



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

Perancangan kampanye sosial “Stop Beri Uang! Mari jadi Sahabat” ini adalah sebuah gerakan kepedulian diri kita sebagai masyarakat terhadap anak-anak di jalanan. Permasalahan anak jalanan yang serius, penting, dan kompleks masih kurang menjadi perhatian. Sehingga, semakin banyak anak-anak yang turun ke jalan untuk mencari uang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Kesimpulan yang dapat dari penelitian ini adalah:

1. Kampanye STOP BERI UANG ini sudah disuarakan oleh Dinas Sosial dan beberapa LSM untuk menanggulangi isu GEPENG di Jakarta, tapi masih secara lisan yang dimasukan dalam event LSM, seperti Talk Show, Seminar, Ceramah Agama, dan kampanye sosial kesejahteraan anak. Kampanye saya ini mendukung program-program yang masih secara lisan disuarakan melalui cara visual.
2. Pesan dari kampanye sosial ini dikemas dalam sebuah cerita singkat, berisi hal-hal mengenai munculnya anak jalanan, masalah yang ditimbulkan, penyebab permasalahan, dan solusi apa yang dapat digunakan untuk dapat meringankan masalah sosial ini dalam sebuah *booklet*. *Booklet* ini merupakan bentuk edukasi kepada masyarakat bahwa uang bukanlah jawaban dari setiap permasalahan yang dihadapi anak-anak ini. Selain itu, untuk menghimbau

seseorang stop beri uang mungkin saja dapat dilupakan. Oleh karena itu, penulis membuat beberapa *merchandise* guna sebagai pengingat pribadi, berupa pin, gantungan kunci, *stiker*, selipan buku, dan *T-shirt*.

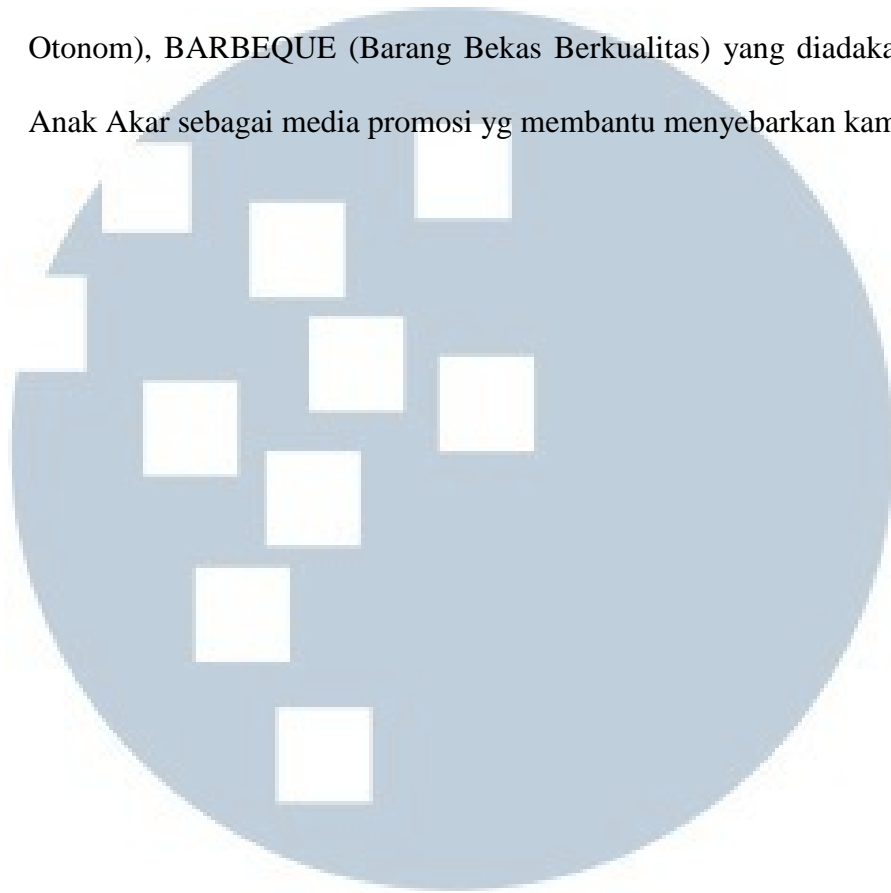
5.2. Saran

Dengan stop memberi uang kepada anak-anak di jalan membuat anak-anak ini berusaha untuk meningkatkan kemampuan dan taraf hidupnya dengan cara yang lebih berguna, bukan hanya sekedar meminta-minta atau mengamen di jalanan.

Beberapa saran yang diberikan dalam penelitian ini:

1. Media kampanye yang menarik akan membuat masyarakat turut bergerak dalam kampanye ini. Namun, dengan kampanye ini saja tidak cukup untuk merubah perilaku sang pemberi uang dan kehidupan anak-anak jalanan seutuhnya. Diperlukan kerjasama antara setiap individu untuk saling mengingatkan dan berusaha melakukan sesuatu yang berguna bagi anak-anak ini.
2. Pemerintah lebih lagi memperhatikan kehidupan anak-anak jalanan ini dengan membuka program-program kesejahteraan untuk anak-anak jalanan dan membuat bentuk-bentuk media kampanye yang lebih menarik sehingga mudah diingat dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kesejahteraan anak.
3. Penulis mengharapkan diikut sertakannya berbagai produk kampanye ini didalan kegiatan LSM seperti seminar dan *talkshow* yang diadakan Dinas Sosial, Jambore Sahabat Anak, dan MAKARO (Malam Apresiasi karya Anak

Otonom), BARBEQUE (Barang Bekas Berkualitas) yang diadakan Sanggar Anak Akar sebagai media promosi yg membantu menyebarkan kampanye ini.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA