

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil riset data dan wawancara, belum banyak target audiens yang melakukan pengelolaan keuangan pribadinya. Penulis menemukan bahwa banyak audiens yang mengetahui manfaat dari pengelolaan keuangan pribadi, namun banyak pula yang tidak mengelola keuangan pribadinya.

Berdasarkan hal yang penulis temukan, penulis merancang sebuah *big idea* dalam kampanye ini yang berbunyi “Langkah mudah mengatur keuangan” yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah judul kampanye yaitu “Langkah Keuangan” yang tujuan mengubah perilaku audiens dari tidak mengelola keuangan menjadi terbiasa mengelola keuangannya. Judul kampanye tersebut kemudian dibantu dengan *hashtag* #AturDariSekarang yang memiliki pesan untuk menyegerakan mengelola keuangan mulai dari sekarang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan kampanye pengelolaan keuangan pribadi yang telah melawati berbagai proses yang dilakukan penulis, penulis dapat menyimpulkan dan memberikan saran bagi pembaca yang akan membahas topik pengelolaan keuangan atau pengelolaan keuangan pribadi. Gunakan waktu dengan bijak, perhatikan *timeline* perancangan, perhatikan peraturan, dan tetap menyisihkan waktu untuk beristirahat.

Pemilihan media dalam melakukan perancangan kampanye perlu dipertimbangkan dengan baik. Penyesuaian pemilihan media perlu dilakukan dengan audiens guna menciptakan efektivitas dan efisiensi terhadap penggunaan media. Media yang interaktif, dapat bergerak, dan tidak tekstual dianggap memiliki nilai efektivitas yang lebih tinggi. Penggunaan *owned media* dalam PESO Model perlu digunakan dengan sebaik-baiknya dan memaksimalkannya.

Riset dan diskusi yang perlu dilakukan secara mendalam, agar terhindar dari kurangnya inovasi yang menarik dalam pesan dan tujuan dari kampanye, kejelasan tujuan kampanye perlu ditunjukkan guna menampilkan keuntungan dalam mengikuti kampanye. Topik dalam perancangan yang perlu dispesifikasikan guna membantu fokus perancangan menjadi lebih matang dan eksklusif.

