karena kurangnya kesadaran orang tua untuk membimbing dan menemani anaknya saat menggunakan *gadget*. Tingginya frekuensi penggunaan *gadget* ini dialami oleh anak yang berusia 6-12 tahun. Kurangnya kesadaran orang tua akan bahaya dari dampak negatif kecenderungan penggunaan *gadget* dengan frekuensi berlebih membuat anak menjadi terkena dampak negatif seperti mata rabun, anti sosial, tidak konsentrasi, dan lain sebagainya.
2. Desain dibuat sederhana namun tetap memberikan informasi atau pesan yang tepat. Penulis membuat desain yang mengacu pada studi *point of contact* sehingga langsung mengenai kepada audiens. Kemudian antara desain satu dengan desain yang lainnya memiliki kesatuan baik dari elemen desain maupun alur membaca yang ditonjolkan pada visual terlebih dahulu, selanjutnya *headline*, *body text*, dan yang terakhir logo.

5.2. Saran

Saran untuk hasil yang lebih baik apabila pembaca akan merancang kampanye sosial dengan permasalahan yang serupa seperti penulis, sebagai berikut:

1. Mengetahui permasalahan utama dari fenomena yang ada, yang akan dijadikan kampanye sosial, sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pembuatan media serta menjadi satu pesan yang dapat dikonsumsi oleh target.
2. Target atau audiens yang akan dituju harus jelas dan tepat sasaran. Tepat atau tidaknya target ditentukan melalui *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Dari sini akan didapatkan media dan gaya desain yang sesuai dengan target.
3. Pemilihan media harus benar-benar dipertimbangkan, agar tidak terjadi kesalahan pemilihan media. Pemilihan media cetak dan digital harus disesuaikan dengan kebutuhan target yang diperoleh dari analisis target.