



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

Data yang valid dibutuhkan dalam proses perancangan kampanye sosial dan pengembangan ide. Berdasarkan hasil analisa dari proses pengumpulan data dan pengolahan data dapat diambil kesimpulan yaitu, tujuan dirancangnya kampanye sosial ini untuk memberikan informasi ke pejalan kaki mengenai peraturan dan tata tertib berlalu lintas melalui media-media yang ditentukan agar pejalan kaki dapat membiasakan berlalu lintas yang aman dan tertib sejak kecil. Dalam penyampaian pesan digunakan pendekatan AIDA dimana terbagi menjadi tahap *Attention, Interest, Desire, dan Action*.

Berdasarkan khalayak dari kampanye sosial ini ditentukan media kampanye yang dinilai tepat dalam menyampaikan informasi dan pesan kampanye. Media yang digunakan dibagi dua menjadi media utama dan media pendukung. Media utamanya berupa poster karena media poster merupakan media yang dapat di jangkau khalayak dengan mudah dan merupakan bagian dari tahap pertama yaitu tahap *attention*. Selain itu poster dinilai dapat menyampaikan semua tujuan yang ingin disampaikan dari konsep sehingga dapat tersampaikan secara efektif dan efisien.

Media pendukungnya berupa *website*, media sosial, *booklet*, *X-Banner* dan *merchandise*. Penggunaan *website* dan media sosial untuk membantu menyebarkan informasi secara online dan merupakan tahap *interest*. *Booklet*

merupakan bentuk informasi yang ingin disampaikan dalam kampanye sosial ini. *Booklet* masuk dalam tahap *desire* dimana pada tahap ini khalayak memiliki keinginan untuk tahu lebih dalam mengenai informasi yang disampaikan. Pada tahap *Action* digunakan *merchandise* yang dinilai dapat menjadi pengingat dalam kampanye sosial setelah kampanye ini berakhir. Media kampanye ini berperan untuk mengedukasi khalayak

Melalui perancangan media utama dan pendukung penulis dapat meningkatkan efektifitas perancangan kampanye sosial “Edulantas Pejalan Kaki” serta mampu menyampaikan informasi dan pesan sehingga terdapat perubahan perilaku. Dengan metodologi perancangan kampanye dan desain penulis dapat menemukan pesan serta konsep (ide dan strategi) untuk merancang visual dan menentukan media kampanye sosial “Edulantas Pejalan Kaki” untuk usia 7-9 tahun.

UMMN

5.2. Saran

Dalam rangka pengembangan kampanye sosial “Edulantas Pejalan Kaki” ini, penulis memberikan beberapa saran untuk diaplikasikan dalam proses perancangan kampanye ini dan kampanye sejenis lainnya. Diharapkan saran-saran ini dapat meningkatkan efektivitas dan memperluas pengaruh yang ditimbulkan.

1. UMN

Dalam rangka pengerjaan Tugas Akhir ini diharapkan agar pihak UMN lebih mempertimbangkan waktu pengerjaan yang diberikan karena berdasarkan yang telah berjalan, waktu pengerjaan masih terbilang singkat baik dalam penulisan konsep maupun visualisasi desain.

2. Badan Penyelenggara

Pelaksanaan kampanye akan memberikan dampak lebih positif apabila lebih banyak sponsor dan biaya yang dapat dikeluarkan. Selain itu pihak penyelenggara nantinya diharapkan dapat menyebarkan kampanye tidak hanya di Tangerang sehingga dapat memberikan efek lebih luas.

3. Mahasiswa/i

Kepada mahasiswa/i yang mengambil kampanye sosial sebagai penyelesaian dari masalah yang ada penting untuk dapat menemukan pesan dan konsep yang tepat pada sasaran karena pesan dan konsep merupakan awal dan hal utama dalam perancangan kampanye sosial. Penggunaan pendekatan AIDA

dalam penyampaian pesan akan lebih mudah mengelompokkan dan menentukan media yang tetap untuk setiap tahap. Selain itu harap dapat lebih memperhatikan prinsip dan elemen-elemen dalam desain yang tidak hanya indah secara visual namun dapat dipertanggungjawabkan secara materi dan penyusunannya. Semoga dengan perancangan tugas akhir ini dapat dijadikan sarana untuk belajar merancang konsep kemudian dikembangkan dan divisualisasikan dengan media-media yang sesuai dengan sasaran.

Ke depannya dalam pengembangan edukasi keselamatan pejalan kaki informasi dalam perancangan kampanye ini dapat dikembangkan menjadi edukasi melalui *motion graphic*, *website* ataupun buku ilustrasi.

UMMN



UMMN



UMMN



UMMN



UMMN



UMMN



UMMN