



### **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

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan. Poster-poster kampanye K3 memiliki permasalahan pada penggunaan bahasa Inggris, sehingga pekerja yang memiliki pendidikan rendah kurang memahami apa isi dari poster tersebut. Tampilan visual pada poster kampanye K3 terlalu banyak menggunakan kata-kata dibandingkan gambar ilustrasi, sehingga pekerja maupun penulis yang pernah mendatangi lokasi proyek malas untuk membacanya walaupun maksud dan tujuan poster tersebut baik. Hal inilah yang mendorong penulis untuk merancang ulang kampanye visual dengan menggunakan ilustrasi lebih banyak ketimbang tulisannya. Visual ilustrasi yang diterapkan pada media kampanye diharapkan mampu menjadi daya tarik pekerja yang baru dan dapat meningkatkan *awareness* pentingnya K3 di lokasi proyek.

Visual ilustrasi diterapkan pada media-media kampanye yang digunakan seperti pada poster, ilustrasi pada T-shirt, stiker, dan *patch* bordir yang dapat dipasang pada rompi milik para pekerja proyek. Tempat penyebaran poster dilakukan di dalam lokasi proyek, dua jenis poster dipasang pada lokasi dekat dengan pekerja bekerja, sedangkan satu jenis poster dipasang di barak pekerja.

Kampanye visual dibuat untuk meningkatkan kesadaran pekerja proyek konstruksi bangunan tinggi akan bahaya yang didapat jika tidak memakai APD.

Penulis merancang dengan penggunaan ilustrasi vektor dan menggunakan *copywrite yang to-the-point*, sehingga pekerja dapat langsung mengerti maksud poster tersebut.

## 5.2. Saran

Dalam merancang ulang sebuah kampanye sosial, seorang desainer grafis harus siap dan benar-benar memahami permasalahan yang sedang ada ditengah masyarakat atau permasalahan yang sedang *trend*. Untuk itu dibutuhkan sebuah riset terlebih dahulu dan observasi langsung kepada obyek yang diangkat. Dengan mendapatkan informasi tersebut, desainer akan lebih tahu titik permasalahan dari obyek yang diangkat. Selanjutnya desainer harus melakukan *mindmapping* yang kemudian dilanjutkan dengan *brainstorming* untuk mencari solusi terhadap masalah tersebut.

Sebuah kampanye yang dirancang secara baik dan benar dapat memberikan pemahaman yang tepat bagi masyarakat dan dapat membantu meningkatkan *awareness* pada diri mereka sendiri. Selain itu, desainer juga harus memiliki manajemen waktu yang baik, sehingga dalam proses pengerjaan karya dapat membuahkan hasil yang maksimal.