



### **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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penulis menarik kesimpulan setelah melewati proses penelitian dan perancangan. Permasalahan yang ada dalam penyuluhan bencana adalah media yang digunakan memiliki porsi teks yang besar dengan visual yang minimalis. Porsi teks yang besar membuat audiens menjadi jenuh dan mudah teralih perhatiannya. Video yang ditampilkan memiliki banyak distraksi baik dari sisi audio yang tidak terdengar jelas hingga gambar yang buram. Hal ini dapat menyebabkan materi tidak dapat terserap maksimal dan membuat audiens ragu saat dilakukan praktik simulasi. Oleh karena itu penulis merancang kampanye untuk memanfaatkan media yang berpotensi menggapai audiens semaksimal mungkin. Memanfaatkan media sosial dan merancang media buklet serta video dapat diharapkan menggapai audiens lebih luas dan meningkatkan *awareness* atau perhatian terhadap masalah ini. Porsi ilustrasi yang seimbang dengan teks diharapkan dapat membuat konten terlihat lebih sederhana dan mudah dipahami. Ilustrasi berfungsi untuk menjelaskan konten teks agar audiens memahami prosedur yang harus dilakukan.

Pertimbangan penulis menggunakan pewarnaan cat air adalah karena media cat air adalah media yang hidup, dimana pigmen warna yang bergerak dalam genangan air dapat memberikan tekstur yang berbeda. Konsep kehidupan yang ditekankan karena kampanye ini mengenai hidup atau nyawa seseorang.

Perancangan kampanye bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan kepercayaan diri untuk berevakuasi disaat bencana banjir. Perancangan konten dibuat langsung ke tujuan, tepat sasaran dan mengarahkan audiens menuju tujuan akhir kampanye serta memberikan kepastian agar audiens dapat mengikuti langkah – langkah yang ada dalam kampanye tanpa keraguan. Perancangan visual berfungsi untuk menjelaskan, menyederhanakan konten kemudian menarik perhatian audiens. Buklet dan media sekunder lain seperti *T-shirt*, stiker dan gantungan kunci disebar saat penyuluhan oleh BPBD dan beberapa minggu setelah penyuluhan untuk menggapai audiens yang tidak mengikuti penyuluhan. Poster disebar di setiap posyandu kelurahan dan media sosial menyebarkan konten pengingat selama 12 bulan penuh selama masa kampanye.

## **5.2. Saran**

Perancangan media kampanye untuk jenis bencana lainnya dapat dilanjutkan dan dirancang sesuai dengan karakteristik daerah yang rawan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai bencana, mengingat Indonesia termasuk negara yang rawan bencana. Berdasarkan hasil penelitian, setiap daerah di Indonesia memiliki tingkat kerawanan bencana yang berbeda karena Indonesia memiliki geografis yang bervariasi, seperti daerah kota yang rawan banjir dan daerah pedesaan lebih rawan longsor karena dekat lembah dan gunung. Oleh karena itu, masing – masing daerah perlu merancang kampanye sesuai dengan tingkat kerawanan bencana dan karakteristik masyarakatnya.