



### **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

Kreativitas berperan penting pada kehidupan manusia dalam menemukan solusi baru dan inovasi untuk memecahkan berbagai permasalahan dengan lebih efektif dan efisien. Berdasarkan data yang penulis dapat, tingkat produksi kreatif Bali mengalami penurunan sebesar 98% semenjak Covid-19 melanda Indonesia. Untuk mencegah fenomena ini terjadi kembali di masa depan, Wakil Gubernur Bali berharap kualitas kreativitas sumber daya manusia di Bali perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan sejak usia dini. Namun, penulis juga mendapatkan data masih banyak orang tua di Bali yang memberikan penekanan, larangan dan pengawasan berlebihan kepada anak. Membatasi anak untuk melakukan eksperimen dalam berkarya bahkan meremehkan potensi kreativitas anak. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan kreativitas anak yang terhambat, pribadi anak yang tidak memiliki ide dan inovasi, tidak percaya diri, pemalu dan tidak memiliki inisiatif dalam melakukan sesuatu.

Kampanye sosial merupakan salah satu cara untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap permasalahan yang ada. Kampanye sosial juga bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat dari yang negatif menjadi positif. Melalui kampanye, orang tua dapat semakin sadar dan memahami pentingnya kreativitas anak sejak dini karena merupakan generasi penerus yang kelak memiliki peran penting pula dalam sektor industri kreatif Indonesia, terutama di Bali.

Melalui wawancara dan kuesioner, diperoleh data kuantitatif serta kualitatif tentang perlakuan yang diberikan orang tua kepada kreativitas anaknya. Diketahui pula sebab dan dampak dari penekanan, larangan dan pengawasan berlebihan orang tua kepada anaknya. Selain membantu dalam memahami permasalahan, metode penelitian yang dilakukan juga membantu dalam menentukan media serta strategi kampanye.

Proses perancangan kampanye menerapkan metode perancangan oleh Landa. Penulis melakukan perancangan sesuai dengan tahapan yang diawali dengan *overview* terhadap masalah dan target, menentukan tujuan dan pesan kampanye, kemudian menggunakan metode AISAS untuk menentukan strategi media dan *copywriting*. Metode AISAS terdiri dari 5 tahapan yakni, *attention, interest, search, action* dan *share*. Setelah itu, penulis lalu melakukan *brainstorming, mindmapping*, dan menyusun *moodboard* sehingga mendapatkan *big idea* “Ketika Anak Liburan di Pulau Dewata”. Konsep visual yang digunakan *playful* dan tetap diseimbangi dengan konsep komunikasi yang *mature*, mengingat target adalah orang tua.

## 5.2 Saran

Permasalahan yang diangkat pada latar belakang harus sesuai dengan target audiens. Topik, permasalahan dan target yang dituju kampanye sebaiknya jangan terlalu luas sehingga kampanye dapat berjalan dengan efektif. Penentuan media hingga perancangan visual kampanye harus disesuaikan dengan kebutuhan target. Penggunaan ilustrasi memerlukan pertimbangan dan perhatian lebih sehingga target memahami permasalahan yang diangkat dan pesan dalam kampanye dapat tersampaikan.

Penulis juga memberikan saran kepada pembaca untuk memilih topik yang sesuai dengan minat serta mudah untuk didapatkan. Penulis memerlukan usaha yang lebih untuk mengenal topik dan target untuk kreativitas anak. Dibutuhkan pula strategi baru atau menambahkan media promosi kampanye sehingga dapat memperdalam pesan kampanye kepada target. Jangka waktu kampanye juga bisa diperpanjang dengan menambahkan lebih banyak kegiatan loka karya yang berkaitan dengan kreativitas anak dan mainan ramah lingkungan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A