

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Bali merupakan salah satu tujuan wisatawan mancanegara untuk berlibur. Jumlah wisatawan mancanegara terbanyak di Bali terdiri dari 5 negara teratas, diantaranya, Australia, Rusia, India, Korea Selatan dan Singapura. Beberapa lokasi wisata di Bali ramai pengunjung, seperti daerah Kuta dan Canggu. Namun meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang datang, membuat terjadinya peningkatan pelanggaran hukum oleh wisatawan mancanegara tersebut seperti yang sering diberitakan di media nasional. Pencarian data atas fenomena ini dilakukan oleh penulis melalui wawancara salah satu wisatawan asing yang pernah berkunjung ke Bali, observasi, hingga studi referensi dan literatur. Ditemukan bahwa masalah ini belum diatasi oleh pemerintah sehingga pelanggaran hukum yang dilakukan oleh wisatawan asing di Bali semakin meningkat. Atas masalah tersebut, penulis memutuskan untuk merancang kampanye interaktif mengenai etika budaya di Bali dengan target yang ditujukan merupakan wisatawan asing.

Pelaksanaan kampanye ini bertujuan untuk perubahan pada sikap terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh wisatawan asing. Pendekatan berupa media utama dan sekunder dilakukan agar pesan kampanye tersampaikan terhadap wisatawan mancanegara. Kedua media tersebut disusun dalam bentuk strategi komunikasi AISAS. Strategi komunikasi ini dikatakan efektif agar *user* dapat memahami pesan kampanye berdasarkan tahapan dan media yang ditawarkan selama penyelenggaraan kampanye. Media utama berupa booth interaktif digital yang ditempatkan pada kedatangan internasional Bandara Ngurah Rai sebagai tahap *action* untuk berpartisipasi dalam kampanye. Konten yang disampaikan berupa *do(s)* dan *don't(s)* yang ditetapkan selama berlibur di Bali. Selain itu, media sekunder berupa *website*, *AR Photobooth*, dan *merchandise* berfungsi sebagai pendekatan serta *reward* atas partisipasi dalam kampanye terhadap

wisatawan mancanegara. Dengan adanya kedua media tersebut, kampanye dapat terlaksanakan sesuai dengan timeline yang ditentukan selama perancangan.

5.2 Saran

Selama proses penelitian dan perancangan ini berlangsung, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dari penulis dalam perihal manajemen waktu dalam merancang proyek tugas akhir sehingga penulis masih membutuhkan pengingat dan catatan. Penulis masih belum sepenuhnya menguasai beberapa aspek dalam perencanaan kampanye dikarenakan harus mempelajari lebih dalam mengenai materi yang bukan sepenuhnya merupakan ranah dari penulis pada umumnya.

Berdasarkan pengalaman pengerjaan laporan, karya perancangan, serta sidang akhir yang dijalankan oleh penulis, terdapat beberapa saran yang diharapkan sebagai pertimbangan mahasiswa yang akan mengambil proyek yang sejenis untuk penelitian:

- 1) Menentukan batasan yang lebih jelas dari fenomena permasalahan sehingga fokus kampanye dapat dikerucutkan lebih dalam.
- 2) Melakukan analisis data tambahan yang dapat membantu dalam pembuatan perancangan, terutama berdasarkan dari keinginan target audiens. Hal ini memberikan *insight* agar tidak bingung dalam pembuatan solusi desain.
- 3) Melakukan diskusi atau bertukar pendapat dengan orang lain. Hal ini dapat membantu mendapatkan *insight*, baik dari segi data yang didapat dan karya yang sedang dirancang. Hal ini dapat mempengaruhi segi efektivitas dan efisiensi dalam pembuatan karya.
- 4) Mengembangkan dan bereksperimen dengan media yang digunakan dalam kampanye, sehingga dapat menyampaikan pesan kampanye secara lebih efektif terhadap target audiens.

Selain itu, penelitian yang telah dikerjakan dan menempuh sidang akhir telah dijalankan oleh penulis. Dalam menjalankan ujian tersebut, terdapat

beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa. Dengan saran ini, mahasiswa yang mengambil penelitian serupa, sebagai berikut.

- 1) Konten yang dipakai menyesuaikan dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah sehingga visual serta pesan dapat tersampaikan pada audiens, seperti peraturan *do(s)* dan *don't(s)* yang telah diterangkan oleh pemerintah.
- 2) Dalam merancang visual, penyesuaian dengan media dan target audiens diperlukan serta pemaparan visual yang jelas agar target audiens tidak terjadi misinterpretasi dengan pesan visual yang disampaikan, seperti ilustrasi *haggle* yang terlihat seperti menyuap. Hal ini perlu diganti menjadi ilustrasi barter dengan ditambahkan barang yang ingin ditawarkan antara wisatawan dan penjual.
- 3) Pembuatan logo perlu mengikuti prinsip dan elemen desain yang ditentukan. Hal tersebut dapat berupa *grid*, proporsi, hingga elemen lainnya yang mendukung dalam pembuatan logo.
- 4) Keterbacaan *font* berkurang karena warna yang kurang sesuai dengan warna *background*, sehingga warna yang dipilih perlu menggunakan warna yang kontras agar meningkatkan keterbacaan pada konteks.
- 5) *Button* yang ditetapkan perlu dibuat dalam satu kesatuan tanpa mendukung elemen hiasan, seperti *border ornament* yang diterapkan sebelumnya. Selain itu, perlu menetapkan *font* yang konsisten pada *button* sehingga *user* dapat mengetahui bahwa tombol tersebut dapat diinteraksi.
- 6) Navigasi yang dilakukan secara satu arah tidak efektif, sehingga perlu ditambahkan tombol *back* agar dapat menjelajahi aplikasi secara menyeluruh dan mempelajari informasi yang dipaparkan sebelumnya.
- 7) Perancangan visual perlu didasari dengan teori yang digunakan beserta *big idea* dan *tone of voice* yang telah ditentukan, seperti gabungan visual yang meliputi warna, ilustrasi, hingga penggunaan *font* yang padu dalam bentuk sebuah *layout*. *Tone of voice* yang dimaksud yaitu *informative*, *warm*, dan *respectful*.