

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Masyarakat belum mengetahui mengenai aksi penurunan emisi GRK yang telah ditetapkan dan dilaksanakan oleh Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta. Aksi ini dilandasi oleh PerGub No. 131 tahun 2012 dan Perjanjian Paris pada tahun 2015 dimana pada keduanya pemerintah memiliki komitmen untuk menurunkan emisi GRK sebanyak 30% pada tahun 2030. Oleh karena itu, penulis memilih kampanye sosial untuk meningkatkan *awareness* di masyarakat terhadap aksi ini serta memberikan solusi yang dapat dilakukan masyarakat untuk berpartisipasi dalam aksi ini, yaitu dengan membuat taman vertikal. Penentuan *target audience* dari kampanye ini mempertimbangkan kemampuan masyarakat untuk membuat keputusan terhadap suatu perubahan di rumah dan masyarakat Jakarta cenderung lebih memikirkan kepentingan materi atau uang dibandingkan dengan kesehatan maupun lingkungan.

Kampanye sosial ini dimulai dengan menarik perhatian masyarakat melalui hal yang berkaitan dengan uang seperti berhemat listrik agar dapat menghemat uang sesuai dengan *target audience* yang kemudian berakhir pada pemikiran ‘selain dapat berhemat juga dapat membantu menurunkan emisi GRK’ atau lebih singkatnya membangun lingkungan yang lebih sehat dan lebih baik.

Pada perancangan banyak menampilkan ha-hal yang menyinggung mengenai permasalahan uang, seperti membandingkan harga penggunaan

pendingin ruangan dengan pembuatan taman vertikal. Tampilan pada design dirancang dengan memberikan banyak white space agar menampilkan kesan bersih sesuai dengan *big idea* pada bagian *healthy*.

4.4. Saran

Saran yang dapat diberikan penulis kepada mahasiswa atau mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yang akan membuat skripsi maupun tugas akhir dengan topik pembahasan yang serupa antara lain:

1. Dapat dikembangkan dengan bekerjasama bersama Direktorat Jendral Pengendalian Perubahan Iklim serta Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan maupun dari pihak lain seperti WWF Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengambil topik bahasan mengenai solusi lain yang dapat membantu penurunan emisi GRK di Jakarta maupun di kota lain, karena berdasarkan Perjanjian Paris tahun 2015, pemerintah Indonesia berkomitmen menurunkan emisi GRK sebanyak 29% dengan usaha mandiri, yang berarti tidak hanya kota Jakarta saja yang harus menurunkan emisi GRK melainkan seluruh kota di Indonesia.
3. Melakukan kerjasama dengan pihak swasta, misalnya dengan *minimarket* dengan memberikan sampel hadiah (gimik).
4. Pada *digital signage* cantumkan nama *website* dan *instagram post* sebagai informasi tambahan, sehingga dari tahap *attention* dapat berkembang menjadi *interest* dan kemudian *search*.