



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

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis peroleh dari perancangan kampanye sosial mengajak berperilaku baik di bus transjakarta pertama-tama adalah tahap edukasi dimana penulis memberikan informasi mengenai apa saja yang termasuk pelanggaran dalam menggunakan transportasi umum bus transjakarta, lalu mengedukasi tentang bagaimana cara berperilaku yang baik di bus transjakarta, lalu memberi tahu kepada pengguna apa saja dampak negatif dari pelanggaran tersebut

Lalu setelah itu tahap kedua yaitu mempersuasif dan mengubah perilaku pengguna dari perilaku yang buruk ke perilaku yang lebih baik lagi, yaitu dengan menggunakan media kampanye yang efektif dengan menggunakan media berupa ambient media pada halte dan bus transjakarta. Target dari kampanye ini adalah kaum remaja berumur 16-24 tahun, maka dari itu desain dari kampanye ini menggunakan desain berupa ilustrasi yang memiliki makna mengajak pengguna untuk membuka mata dan menunjukkan etika kita dalam menggunakan transportasi umum, jangan bersikap egois dan lebih memperhatikan pengguna lainnya khususnya kaum prioritas, ilustrasi digunakan agar membawa kesan yang ringan serta pengguna tidak merasa digurui.

Warna yang digunakan menggunakan percampuran antara warna dingin dan panas yaitu warna biru dikarekan makna psikologis warna biru yang memiliki arti edukatif dan warna biru adalah warna dingin yang membawa ketenangan

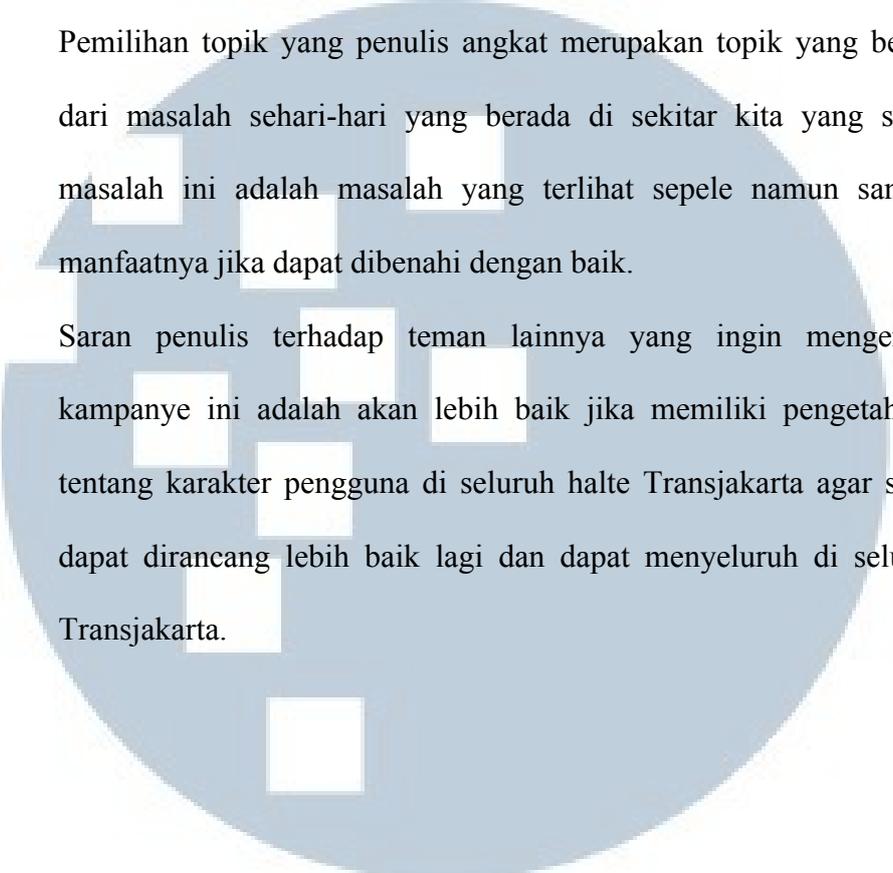
sehingga pengguna tidak merasa emosi atau merasa digurui oleh kampanye ini serta warna biru dipilih karena warna ini sesuai dengan warna bus transjakarta dan warna merah adalah warna yang akan terlihat mencolok dan menarik perhatian pengguna jika diletakan pada halte dan bus. Penggunaan tipografi menggunakan sans-serif dikarenakan agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah untuk dibaca dalam keadaan dekat maupun jauh serta dalam keadaan siang hari maupun malam hari. Dengan digunakannya metode ini maka kampanye ini dapat terlaksana dengan baik dan mampu memberikan edukasi dan ajakan untuk mengubah perilaku pengguna dari yang buruk menjadi lebih baik lagi.

Metode yang digunakan yaitu metode AISAS yang digunakan sebagai panduan dalam kampanye ini yaitu Attention, Interest, Search, Action and Share, metode ini dirasa efektif untuk keberhasilan kampanye ini.

5.2. Saran

Penulis memiliki beberapa saran untuk mengembangkan topik tugas akhir, yaitu

1. Pemilihan topik tugas akhir ini yang berjudul perancangan kampanye sosial mengajak berperilaku baik di bus transjakarta tidak hanya membahas tentang jenis-jenis pelanggarannya saja, tetapi juga membahas, mengedukasi, serta mengajak pengguna untuk lebih sadar diri, tidak bersikap egois dalam menggunakan transportasi umum. Serta mungkin dapat memanfaatkan media visual lainnya yang belum tersampaikan lewat kampanye ini.

- 
2. Pemilihan topik yang penulis angkat merupakan topik yang berdasarkan dari masalah sehari-hari yang berada di sekitar kita yang sebenarnya masalah ini adalah masalah yang terlihat sepele namun sangat besar manfaatnya jika dapat dibenahi dengan baik.
 3. Saran penulis terhadap teman lainnya yang ingin mengembangkan kampanye ini adalah akan lebih baik jika memiliki pengetahuan lebih tentang karakter pengguna di seluruh halte Transjakarta agar strateginya dapat dirancang lebih baik lagi dan dapat menyeluruh di seluruh halte Transjakarta.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA