



### **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

Untuk menyebarkan informasi dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat, dibutuhkan sebuah metode penyampaian pesan dengan skala besar yang dilakukan secara bertahap dengan periode waktu tertentu. Strategi komunikasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah dengan merancang sebuah kampanye sosial. Isu yang diangkat dikaitkan dengan kesehatan agar *target audience* lebih mudah menerima ide tersebut karena berhubungan dengan kebutuhan dasar mereka.

Berdasarkan hasil dari berbagai penelitian yang penulis dapatkan, target utama kampanye sosial adalah pengendara motor karena mereka termasuk dalam kategori kelompok yang rentan terhadap bahaya polusi udara karena tingginya intensitas paparan polusi yang diterima dalam jangka waktu yang lama.

Menyampaikan pesan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat secara efektif dibutuhkan berbagai media yang disesuaikan dengan kegiatan, perilaku, dan kebiasaan *target audience*. Media utama dipilih melalui pertimbangan akan aktifitas *target audience* sebagai individu dengan aktifitas yang padat. Biasanya waktu yang tersisa digunakan untuk melepaskan pikirannya dari rutinitas sehari-hari, kecil peluang mereka

tertarik untuk membaca atau melihat hal yang serius. Maka dari itu dengan menggunakan media konvensional sebagai media utama, *target audience* yang mana adalah pengendara motor akan melihat informasi tersebut secara terus menerus saat mereka melakukan aktifitas berkendara sehingga meningkatkan kesadaran mereka perlahan-lahan dan melakukan tindakan yang diharapkan. Media tersebut ditempatkan pada lokasi yang pasti dikunjungi oleh *target audience*. Dengan begitu media tersebut yang akan menemukan targetnya.

Untuk mengubah pemikiran dan perilaku suatu individu dibutuhkan proses bertahap, perlahan-lahan, pesan yang jelas dan meyakinkan. Dibutuhkan banyak informasi yang terperinci, hal ini dikarenakan *target audience* kampanye sosial yang termasuk dalam kategori dewasa awal memiliki sifat tidak mudah percaya, mereka harus mempunyai alasan yang kuat untuk menerima suatu ide. Namun, media konvensional yang digunakan memiliki kelemahan apabila digunakan untuk menyampaikan pesan dengan isi yang padat. Untuk itu kampanye sosial ini juga menggunakan media digital seperti *website* dan media sosial untuk mendukung penyampaian informasi secara lengkap.

Dengan banyaknya media yang digunakan, menjaga identitas visual kampanye adalah hal yang penting. Hal ini dilakukan untuk menjaga kredibilitas kampanye sosial itu sendiri yang berdampak pada baik buruknya citra sebuah kampanye. Selain itu dengan identitas visual

yang baik dan konsisten, *target audience* akan lebih dapat mempercayai dan menerima pesan yang disampaikan.

Untuk menarik perhatian *target audience*, pada aplikasi visual dibutuhkan warna yang kontras, mencolok, dan dapat mendramatisir pesan. Gaya visual disesuaikan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan pengendara motor yang tinggal di daerah perkotaan. Gaya penyampaian pesan visual menggunakan analogi yang mudah dimengerti agar pesan dapat ditangkap dengan tepat dan cepat.

Target kampanye sosial secara langsung diikuti sertakan untuk berpartisipasi dalam melindungi tubuh dengan menggunakan masker dan melindungi lingkungan melalui *event* kampanye sosial. Selain itu mereka yang berpartisipasi akan diberikan berbagai cinderamata untuk mengapresiasi dan memberikan rasa bangga atas tindakan positif mereka. Kemudian mereka akan diajak untuk berbagi informasi dan pengalaman ke kerabat mereka melalui media sosial sehingga tindakan mereka menciptakan dampak positif yang lebih luas, bertahan lama dan berkelanjutan.

## **5.2 Saran**

Agar dampak positif yang menjadi tujuan utama kampanye sosial yaitu menciptakan udara DKI Jakarta yang sehat dapat tercapai sepenuhnya, dibutuhkan partisipasi dari seluruh kalangan masyarakat dan dukungan dari pemerintah. Maka dari itu disarankan dengan adanya gerakan

kampanye sosial ini dapat dijadikan sebagai pelopor untuk memicu perhatian dan kesadaran pemerintah dan masyarakat luas akan masalah polusi udara di Jakarta.

Untuk kinerja yang optimal dibutuhkan lembaga yang benar-benar fokus pada bidang polusi udara, karena saat ini lembaga yang bertanggung jawab untuk mengatasi masalah ini masih belum bisa fokus, dan kenyataannya masalah polusi udara adalah masalah yang sangat kompleks namun terlihat jelas bahwa masalah ini tidak mendapatkan perhatian seperti yang seharusnya.

Perlu diingat bahwa berbagai penyakit kesehatan terutama yang berhubungan dengan pernafasan disebabkan oleh dampak buruk yang ditimbulkan polusi udara. Selain itu dampak buruk polusi udara berpengaruh secara global dan mempengaruhi kualitas kehidupan di masa yang akan datang, maka dari itu dibutuhkan tindakan nyata secepat mungkin dari berbagai pihak dan lapisan masyarakat guna memulai upaya perbaikan kualitas udara Jakarta untuk kualitas kehidupan yang lebih baik.