



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 perancangan dan pengamatan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa masih banyak jajanan di Jakarta yang terbukti tidak sehat sedangkan 99% anak sekolah jajan saat istirahat atau pulang sekolah untuk memenuhi energinya saat disekolah. Kampanye ini dibuat agar para penjual jajanan membuat jajanan yang sehat dan aman dengan langkah awal kampanye dan penyuluhan yang kemudian disosialisasikan kepada anak sekolah dan pihak pihak yang terkait.

Target kampanye yang merupakan pedagang dari golongan menengah sampai menengah ke bawah. Cara penyampaian dari visualisasi sampai bacaan harus bisa menjangkau daya pikir dan gaya bahasa yang dilakukan sehari-hari. Informasi yang diberikan harus jelas agar target kampanye bisa langsung mengerti dan kampanye harus didukung teknik visualisasi yang sesuai dengan pola pemikiran dan pola perilaku target kampanye.

Media utama berupa stiker, poster, dan brosur merupakan media yang paling berpengaruh dalam menyampaikan tujuan kampanye sosial ini.

Media sekunder yang dipilih sesuai dengan media yang sering dilihat dan digunakan para target kampanye seperti kaos, topi, handuk yang nantinya bisa dipakai oleh target kampanye dan untuk sosialisasi kepada calon konsumen target.

5.2 Saran

Untuk pengembangan hasil perancangan kampanye sosial mengenai konsumsi makanan sehat dan aman, maka ada beberapa saran untuk hasil yang lebih baik lagi dengan kampanye dan penyuluhan diperluas lagi penerapannya ke berbagai daerah agar seluruh Indonesia mengkonsumsi jajanan dan makanan yang sehat dan aman. Sosialisasi kampanye untuk para calon konsumen juga diperluas, tidak hanya ke sekolah-sekolah agar masyarakat umum juga mengetahui dan tertarik membeli jajanan ke pedagang yang sudah mengikuti uji coba dan terbukti menjual jajanan yang sehat.

Perancangan desain dan penerapan media kampanye harus dibuat dengan tepat dan mengena kepada target kampanye dengan memperhatikan demografis, psikografis, dan geografis target agar mereka dapat benar-benar tertarik pada kampanye sosial.

UMMN