



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Awareness masyarakat tentang jumlah populasi elang bondol ini sangatlah penting, agar elang bondol tidak mencapai status kepunahan dengan bantuan partisipasi dari masyarakat secara langsung dalam mencegah berkurangnya populasi elang bondol. Maka dari itu, penulis merancang kampanye sosial “Selamatkan Elang Bondol”

Pertama-tama, penulis mencari data sebanyak-banyaknya melalui media *digital* maupun manual seperti buku. Dari artikel-artikel yang membahas kelangkaan elang bondol, buku tentang elang bondol yang penulis temukan, hingga pengumpulan data dengan metode kualitatif yaitu wawancara, observasi, studi pustaka. Setelah semua data terkumpul, penulis merencanakan strategi kampanye dan melanjutkannya dengan merancang *mindmap* sebagai *platform* penulis untuk mencari *big idea* dan *tone of voice*. Setelah itu, penulis membuat perencanaan komunikasi kampanye ini dengan metode AISAS untuk menyusun strategi peletakkan media di tahapnya masing-masing. Setiap media di tahapnya harus sesuai dengan isi kontennya, yaitu tahap bagian awal dengan konten yang tidak terlalu dalam namun menarik serta viral untuk menangkap perhatian target audiens dan mengajaknya untuk berpartisipasi, seperti empat seri poster pada tahap *attention*, hingga mengerucut sampai tahap bagian akhir dengan konten yang lebih spesifik, dimana target audiens sudah ikut serta secara langsung dan

meningkatkan *awarenessnya* terhadap topik kampanye yang diangkat, seperti ikut berdonasi lewat *page* kitabisa. Masing-masing media pada tahap AISAS harus saling berkesinambungan agar rantainya tidak terputus, sehingga target audiens dapat memahami kampanye ini dan menimbulkan rasa ingin berpartisipasi secara langsung pada kampanye Selamatkan Elang Bondol ini.

Setelah penulis merangkai susunan AISAS untuk kampanye ini, penulis mulai merancang desain media-media sesuai dengan *moodboard* yang berpacu pada *tone of voice*. Dimulai dari perancangan logo, pemilihan *typeface* dan warna, hingga karakteristik desain media berpacu pada *tone of voice* untuk menciptakan keseragaman pada setiap desain media-medianya. Lalu untuk menentukan jenis media dan peletakannya yaitu berdasarkan *insight* target audiens agar pesan kampanye ini tersampaikan dengan optimal.

Setelah merancang desain media-media kampanye, penulis perlu menghitung *budget* yang akan dikeluarkan untuk peluncuran kampanye ini.

5.2. Saran

Penulis memberikan beberapa saran kepada pembaca yang akan menjalani tugas akhir di semester depan, yakni pilihlah topik tugas akhir semester sesuai dengan minat anda dan yang kira-kira paling mudah untuk anda kuasai, agar anda bisa menikmati dan tidak merasa terbebani untuk mengerjakannya. Pilihlah juga topik tugas akhir yang memudahkan anda dalam melakukan observasi dan pengumpulan datanya, karena waktu perjalanan dan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan observasi juga perlu diperhitungkan.