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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kampanye menanamkan tanggung jawab pada anak 7 sampai 9 tahun adalah kampanye yang bertujuan untuk menyadarkan, mengajak, serta memberi informasi para orangtua akan perlunya menanamkan tanggung jawab pada kepribadian dari anak meraka. Banyak orangtua yang merasa tidak memiliki waktu cukup untuk anak hal ini di ketahui melalui Pew Research Center yang mendapatkan hasil bahwa 48% para ayah merasa bahwa mereka tidak memiliki waktu besama anak dan presentasi para ibu yaitu sebesar 26%. Dikarenakan kerja atau kegiatan-kegiatan lain diluar rumah. Sehingga mereka pada akhirnya menggunakan jasa baby sitter untuk mengurus keperluan-keperluan anak. Dan hal ini menjadikan anak terbiasa untuk meminta bantuan *baby sitter* yang mengakibatkan mereka tidak mampu untuk bertanggung jawab sendiri atas diri pribadi.

Dalam perancangan, penulis mencari data tentang perkembangan perilaku anak dengan melakukan studi pustaka, wawancara, dan membagi kuisioner kepada orangtua agar mendapatkan data yang tepat dan benar. Penulis melakukan wawancara dengan ahli psikolog anak tentang perilaku tanggung jawab anak. Berdasarkan data yang diperoleh yaitu tanggung jawab anak sangat berkaitan dengan tahap perkembangan anak selanjutnya, sehingga narasumber menjelaskan pentingnya peran orangtua dalam mendidik perilaku anak. Data lain diperkuat

Perancangan Kampanye Sosial..., Prisilia Berlinda T, FSD UMN, 2018

dengan melakukan studi pustaka yaitu anak belum dapat melatih perilaku bertanggung jawab pada tahap awal masa sekolah, sehingga perilaku tersebut harus dimulai ajarkan orangtua sendiri kepada anak mereka.

Penyebaran kampanye lebih menggunakan sosial media yaitu Facebook, poster, *billboard*, iklan KRL, dan majalah. Penulis juga menggunakan Facebook *Fan Page* sebagai alat untuk menyampaikan cara-cara mendidik tanggung jawab ke anak. Facebook digunakan karena dari hasil wawancara bersama beberapa target yaitu orangtua mengatakan bahwa mereka lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan facebook dan banyak informasi yang sering di*sharing* melalui Facebook. Selain itu pendekatan juga dilakukan dengan teknik foto karena dianggap lebih mudah bagi target dalam menangkap pesan dibanding teknik ilustrasi.

5.2 Saran

Dalam perancangan kampanye sosial menanamkan tanggung jawab pada anak 7 sampai 9 tahun, dibutuhkan media seperti buku khusus yang ditulis oleh ahli psikolog tentang cara atau pendekatan yang tepat dari orangtua ke anak untuk mengajarkan tanggung jawab. Dan membuat ukuran yang sesuai pada KRL *LED Screen Commuter Line*, yaitu ukuran keseluruhan *video* untuk iklan lebarnya 1280*px* dan tingginya berukuran 334*px*. Memiliki tiga bagian atau *template* yang berukuran 342*px* untuk lebarnya dan tigginya 334*px* berada pada sisi pojok kiri dan kanan, sedangkan untuk tengah dimana terdapat iklan yang ingin ditayangkan berukuran 595*px* (lebar) dan 334*px* (tinggi).

Perancangan Kampanye Sosial..., Prisilia Berlinda T, FSD UMN, 2018