

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tawuran merupakan sebuah aksi yang sudah kerap terjadi di Indonesia, terutama di wilayah Tangerang Selatan. Seringkali, aksi ini memakan korban yang masih duduk di bangku sekolah menengah atas. Tawuran menyebabkan kematian dengan persoalan yang seharusnya dapat diselesaikan dengan komunikasi yang baik. Namun, para pelajar memilih jalur kekerasan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan merugikan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah kampanye sosial untuk menanggulangi atau mengurangi aksi tawuran pada pelajar di Tangerang Selatan.

Penulis memfokuskan target audiens dengan rentang usia 15-18 tahun, rentang usia para pelajar yang masih duduk di bangku SMA. Karena menurut wawancara yang telah penulis lakukan dengan guru dan polisi, pelaku tawuran terbanyak pada rentang usia tersebut. Dengan rentang usia sekian, penulis harus merancang sebuah kampanye sosial yang dapat didengar dan menarik bagi para target audiens.

Perancangan kampanye sosial ini menggunakan desain yang *chaotic* dan *grunge* agar target audiens dapat tertarik untuk melihat kampanye ini, lalu dapat mendapatkan informasi dan edukasi mengenai tawuran. Kampanye sosial ini tidak hanya memberikan desain, tetapi juga pelajaran juga informasi agar mereka tidak melakukan hal-hal yang dapat menyakiti orang lain maupun diri mereka sendiri. Penulis berharap dengan perancangan kampanye sosial ini, angka tawuran dapat berkurang dan menyadarkan para pelaku tawuran untuk tidak mengulangi aksi kekerasan tersebut baik di lingkungan sekolah mereka, maupun di luar.

5.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan adalah merancang sebuah kampanye sosial berarti memiliki tujuan atau pesan yang dapat membantu permasalahan atau sebuah isu sosial yang terjadi dalam masyarakat. Untuk dapat mencapai tujuan

tersebut, sudah seharusnya merancang dengan tahapan dan sumber yang kredibel agar dapat membantu isu tersebut dengan media kampanye. Gaya bahasa, *copywriting*, strategi, dan visual merupakan elemen penting dalam perancangan sebuah kampanye. Karena harus memahami *behavior* dari target audiens agar kampanye ini dapat tersampaikan kepada mereka. Memperdalam materi untuk sebuah kampanye merupakan hal yang tidak dapat dilewatkan, jika penulis tidak memahami materinya, kampanye tersebut tidak akan memiliki pesan atau tujuan yang jelas.

