



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 Simpulan

Vandalisme merupakan aksi yang dapat merugikan dan dapat merusak berbagai macam objek lingkungan buatan dan lingkungan fisik, milik pribadi atau fasilitas umum. Salah satu aksi yang banyak terlihat di kota Bandar Lampung adalah aksi corat-coret. Berdasarkan hasil observasi tempat yang menjadi sasaran aksi vandalisme corat-coret adalah tembok di sekitar jalan, tembok rumah warga, pintu toko, halte, dan fasilitas umum lainnya. Aksi vandalisme yang terjadi di kota Bandar Lampung membuat lingkungan kota yang kurang nyaman dan terlihat tidak terawat. Dari permasalahan tersebut, penulis membuat perancangan kampanye sosial untuk mencegah aksi vandalisme yang terjadi di kota Bandar Lampung.

Pada perancangan kampanye sosial ini, penulis mengajak masyarakat untuk merubah kebiasaan buruk vandalisme menjadi sebuah aksi yang positif dengan menggunakan media yang legal. Perancangan kampanye sosial ini diawali dengan melakukan riset data. Pada proses analisis, penulis membuat *creative brief* untuk mempermudah penulis dalam mencapai tujuan kampanye sosial. Setelah memahami permasalahan dan tujuan dari kampanye, penulis menentukan ide dan konsep melalui *mindmapping*. Penulis juga menggunakan strategi AISAS dalam penyampaian pesan kampanye.

Pada proses desain, penulis melakukan sketsa terlebih dahulu sesuai dengan *big idea* dan konsep yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk membantu penulis dalam merancang desain yang sesuai dengan *tone of voice* yang telah ditentukan, penulis menggunakan *moodboard*. Kemudian penulis melakukan digitalisasi visual yang akan diimplementasikan pada media *billboard*, poster, facebook ads, Instagram *feeds*, *microsite*, dan *gimmick*. Penulis juga melakukan beberapa revisi dan menyiapkan alternatif sketsa agar penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan jelas kepada target audiens.

Untuk mendapatkan efek *attention* dari tahapan AISAS, penulis menggunakan media *billboard*, poster, dan facebook ads dengan terdapat ilustrasi dengan gaya *street art* yang dapat menarik target audiens. Selanjutnya penulis mengarahkan audiens untuk mendapatkan ketertarikan dari audiens melalui Instagram *feeds*. Target audiens akan mendapatkan informasi lebih mengenai kampanye sosial dan cara mengikuti kampanye melalui media *microsite*. Kemudian bagi target audiens yang mengikuti kampanye akan dibagikan *merchandise* yang bertujuan agar target audiens dapat mengekspresikan diri melalui media tersebut. Hasil karya yang telah dibuat juga dapat dibagikan kepada teman-teman melalui *posting* di media sosial.

5.2 Saran

Dalam merancang kampanye sosial yang telah dilakukan, penulis memiliki saran kepada para pembaca. Saran ini dapat berguna kepada para pembaca yang ingin melakukan perancangan kampanye sosial. Dalam perancangan kampanye sosial, proses pengumpulan data dapat dilakukan lebih mendalam sesuai dengan topik yang dipilih. Penelitian dapat dilakukan dengan lebih banyak teknik agar mendapatkan lebih banyak informasi. Pada proses mencari narasumber agar dilakukan dengan narasumber yang memiliki keterkaitan dengan topik dan dapat dilakukan dengan mendatangi instansi secara langsung.

Dalam perancangan tugas akhir dengan topik yang serupa, sebaiknya menetapkan tujuan dari kampanye sosial vandalisme dan target audiens secara lebih mendalam agar hasil dari perancangan kampanye dapat memiliki pesan yang kuat sesuai dengan urgensi pada topik tugas akhir. Dalam perancangan ilustrasi, sebaiknya memiliki referensi dari foto yang sesungguhnya agar penggambaran dari objek dapat lebih tepat dan detail. Pengaplikasian dari desain harus menggunakan media yang dekat dengan target audiens agar informasi yang ingin disampaikan dapat tepat sesuai dengan target audiens. Observasi juga perlu dilakukan pada setiap media kampanye sosial seperti ukuran media, tingkat keterbacaan saat pengaplikasian media, dan pendekatan pesan yang sesuai dengan target audiens.