

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam proses perancangan, desain kampanye ini penulis melakukan pemilihan media yang digunakan untuk perancangan kampanye ini dan telah disesuaikan dengan target yang menjadi sasarannya. Visual/gambar ilustrasi serta tipografi digunakan sebagai informasi yang akan disampaikan menggunakan tema berupa *retro*. Pemilihan tema *retro* ini ditujukan kepada para target pengguna sepeda motor aktif untuk menarik perhatian dan setiap warna pada media yang digunakan memiliki informasi yang berbeda untuk menyesuaikan pada makna warnanya. Warna merah yang memiliki arti bahaya atau larangan, warna kuning memiliki arti hati—hati, dan warna hijau memiliki arti aman. Makna dan arti dari warna yang dipilih berdasarkan makna dari warna yang digunakan pada rambu lalu lintas di Indonesia. Dalam perancangan kampanye ini media berupa *poster*, *neon box ads*, *signage*, *x.banner*, *spanduk*, *car decal ads*, *keychain*, *sticker*, *Instagram*, dan *Facebook* dipilih sebagai bentuk ajakan kepada target audiens untuk tidak menggunakan sandal dan wajib menggunakan sepatu saat berkendara sepeda motor agar dapat meminimalisir risiko saat terjadinya kecelakaan. Media *poster* dan *Instagram* pada tahapan *action* digunakan untuk para *volunteer* dalam berkegiatan kampanye ini serta diberikan *merchandise* berupa *keychain* dan *sticker* sebagai bentuk apresiasi karena telah ikut serta dalam kampanye ini dan berdasarkan rumusan masalah yaitu mempertanyakan tentang merancang kampanye sosial larangan penggunaan sandal saat mengendarai sepeda motor.

5.2 Saran

Perancangan kampanye yang telah dibuat diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi bagi pembaca serta dapat direalisasikan untuk para pengguna sepeda motor aktif di Indonesia. Saran yang akan disampaikan kepada pembaca yang sedang melakukan

perancangan kampanye ataupun menempuh tugas akhir yang memiliki topik serupa sebagai berikut:

1. Proses dalam pengumpulan data terutama pada tahapan kuisisioner disarankan untuk memperhatikan kepada target yang tidak paham mengenai gawai. Tidak hanya dilakukan melalui *gform* saja akan tetapi kuisisioner secara *offline* turut dilakukan.
2. Diperlukan perencanaan yang matang termasuk perjanjian pertemuan untuk melakukan wawancara bersama ahlinya karena adanya perbedaan waktu luang antara narasumber dengan penulis
3. Ketelitian dalam mengumpulkan dan mengolah informasi diperlukan untuk perancangan kampanye ini agar penyampaian pesan sesuai dengan target yang menjadi sarannya.
4. Topik untuk perancangan kampanye mengenai tertib berlalu lintas ini dapat dikembangkan agar bisa menjadi lebih menarik, seperti *motion graphic* dan *website*.
5. Perhatikan kembali aset visual serta bentuk desain dari perancangan yang akan dibuat apakah sesuai dengan target yang dituju atau tidak. Contohnya, apabila target yang dituju merupakan kelas ekonomi menengah ke bawah, ilustrasi yang diberikan harus sesuai dengan pemahaman target. Begitupula dengan sebaliknya.

