

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Vegan merupakan sebuah gaya hidup atau bisa dikatakan sebagai filosofi atau kepercayaan yang menghindari eksploitasi hewan yang memiliki dampak positif terhadap isu kesehatan, lingkungan maupun kebebasan hewan. Sayangnya, penganut gaya hidup vegan masih terbilang sedikit yang terbukti dengan data kuantitatif dan kualitatif yang telah diperoleh penulis. Berdasarkan data yang diperoleh, kampanye memang masih dibutuhkan dan harus dilakukan terus-menerus untuk menjadi dorongan masyarakat.

Oleh karena itu, perancangan kampanye dilakukan dengan membawa pesan bahwa siapa saja bisa berubah dan menjadi *vegan hero* yang bisa meraih 3 isu dalam satu perjuangan. Perancangan dilakukan dengan menggunakan metode Landa dan AISAS hingga menjadi hasil akhir dan siap untuk dirilis dengan harapan bahwa kampanye ini dapat meningkatkan ketertarikan audiens terhadap vegan yang memiliki banyak *benefit*.

5.2 Saran

Perancangan kampanye yang telah dilakukan penulis masih memiliki banyak kekurangan. Meskipun begitu, penulis memperoleh banyak pelajaran yang berharga dari proses perancangan ini. Penulis harap, bahwa pembaca menjadi tertarik untuk menjadi vegan yang memiliki banyak manfaat.

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan, yaitu untuk melakukan riset yang sedalam mungkin agar memiliki hasil data yang lengkap dan akurat yang bisa membantu proses perancangan. Selain itu, dalam membuat perancangan kampanye, penentuan sasaran atau fokus utama sebaiknya dipersempit. Dalam penulisan kalimat juga hindari dari penulisan kalimat yang mengandung *judgement* atau terlalu berlebihan agar bersifat netral. Selain itu, segala riset yang diperlukan harus menggunakan data yang di Indonesia, bukan yang di luar negeri.

Pada pengumpulan data metode kualitatif wawancara, pemilihan narasumber juga menjadi hal penting. Narasumber yang disarankan, yaitu narasumber yang sudah memiliki pengalaman yang banyak atau memiliki jam terbang yang panjang agar dapat memperoleh hasil wawancara yang maksimal. Melaksanakan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan beberapa target audiens juga dapat membantu memperoleh *insight* atau riset lebih dalam pada pengumpulan data. Dalam analisis studi eksisting juga disarankan untuk menggunakan bahan studi yang sudah pernah ada atau dilakukan di Indonesia. Pemilihan gaya desain juga harus di-*research* terlebih dahulu dan disesuaikan dengan target audiens yang telah ditentukan, apakah gaya tersebut memang sesuai dengan ketertarikan target audiens yang telah ditentukan. Pemilihan media dan peletakkannya juga harus disesuaikan dengan target audiens yang ditetapkan. Demikian pesan-pesan yang ingin penulis sampaikan, semoga apa yang menjadi kekurangan penulis dalam proses penelitian dan perancangan kampanye ini dapat menjadi masukan bagi pembaca yang ingin melakukan sebuah penelitian atau membuat karya ilmiah.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA